

Személyes higiénia

esettanulmány



Létezik arcápolás kategória a borotválkozáson túl a férfiak körében? Kik használnak arctisztító termékeket közülük?

Kihívás: Férfiaknak szánt arclemosó gél piaci lehetőségeinek felmérése

Megközelítés: TGI adatok átfogó elemzése, az arctisztítók piacának vizsgálata a férfiak körében termékkategóriák, márkák szempontjából, illetve a használói bázis felmérése és részletes bemutatása szocio-demográfiai valamint életstílus szempontjából

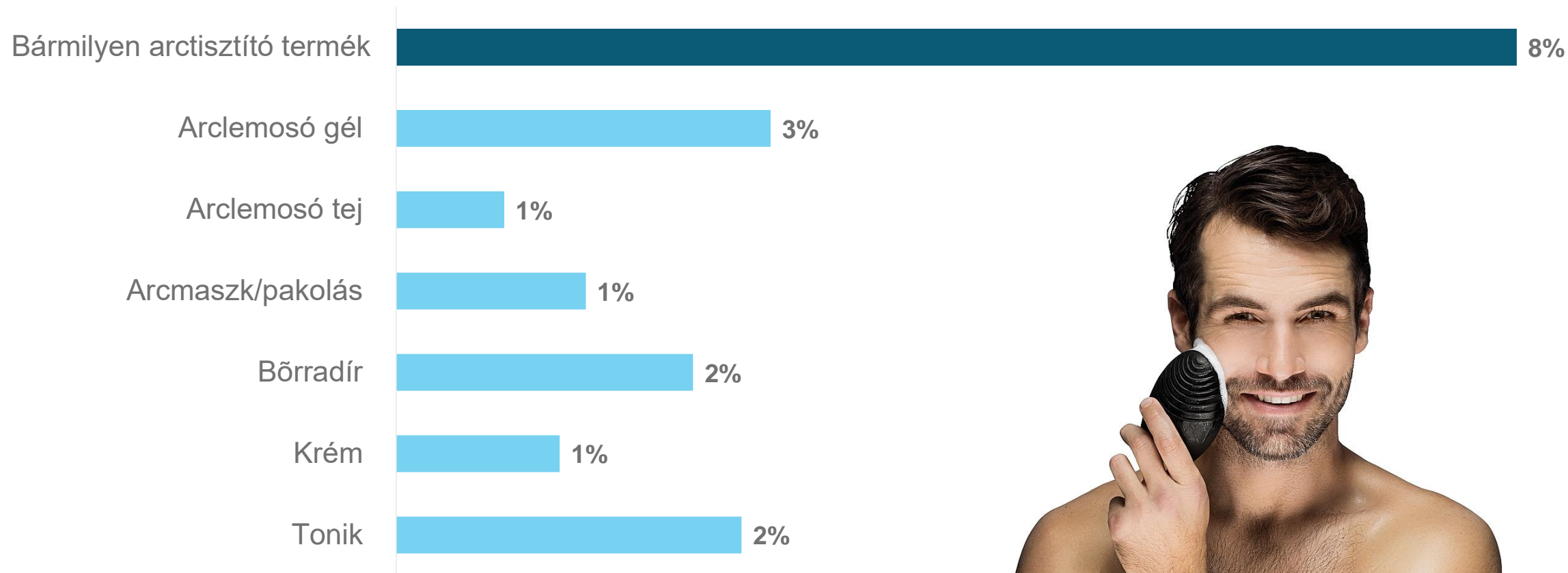
Insight: Arctisztító termékeket csak azok használnak a férfiak körében, akik az átlagosnál lényegesen nagyobb figyelmet szentelnek a külsejüknek. Elsősorban a legfiatalabb korosztály tagjait, ugyanakkor a fiatal középkorúak körében is magas a külső iránti figyelem, így érdemes lehet e célcsoportot is célba venni.

Hatás: A célcsoport sajátosságait figyelembe véve érdemes a kommunikációt tervezni mind tartalmi, mind csatornaválasztás szintjén



