

Vásárlói élmény – recept nélkül

**Az OTC kategória és a vásárlói élmény viszonya
a legfontosabb attitűd-szegmensekben**

2016. szeptember 15.

SZEGMENTÁCIÓ

A tavaly lebonyolított kvantitatív szegmentációs kutatásunk során **6 szegmenst**, azaz jól körülírható és megkülönböztethető fogyasztói csoportot azonosítottunk be **informálódással és egészségtudatossággal** kapcsolatos attitűdjeik alapján.



„INFO KERESKEDŐK”

- Folyamatosan keresi a különböző cikkeket, gyógymódokat, stb.
- Utána jár, tanácsot kér, megosztja a problémáját
- Kezeli magát
- Felülreprezentált: 30 feletti nők, különösen az alapfokú végzettséggel és a vidéken élők



„ÉRDEKTELENEK”

- Átlagos érdeklődés
- Átlagos demo



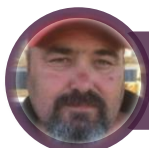
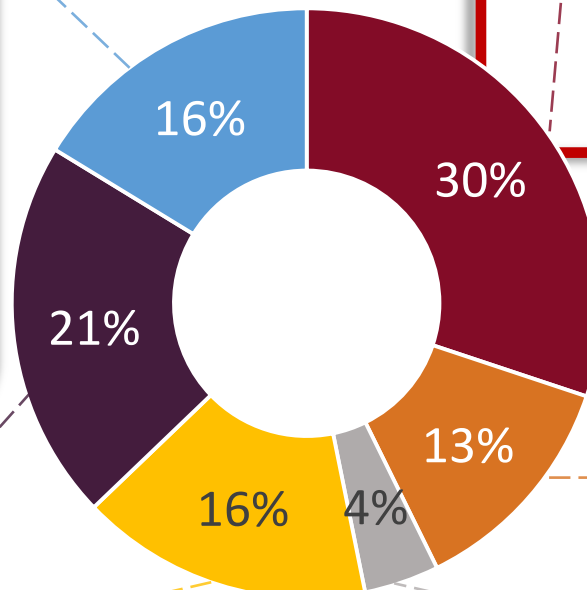
„SPIRITUÁLISAK”

- Természetes gyógymódokra nyitott
- Saját testének jelzéseiben hisz
- 40-49 közötti nők felülreprezentáltak,



„KÖRÖN KÍVÜLIEK”

- Nem érdekli az egészség téma, mintha nem érintené
- Felülreprezentáltak a férfiak, főként a 30 év alattiak
- Legkevésbé érintettek vmilyen krónikus betegségben



„PASSZÍV ELSZENVEDŐ”

- Nem jár szűrésre
- Ha eü. probléma van, elmegy orvoshoz
- Férfiak felülreprezentáltak



„EGÉSZSÉGTUDATOS ÉLETVEZETŐK”

- Tudatos egészségmegőrző
- Rendszeresen jár szűrésekre
- Felsőfokú végzettségűek felülreprezentáltak és a budapestiek!

