

VÁSÁROLNAK-E A FÉRFIAK...

...vagy kiszolgálják őket?

Bacher János

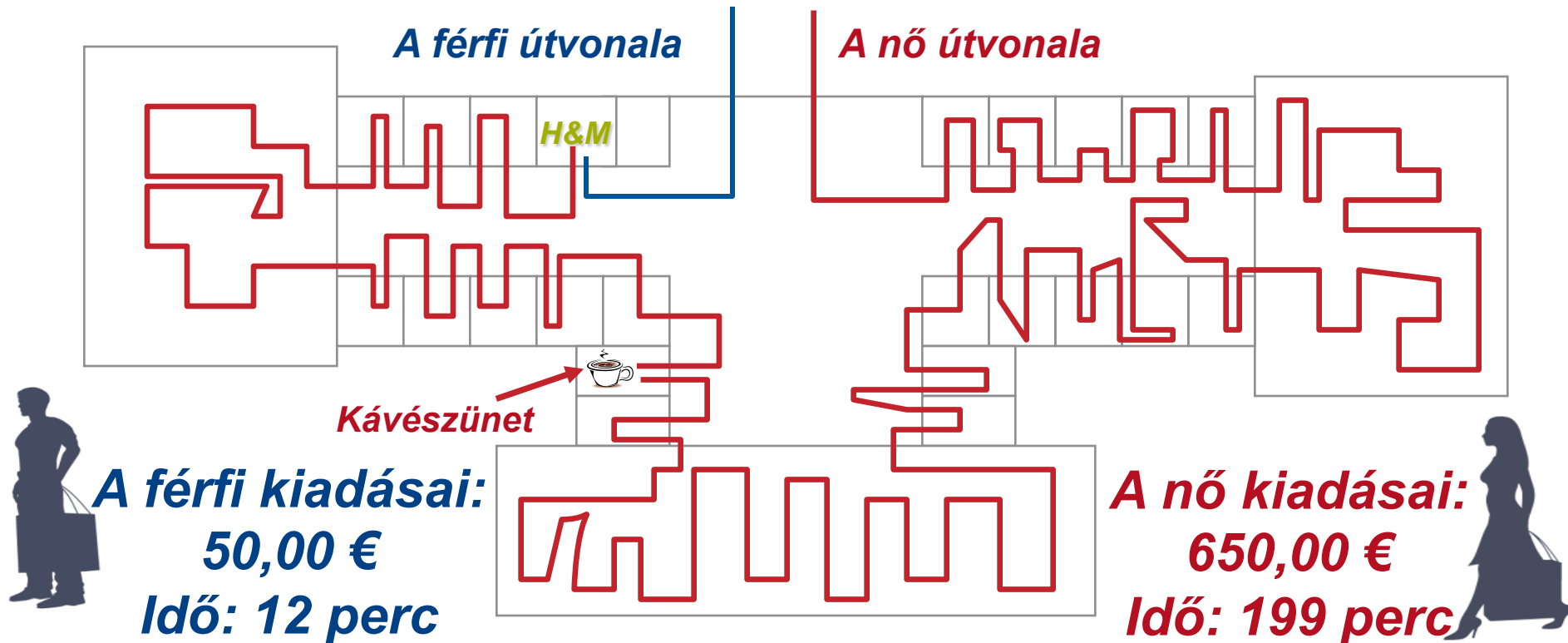
GfK Hungária, ügyfélkapcsolati igazgató

A férfi és nő közötti különbség



Feladat:

„Menj el a H&M-be és vásárolj egy nadrágot!”



Végül ki költ többet?



Hogyan számol egy naiv férfi:

- A férfi kiadásai: 50 € 😊

- A nő kiadásai: 650 € 😞

És egy nő?

- A férfi fajlagos kiadásai percenként: 4,16 € 😞
- A nő fajlagos kiadásai percenként: 3,26 € 😊

Következtetés:

Ha a nő ugyanolyan pazarló módon bánná a pénzzel, mint a férfi, akkor ő 828 €-t költött volna el.

Ilyen módon tehát a nő valójában MEGTAKARÍTOTT egy csomó pénzt, és vehet magának még egy pár cipőt is.



