

Ten starszy konsument – co otworzy portfel dojrzałego konsumenta

Monika Boczek
15 lipca 2020

... stereotypy...

Starość to:

samotność

zły stan
zdrowia

bezpłciowość

utrata
kompetencji

utrata
pamięci

łysienie

siwienie

zmarszczki

śmierć

brak
pieniędzy

nietolerancja

brak dostępu
do lekarza

60-74

Tabela 1. Próg starości w opinii badanych studentów N=89

Wiek(lata)	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%
49-59	0	0	1	2,7	1	1.1
60-74	37	71.2	25	67.6	62	69,7
75-89	9	17.3	6	16.2	15	16.9
>80	1	1.9	0	0	1	1.1
inne	5	9.6	5	13.5	10	11.2
suma	52	58,4	37	41,6	89	100



Tabela 4. Główne zajęcia starszych ludzi w opinii badanych studentów medycyny N=89

Zajęcia	Kobiety		Mężczyźni		Ogółem	
	N	%	N	%	N	%
opieka nad wnukami	35	67,3	22	59,5	57	64,0
praca w gospodarstwie domowym	31	59,6	20	54,1	51	57,3
pomoc rodzinie	23	44,2	18	48,7	41	46,1
praktyki religijne	22	42,3	20	54,1	44	49,4
oglądanie telewizji	36	69,2	24	64,9	60	67,4
spotkania towarzyskie	12	23,1	5	13,5	17	19,1
spacer i odpoczynek	33	63,5	15	40,5	48	53,9
spanie	8	15,4	8	21,6	16	18,0
inne	3	5,8	3	8,1	6	6,7

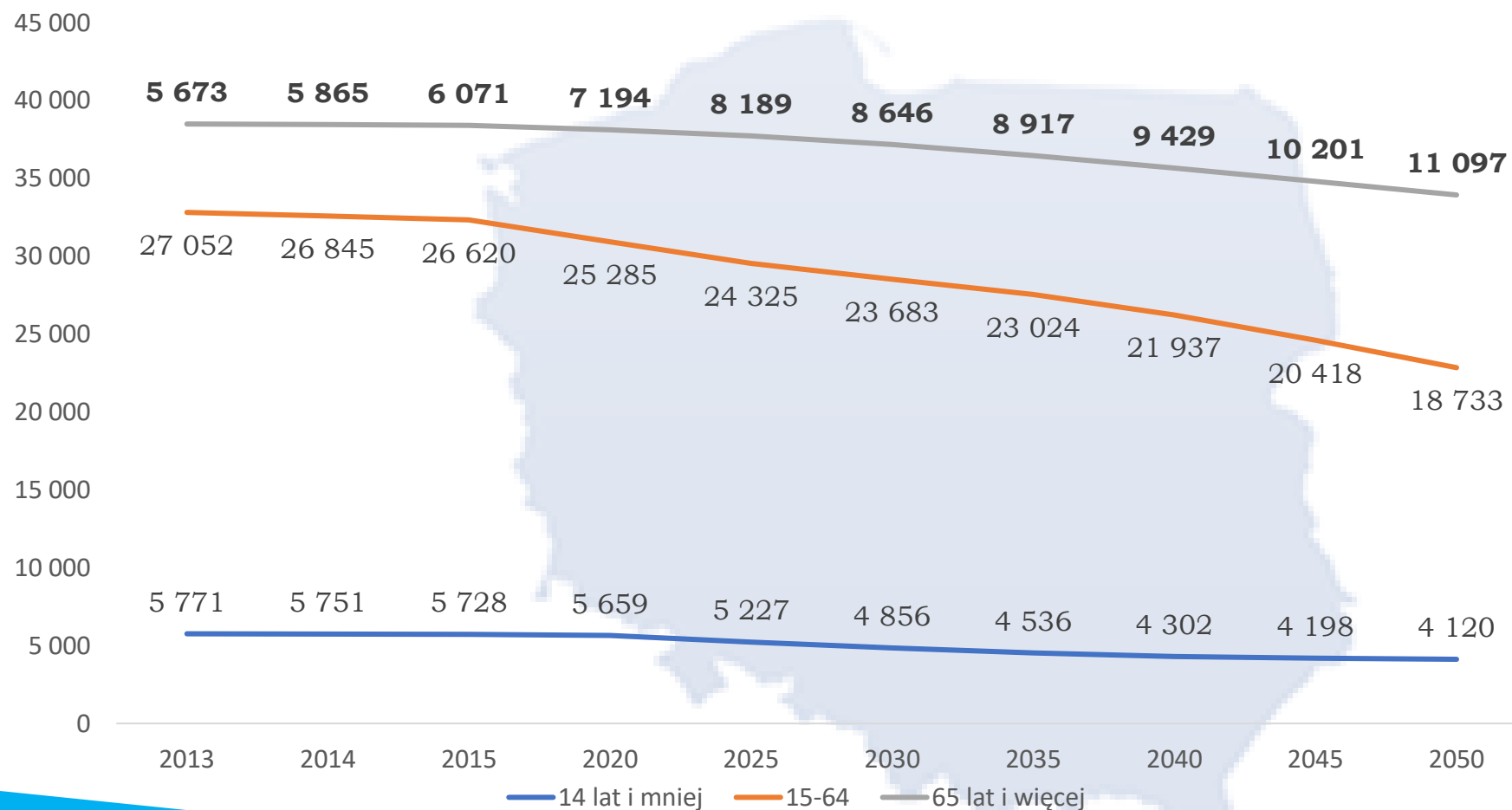
... jak jest naprawdę...

