

Пазаруване безкрай: Светът на шопингхолика



Ara Ad Forum

16 Февруари 2005, София

Agenda

- **Колко са шопингхолиците у нас**
- **Какви по-хомогенни групи се открояват сред тях**
- **Образът на мъжа, който намира удоволствие в пазаруването**

Близо милион и двеста хиляди са шопинг-холиците у нас

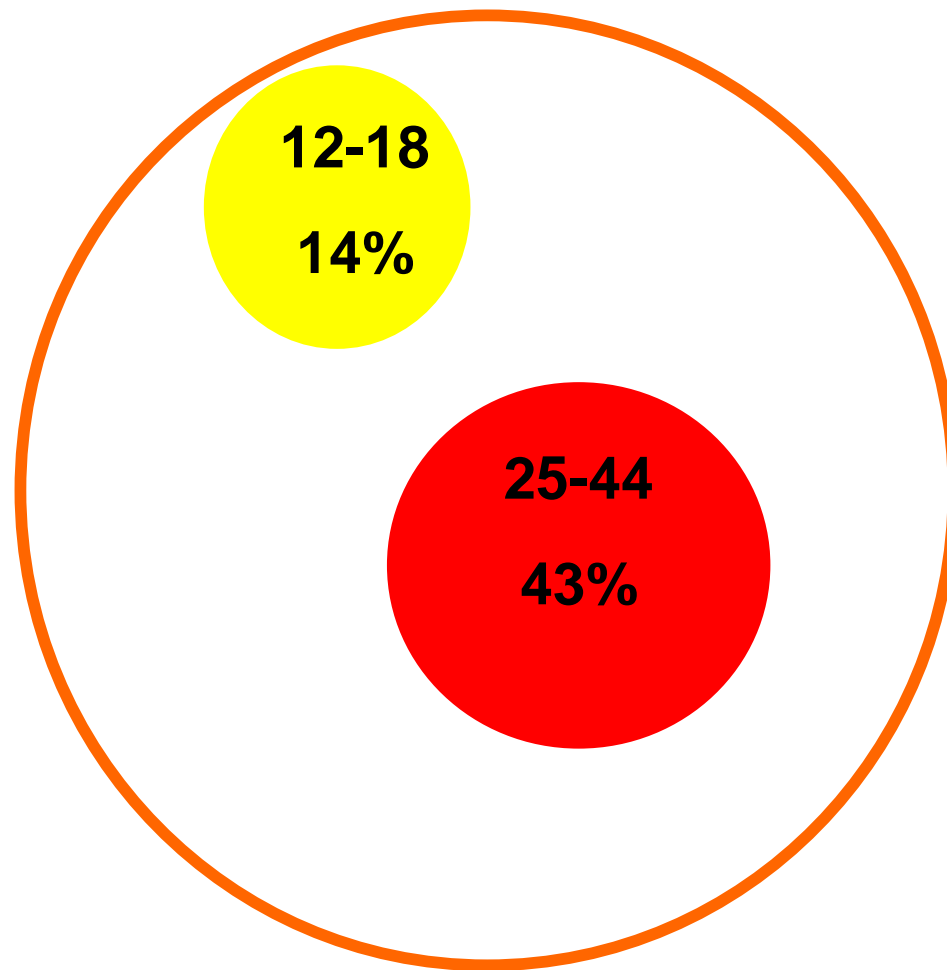
**Пазаруването е
удоволствие**

**Купуват повече от
планираното**

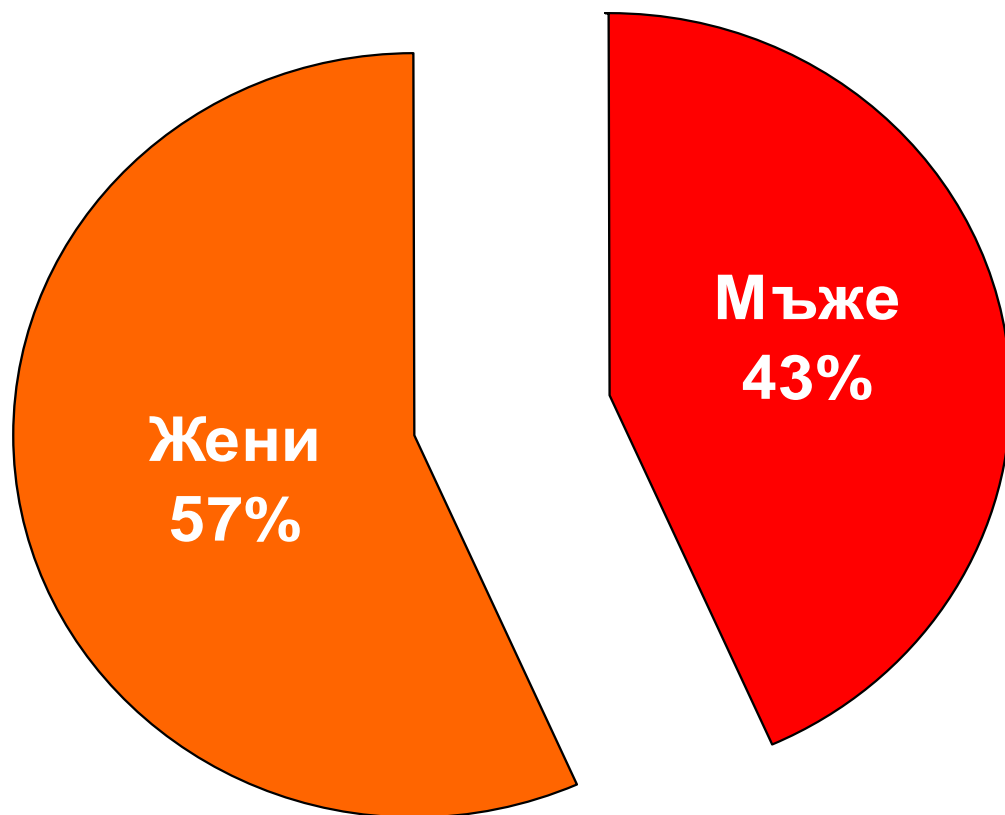
**Повече харчат,
отколкото спестяват**

**Купуват на кредит
вместо да чакат да
съберат пари**

Близо милион и двеста хиляди са шопингхолиците у нас



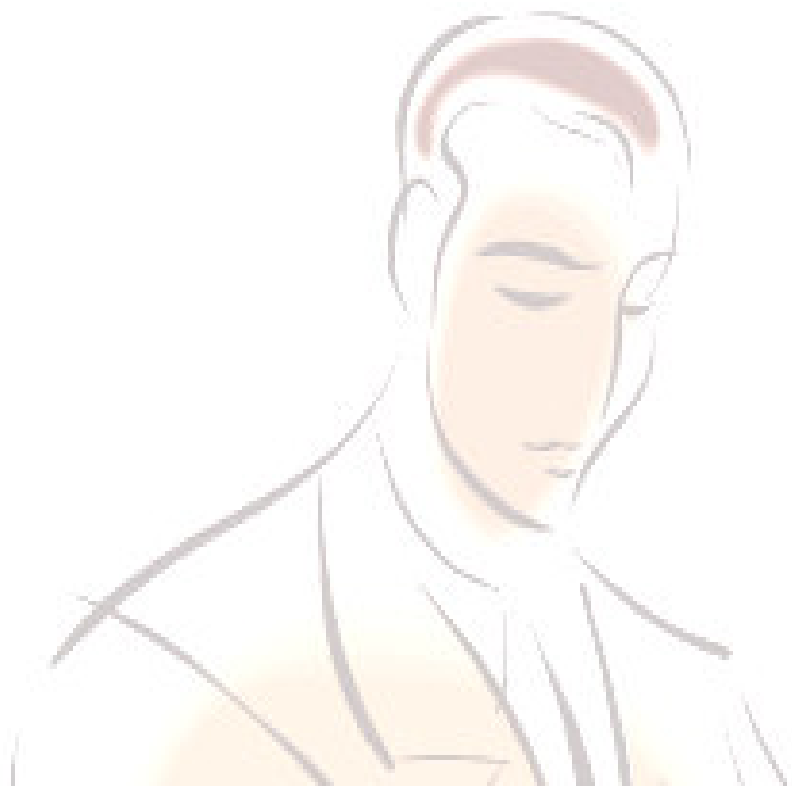
“Пазаруването не е вече само женска територия”



