

Rúzs (női szépítkezés)

esettanulmány



Létezik-e egységes kategória, vagy fontosabb a márka szintű megközelítés?

Kihívás: felmérni, megismerni és szegmentálni a női pipere és szépségipar piacát.

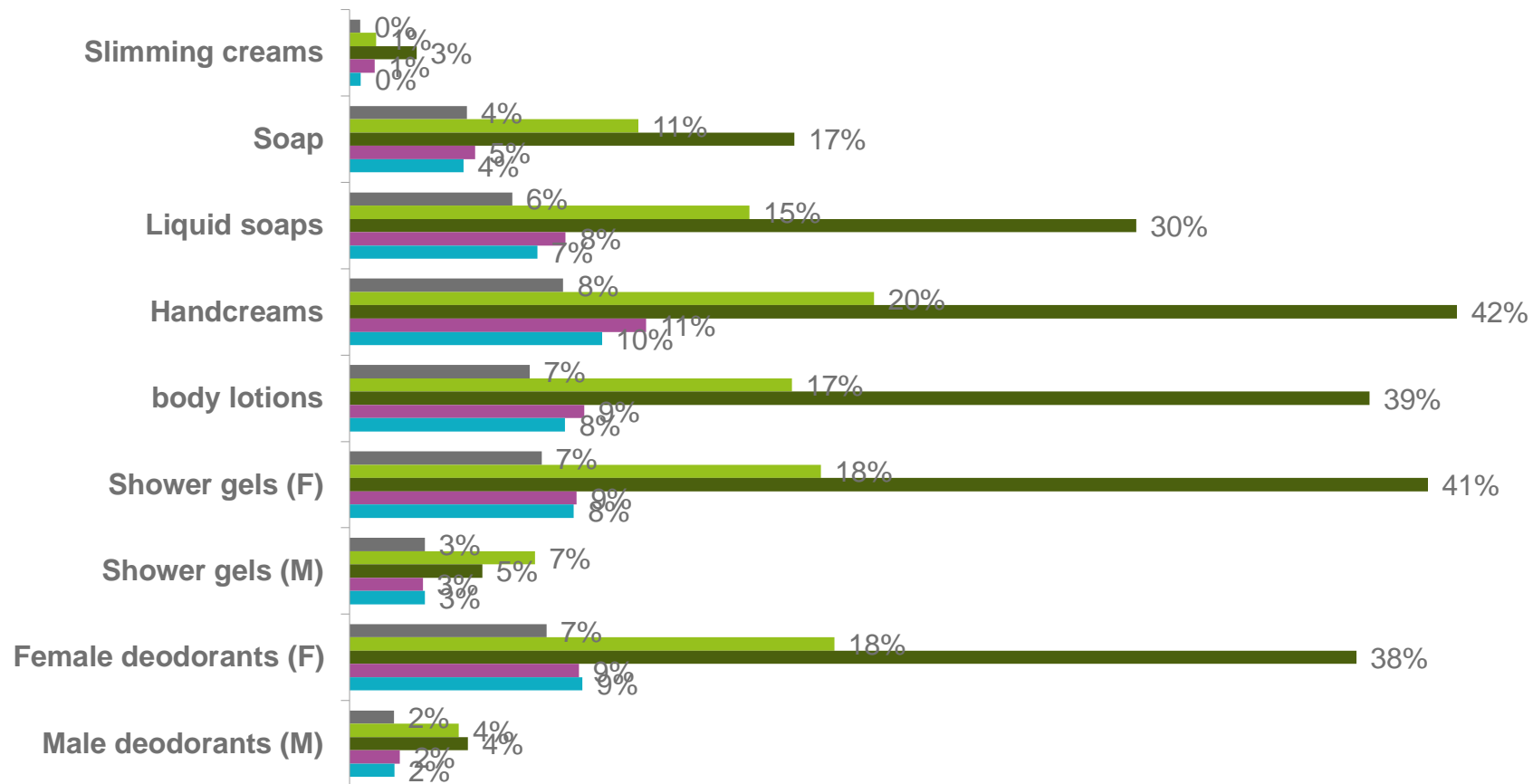
Megközelítés: TGI adatok átfogó elemzése, fókuszálva a legkülönbélebb szépítkezési kategóriákra