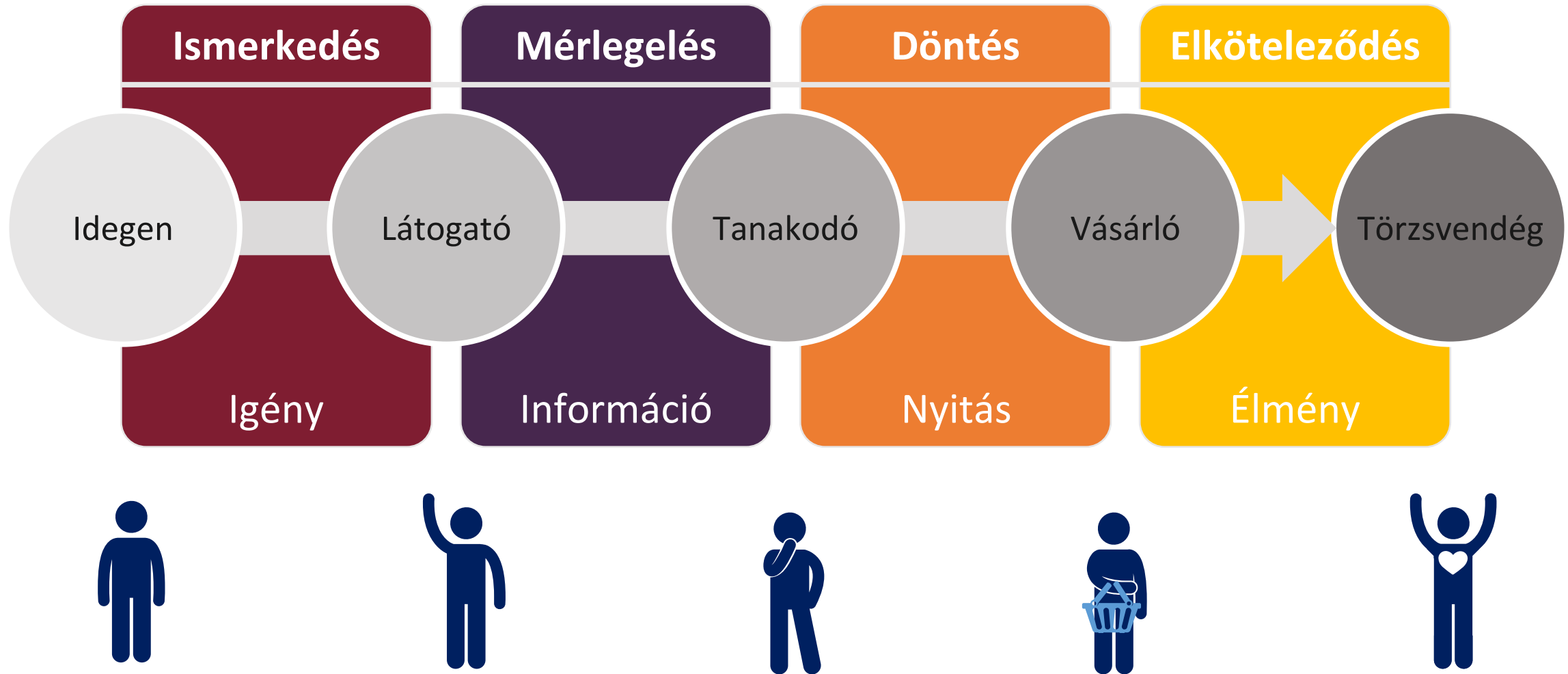
ATTITÚDÖK

Idén egy kvalitatív kutatás során a 6-ból 4 szegmens részletes **viselkedési mintázatának, elvárásainak, elakadásainak** megértését tűztük ki célul, kifejezetten OTC termékek vásárlása kapcsán.

OTC ÉS ÉLMÉNY???

Nézzük meg, hogy mennyiben **speciális az OTC vásárlói élmény** a többi fogyasztói úttal összehasonlítva. Mert nagyon más!

FOGYASZTÓI FELFEDEZŐÚT (CONSUMER JOURNEY)