Uwaga techniczna: granica „starości” jest bardzo ruchoma. Pokazuję dane dla 50+, 60+, 65+ i 70+ w zależności od oryginalnych badań. Metryczka badań zawsze znajduje się obok danych.

...ilu jest dojrzałych
konsumentów...

Ilu jest dojrzałych konsumentów?

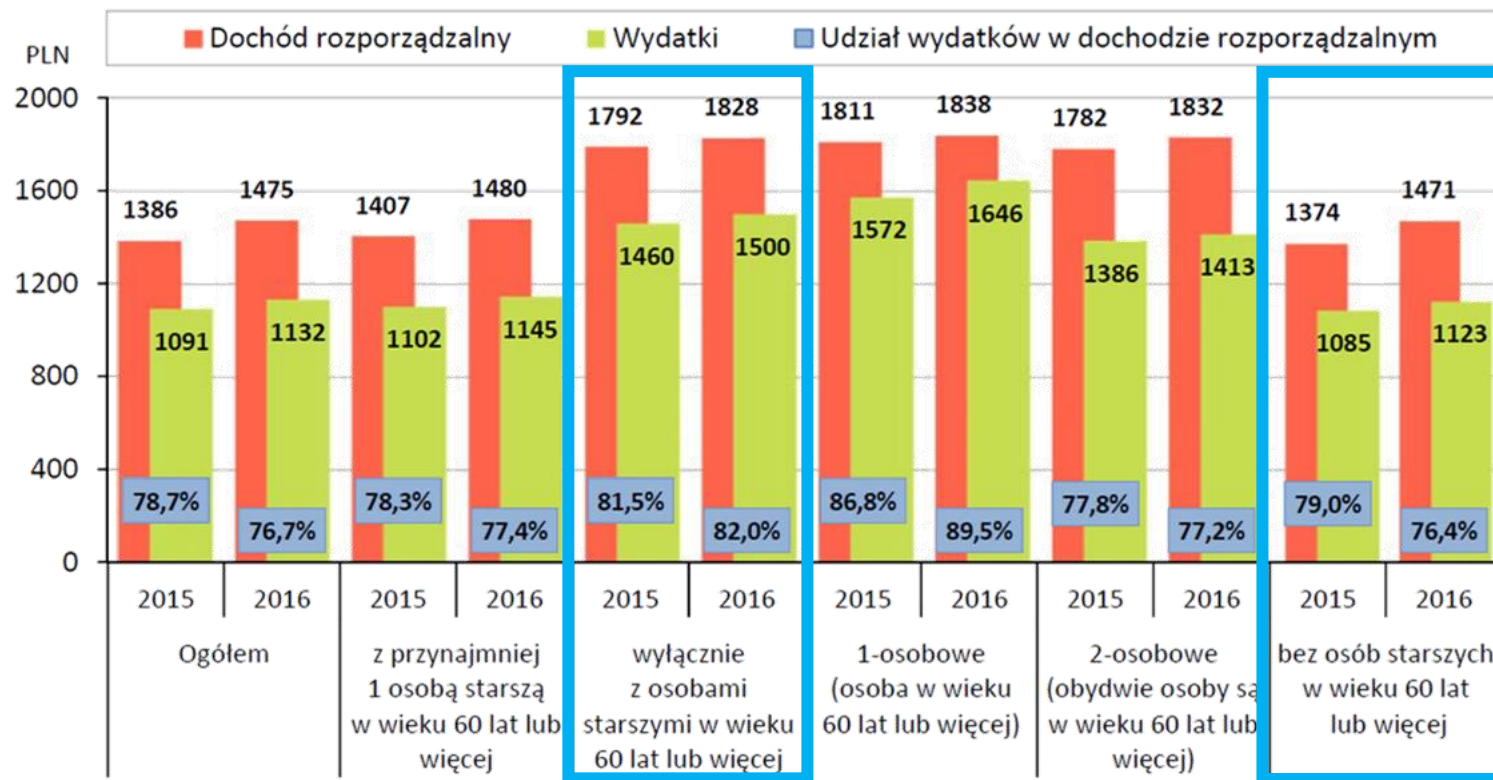
[dane w milionach; Eurostat]



