

¿Cómo es el cliente que compra productos antiopiojos? Radiografía del consumidor



Curso patrocinado por

 **ferrer**

> Índice

1

Qué piensa de la importancia de eliminar piojos y liendres

2

Eficacia, rapidez, seguridad y comodidad como aspectos más relevantes de los tratamientos

3

La importancia de la prevención

4

Formato en Spray: el preferido

5

Viaje del consumidor:

1) padres primerizos

2) padres “reincidentes”

6

El farmacéutico como asesor de confianza en pediculosis.

7

La importancia de la información contenida en los envases.

8

¿Quién es el comprador de esta categoría?

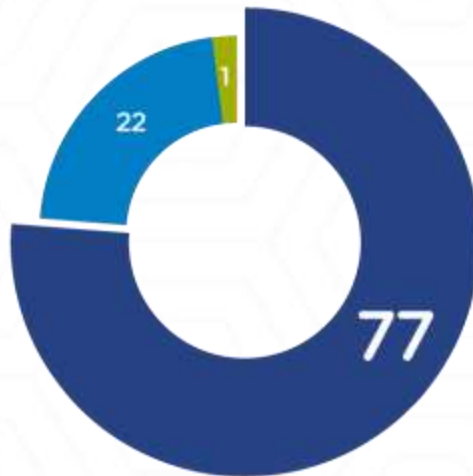
> 1. ¿Qué piensa el consumidor de la importancia de eliminar piojos y liendres?



PIOJOS

TOTAL MUESTRA

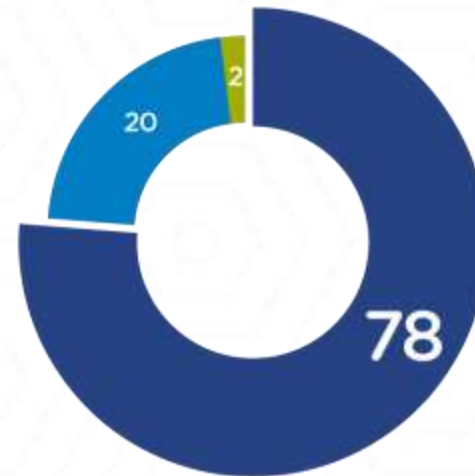
(n= 381)



LIENDRES

TOTAL MUESTRA

(n= 381)



=

● Muy importante

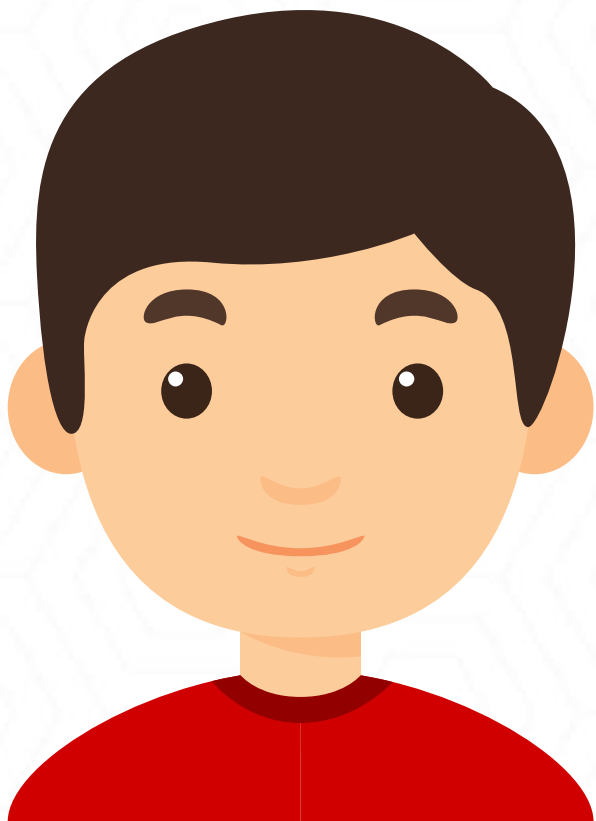
● Bastante importante

● Ni mucho ni poco importante

● Poco importante

● Nada importante

Estudio GFK a madres de 25 a 60 años, que hayan adquirido algún producto para combatir los piojos de venta en farmacia o parafarmacia durante los últimos 12 meses para alguno de sus hijos de 5 a 12 años (n=381). Enero 2018.