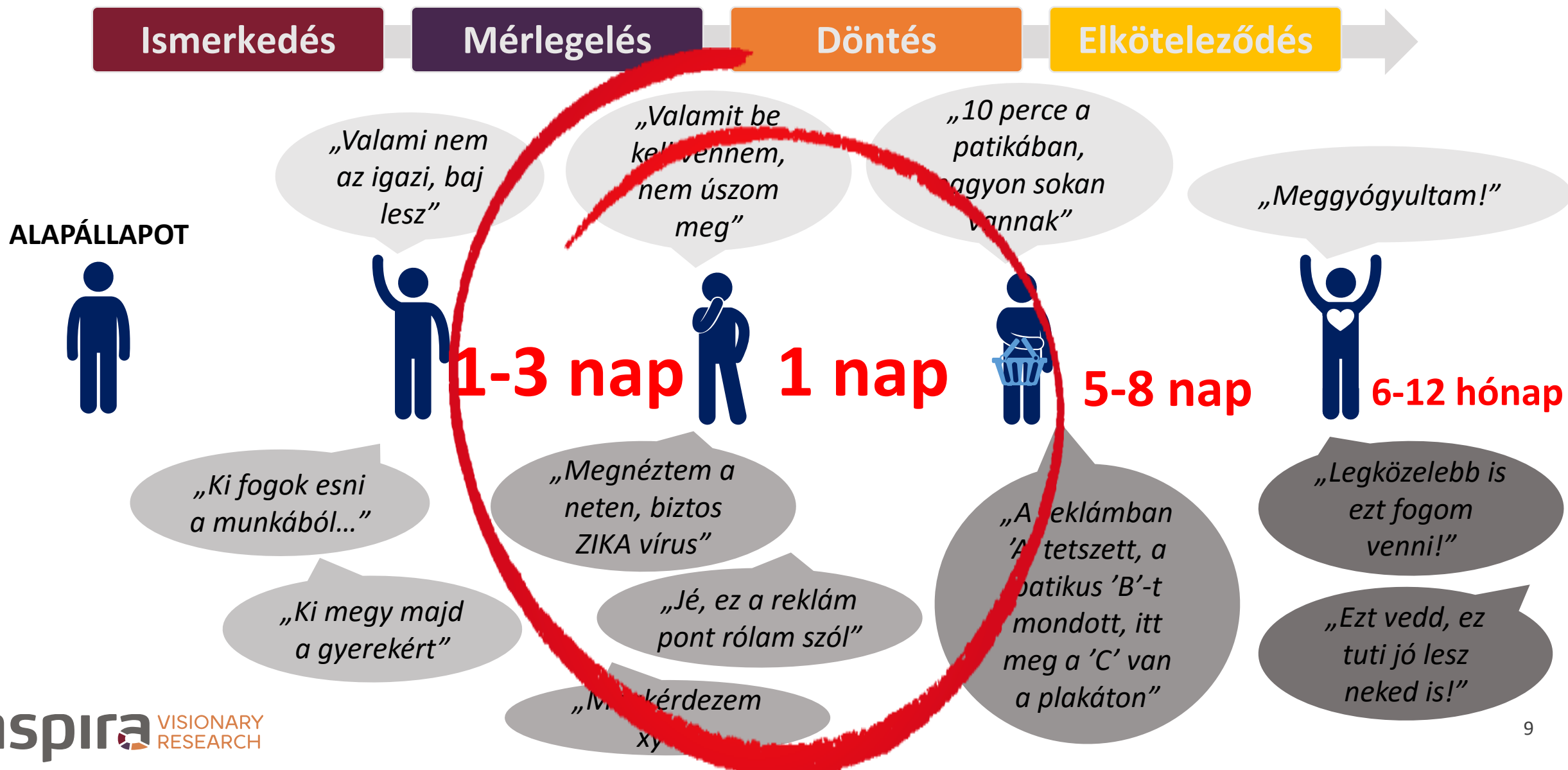
Elköteleződés



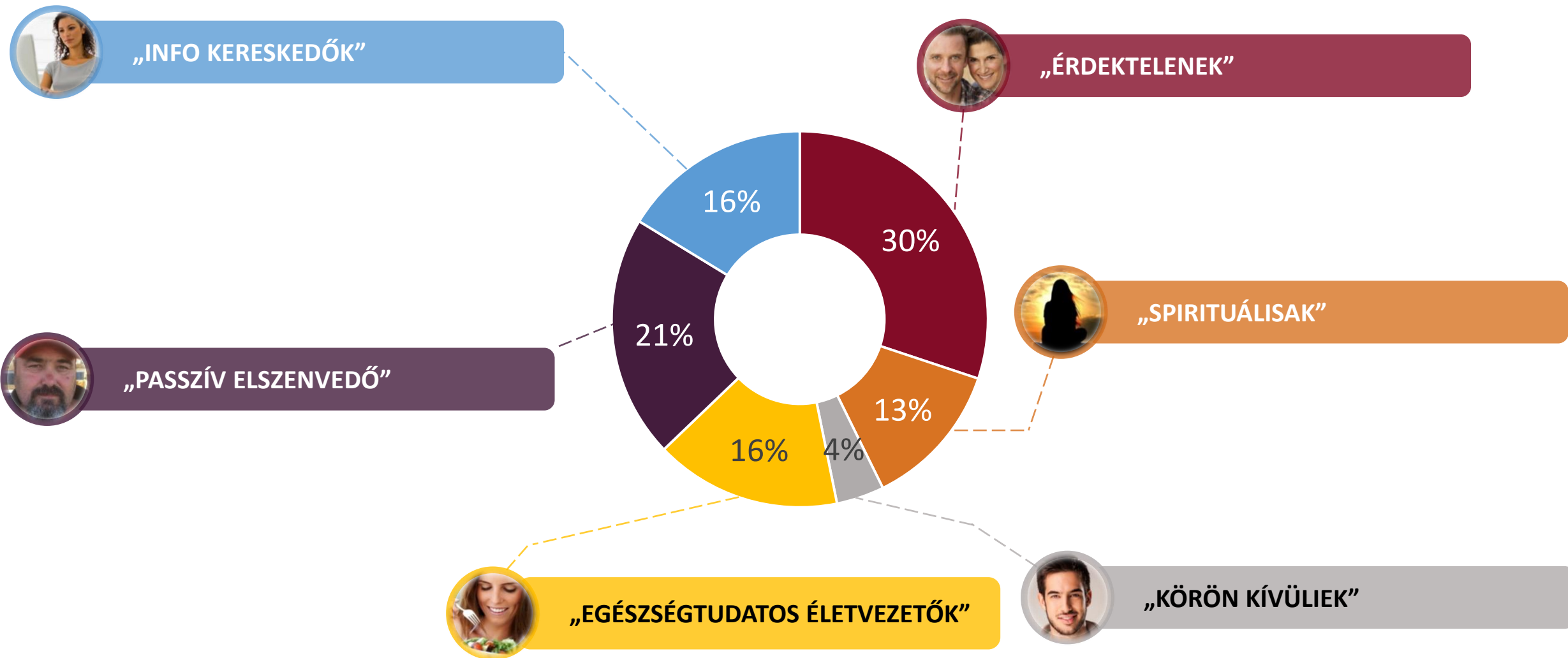
VÁSÁRLÓI ÉLMÉNY A KÜLÖNBÖZŐ FOGYASZTÁSI KATEGÓRIÁKBAN



AZ OTC FELFEDEZŐÚT



A VIZSGÁLT SZEGMENSEK





„ÉRDEKTELENEK”

Ismerkedés

- „Figyelek az egészségemre, de...”
- „Információ, de csak ami érint”
- „Néha hazaviszem a patikából a magazint”
- „A csapból is gyógyszerreklám folyik”

Mérlegelés

- „Ha valami érdekel, akkor beírom a keresőbe, de nem töltök ezzel túl sok időt”
- „Vannak régi, kipróbált márkáim, ezeket keresem”
- „Ha nem muszáj, nem megyek orvoshoz”

Döntés

- „A megszokott patikába szeretek járni”
- „Kérem a márkámat, aztán megyek, főleg ha sokan vannak”
- „5-ből 4-szer tudom, mit fogok venni”
- „Nem szeretem a polcos patikát”

Elköteleződés

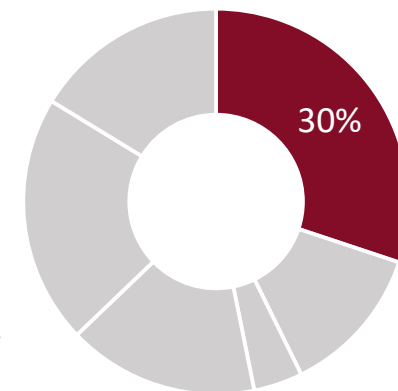
- Rutinszerű újravásárlás
 - Nem élménykeresők
 - Nehezen felrázhatók
 - Magas ingerküszöb
 - Inkább inercia, mint hűség

Mentális állapot a patikában:
ugrásra kész macska



Patikai élmény számára:

- gyors kiszolgálás
- rendezett környezet
- diszkréció a vásárlásnál
- van tér, nem zsúfolt





„SPIRITUÁLISAK”

Ismerkedés

- „A megelőzés, az egészséges életmód mindennek a nyitja”
- „Odafigyelek magamra, tudom, mikor mi a jó nekem vagy a családomnak”
- „Rendszeres táplálkozás, mozgás, levegő, alvás”

Mérlegelés

- „Első lépés mindig a természetes gyógymód”
- „Sokszor kikérem mások véleményét, tudom, hogy melyik oldalakon keressem az infót”
- „Meg szoktam nézni a hatóanyagokat, összetevőket”

Döntés

- „Nem annyira szeretem a patikákat, inkább a bioboltba járok”
- „A vitamint a megelőzéshez néha a patikában veszem”
- „Őszintén szólva nem vagyok biztos abban, hogy a patikusok nem érdekből tukmálnak”