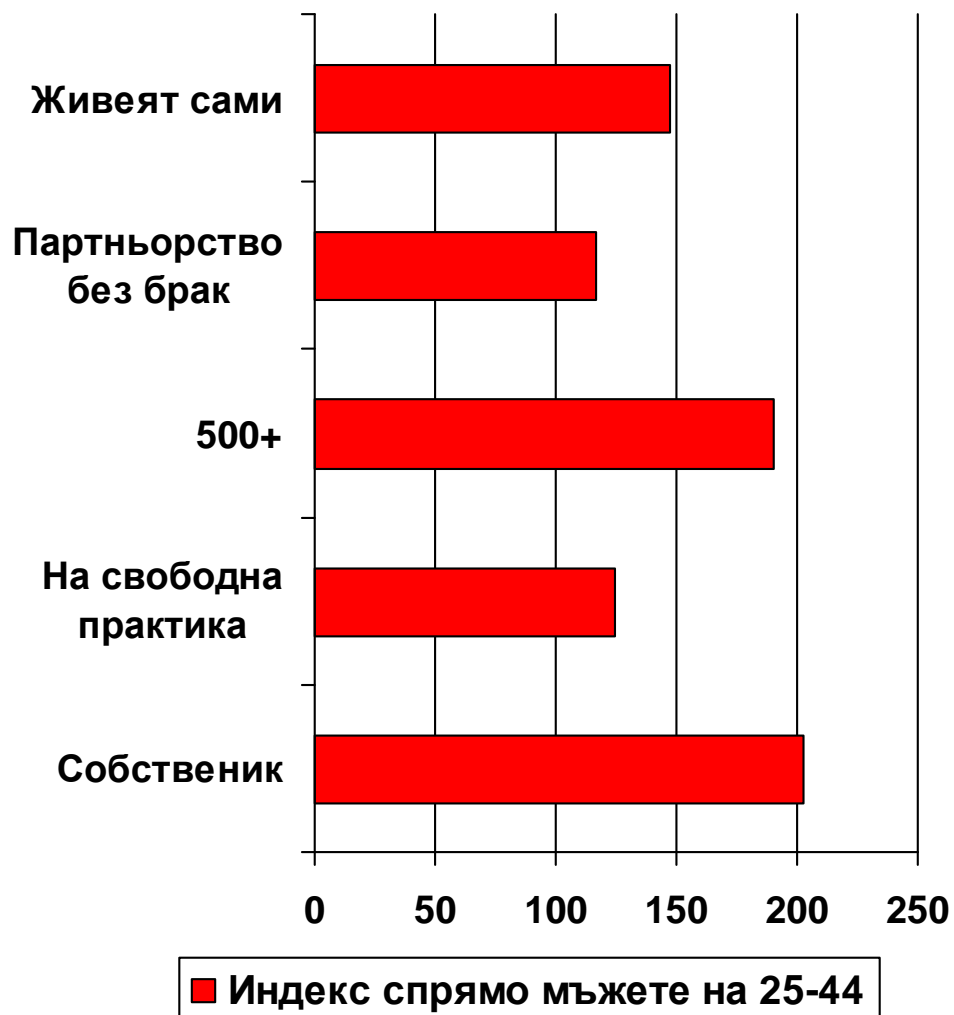
- Сред шопинг-холиците на 25-44 години мъжете са добре представена група

Портретът на мъжа на 25-44 години, който пазарува с удоволствие

- От сто мъже
 - 83 работят
 - ✓ 16 имат собствен бизнес
 - 49 са женени и 9 живеят в партньорство без брак
 - 53 живеят в собствен апартамент, 34 в собствена къща
 - 34 имат компютър в дома си
 - 29 имат постоянен интернет достъп, от които 13 и вкъщи и на работа



Какво отличава шопингхолика от мъжете на тази възраст



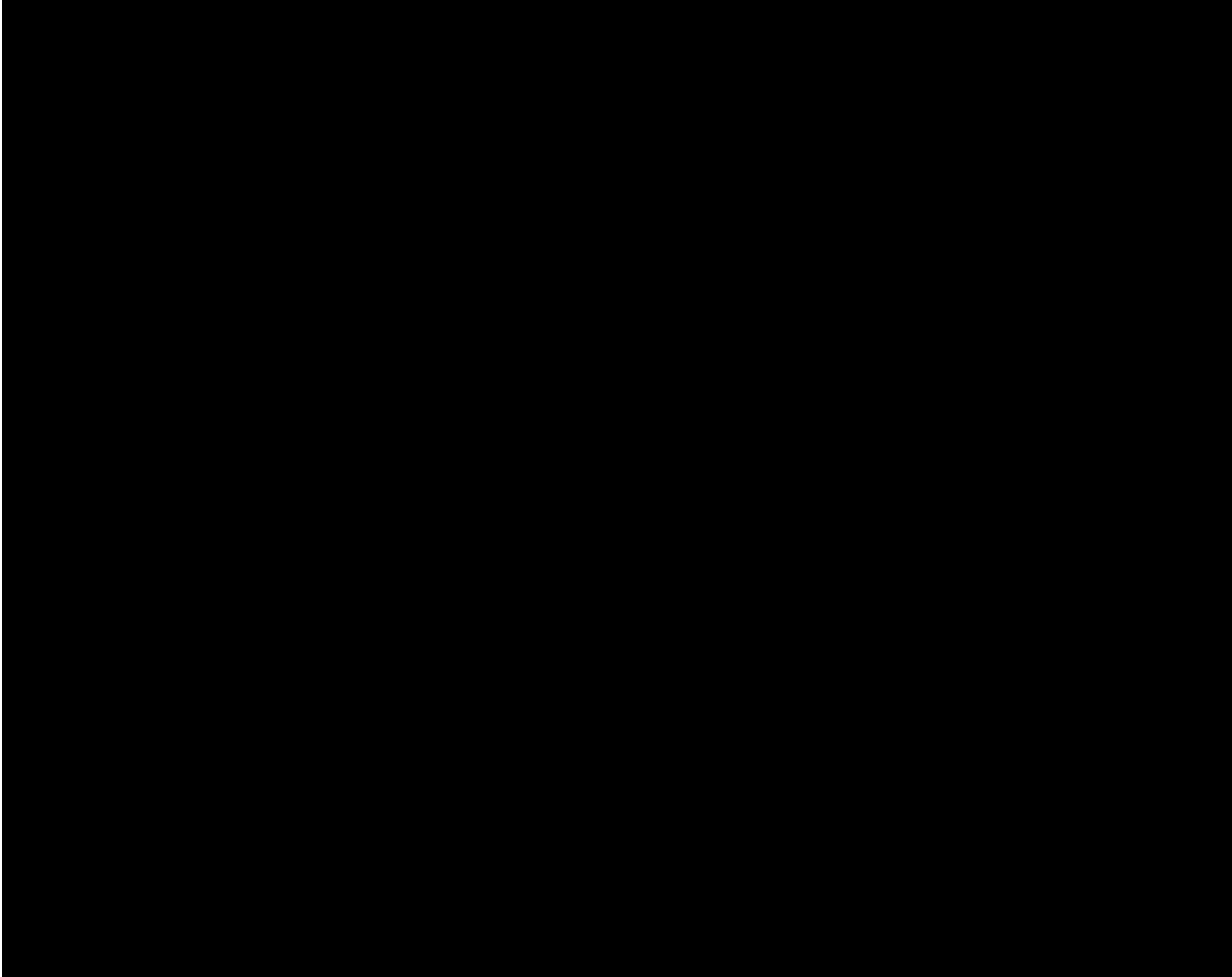
- Мъжете шопингхолици на 25-44 години
 - със собствен бизнес
 - с доходи над 500 лева чисто на месец

са два пъти повече от средното за мъжете на тази възраст

Акцентите са различни при мъжете и жените шопингхолици на 25-44 години

- **Сред мъжете**
 - Две трети са 25-34 годишни
 - Има концентрация на собственици на бизнес
 - По-силно са представени хората със средни и високи доходи
 - Има известна концентрация на живеещите сами
 - Притежаващите компютър и интернет са с една трета повече от средното за мъжете в тази възраст
- **Сред жените**
 - 24-35 и 35-44 са еднакъв брой
 - Има по-голяма концентрация на неработещи, особено домакини
 - Няма различие по доходи
 - Все още неомъжените, но живеещите с партньор се срещат повече
 - Няма особени специфики в притежаването на компютър и постоянния интернет достъп