Napi fogyasztási cikk vásárlás

Napi fogyasztási cikk vásárlás



FÉRFIAK



A HÁZTARTÁSFŐ JELEN VANA BEVÁSÁRLÁSNÁL:

24,3%

2280 Ft-ot

KÖLT ÁTLAGOSAN

NŐK



A HÁZIASSZONY JELEN VAN A BEVÁSÁRLÁSNÁL

81,3%

2446 Ft-ot

KÖLT ÁTLAGOSAN

Napi fogyasztási cikk vásárlás - főbevásárlók



FÉRFIAK – az összes főbevásárló 5%-a



BEVÁSÁRLÁSOK SZÁMA ÉVENTE: **223**

ÁTLAGOS KOSÁRMÉRET: **2327 Ft**

NŐK – az összes főbevásárló 95%-a



BEVÁSÁRLÁSOK SZÁMA ÉVENTE: **198**

ÁTLAGOS KOSÁRMÉRET: **2503 Ft**

FÉRFI TERMÉKEK ÁTLAGÁRA



FÉRFI TUSFÜRDŐ ÁTLAGÁRA (FT/L) **1637**

FÉRFI SAMPON ÁTLAGÁRA (FT/L) **2032**

NŐI TERMÉKEK ÁTLAGÁRA



NŐI TUSFÜRDŐ ÁTLAGÁRA (FT/L) **1387**

NŐI SAMPON ÁTLAGÁRA (FT/L) **1992**

Akkor hol vásárolnak a férfiak?

Vásárlási attitűdök



FÉRFIAK



Fontos, hogy márkás
terméket vásároljak

+8%

Minden újdonságot
szeretek kipróbálni

+8%

Szeretek olyan
márkákat vásárolni,
amit nem mindenki
engedhet meg magának

+4%

NŐK



Általában
bevásárlólistával járok
vásárolni

+22%

Általában odafigyelek,
hogy mi akciós és úgy
intézem a vásárlásokat

+14%

Számomra a vásárlás
egyben szórakozás is

+16%

Szerintem a diszkontokban
ugyanolyan jó minőségű
termékeket lehet venni,
mint a drágább boltokban

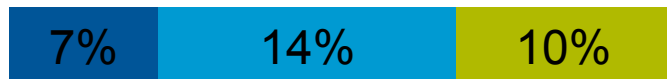
+14%

Az értékek az adott állítással egyetértők arányában mért különbséget mutatják a két nem között.

Forrás: Digital Connected Consumer 2013., Bázis: 15-59 éves, legalább hetente internetezők

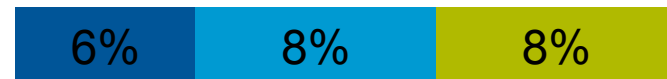
© GfK 2013 | Vásárolnak-e a férfiak? | 2013. november 6. – Kreatív konferencia

FÉRFIAK – 31% vásárol legalább havonta



■ hetente többször ■ hetente, havonta többször ■ havonta

NŐK – 24% vásárol legalább havonta

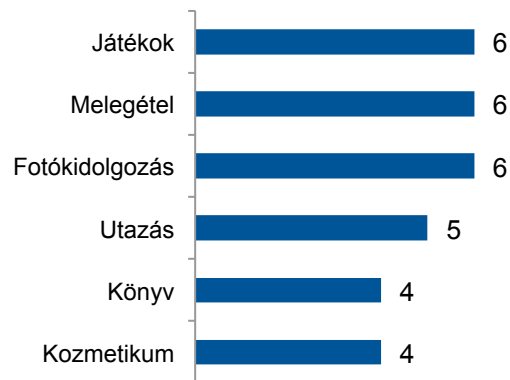


■ hetente többször ■ hetente, havonta többször ■ havonta

FÉRFIAK – inkább neten vásárolják*



NŐK – inkább neten vásárolják*



*Különbség azon férfiak és nők arányában, akik az adott termékcsoportot már inkább az interneten keresztül vásárolják (százalékpontban).

Azaz a férfiak körében 15 százalékponttal magasabb azoknak az aránya, akik a szórakoztató elektronikai termékeket már inkább interneten vásárolják és nem hagyományos csatornákon, mint ugyanez az arány a nők körében.

