

Takarítás (tisztítószer)

esettanulmány



Váltogatják-e a különböző mosópor típusokat az emberek? Vannak-e és milyen a tipikus gélkapszula használók?

Kihívás: keresleti korlátok felfedése a gélkapszula piacon

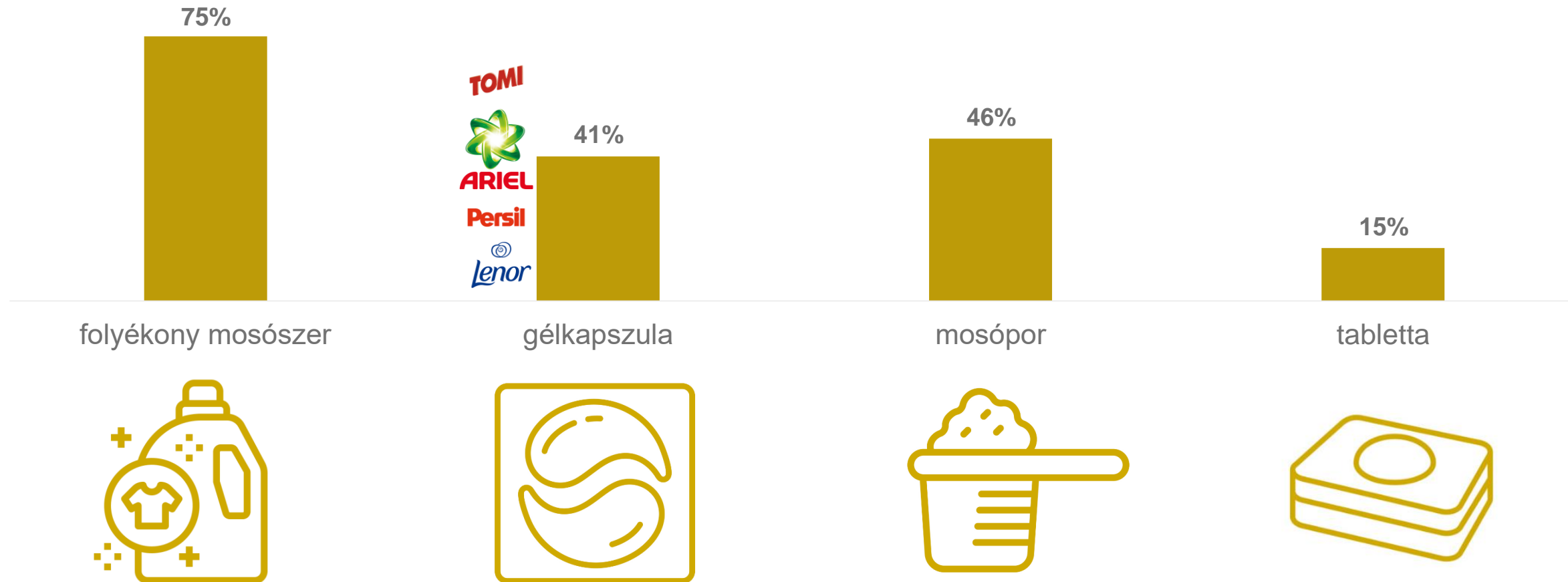
Megközelítés: TGI adatok átfogó elemzése, fókuszálva nem csupán az gélkapszula használók, de a többi mosóportípus használókra is. Kategóriahasználók jellegzetességeinek felfedése, potenciális célcsoportok azonosítása.

Insight: A vásárlók nem ragaszkodnak egy mosóportípushoz, általában váltogatják azokat, akár különböző mosások között is. A gélkapszulákat inkább kiegészítő eszközként alkalmazzák, főként a mosást nagyobb figyelemmel végzők, a ruhákat különválogatva mosók körében tapasztalhatunk magasabb gélkapszula kedveltséget.

Hatás: A kommunikáció tervezése során érdemes fókuszálni az informálásra, gélkapszula ideális felhasználási módjának hangsúlyozásával.