...czy na pewno
tacy biedni...

Wykres 5.

Przeciętne miesięczne dochody i wydatki na 1 osobę w gospodarstwach domowych z osobami starszymi w wieku 60 lat lub więcej oraz udział przeciętnych miesięcznych wydatków w dochodzie rozporządzalnym w latach 2015–2016



Gospodarstwa domowe

%

zniżki na kartę seniora



zniżki na komunikację



zniżki na lekarstwa



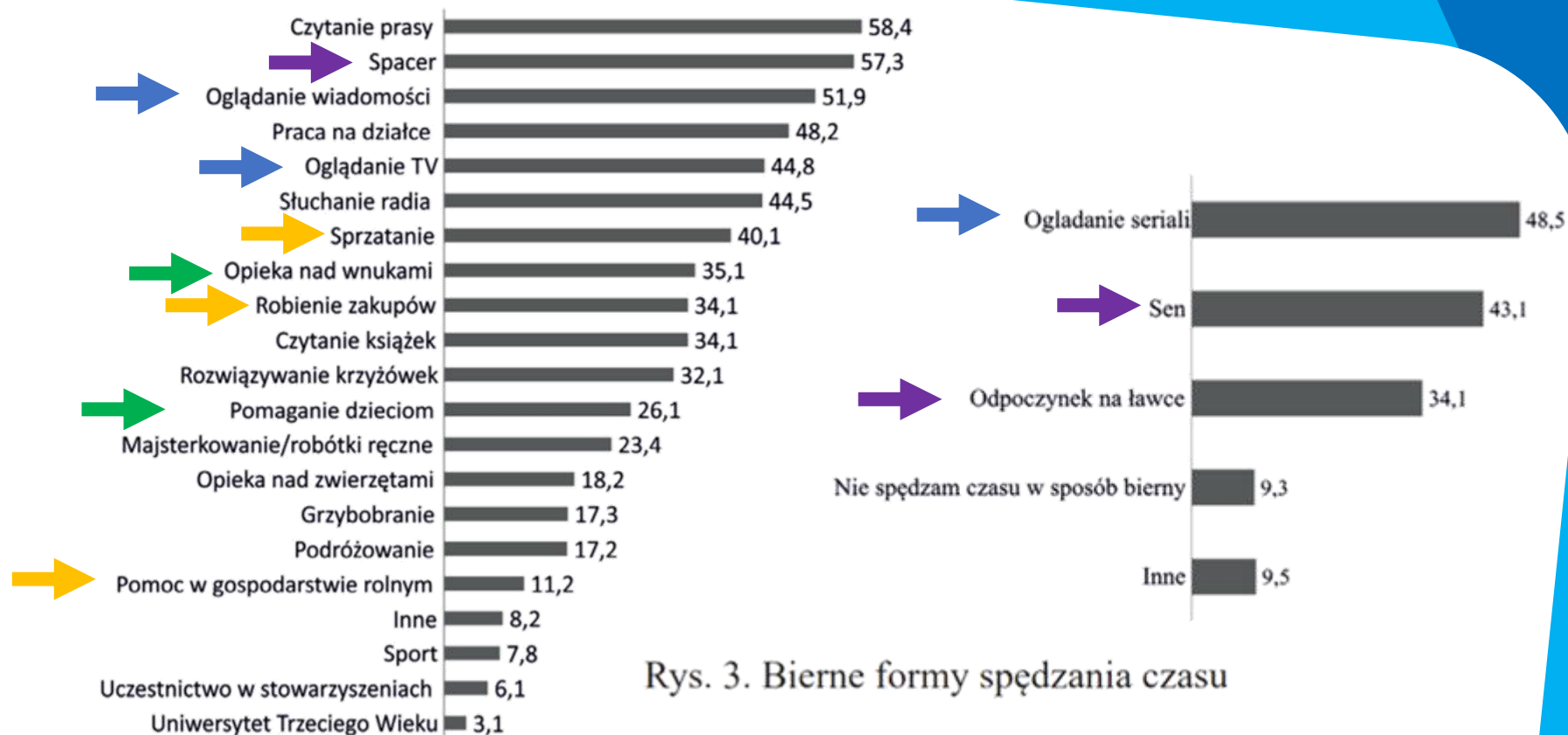
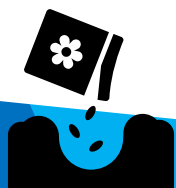
zniżki na kulturę



brak abonamentu

Źródło: GUS: Sytuacja materialna i dochodowa gospodarstw domowych emerytów i rencistów oraz gospodarstw domowych mających w swoim składzie osoby starsze w wieku 60 lat lub więcej w 2016 r. (W ŚWIETLE WYNIKÓW BADANIA BUDŻETÓW GOSPODARSTW DOMOWYCH)

...jak spędzają czas...



Rys. 3. Bierne formy spędzania czasu