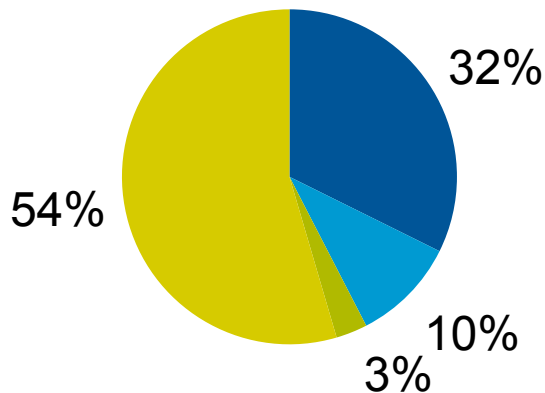
Forrás: Digital Connected Consumer 2013., Bázis: 15-59 éves, legalább hetente internetezők

© GfK 2013 | Vásárolnak-e a férfiak? | 2013. november 6. – Kreatív konferencia

Rendszerint ki szokott az Önök háztartásában a személygépkocsijukba tankolni?



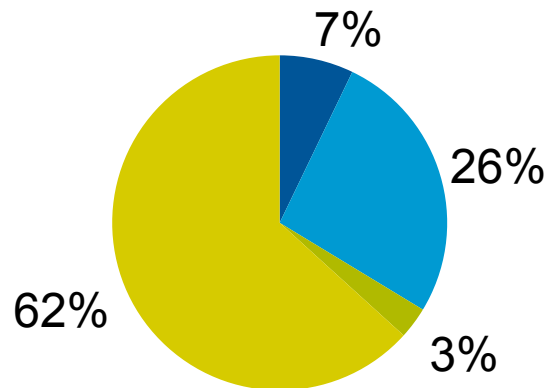
FÉRFIAK



Gyakran jár autóval vásárolni

38%

NŐK



24%

■ Saját maga tankol ■ Más tankol ■ Változó ■ Nem szokott tankolni

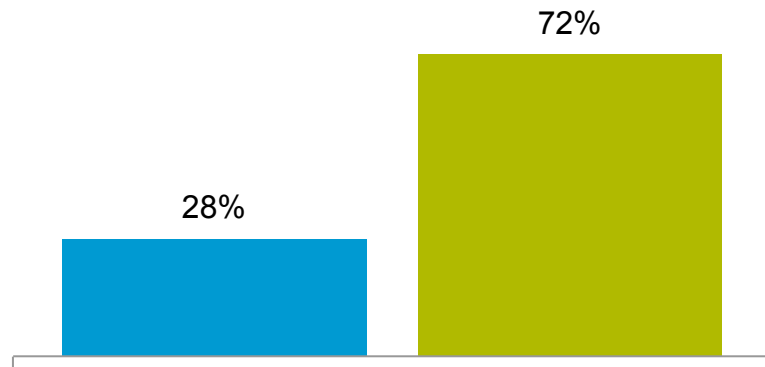
Legalább havonta szokott a benzinkutak shop-jában vásárolni

