

Férfi szépségápolás

esettanulmány



Kik a tipikus after shave használók? Függe a használt borotva típusától?

Kihívás: After shave márka pozicionálásához szükséges háttérinformációk kik és milyen borotválkozást követően használják a termékeket

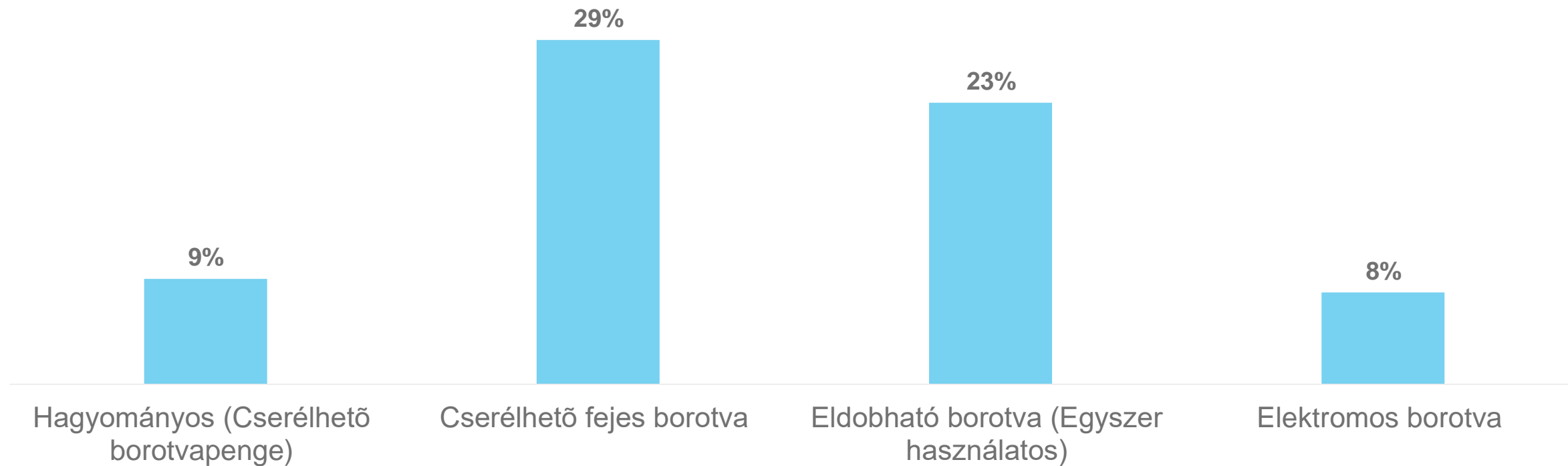
Megközelítés: TGI adatok átfogó elemzése, az after shave használati szokások megismerése a borotválkozás módjától függően

Insight: Az elektromos borotvahasználók körében magasabb az after shave-t használók aránya, ugyanakkor a cserélhető fejes borotva használók nagyobb tömege miatt abszolútértékben több after shave használó van ez utóbbi csoportban. A két fő célcsoport jól elkülönül szocio-demográfiai és médiafogyasztási szempontból is.

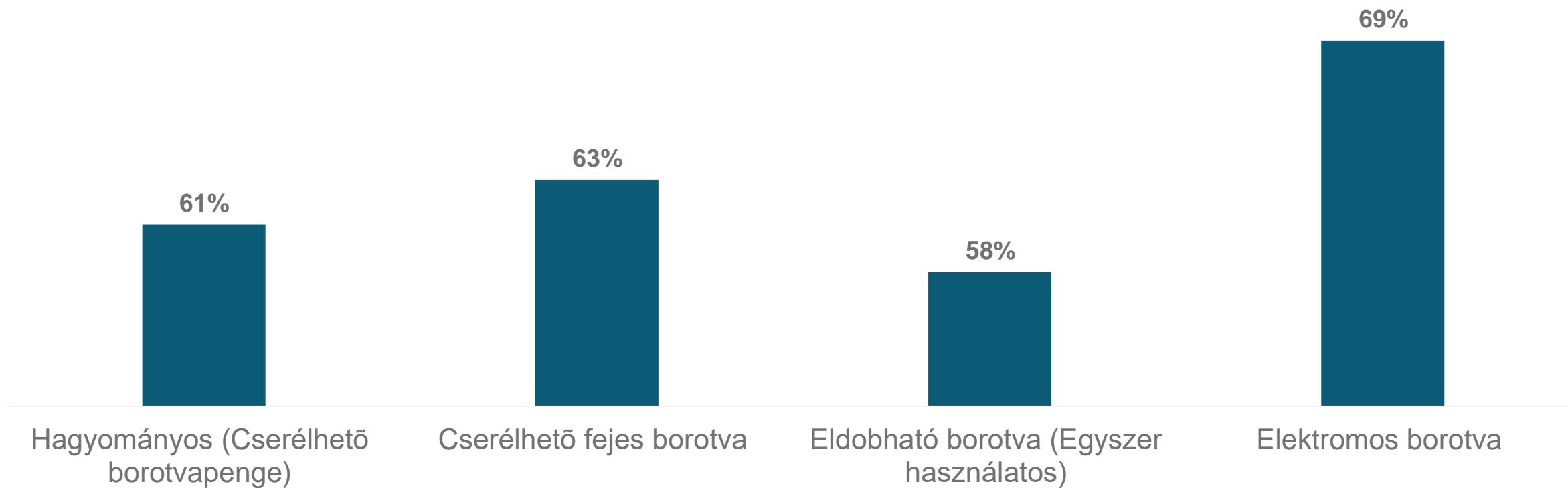
Hatás: A két célcsoportot érdemes külön célozni mind az üzenet tartalmát, mind csatornaválasztását tekintve