De cada **10 veces**
que su hijo se infesta de

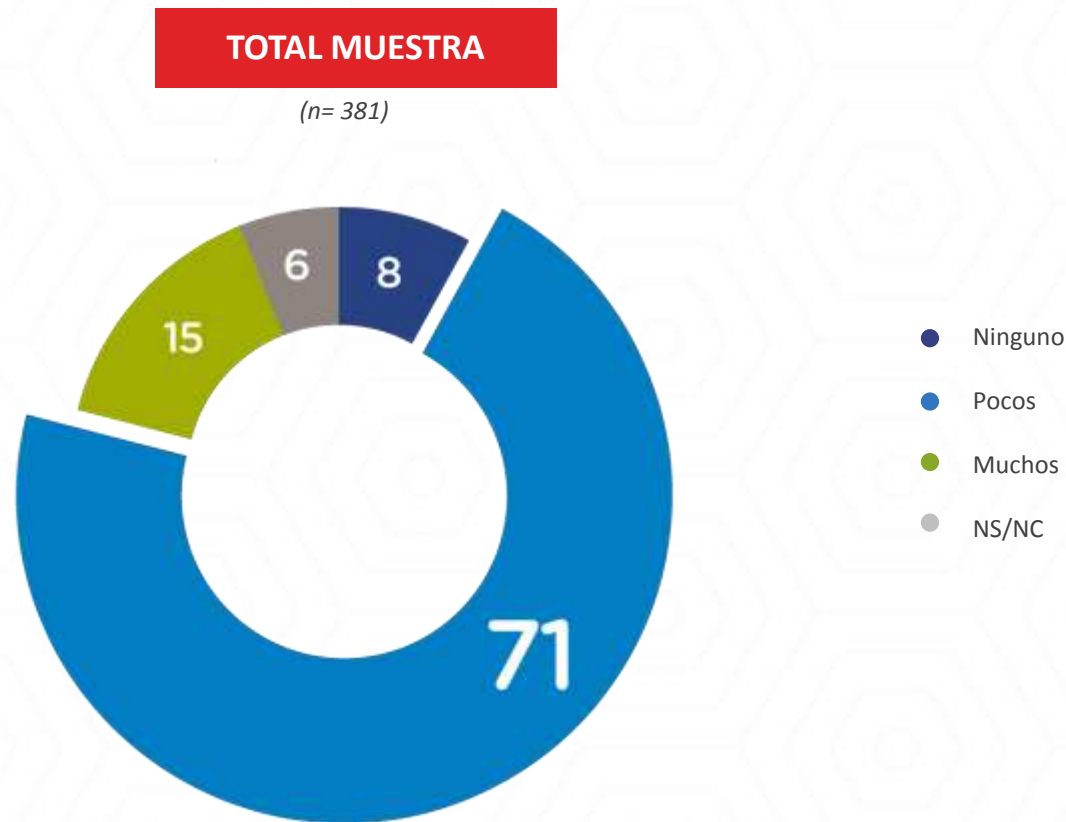
piojos

algún miembro del hogar lo hace

2 veces
de media

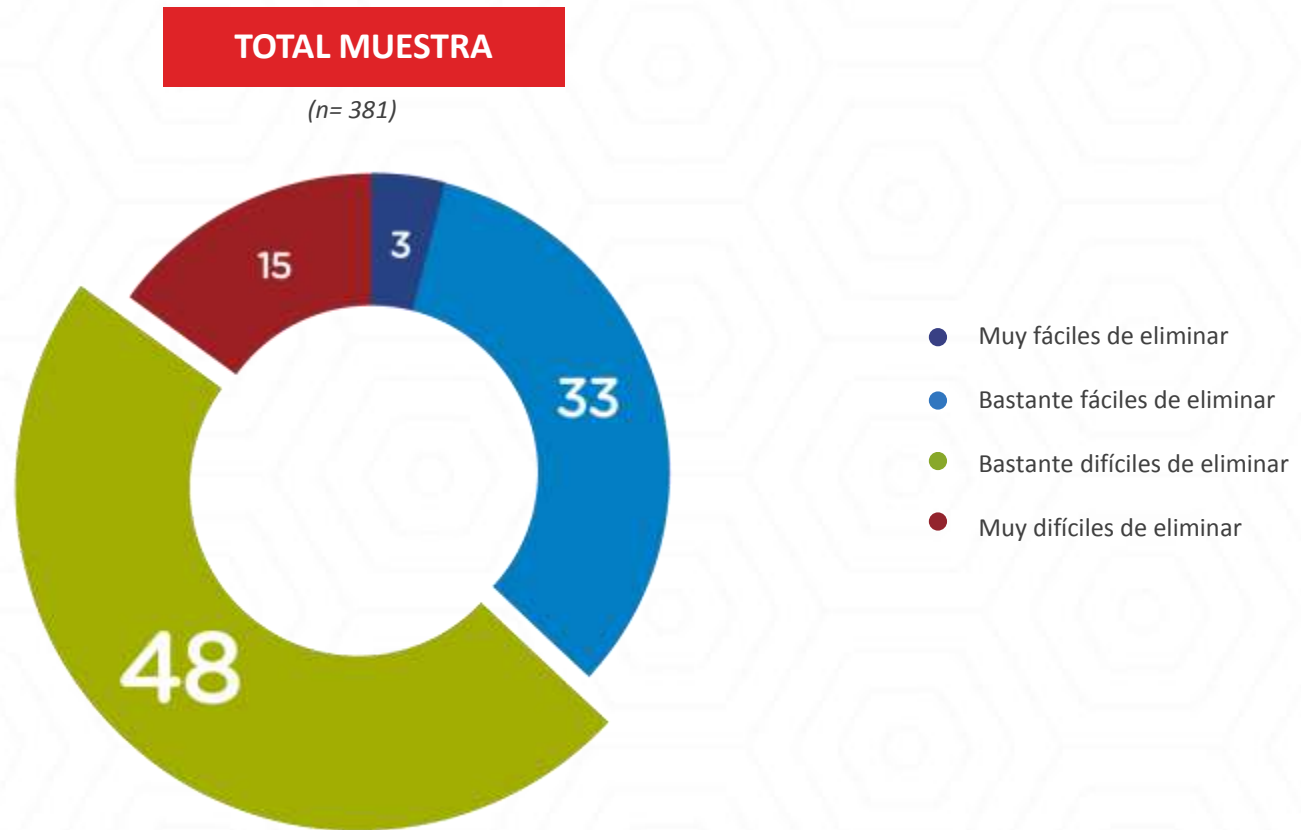
Estudio GFK a madres de 25 a 54 años, que hayan adquirido algún producto para combatir los piojos de venta en farmacia o parafarmacia durante los últimos 12 meses para alguno de sus hijos de 5 a 12 años (n=300). Octubre 2016.

¿Los productos actuales matan eficazmente las liendres?