Insight: komoly különbségek mutatkoznak egyrészt a termékkategóriák között, másrészt a kategóriákon belül is a különféle márkák szintjén, demográfiai, de attitűd és médiahasználati szempontból is, amelyeket kiemelten figyelembe kell venni a marketing stratégia kialakítása során.

Hatás: márkákra optimalizált, hatékonyabb média- és kommunikációs terv, egyes kulcsmárkák további alaposabb vizsgálata és megértése a jövőben.

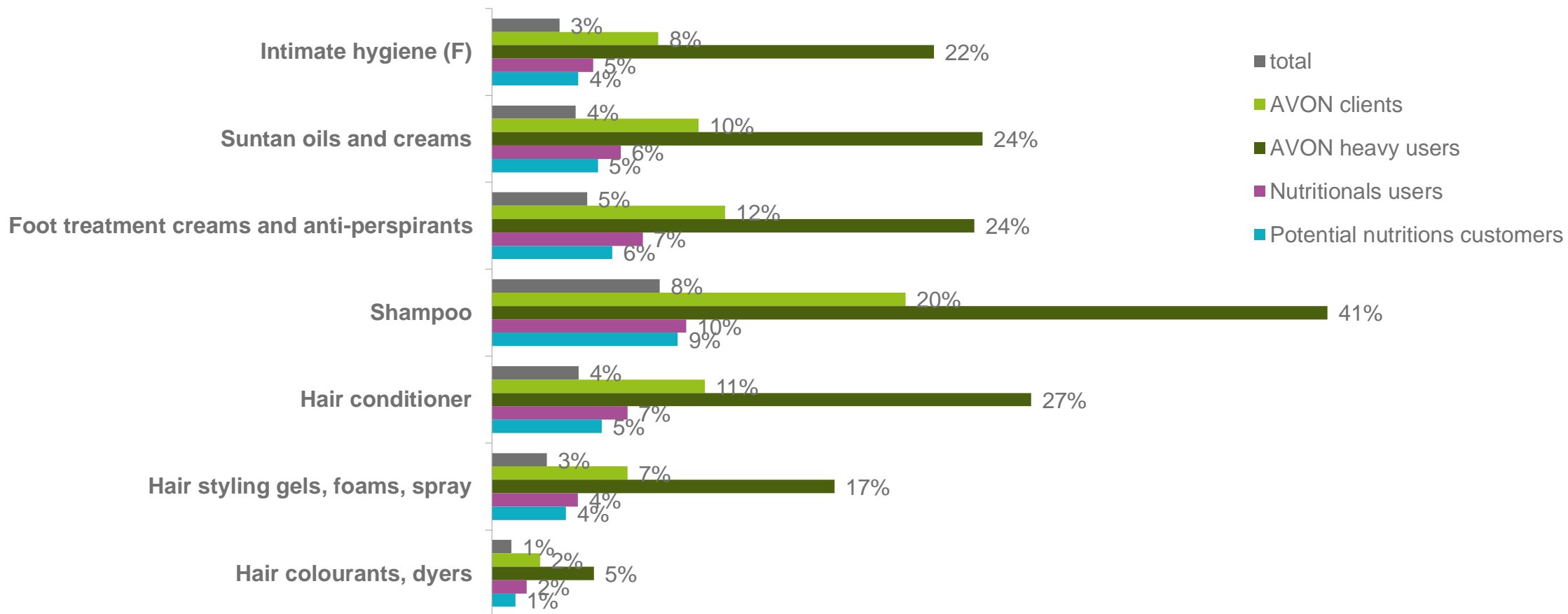


Különféle kategóriák használata különböző célcsoportok körében

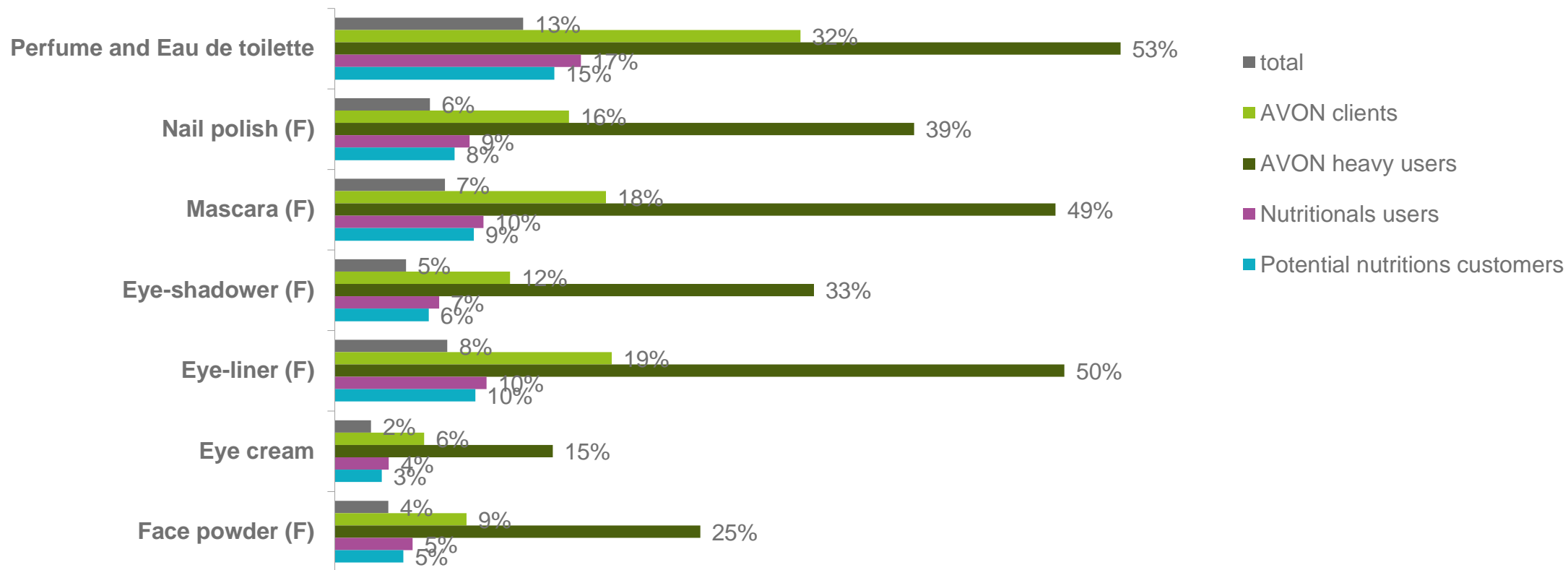


total
 AVON clients
 AVON heavy users
 Nutritionals users
 Potential nutrition customers

