

GfK Česká máma



Česká máma 2017

České maminky ovlivňují téměř veškeré dění v domácnosti a představují tak hybnou sílu české ekonomiky. V České republice žije 5,4 milionů žen, což představuje 51 % populace a 1,9 milionů dětí ve věku 0–18 let.

Klienti se pravidelně zajímají o to, jaká je charakteristika české mámy (segmentace), jaká je role maminek v naší společnosti, jak se tato role dynamicky proměňuje, a to v souvislosti se změnami na pracovním trhu, s pozdějším nástupem mateřství, s prodlužujícím se věkem dožití a i související nutností pečovat o staré rodiče.

Česká máma je maminka a zároveň žena, která si je stále více vědoma sama sebe, která pečuje nejen o rodinu, ale také sama o sebe. Žena, která má určité vzory / inspirace, aspirace do budoucna, typický životní styl, hodnoty a postoje, se kterými Vás rádi seznámíme.

Ve studii Česká máma jsme se proto zaměřili na témata, která vám pomohou pochopit tuto zajímavou skupinu zákazníků a rozkrýt jejich chování v různých oblastech.

Typologie české mámy: Kdo jsem?

- » Segmentace maminek z hlediska hodnot a postojů
- » Strachy, obavy
- » Časový snímek dne / víkendu
- » Aktivitu, kterým se maminky věnují ve svém volném čase a kterým by se chtěly věnovat více
- » Způsoby relaxace a odpočinku
- » Způsob dobíjení baterek

„Trendy máma“ – Leading Edge Consumers (ověřený nástroj GfK k identifikaci lidí, kteří jsou mezi prvními, kteří zkouší nové výrobky, dokáží ostatní přesvědčit o svém názoru a ovlivňovat tak budoucí chování lidí ve svém okolí).

- » Obvykle kritičtější než ostatní
- » Zkouší novinky mezi prvními
- » Dokáže ovlivňovat ostatní, její názor je vítaný a respektovaný
- » Kolik takových žen je mezi maminkami?
- » Identifikátor budoucího nákupního chování



Dítě v rodině – jak to vypadá? Do jaké míry dítě ovlivňuje chod / nákupy domácnosti?

- » Čas trávený s dětmi
- » Nakupování s dětmi: rozhodují někdy děti o nákupu určitých potravin?
- » Kapesné dětí (jak často, jakým způsobem a v jaké výši děti kapesné dostávají, za co je pak děti utrácí a zda matky tyto výdaje kontrolují)
- » Zapojování dítěte do domácích prací
- » Druhy finančních produktů pro děti, které rodiče dětem založili

Máma a zdraví

- » Postoje k péči o zdraví
- » Zdravá strava a zdravý životní styl
- » Potravinové doplňky, vitamíny, očkování...

V dnešním uspěchané době, máma online

- » Doba strávená na internetu, sledovaný obsah
- » Přes jaká zařízení se připojuje k internetu
- » Nákup přes internet
- » Vyhledávání informací



Máma v koupelně

- » Péče maminek o sebe samu
- » Kosmetické přípravky a jejich používání
- » Je pro ni důležité, jak vypadá a jak se cítí
- » Oblíbené značky

Máma v kuchyni

- » Domácnost a péče o ni
- » Rozdělení zodpovědností v rodině
- » Zdroje informací k tématu domácnost
- » Vaření a stravování: zdravé, tradiční?
- » Společný čas trávený u stolu

Máma (s rodinou) na nákupu

- » Nákupy potravin (frekvence a čas strávený na nákupu)
- » Nákup potravin - co sleduje na etiketách
- » Zvažuje při nákupu potravin takové aspekty, jako je např. ekologie, českost, společenská zodpovědnost atd.?
- » Oblíbené značky
- » Spotřebitelské soutěže

Metodika sběru dat

- » Online sběr dat (CAWI)
- » Kvantitativní průzkum na reprezentativním vzorku 1000 žen ve věku 18-70 let, které nyní pečují nebo v minulosti pečovaly o dítě / děti.

Dostupnost a cena studie

- » Závěrečná zpráva v elektronické podobě v českém jazyce za 79.000,- Kč + DPH
- » Studie bude dostupná v polovině prosince 2017.
- » Možnost za příplatek obdržet studii v anglickém jazyce.

Děkujeme za zvážení nabídky a rádi zodpovíme jakékoliv Vaše dotazy týkající se této či jiné výzkumné studie.

PRO VÍCE INFORMACÍ NÁS PROSÍM KONTAKTUJTE

Zdeněk Skála | zdenek.skala@gfk.com | +420 603 893 584
nebo navštivte www.gfk.com/cz

GfK. Growth from Knowledge