FÉRFIAK – 8 százaléka



■ Csak tankoláskor

NŐK – 4 százaléka

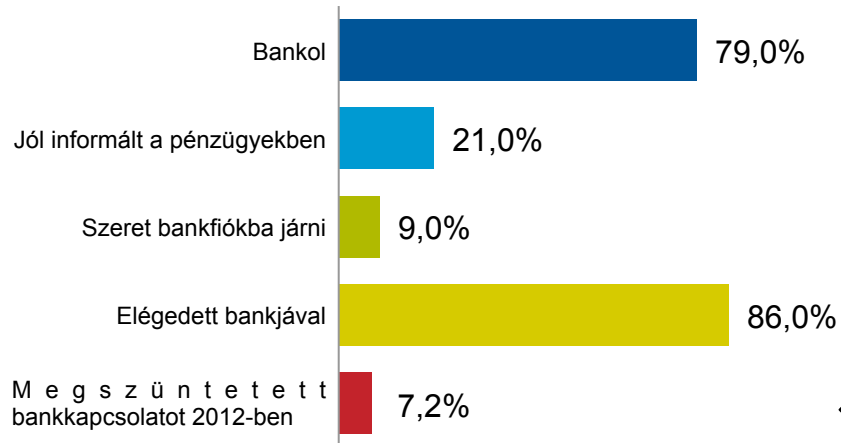


■ Nem csak tankoláskor

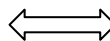
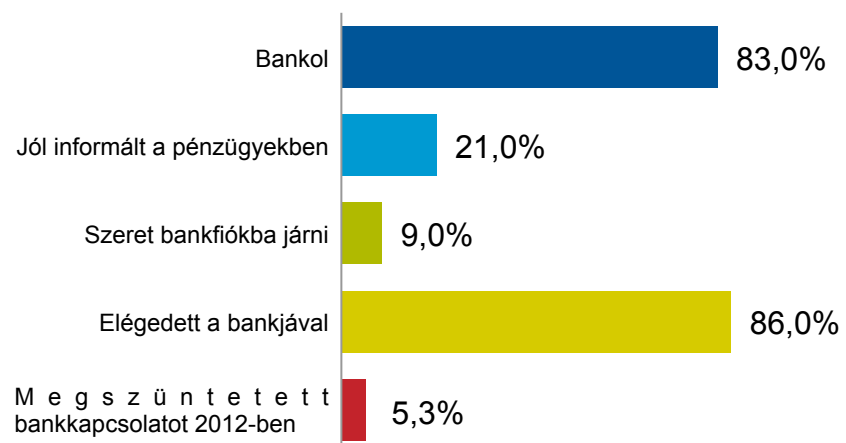
És miből fizetik?

Pénzügyi ismeretek

FÉRFIAK – bruttó 255.000 Ft*



NŐK – bruttó 210.500 Ft*



A hasán keresztül...

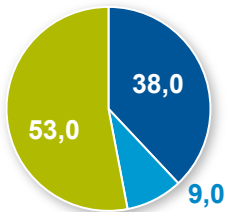
Férfias szokások

Dohányzás*

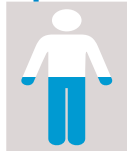


47%

- Rendszeresen
- Alkalmanként
- Soha

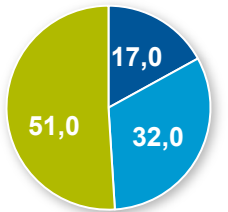


Sport



49%

- Rendszeresen
- Alkalmanként
- Soha

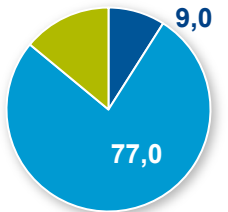


Alkohol*



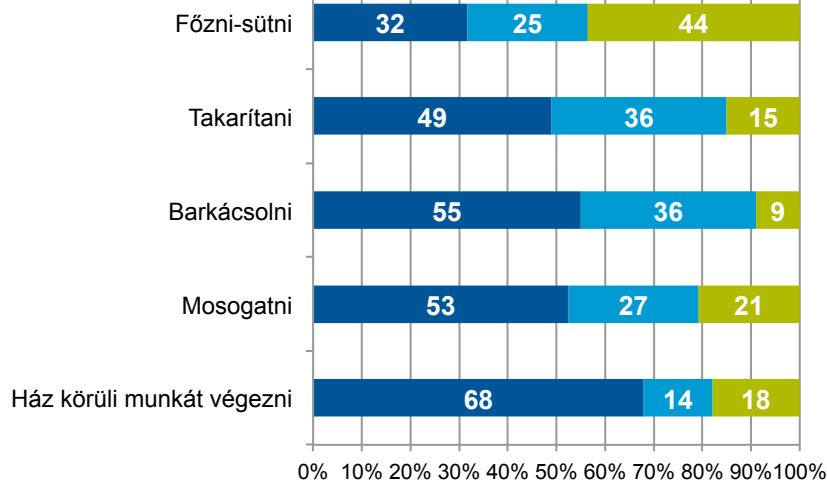
86%

- Rendszeresen
- Alkalmanként
- Soha



Házimunka

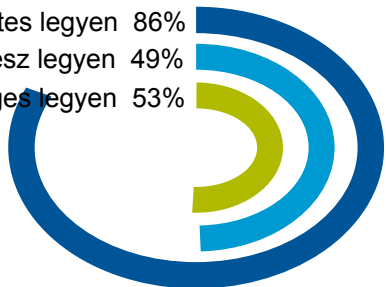
- Rendszeresen
- Havonta vagy ritkábban
- Soha