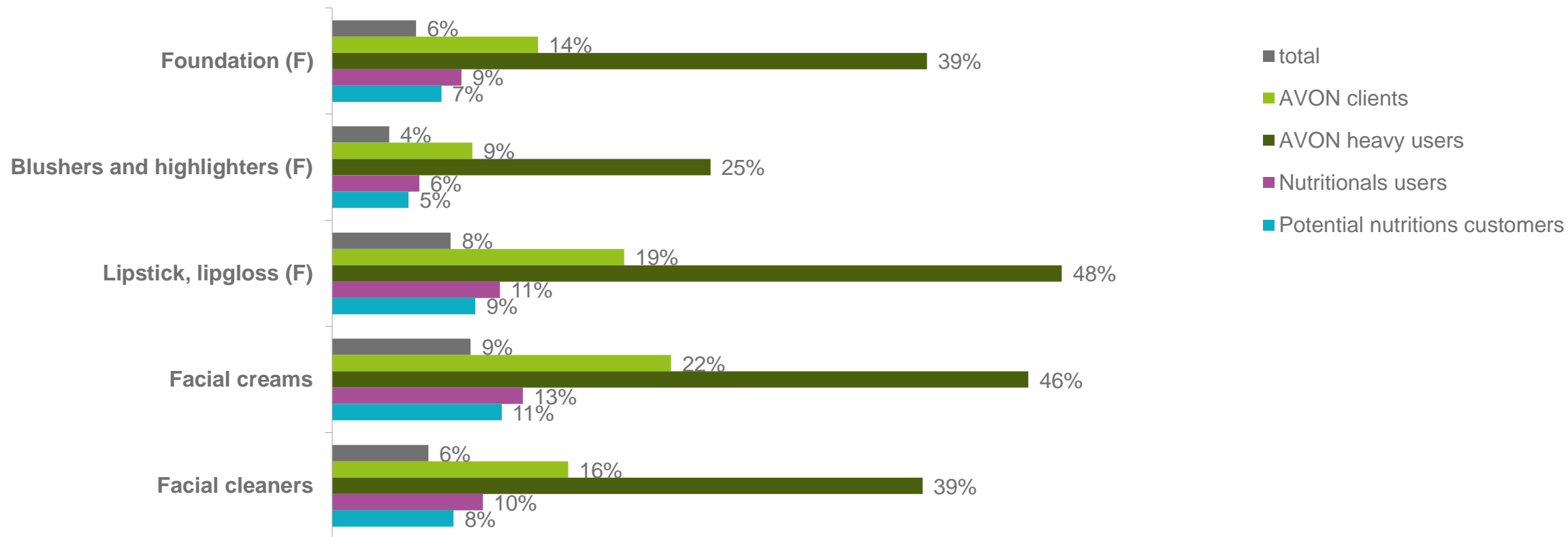
Kategóriák és célcsoportok II.