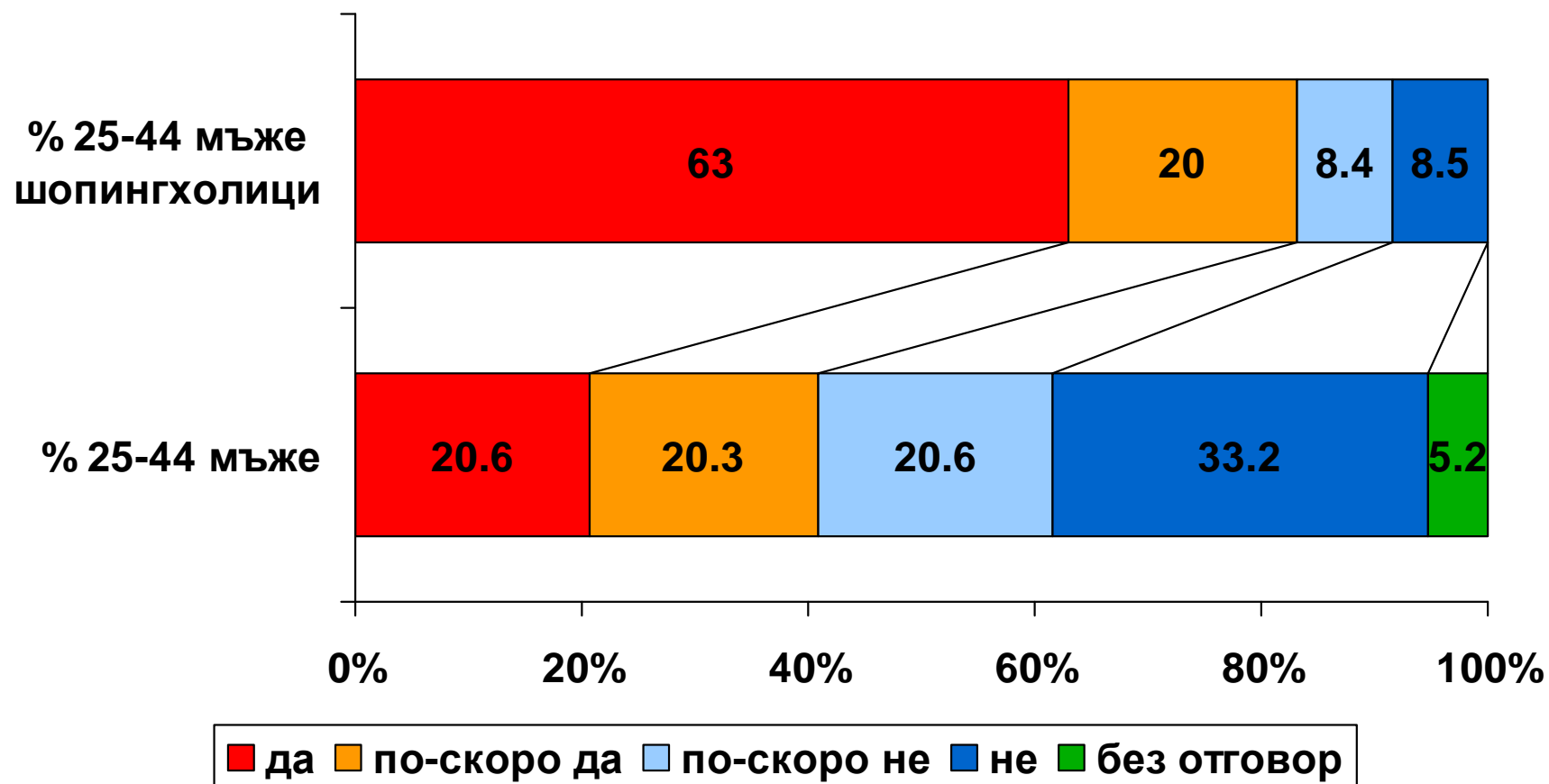
- **Появява се нова група млади мъже, постигнали сравнително добър стандарт на живот, които намират удоволствие в пазаруването**



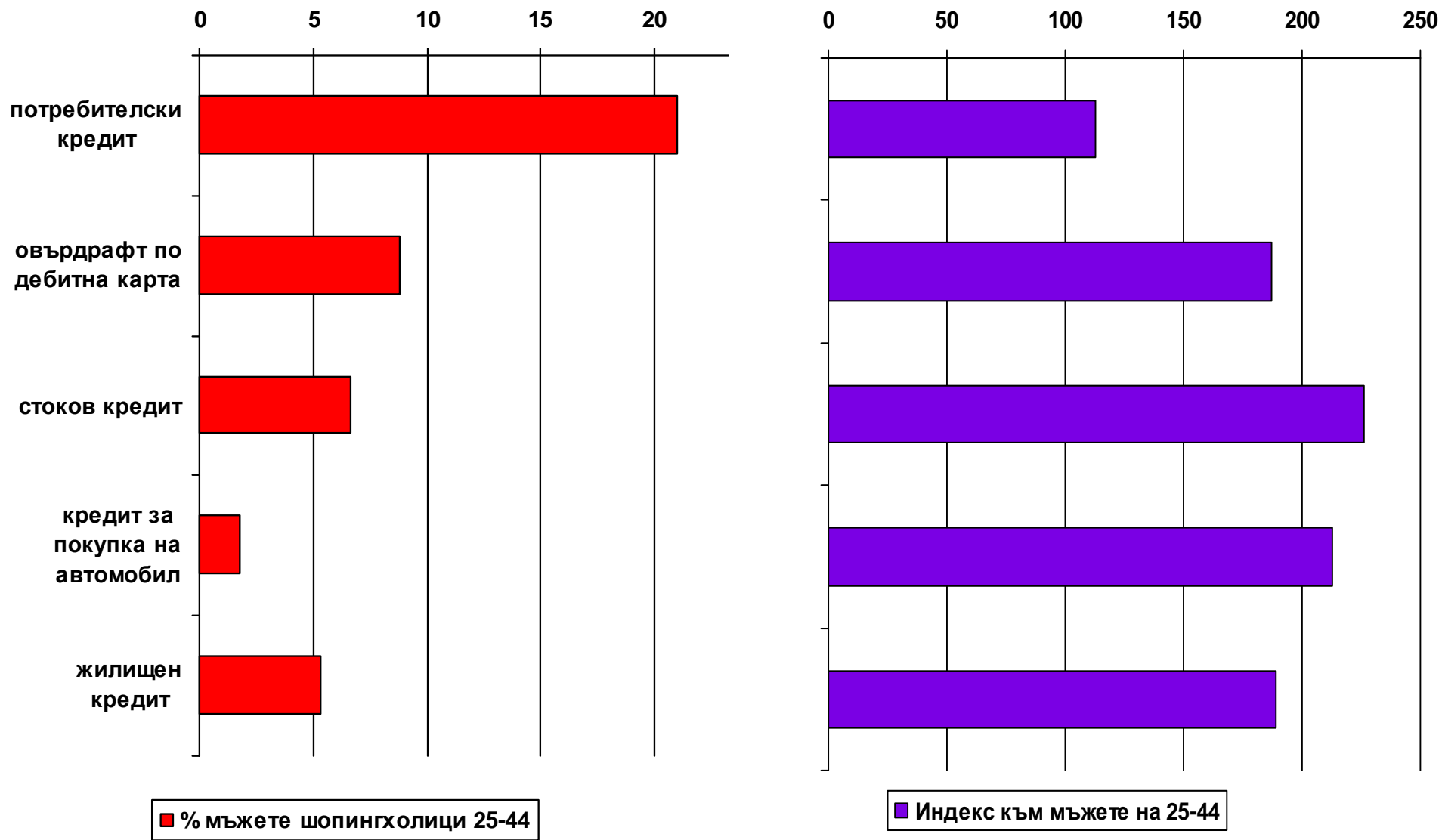
Как избират какво да купят

Без колебание 2/3 биха купили на кредит

Ако наистина искам да си купя нещо, ще го взема на кредит или със заем вместо да чакам да събера пари