Elköteleződés

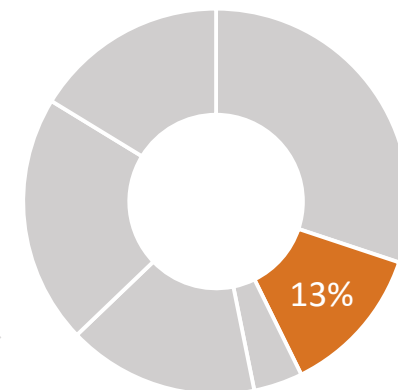
- Rizikókerülő attitűd:
 - alacsony kompetencia OTC kapcsán
 - gyakran kétely, félelem
- Gyógyszerész szerepe:
 - reaktív ajánlás
 - megerősítés, megnyugtató

Mentális állapot a patikában:
nyúl



Patikai élmény számára:

- barátságos személyzet
- sok faanyag, növények
- illatok
- világos, szellős, tisztaság



„EGÉSZSÉGTUDATOS ÉLETVEZETŐK”



Ismerkedés

- „Fontos számomra az egészségem, próbálok úgy élni, hogy megmaradjon”
- „Ha olyan a problémám, akkor inkább a szakorvosra hagyatkozom”
- „Rendszeresen sportolok, járok szűrésre”

Mérlegelés

- „Egészségügyi portálokon szoktam megnézni, hogy mit írnak a betegséggel kapcsolatban”
- „Jó a viszonyom az orvosommal, az ő szava számít a legtöbbet nekem”
- „Időközönként elviszem a patika-újságot, és otthon elolvasom”

Döntés

- „A bevált márkák mellett az orvos vagy néhány gyógyszerész ajánlása néha érdekes lehet”
- „Azokat a gyógyszerészeket szeretem, akik pikk-pakk szakszerű választ adnak a kérdéseimre”
- „Ismerős patikába jobban szeretek járni”

Elköteleződés

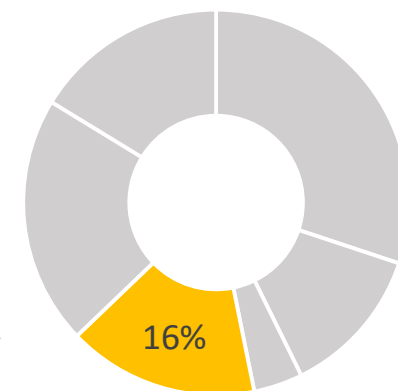
- Céltudatos, de nyitott vásárló
- Gyógyszerész szerepe:
 - aktív ajánlás
 - tájékoztatás, informálás – lényegre törően
 - „consideration pool” bővítése

Mentális állapot a patikában:
bagoly



Patikai élmény számára:

- áttekinthető kínálat
- felkészült személyzet
- széles portfólió
- kiegészítő szolgáltatások





„INFO KERESKEDŐK”

Ismerkedés

- „Gyakran olvasok blogokat, fórumokat egészségügyi témában”
- „Ha van konkrét problémám, akkor több forrásból próbálok utánanézni”
- „Fontos az egészségmegőrzés, és hogy képben legyünk, ha baj van”

Mérlegelés

- „Meg szoktuk beszélni, hogy kinek mi vált be”
- „Ki szokták kérni a kollégák az én véleményemet is”
- „Több oldalon meg szoktam nézni az infót és ha nem ismerem az oldalt, akkor a kommentek alapján döntöm el, hogy melyiknek hiszek”

Döntés

- „Van több márká a fejemben, a patikában döntöm el, hogy melyiket veszem”
- „Figyelem, hogy van-e valami újdonság”
- „A patikust meg szoktam kérdezni, hogy van-e valami új szer erre a panaszra”

Elköteleződés

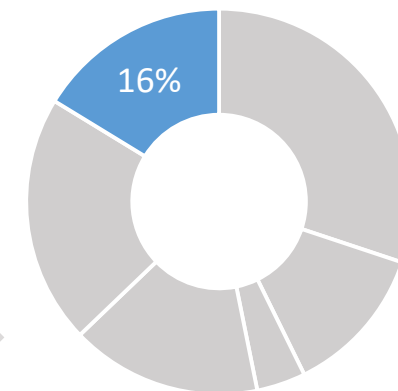
- Nyitott, alternatíva-, újdonság-kereső vásárló
- Gyógyszerész szerepe:
 - reaktív ajánlás
 - információéhség kielégítése (beszélgetés)