Rys. 2. Czynne formy spędzania czasu wolnego (wyniki nie sumują się do 100%)

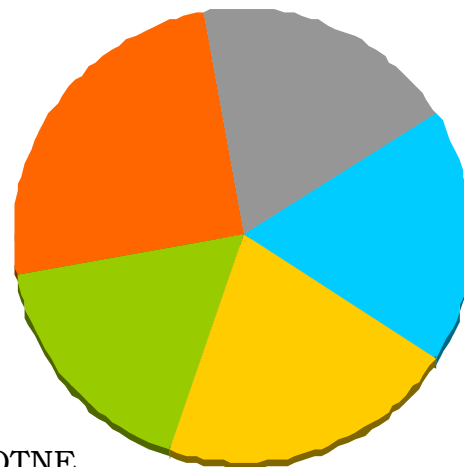
Gosik B., 2015, Formy spędzania czasu wolnego starszych osób. Przykład mieszkańców województwa łódzkiego, [w:] Janiszewska A. (red.), Jakość życia ludzi starych – wybrane problemy, „Space – Society – Economy”, 14, Department of Population and Services Studies, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 137–149

...czy wszyscy
są tacy sami...

Segmentacja użytkowników



KONSUMERSI



SCHOROWANI



OTOCZENI
BLISKIMI



PROZDROWOTNE



POŚWIĘCAJĄCY SIĘ



Segmentację psychograficzną osób w wieku 55+ oparto na analizie 'clustrowej'. Wyodrębniono 5 segmentów, które są rozłączne pod względem określonych wymiarów psychograficznych, a jednocześnie charakteryzują się wewnętrzną spójnością.