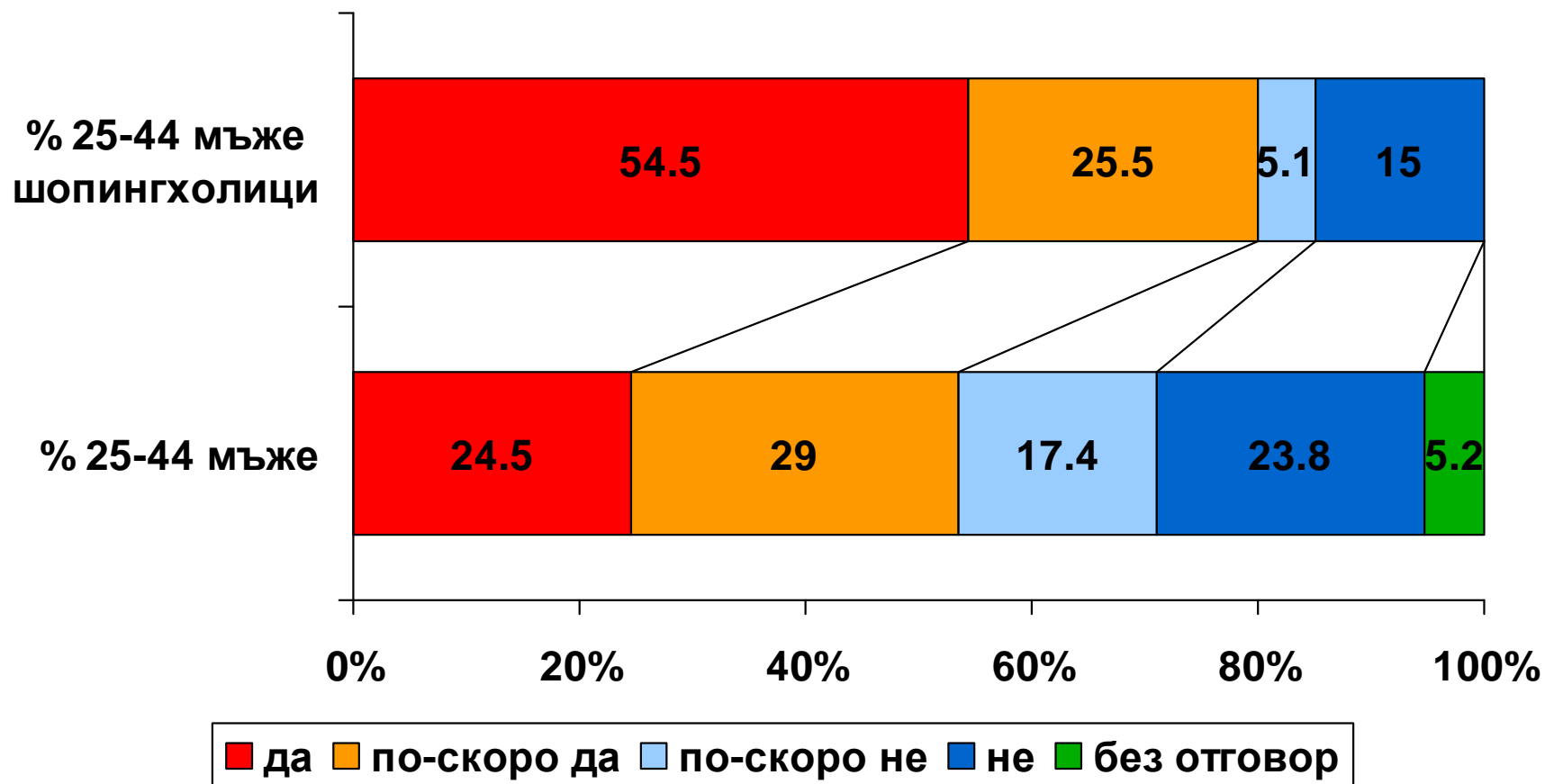


26 процента от тях вече са финансирали желаното с кредит



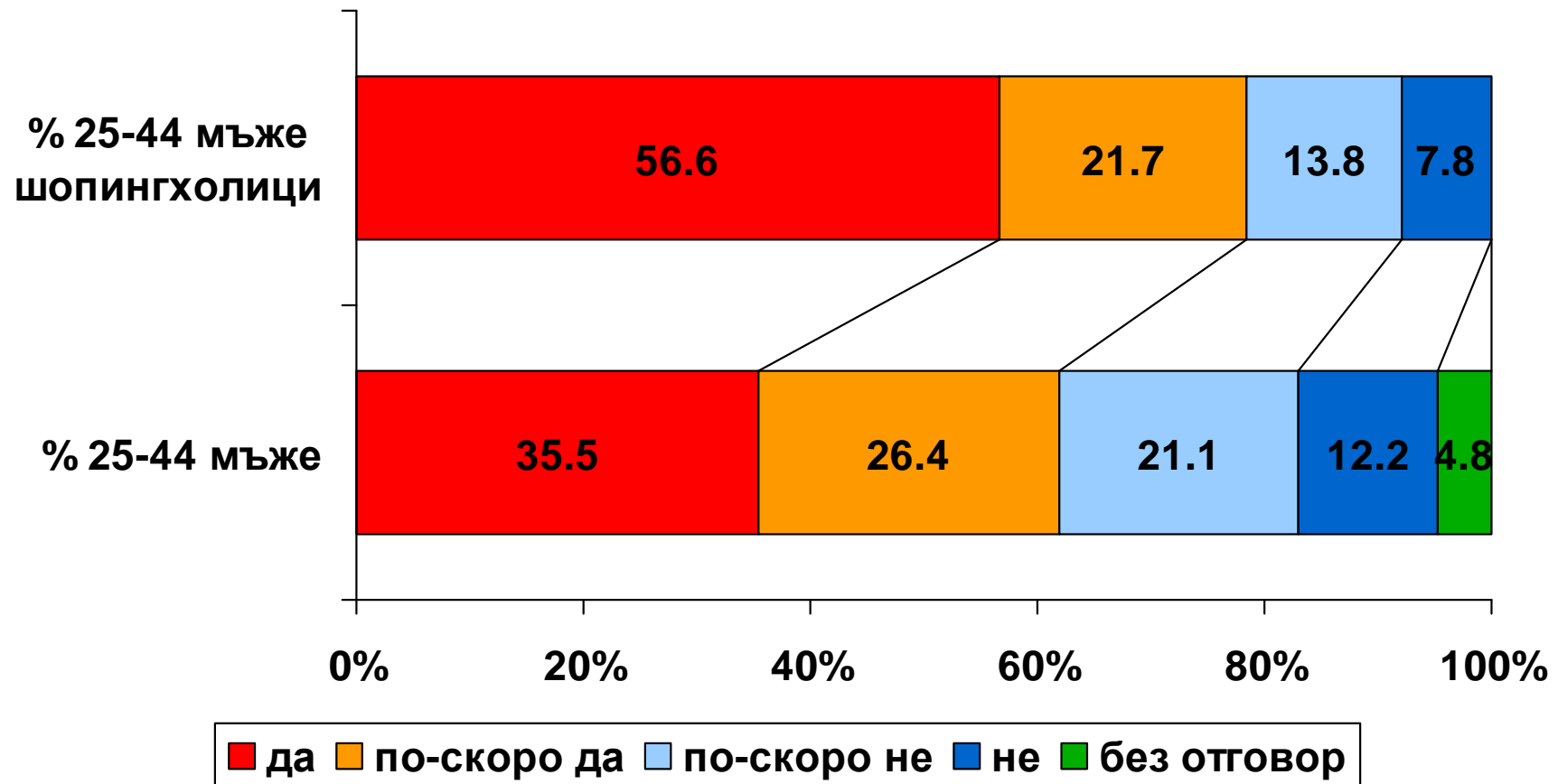
Знаят цените

Знам цените на повечето от продуктите, които редовно купувам



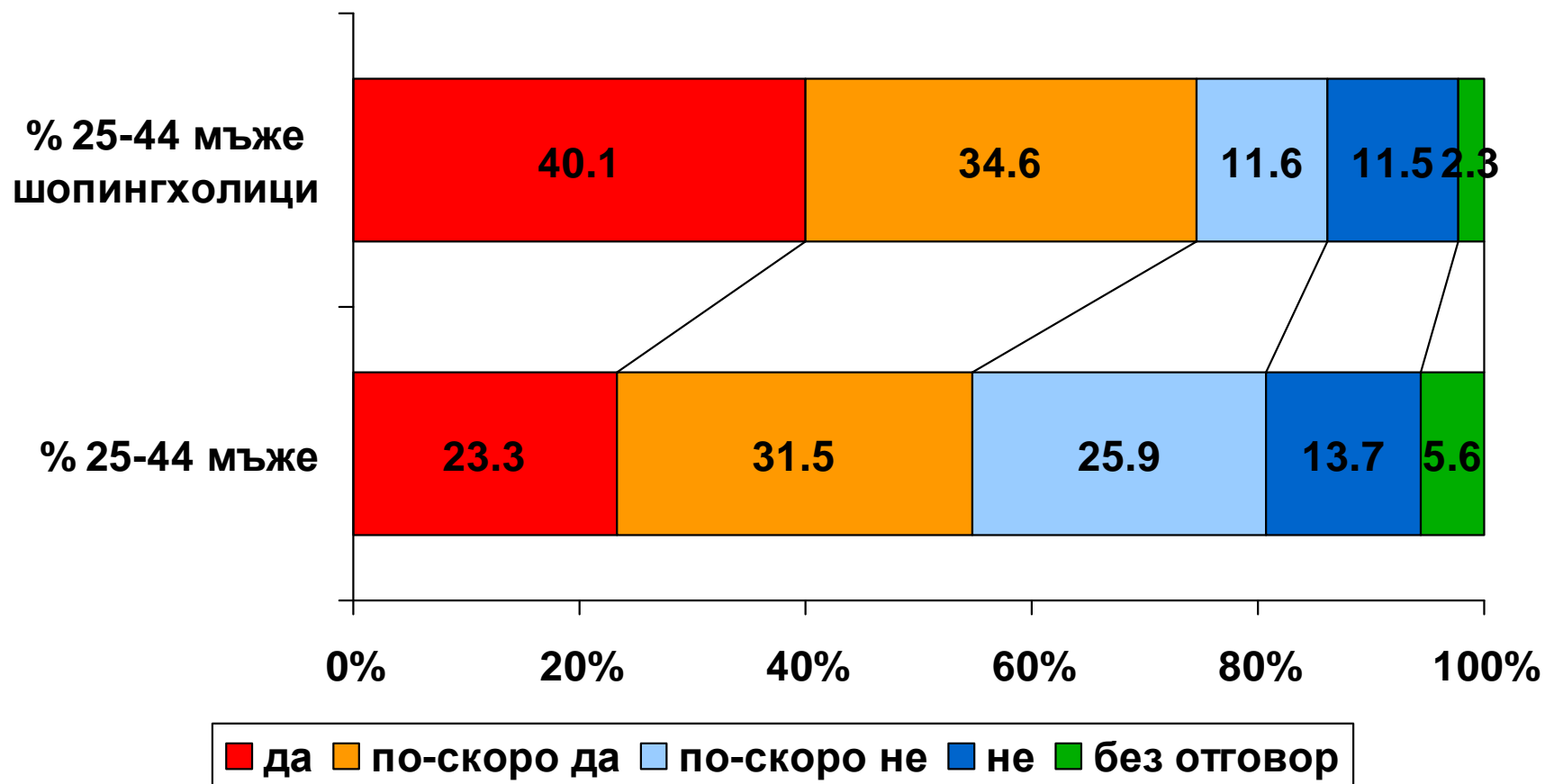
И проучват какво има на пазара