Mentális állapot a patikában:
szurikáta

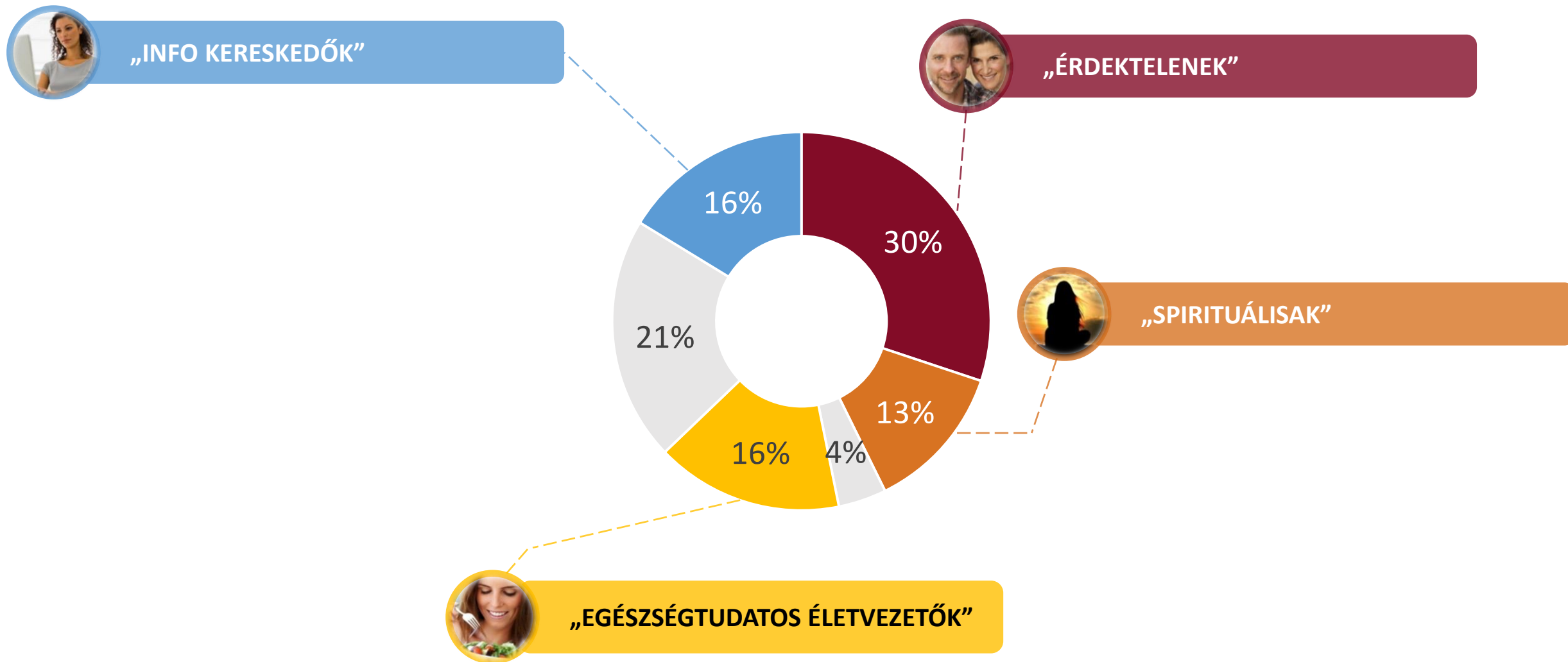


Patikai élmény számára:

- segítőkész személyzet
- ráérős, beszélgetős légkör
- magazin, törzskártya
- infodisplay, TV, POS



A FOGYASZTÓK HANGJA



ABONYI ZSOLT

HEALTHCARE ACCOUNT DIRECTOR

ZSOLT.ABONYI@INSPIRA.HU

+ 36 70 338 34 31

BAGI REA

SENIOR RESEARCH EXPERT

REA.BAGI@INSPIRAPARTNER.HU

+ 36 70 389 75 47



INSPIRA RESEARCH KFT.

1061 BUDAPEST
ANKER KÖZ 2-4.

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!