Mosóportípusok felhasználói bázisa



Mosóportípusok keresztfogyasztása



folyékony mosószer



gélkapszula



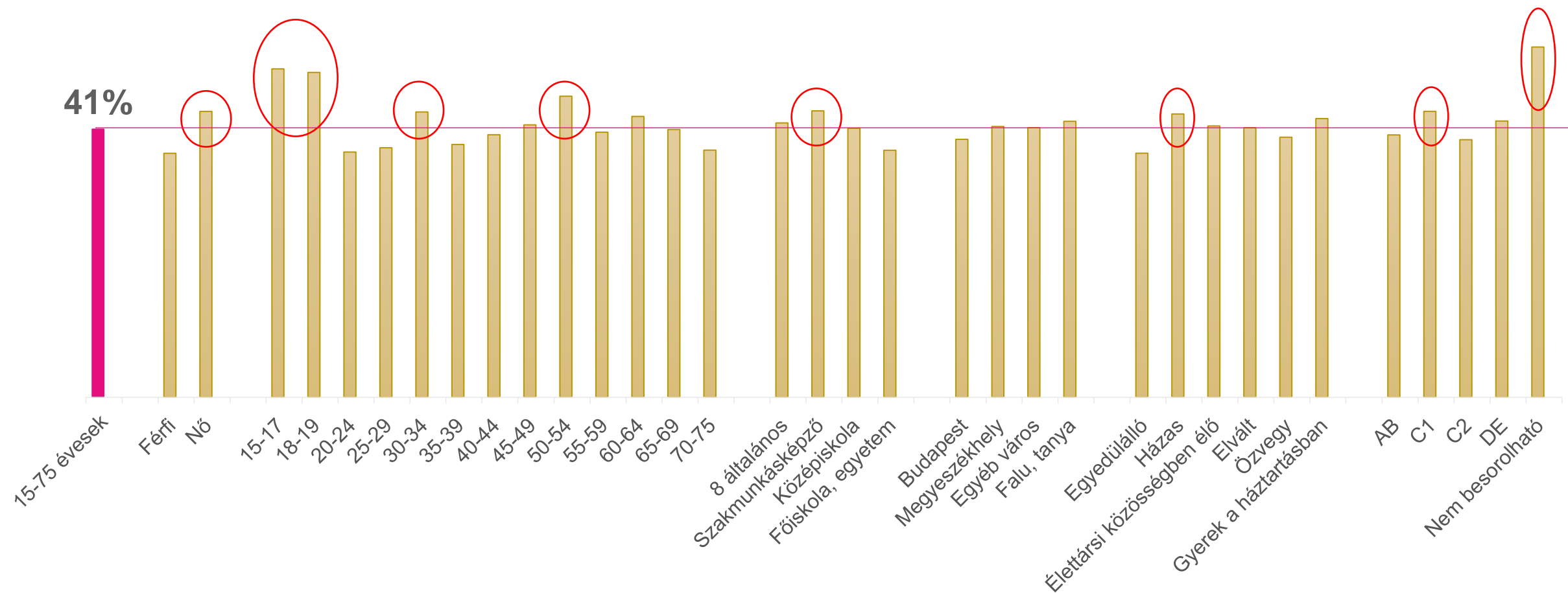
mosópor



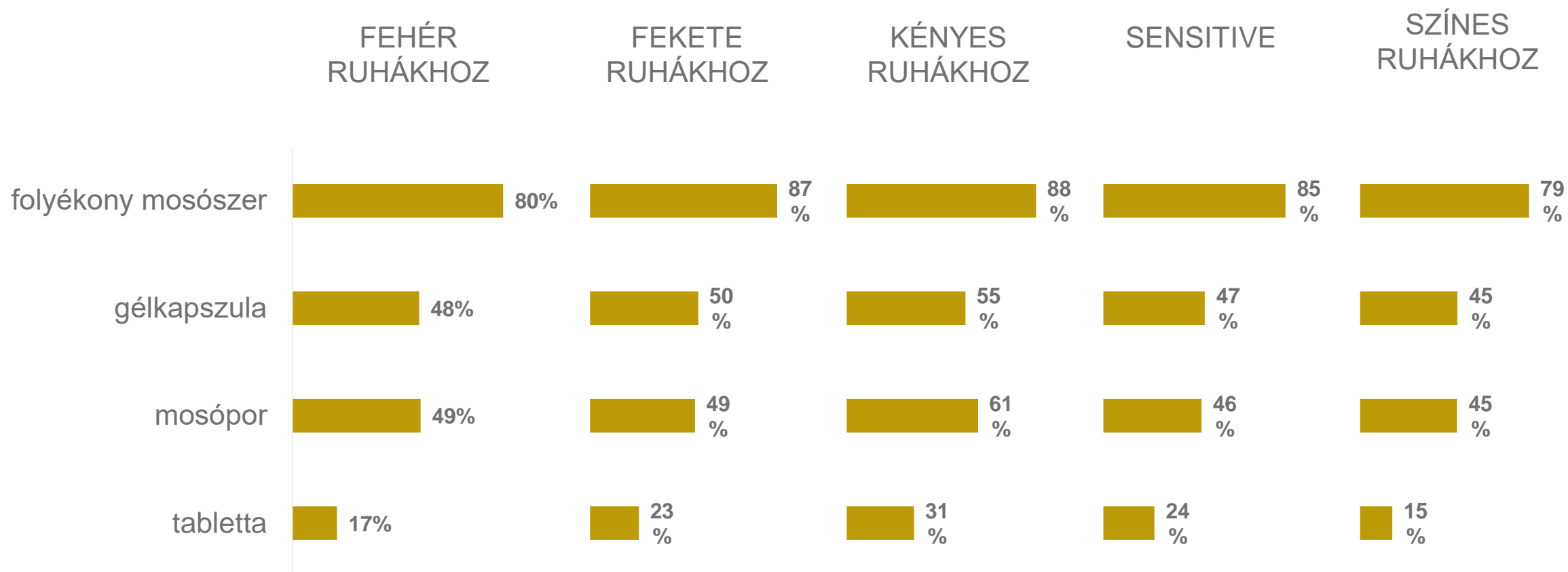
tabletta



Gélkapszula használók szocio-demográfiai bemutatása



Különböző mosópor típusok használata ruhatípusonként



Gélkapszula használók médiafogyasztása



INTERNETHASZNÁLAT



Napi internethasználók: 98% +4%



Okostelefon használók: 91% +5%



Mobilinternet használók: 88% +8%

Változatos csatornaválasztás jellemzi őket

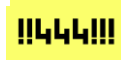
HAGYOMÁNYOS MÉDIAFOGYASZTÁS (NAPI)

TV: 75% -3%

Rádió: 53% +5%

Napilap: 14% +2%

Magazin: 11% +2%



**SZÉLESKÖRŰ,
VÁLTOZATOS
INTERNET-
HASZNÁLAT**