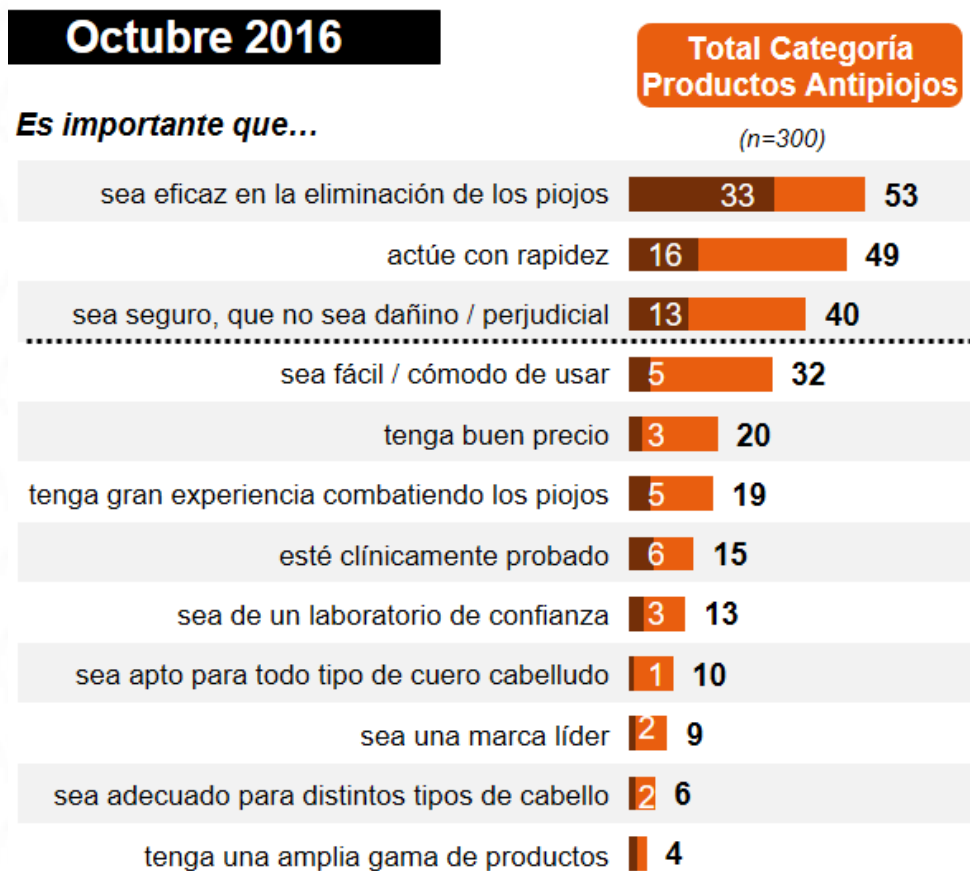
Estudio GFK a madres de 25 a 60 años, que hayan adquirido algún producto para combatir los piojos de venta en farmacia o parafarmacia durante los últimos 12 meses para alguno de sus hijos de 5 a 12 años (n=381). Enero 2018.

¿Los productos pediculicidas son fáciles de retirar?



Estudio GFK a madres de 25 a 60 años, que hayan adquirido algún producto para combatir los piojos de venta en farmacia o parafarmacia durante los últimos 12 meses para alguno de sus hijos de 5 a 12 años (n=381). Enero 2018.

> 2. Eficacia, rapidez, seguridad y comodidad como aspectos más relevantes de los tratamientos

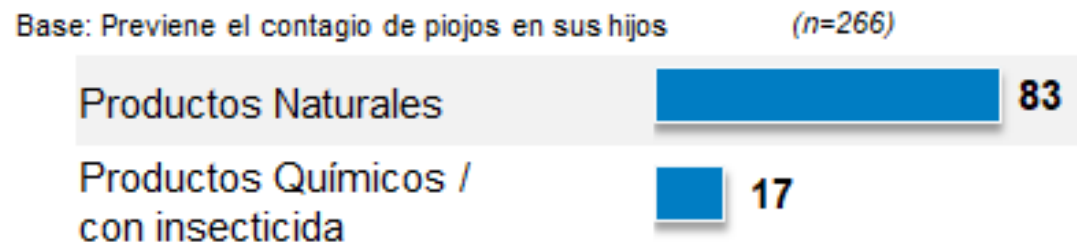


Estudio GFK a madres de 25 a 54 años, que hayan adquirido algún producto para combatir los piojos de venta en farmacia o parafarmacia durante los últimos 12 meses para alguno de sus hijos de 5 a 12 años (n=300). Octubre 2016.