Обичам първо да проуча какво се предлага, преди да избира какво да купя



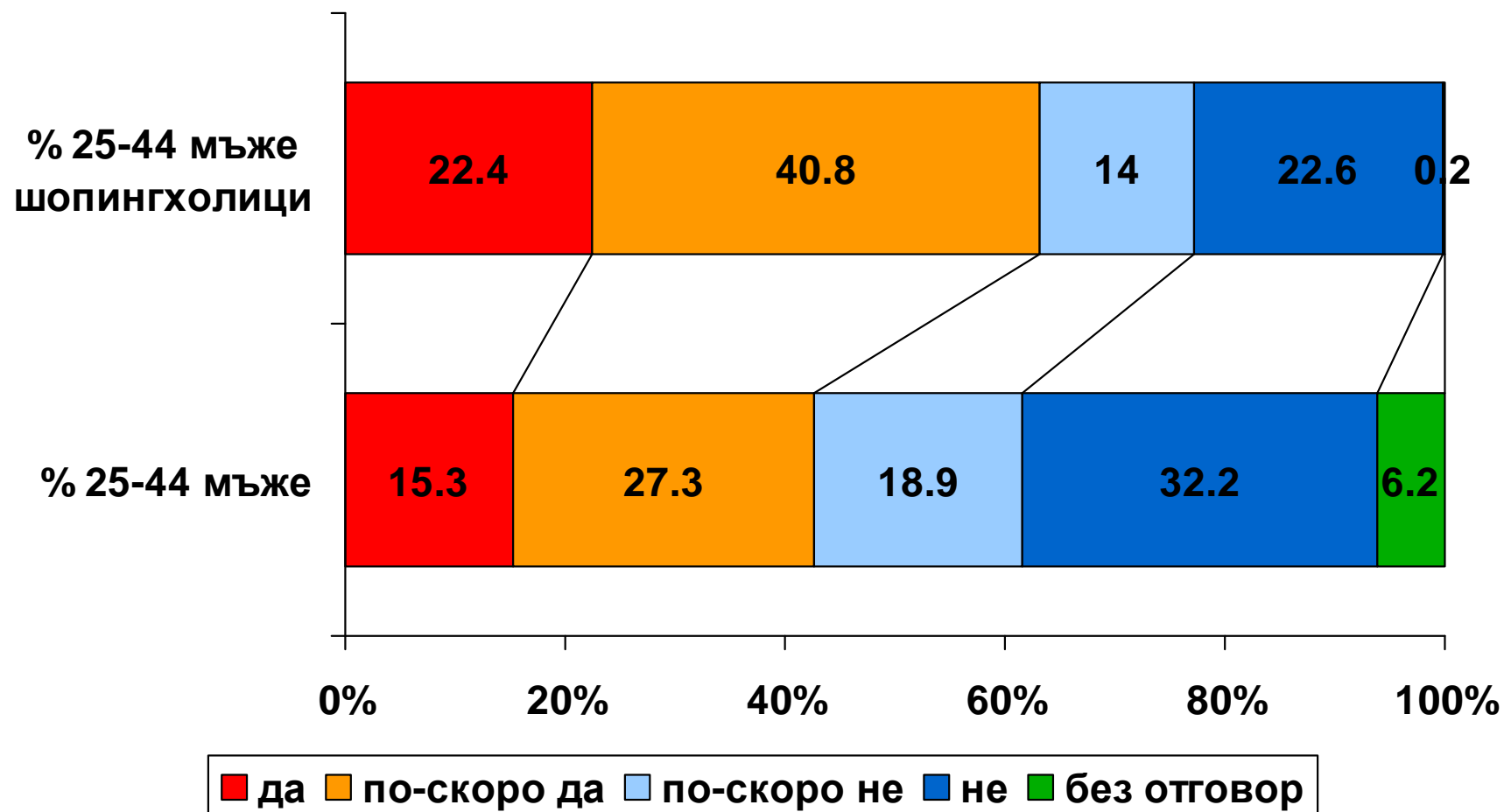
Харесва им да пробват новите марки

Харесва ми разнообразието на марки, обичам да пробвам нови марки



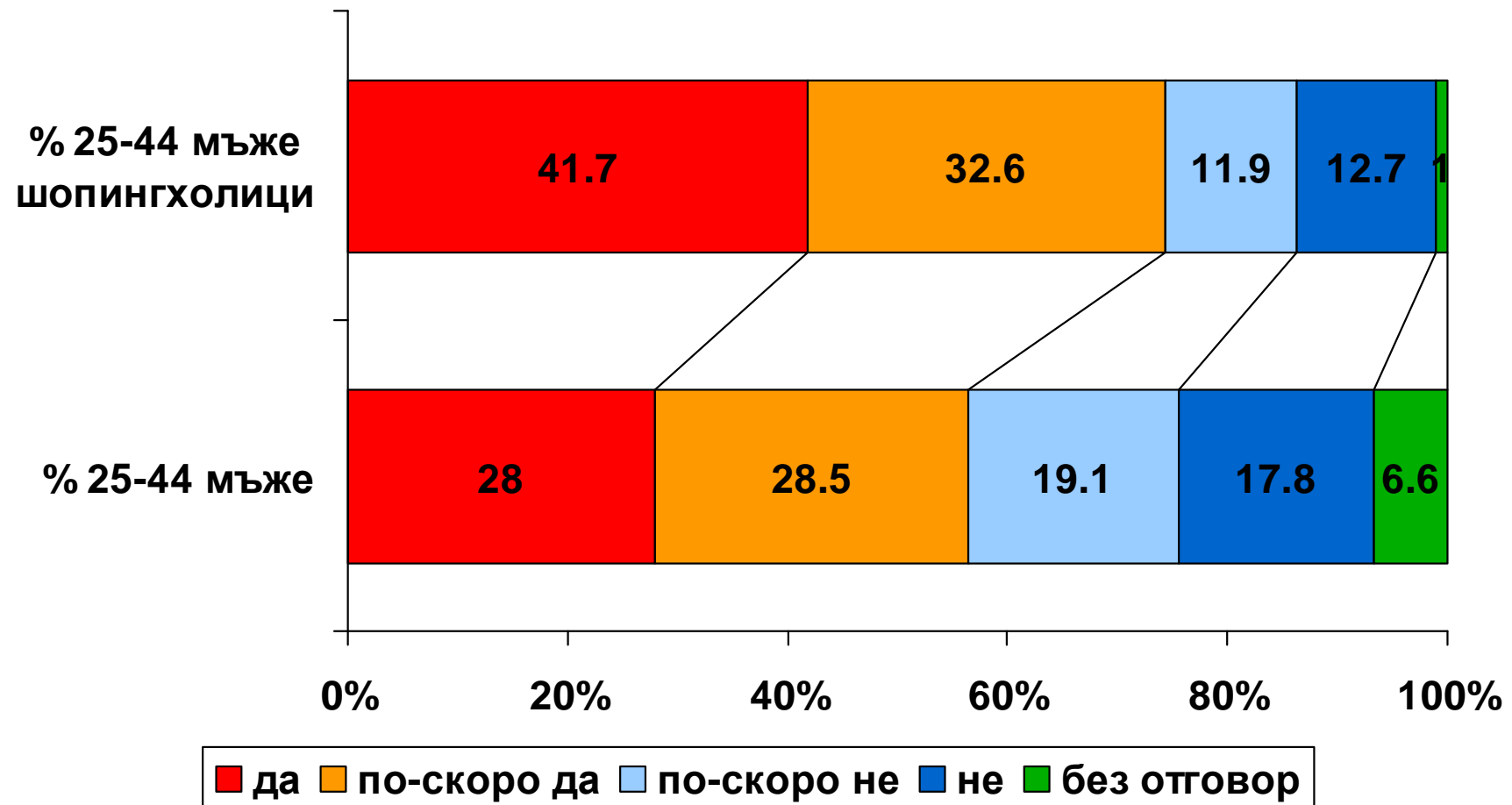
Промоциите не са чак толкова важни