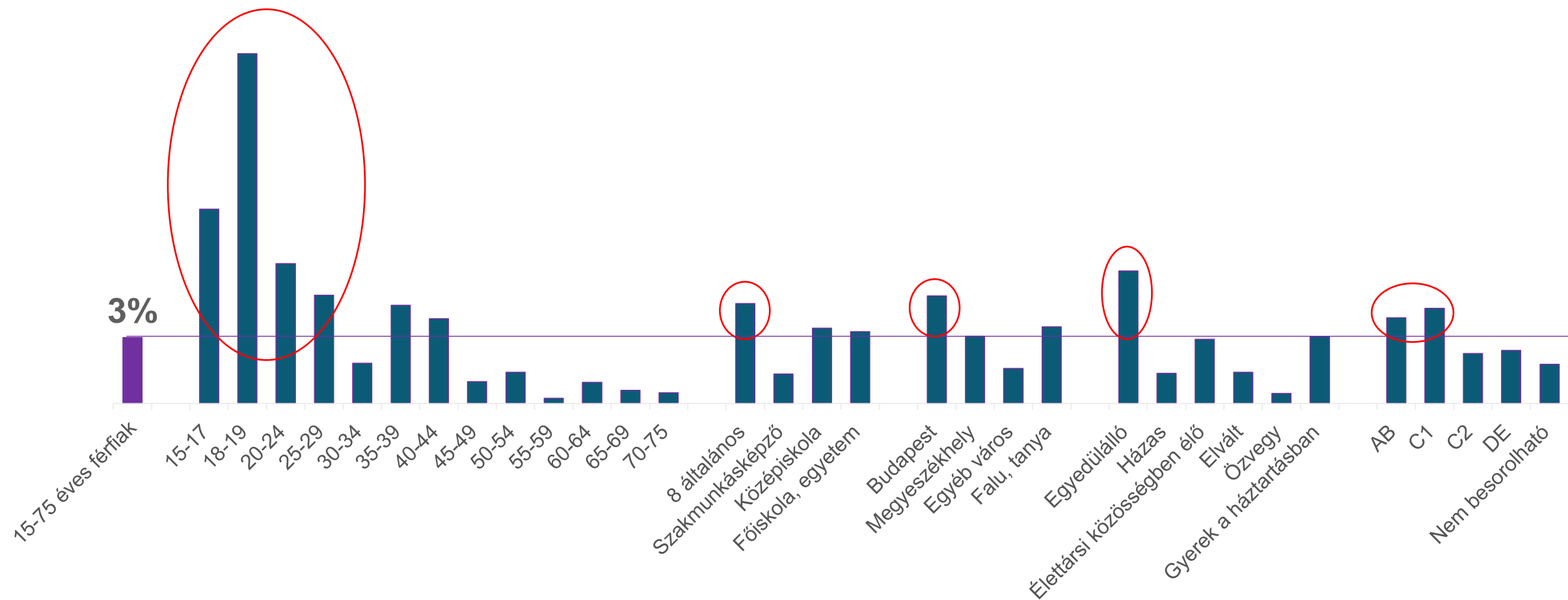
Arctisztító termékek használata

Férfiak körében



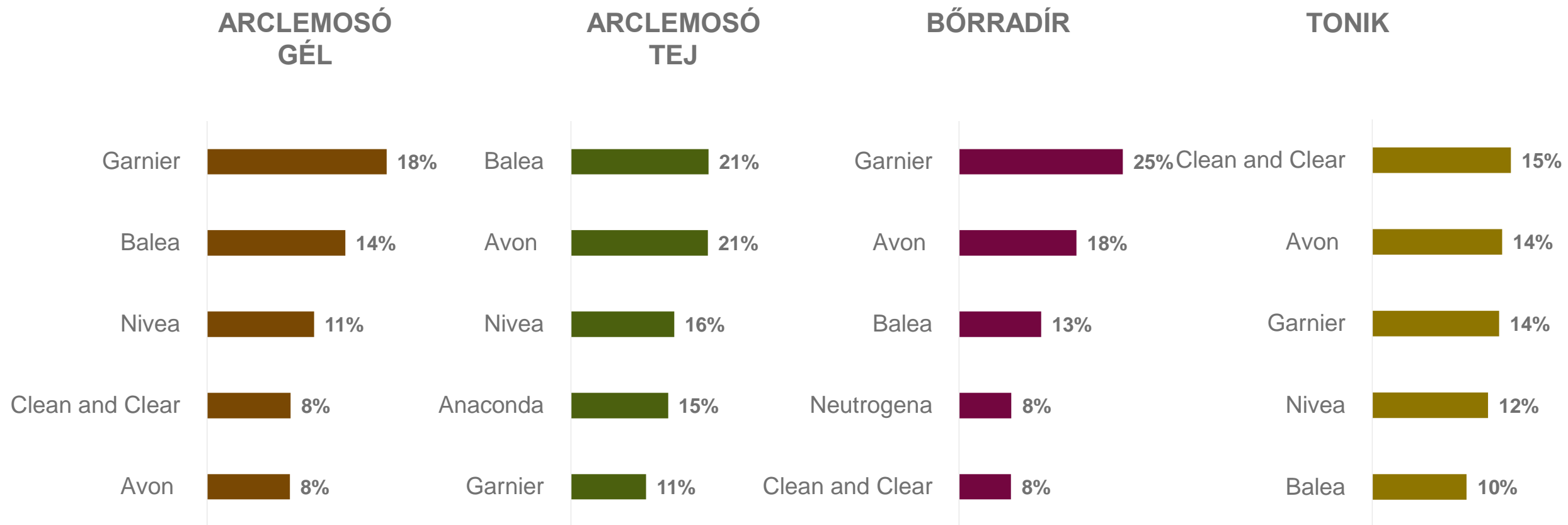
Arclemosó gél használók - szocio-demográfiai profil