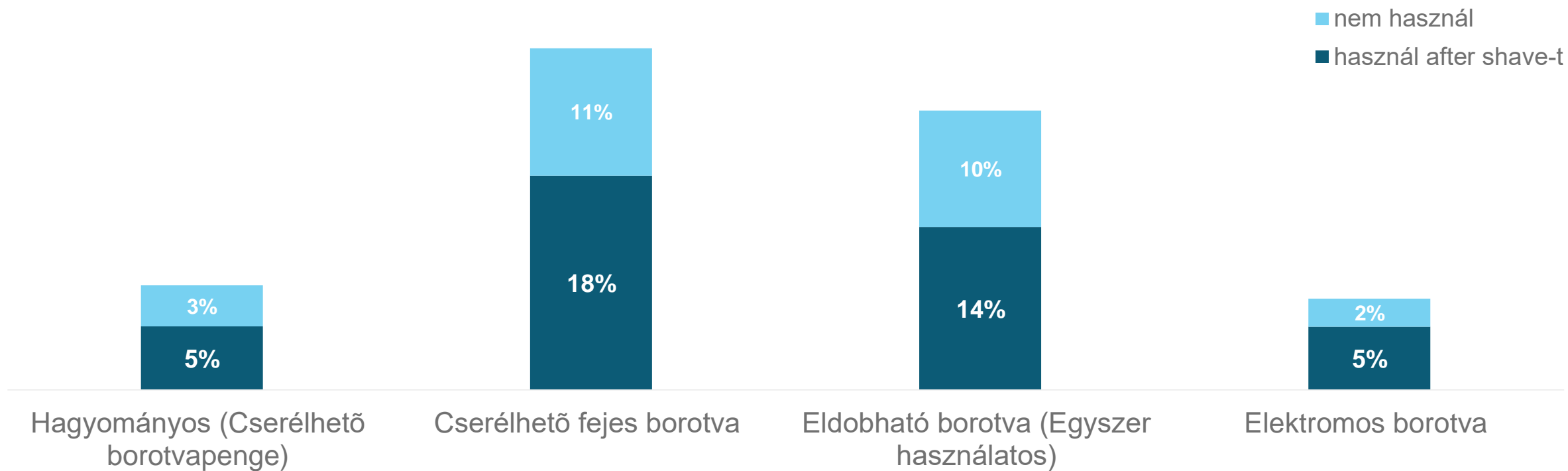
Borotvatípusok felhasználói bázisa



After shave használat az egyes borotvatípusok használói körében



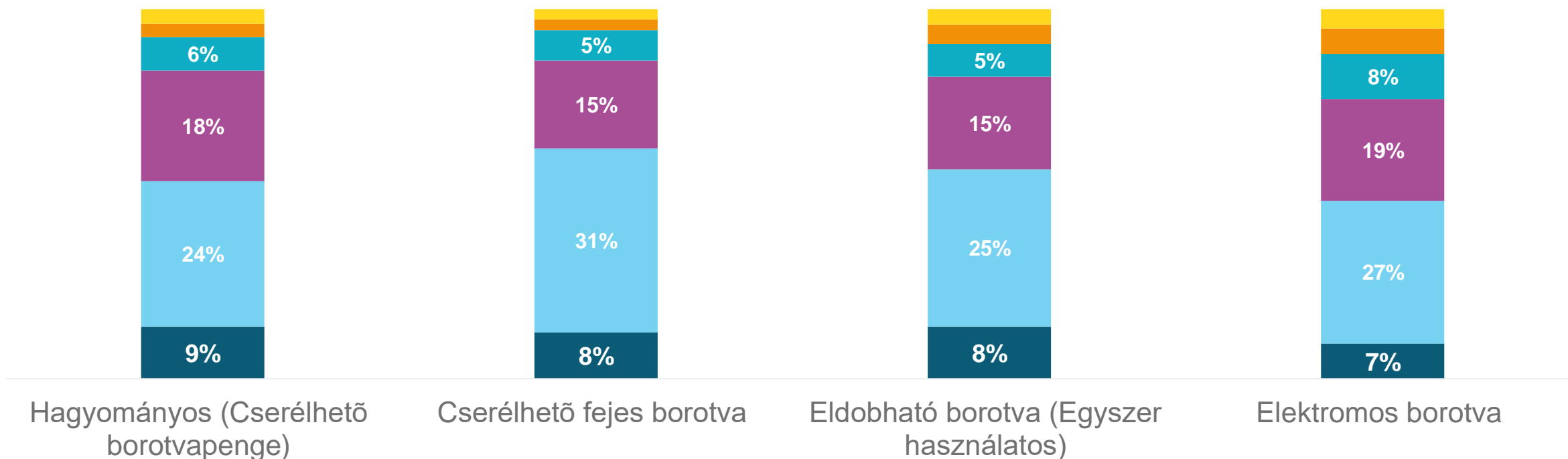
After shave használók vs. nem használók borotvatípusonként