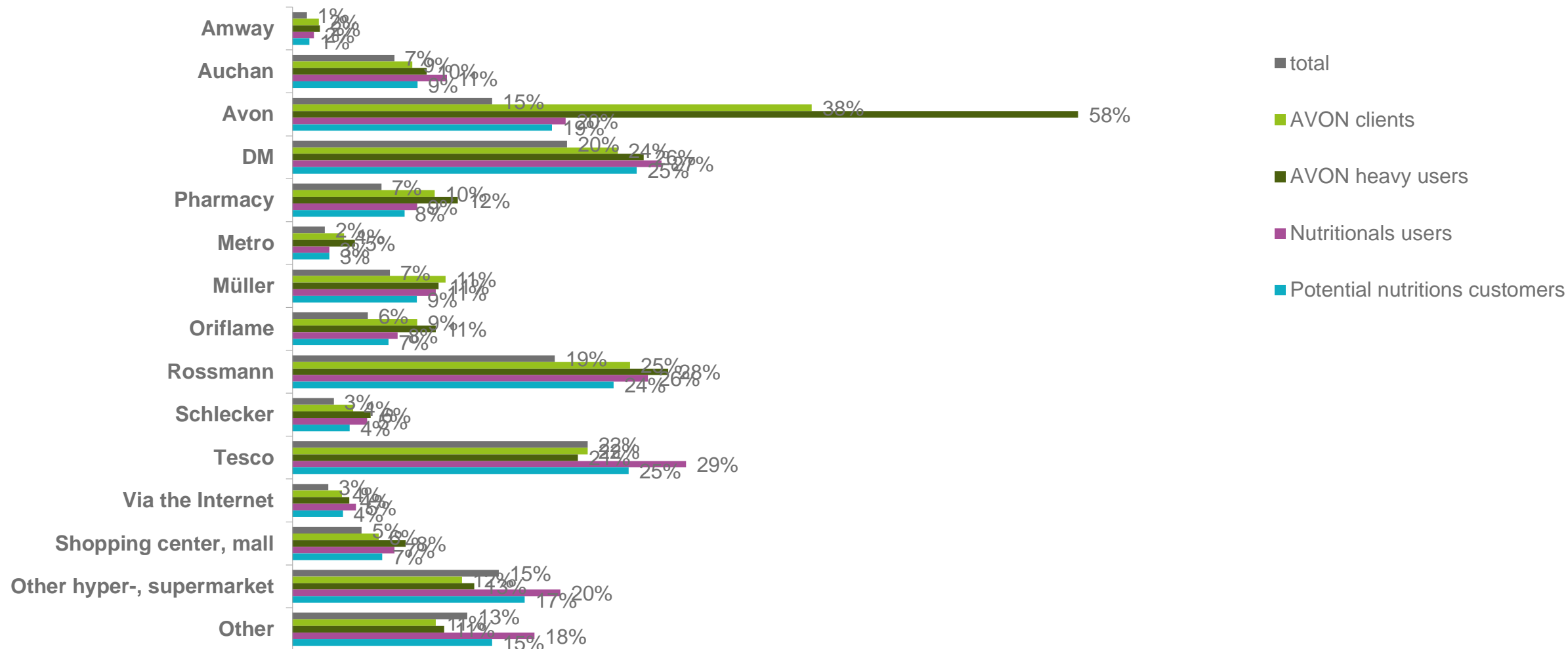
Kategóriák és célcsoportok III.



Kategóriák és célcsoportok IV.



Kozmetikai készítmények vásárlása különböző láncokban



Kozmetikai készítményeket gyakran vásárlók profilja

Internetezés célja



KOMMUNIKÁCIÓ, KAPCSOLATTARTÁS

E-mail küldés/fogadás	74%
Közösségi média	60%
Chatelés, csevegés másokkal	56%
Kapcsolattartás a közelben élő rokonokkal, barátokkal, ismerősökkel	53%
Kapcsolattartás messze élő rokonokkal, barátokkal, ismerősökkel	45%
Telefonálás interneten keresztül	35%
Önkifejezés, véleményem, élményeim megosztása másokkal	17%
SMS küldés interneten keresztül	10%

SZÓRAKOZÁS

Szórakozás / kikapcsolódás/szörfözés	55%
Játék	43%

ÜGYINTÉZÉS, MUNKA, TANULÁS

Bankkal való kapcsolattartás, bankolás	48%
Online ügyintézés	40%
Hivatali ügyintézés	34%
Szolgáltatás igénybevétele előtti tájékozódás	31%
Utazási, nyaralási terv készítése	22%
Iskolai, egyetemi munka, tanulás	19%
Távmunka, pénzkereső munkavégzés online	14%

TARTALOMFOGYASZTÁS

Ingyenes zenehallgatás / letöltés	48%
Ingyenes filmek, sorozatok, nézése, letöltése	45%
Ingyenes videoklipek nézése, letöltése	30%
TV műsorok nézése online	31%
Videók, képek feltöltése	29%
Dokumentumok feltöltése	29%
Rádióhallgatás online	24%
Fizetős filmek, sorozatok nézése, letöltése	11%
Podcast nézés/hallgatás	7%
Fizetős zenehallgatás / letöltés	6%
Fizetős videoklipek nézése, letöltése	3%

INFORMÁLÓDÁS

Hírolvasás, cikkek olvasása	60%
Keresés és információszerzés	56%

VÁSÁRLÁS

Vásárlás	55%
Tájékozódás árakról, árak összehasonlítása	53%

Forrás: TGI.net 2020