Обичам да участвам в промоции



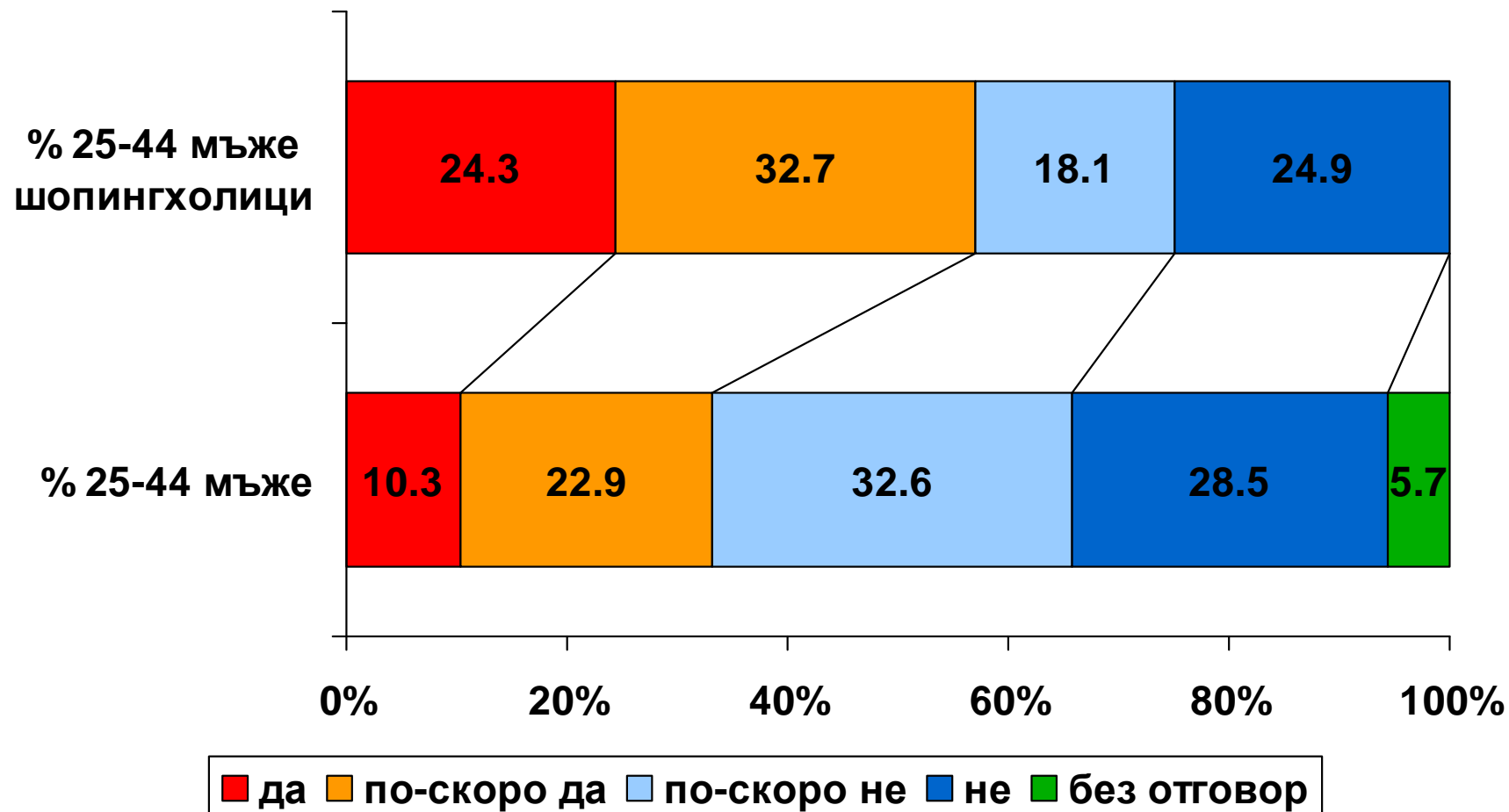
Казват, че съзнателно не се влияят от рекламите

Не се влияят от рекламите, когато избират какво да си купят



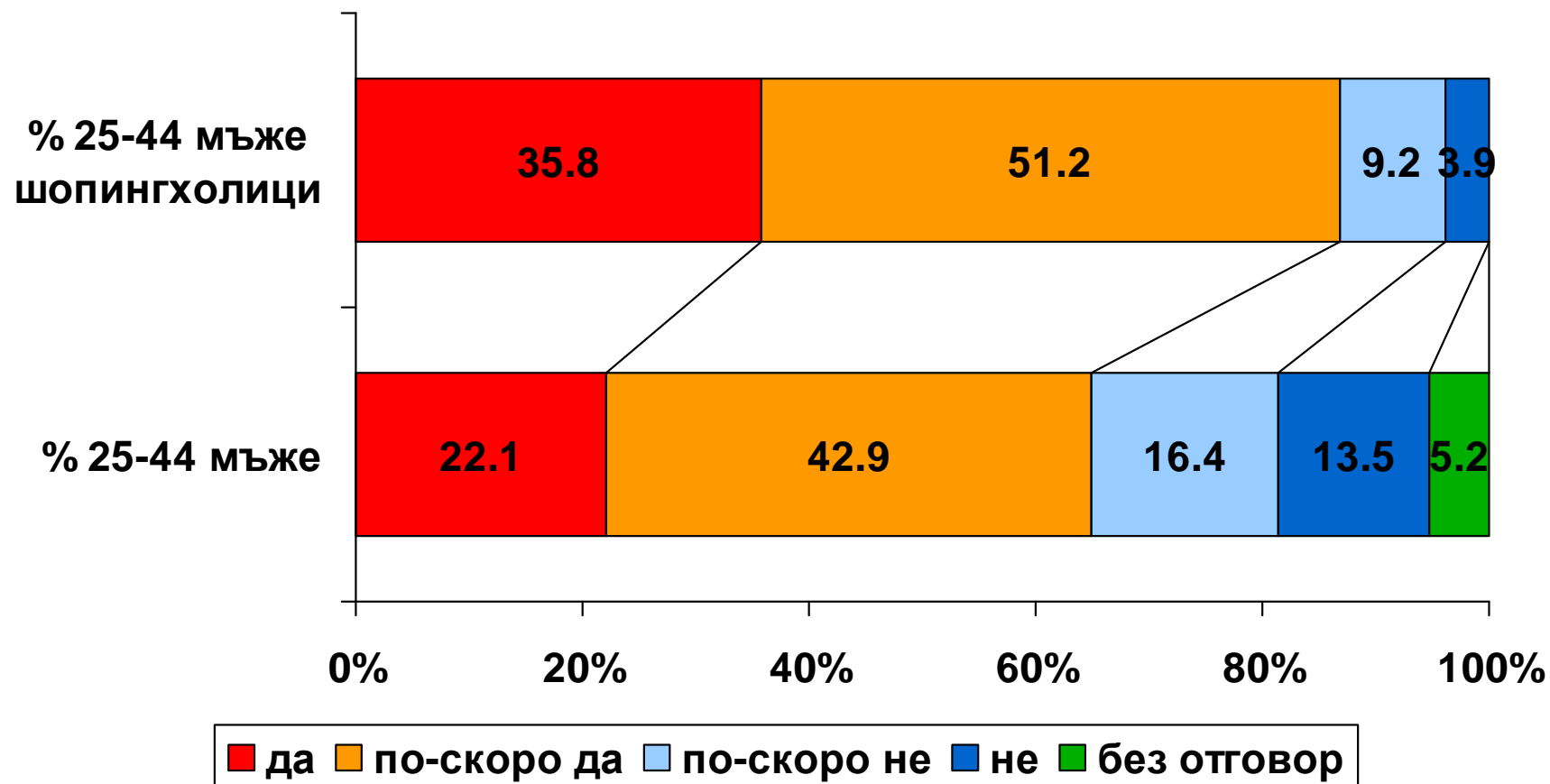
Но над половината от тях смятат, че рекламите са забавни

