

NADA Research zpřístupňuje NÁRODNÍ DATA o zákaznících dalších tržních kategorií

24.11.2023 - | PROTEXT

Reporty o dalších dvou tržních kategoriích následují po analýze spotřebního a mediálního chování zákazníků nakupujících krmiva pro kočky.

Celkově přitom NÁRODNÍ DATA zahrnují údaje o 170 oborech podnikání v ČR a pěti tisících značek výrobků a služeb. *"Reporty o jednotlivých tržních kategoriích jsou naší základní službou,"* vysvětlil Martin Chalupník, Head of Operations v NADA Research. *"Zpracováváme ovšem i mnohem hlubší analýzy cílových skupin a také umožňujeme on-line náhled na veškerá shromažďovaná data. Ta mohou naši klienti libovolně křížově filtrovat a segmentovat s cílem detailně poznat charakteristiky spotřebitelů, jejich životní styl, sledovaná média a další podrobnosti nezbytné pro správná strategická rozhodnutí,"* doplnil Chalupník.

Report o zákaznících tělových krémů např. odhaluje, že třetinu tvoří muži: 1,5 milionu z celkového počtu 4,6 milionu nakupujících v ČR. Průměrná útrata na zákazníka činí 11 000 korun za rok, přičemž nakupující v této kategorii jsou ochotnější připlatit si za výrobky nepoškozující životní prostředí oproti podílu takto ochotných v celé české populaci.

NÁRODNÍ DATA jmenují i konkrétní značky nejznámějších a nejnakupovanějších přípravků na péči o tělo. Report ukazuje také podíl nákupů tělových mlék v porovnání s oleji, gely nebo másly, identifikuje oblíbené značky podle pohlaví nakupujících, faktory ovlivňující výběr a média sledovaná příznivci jednotlivých značek. Nechybí ani vyčíslení, za jakým účelem lidé výrobky kupují: kolik očekává hydrataci pleti, kolik omlazující účinky, omezení celulitidy apod.

Druhý uvolněný report NADA Extract mj. ukázal, že čtyřikrát víc Čechů a Češek nakupujících vitamínové doplňky spoléhá při výběru na rady odborníků než kolik dá na influencery ze sociálních sítí. Alespoň jednou ročně nakupuje toto zboží více než 5,5 milionu obyvatel ČR starších 15 let (75 %). Pozoruhodné je, že 6 z 10 nejznámějších značek vitamínů kupují víc muži, přestože celkově převažují ženy - i díky tomu, že více než muži nakupují vitamíny určené dětem. Report odhaluje i konkrétní nejnakupovanější značky.

Dalším obsahem je vyčíslení, kolik nakupujících dává přednost zboží s atraktivním obalem, kolik je ochotno připlatit si za kvalitu nebo kolik dává přednost slevám. Neopomíjí ani to, jak často zákazníci sledují sociální sítě, videa na internetu, televizní či rozhlasové vysílání, placené streamovací platformy nebo noviny a časopisy.

ČTK ke zprávě vydává obrazovou přílohu, která je k dispozici na adrese <https://www.protext.cz>.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/nada-research-zpristupnuje-narodni-data-o-zakaznicich-dalsich-trznich-kategori/2444718>