> 3. Alta concienciación en la prevención frente al contagio y de forma natural

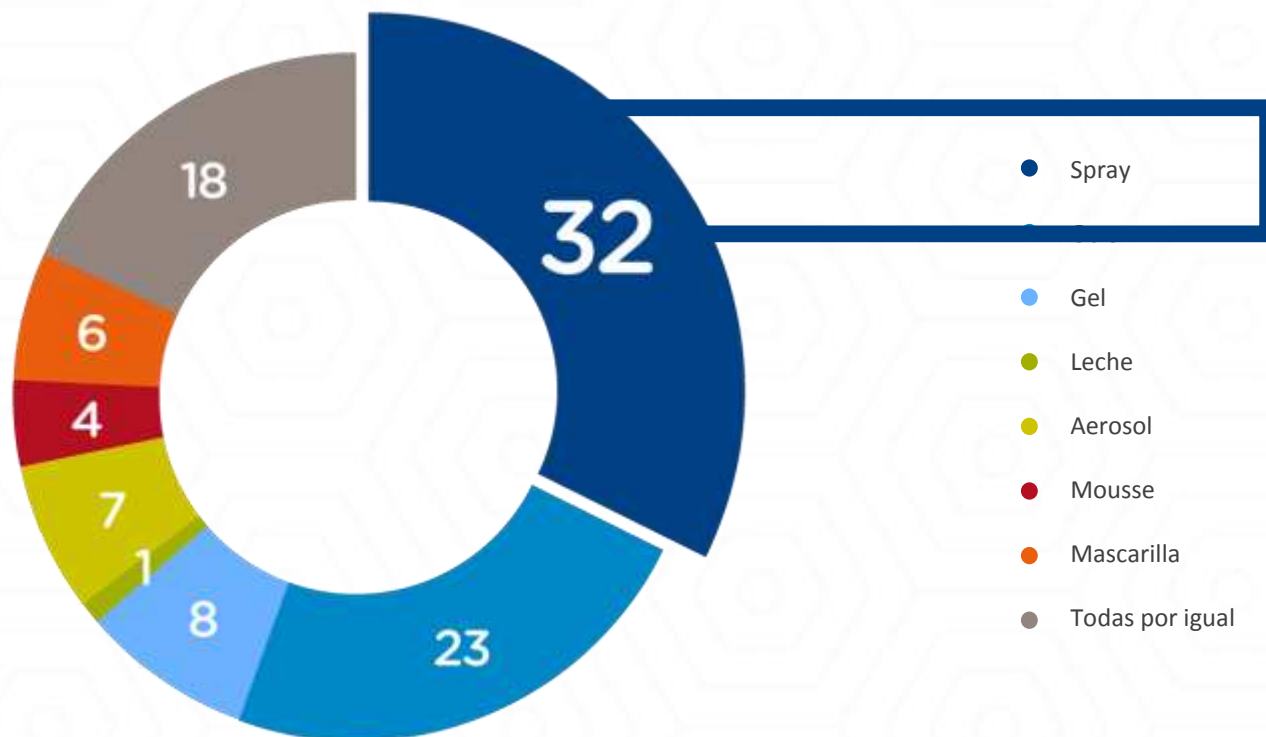


¿Qué tipo de productos prefiere para la prevención de contagio de los piojos en sus hijos?



> 4. Formato en Spray el preferido

Más cómodo y fácil de aplicar



Estudio GFK a madres de 25 a 54 años, que hayan adquirido algún producto para combatir los piojos de venta en farmacia o parafarmacia durante los últimos 12 meses para alguno de sus hijos de 5 a 12 años (n=300). Octubre 2016.

> 5. El viaje del consumidor: *la 1ª vez (padres primerizos)*



DETECCIÓN DE PIOJOS

Preocupación,
incredulidad,
desesperación,
Vergüenza. ¿Cómo,
quién ha sido/lo
sabe/lo ha
detectado?

BÚSQUEDA DE LA SOLUCIÓN

Internet
+ amigos

FARMACIA

Con la
información y
consejos:
Petición clara
Asesoramiento
de la farmacia

IMPLEMENTACIÓN

Aplicación de
inmediato
Facilidad de
uso+eficacia

PREOCUPACIÓN

Periodo
observación

> 5. El viaje del consumidor: *la 2ª vez (padres “reincidentes”)*



DETECCIÓN DE PIOJOS

-Preocupación
+Impotencia
¿No ha funcionado/nuevo contagio?
Experiencia (no preguntan a otros)

BÚSQUEDA DE LA SOLUCIÓN

Farmacia,
nuevas preguntas

FARMACIA

Se pregunta pero más informado
¿Liendres o nuevos contagio?
+Eficacia que Eficiencia

IMPLEMENTACIÓN

Aplicación de inmediato
Se busca seguridad

PREOCUPACIÓN

Periodo observación

> 6. El farmacéutico como el 1er asesor de confianza en pediculosis



Estudio GFK a madres de 25 a 54 años, que hayan adquirido algún producto para combatir los piojos de venta en farmacia o parafarmacia durante los últimos 12 meses para alguno de sus hijos de 5 a 12 años (n=300). Octubre 2016.