Рекламите са забавни



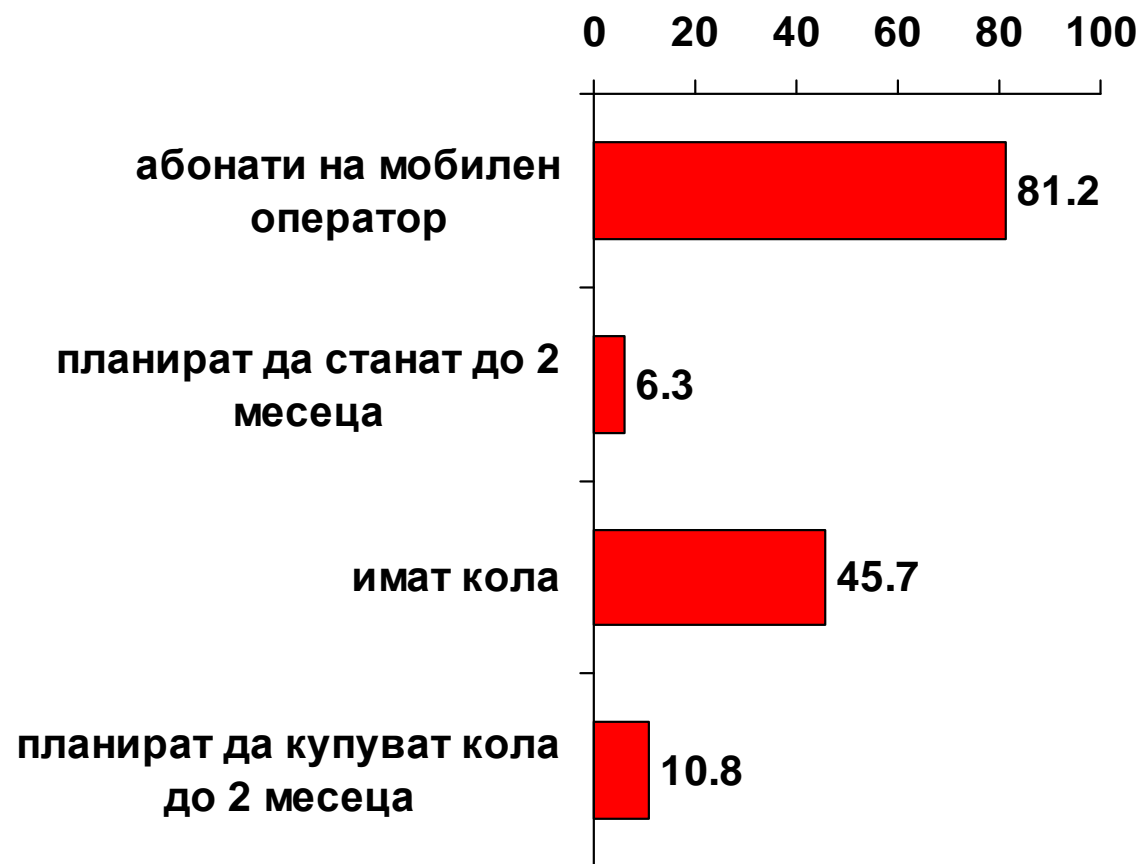
.... И полезни за 90% от тях

Рекламите са полезни-от тях научавам за нови продукти и услуги, за промоции и отстъпки