Férfiak körében

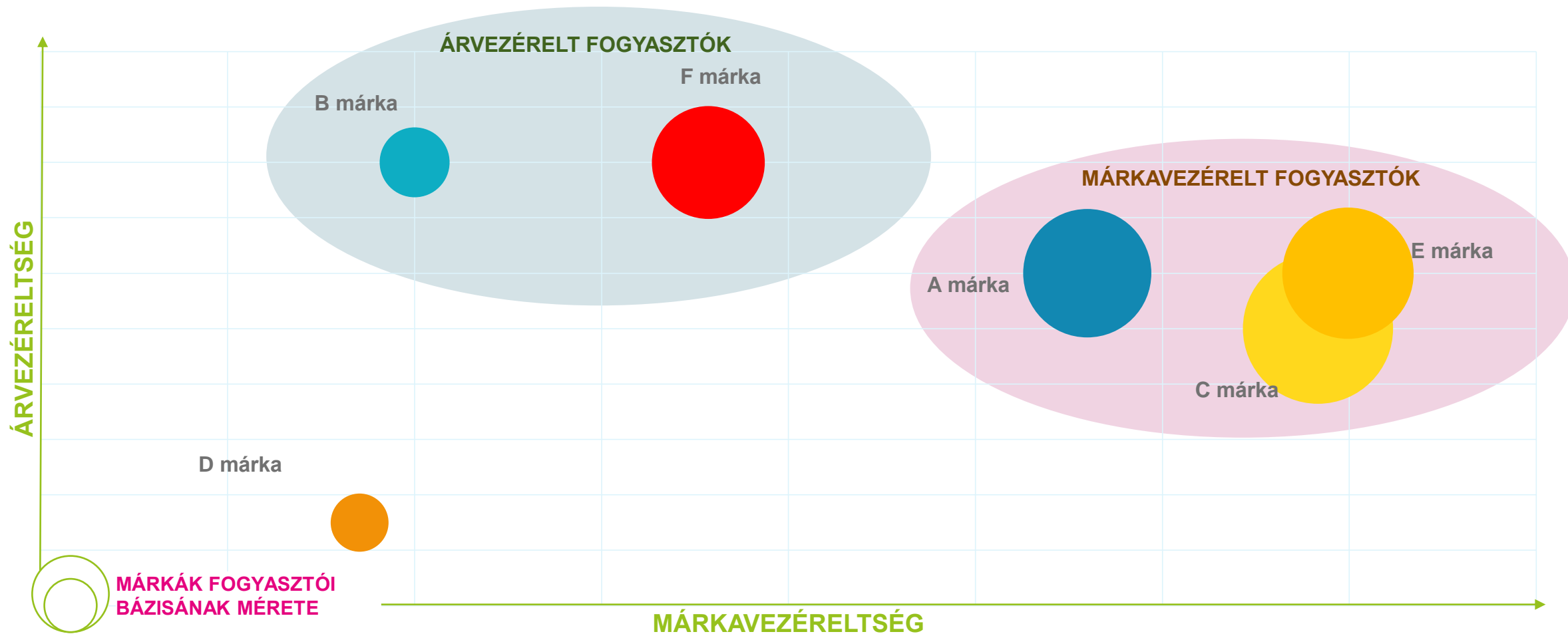


Legnépszerűbb márkák arctisztító termék típusonként

Férfiak körében



Brand mapping: adott termékpiaci szereplők fogyasztói bázisa márká- és árvezéreltség szempontjából az arctisztító termékek piacán



Arctisztító gélek használóinak attitűdjei

Külső megjelenést illető attitűdök



- A legutolsó divat szerint öltözködöm 25% **+10%**
- Elsősorban kényelmi szempontok alapján választok ruhát 70% **-4%**
- Saját ízlésem, stílusom szerint vásárolok ruhát, s a divat kevésbé befolyásol 80% **+10%**
- Fiatalosan öltözködöm 80% **+24%**
- Fontos számomra, hogy jól öltözöttnek tűnjek 67% **+24%**

FONTOS SZÁMUKRA A DIVAT, A JÓLÖLTÖZÖTTSÉG

- Fontos, hogy megőrizzük fiatalos külsőnket 68% **+17%**
- Fontos, hogy vonzók legyünk a másik nem számára 71% **+9%**
- Odafigyelek a külsőmre 68% **+20%**



SZERETNEK TETSZENI MÁSOKNAK

- Szeretek napbarnított lenni még télen is 35% **+16%**
- Ha megengedhetném, én is szívesen alávetném magam egy plasztikai műtétnek 27% **+11%**
- Fitt és aktív akarok lenni 83% **+24%**

*+2% / -2%: a teljes mintától való eltérés

Arctisztító termékeket használók médiafogyasztási jellemzői



INTERNETHASZNÁLAT



Napi internethasználók: 98% +4%



Okostelefon használók: 91% +5%



Mobilinternet használók: 88% +8%

Változatos csatornaválasztás jellemzi őket

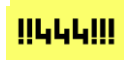
HAGYOMÁNYOS MÉDIAFOGYASZTÁS (NAPI)

TV: 75% -3%

Rádió: 53% +5%

Napilap: 14% +2%

Magazin: 11% +2%



**SZÉLESKÖRŰ,
VÁLTOZATOS
INTERNET-
HASZNÁLAT**