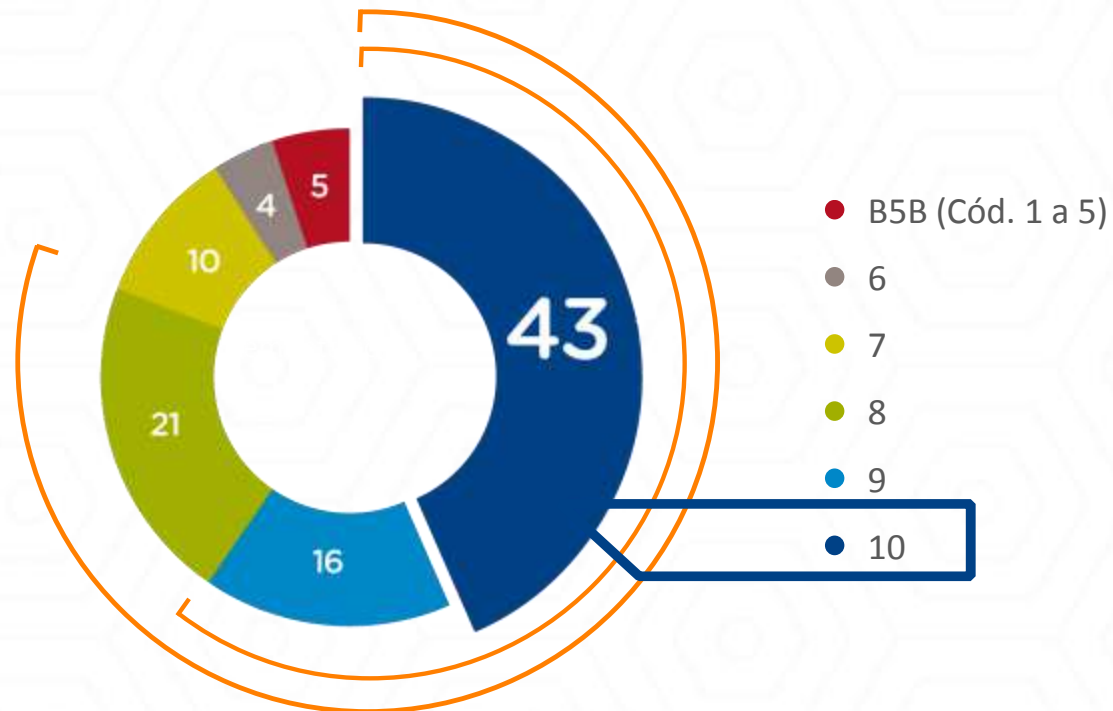
> 7. Las recomendaciones del envase también son valoradas

En una escala de 1 a 10 donde:

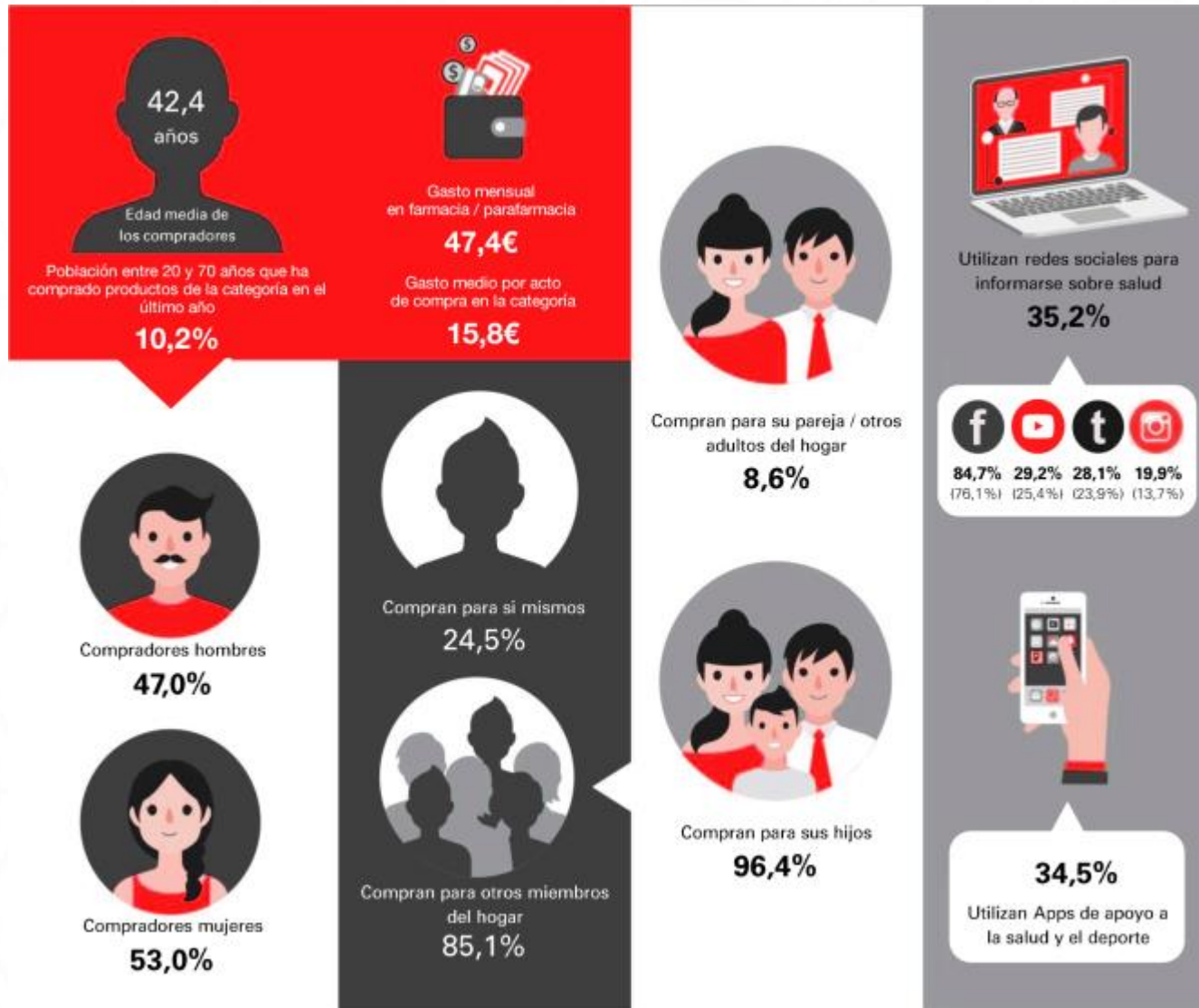
1 - No sigo en absoluto las instrucciones / recomendaciones de uso del envase

10 – Sigo fielmente las instrucciones / recomendaciones de uso del envase

Media 8,7



> 8. ¿Quién es el comprador de esta categoría?



> 8. ¿Quién es el comprador de esta categoría?

69,0%



COMPRA POR RECOMENDACIÓN

COMPRA POR DECISIÓN PROPIA



31,0%

RECOMENDADORES MARCA PREFERIDA

INFLUENCIADORES EN DECISIÓN PROPIA



Farmacéutico
73,9%



Familiar o conocido
58,0%



Médico
13,7%

Médico general 23,5%
Pediatra 74,8%
Otros 1,7%



La escogí yo para probar

36,2%



Publicidad Televisión

34,3%



Es la marca de siempre

23,3%



Boca a boca

22,7%



Buscar en internet

18,5%

LUGAR DE COMPRA MARCA PREFERIDA

TIPOS DE WEBS DE COMPRA MARCA PREFERIDA



Farmacia
93,9%



Parafarmacia
29,8%



Supermercado
15,2%



Internet
8,1%



Farmacia o parafarmacia online 74,7%
Plataforma multimarca de compras online 17,6%
Web de la marca o del fabricante 14,7%
Supermercado/Hipermercado Online 3,0%

DECISIÓN DE LA ÚLTIMA COMPRA

DECISIÓN DE LA MARCA EN EL LUGAR DE COMPRA



Decide la marca antes
51,6%



Decide la marca en el lugar de compra
48,4%



El farmacéutico 77,2%
El precio 13,3%
Publicidad en el punto de venta 10,9%

Curso patrocinado por