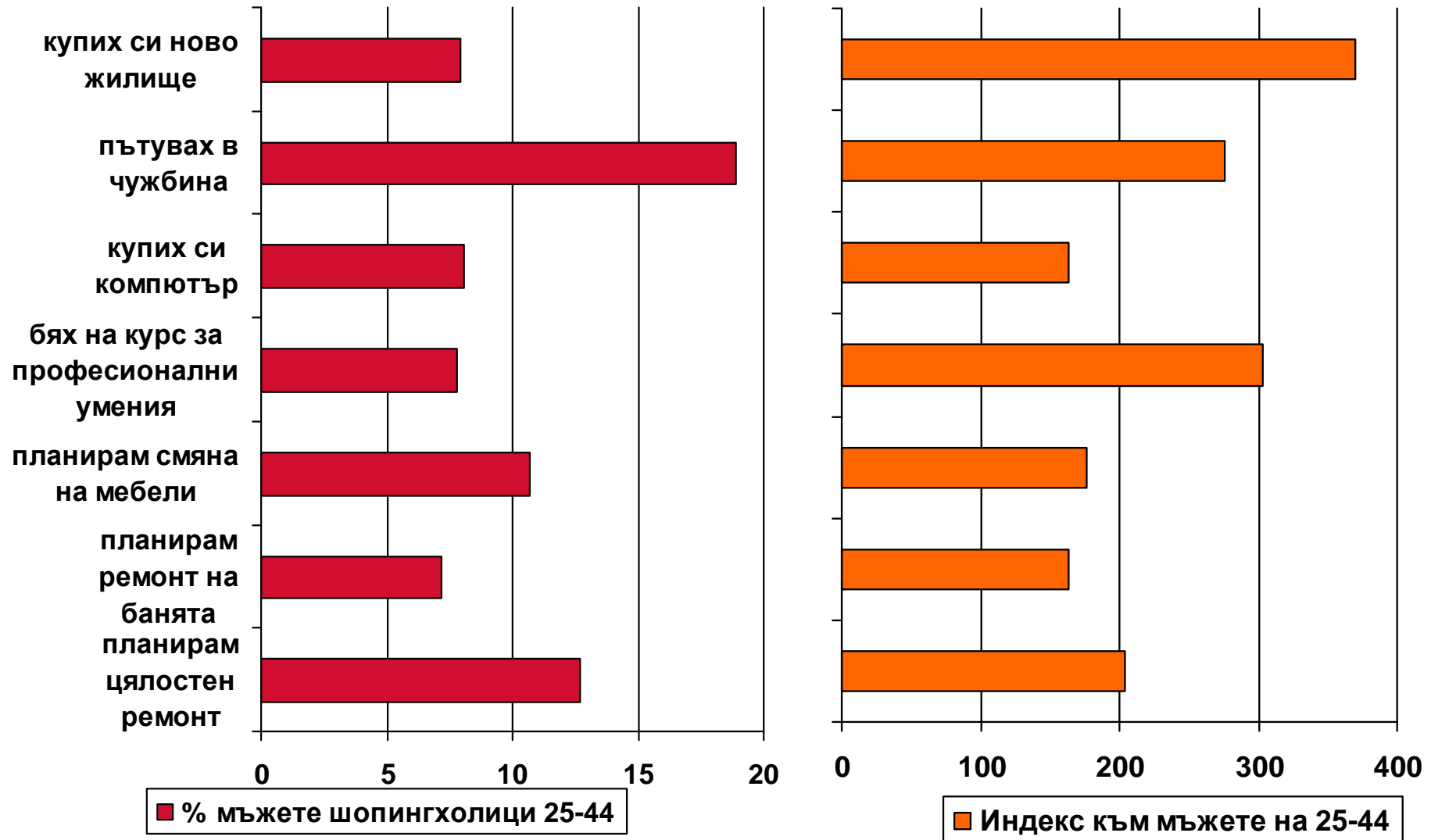
Как живут

Всеки втори има кола, 80% - мобилни телефони

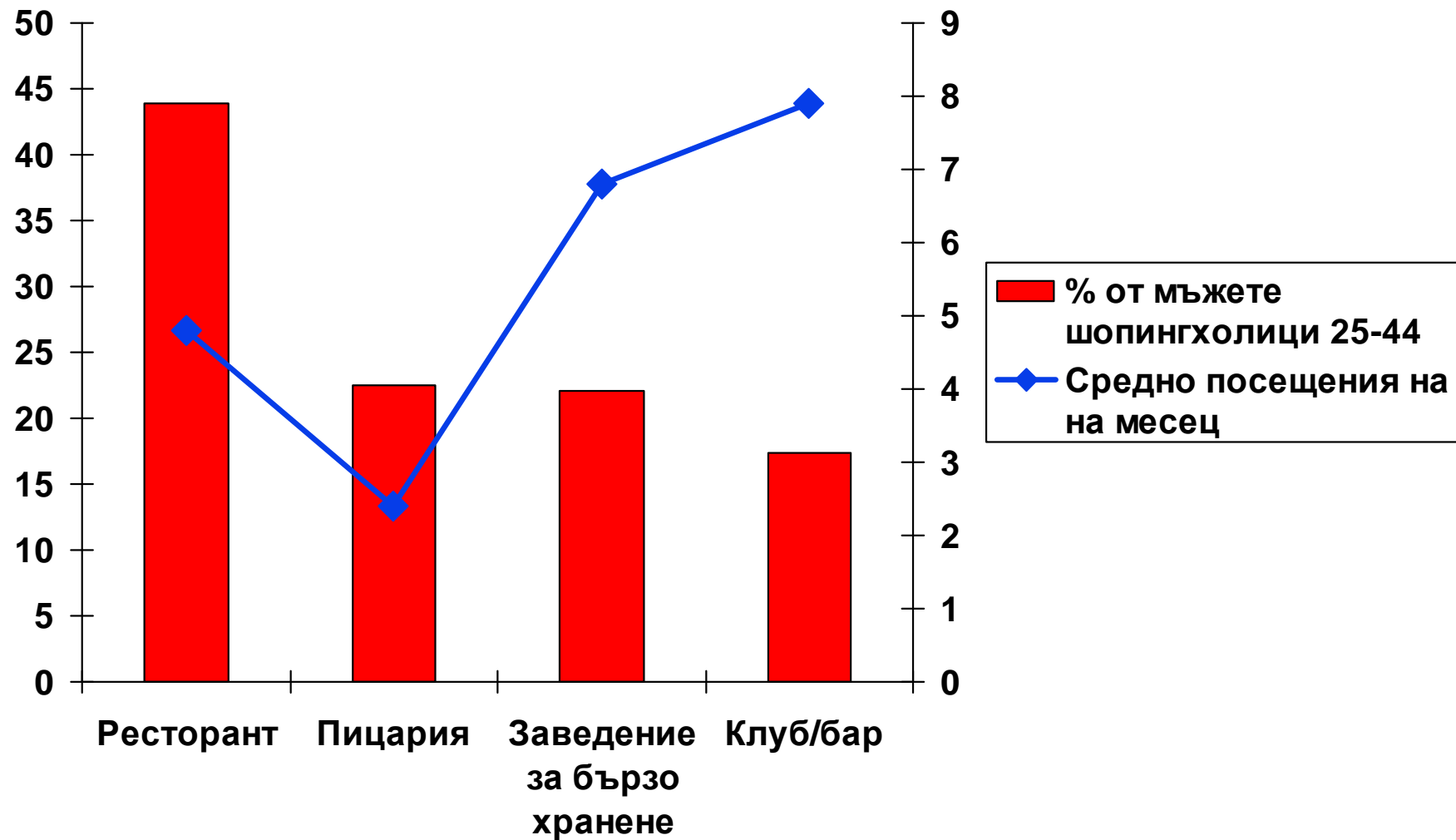


■ % от мъжете шопингхолици 25-44

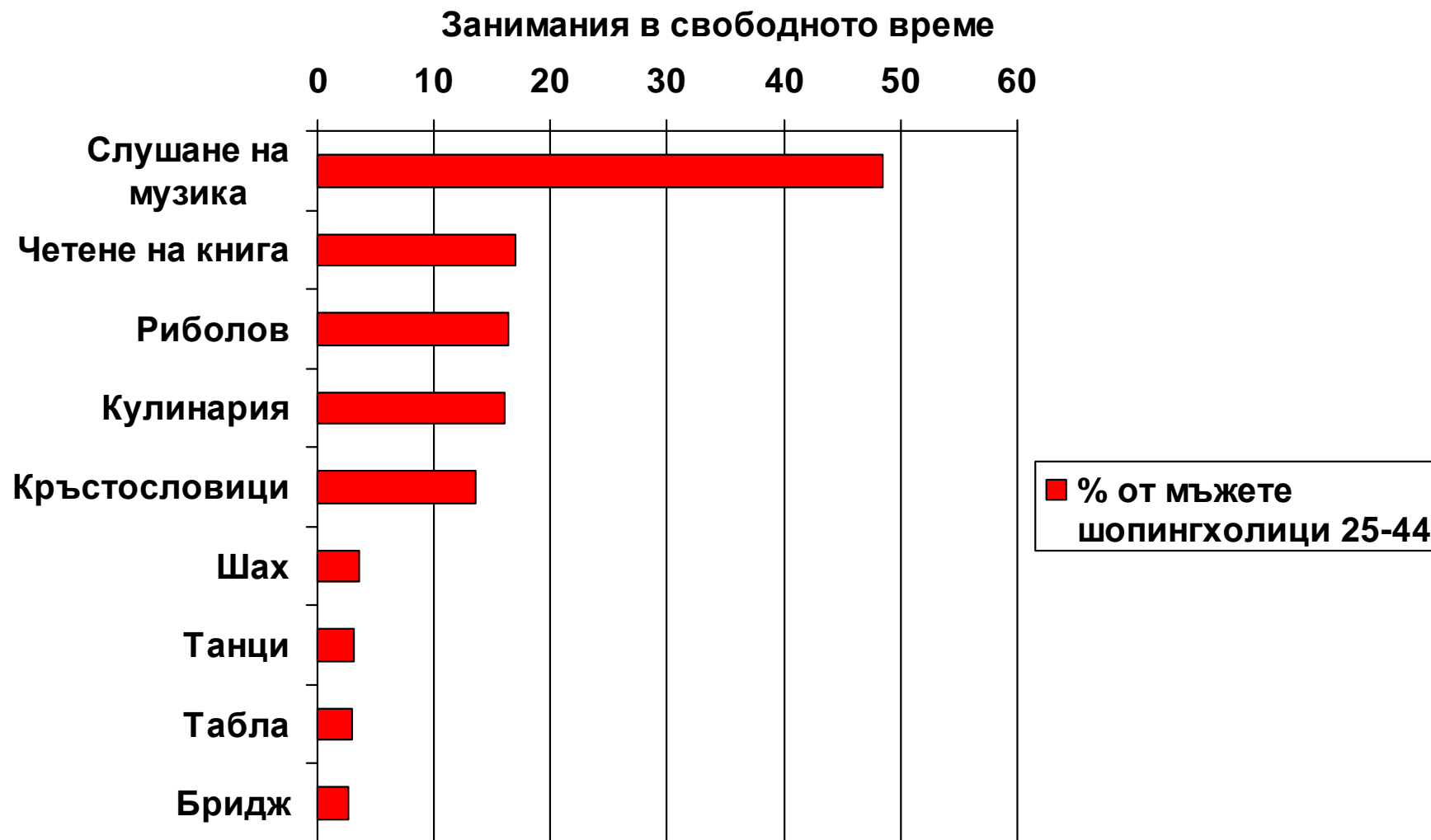
Една пета от тях са били на ваканция в чужбина, близо 4 пъти повече от средното са си купили ново жилище



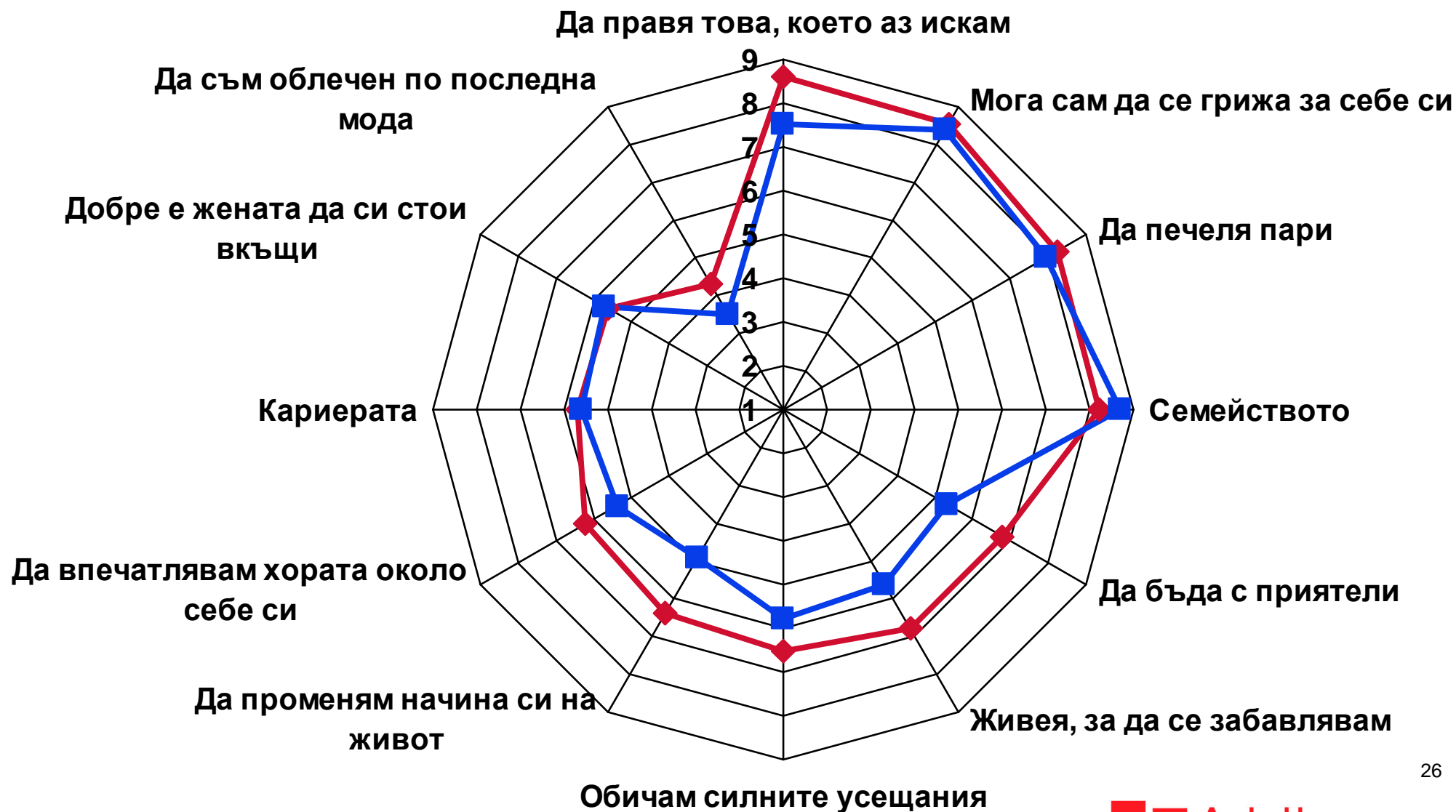
56% от тях посещават заведения, ресторанти, клубове



Половината слушат музика в свободното си време



Забавленията, приятелите, промените са важни в по-голяма степен за шопингхолика 25-44 в сравнение със средния мъж на тази възраст



За повече информация

944 35 17, 946 16 20

popski.diana@arbitragebg.com