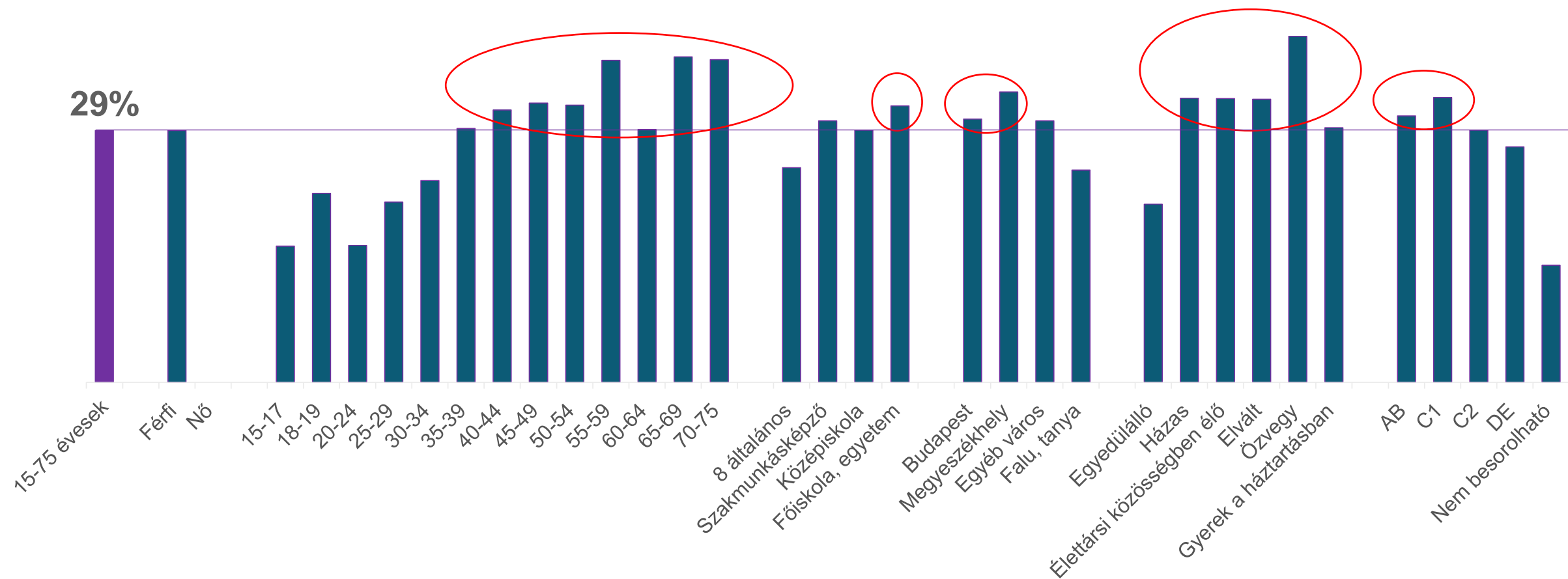
After shave használati gyakorisága borotvatípusonként

After shave használók körében

- Ritkábban, mint havi egy alkalom
- Havonta egyszer
- 2-3 alkalommal havonta
- Egyszer egy héten
- Hetente többször
- Naponta egyszer vagy többször



After shave használók a cserélhető fejes borotvát használók körében - szocio-demográfiai profil



After shave használók az elektromos borotvát használók körében - szocio-demográfiai profil



Elektromos borotvát használók médiafogyasztási jellemzői



INTERNETHASZNÁLAT



Napi internethasználók: 98% +4%



Okostelefon használók: 91% +5%



Mobilinternet használók: 88% +8%

Változatos csatornaválasztás jellemzi őket

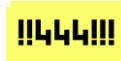
HAGYOMÁNYOS MÉDIAFOGYASZTÁS (NAPI)

TV: 75% -3%

Rádió: 53% +5%

Napilap: 14% +2%

Magazin: 11% +2%



**SZÉLESKÖRŰ,
VÁLTOZATOS
INTERNET-
HASZNÁLAT**