A férfiak étkezési szokásai

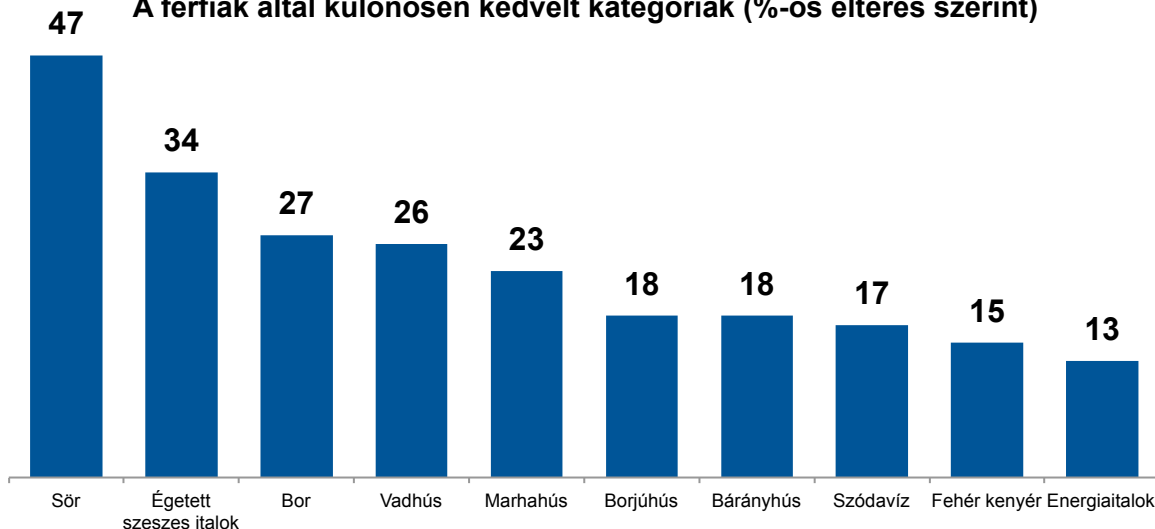
Szempontok az ételválasztásnál

Ízletes legyen 86%
Hamar kész legyen 49%
Egészséges legyen 53%



A férfiak számára a legfontosabb tényező egy ételnél az, hogy az ízletes legyen. A férfiak 49%-a a második legfontosabb szempontnak szavazta meg a gyors elkészülési időt, míg 53%-uk egyértelműen utolsónak sorolta az egészséges összetevőket.

A férfiak által különösen kedvelt kategóriák (%-os eltérés szerint)



A két nem közötti legnagyobb kedveltségi és fogyasztásbeli eltérések

Kedvencek kedvence

Sztárok Indexe

Az adott sztár kedveltségére vonatkozó osztályzatok 100-as skálára történő extrapolálásával képzett mutatószám (234 sztár vizsgálata alapján).



FÉRFIAK

1	Hadházi László	80,05
2	Kovács András Péter	78,13
3	Rudolf Péter	77,65
4	Bruce Willis	77,43
5	Bodrogi Gyula	76,62
6	Will Smith	76,58
..	..	...
229	Molnár (Nagy Ő) Anikó	27,21
230	Rubint Réka	25,49
231	Hajdú Péter	22,63
232	Schobert Norbi	21,78
233	Zámbó Krisztián	18,28
234	Gáspár Győzike	16,02



NŐK

1	Gundel Takács Gábor	79,29
2	Sandra Bullock	78,25
3	Adam Sandler	76,36
4	Will Smith	75,87
5	Bodrogi Gyula	74,98
6	Kovács András Péter	74,61
..	..	...
229		29,67
230	Schobert Norbi	28,87
231	Hajdú Péter	26,10
232	Molnár (Nagy Ő) Anikó	21,80
233	Zámbó Krisztián	21,27
234	Gáspár Győzike	15,58

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!