...czy się zmieniają...

CORAZ MŁODSI!

Od 2007 roku liczba osób 50+ wzrosła o 1,7 mln osób. Cała grupa jest **lepiej wykształcona, zamożniejsza** i **mniej wykluczona cyfrowo ...**

... i chociaż demograficznie starsza – to jakby młodsza!



bardziej aktywni zawodowo

lepiej sytuowani

mniej skupieni na dzieciach/wnukach

zdrowsi

bardziej otwarci na nowe doświadczenia

więcej podróżują

częściej uprawiają sport

większe kompetencje cyfrowe

większa chęć korzystania z życia

emeryci i renciści

dochód indywidualny netto poniżej 1500 zł

pomaga swoim dzieciom

stale przyjmuje leki

lubią nowe, nietypowe wydarzenia

podróżują po świecie

uprawiają sport

korzystają z Internetu

deklaracja, że teraz to jest najważniejsze

2007

2017

64%

50%

55%

34%

51%

33%

48%

36%

29%

39%

24%

40%

28%

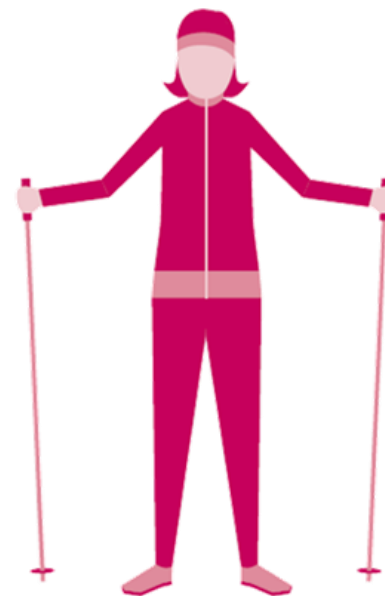
42%

14%

45%

44%

51%



zakładanie
rodziny

rodzina z dziećmi

gniazdo
pustoszeje

emerytura

20

30

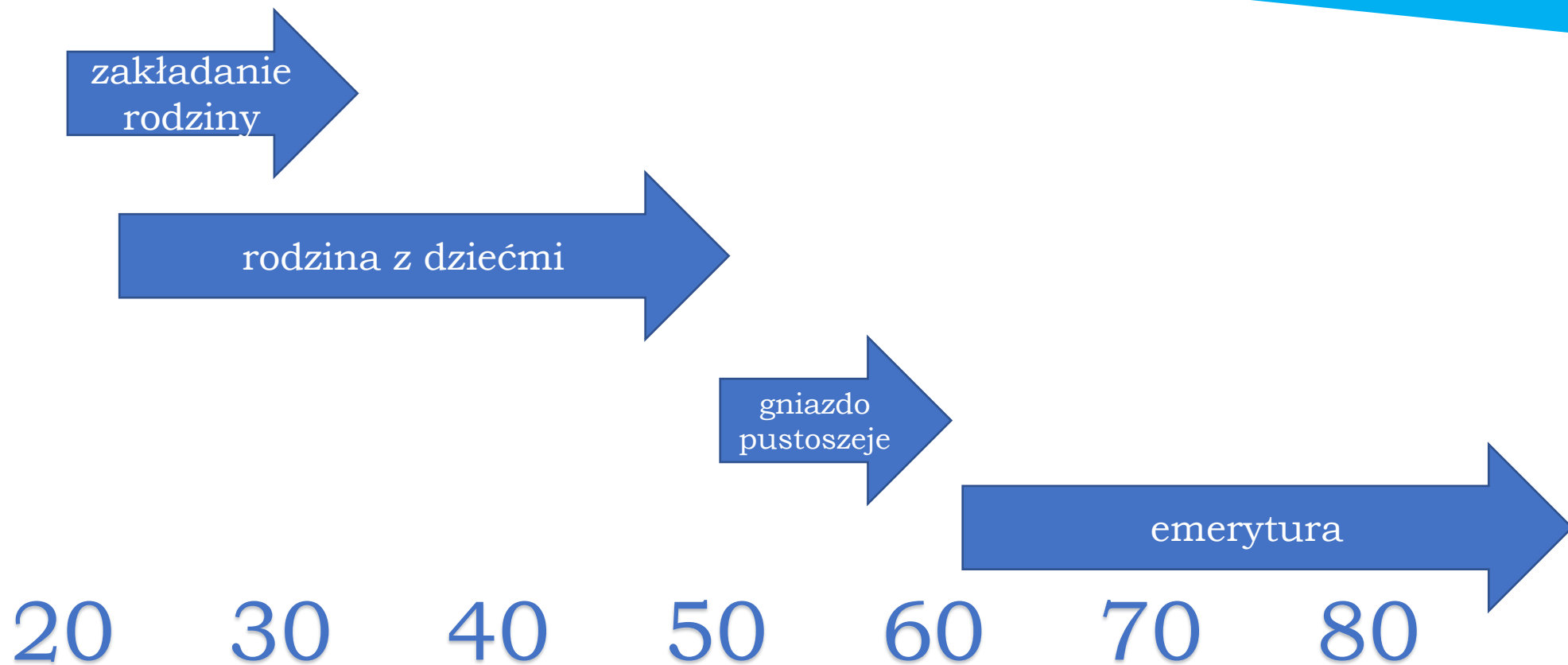
40

50

60

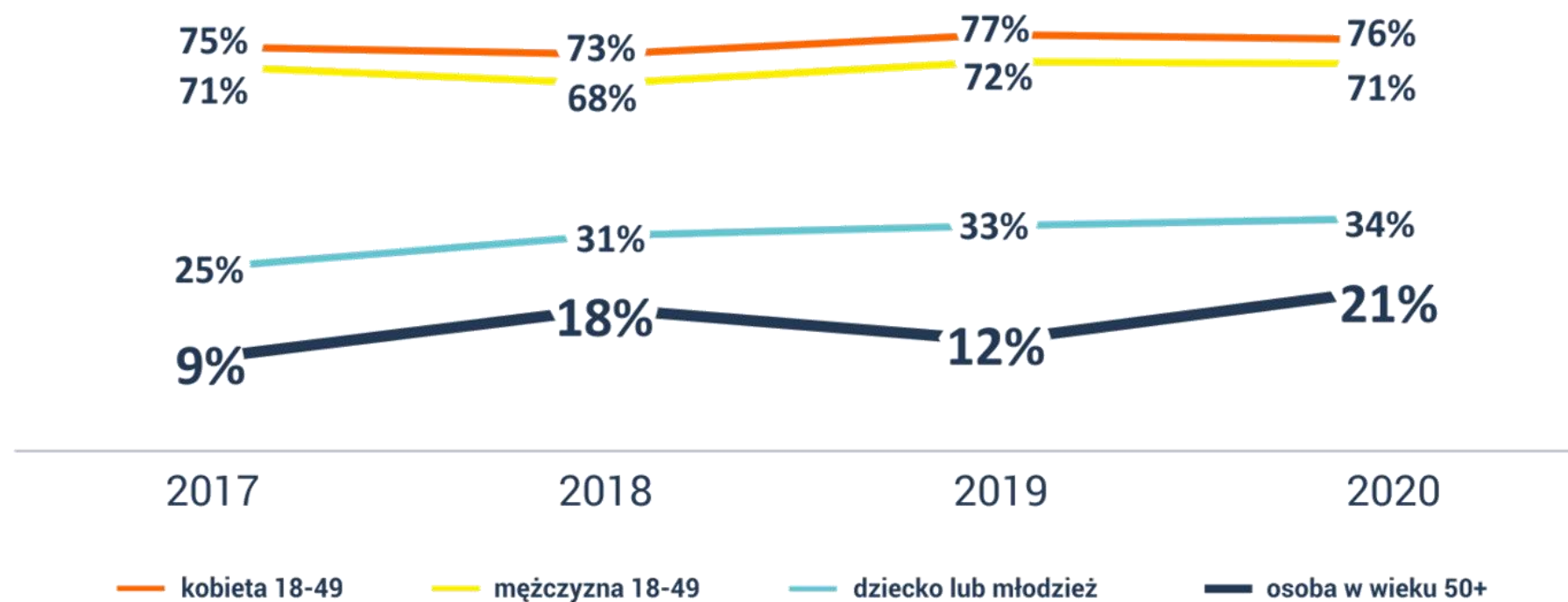
70

80



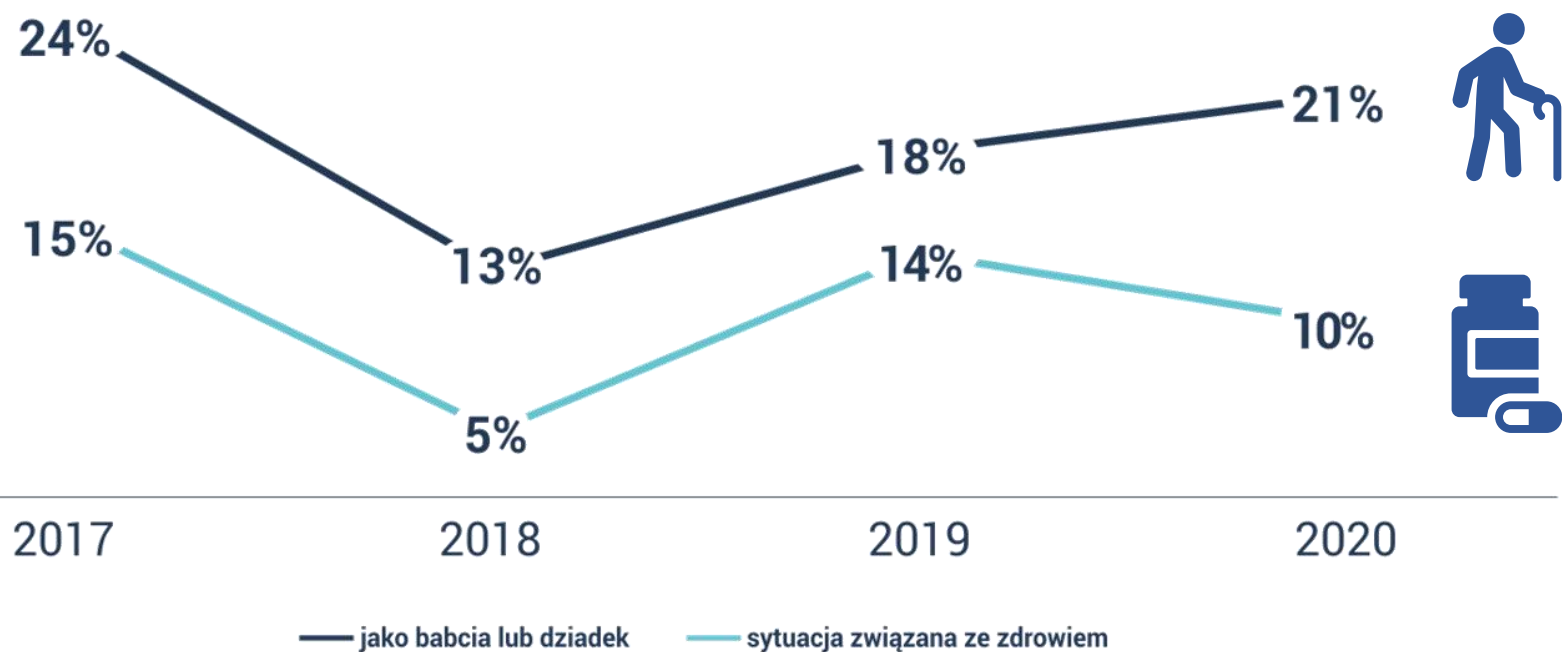
...czy ich widzimy jako
konsumentów...

Osoby występujące w spotach



Źródło: Badanie spotów reklamowych 2017-2020 / Biuro Reklamy TVP

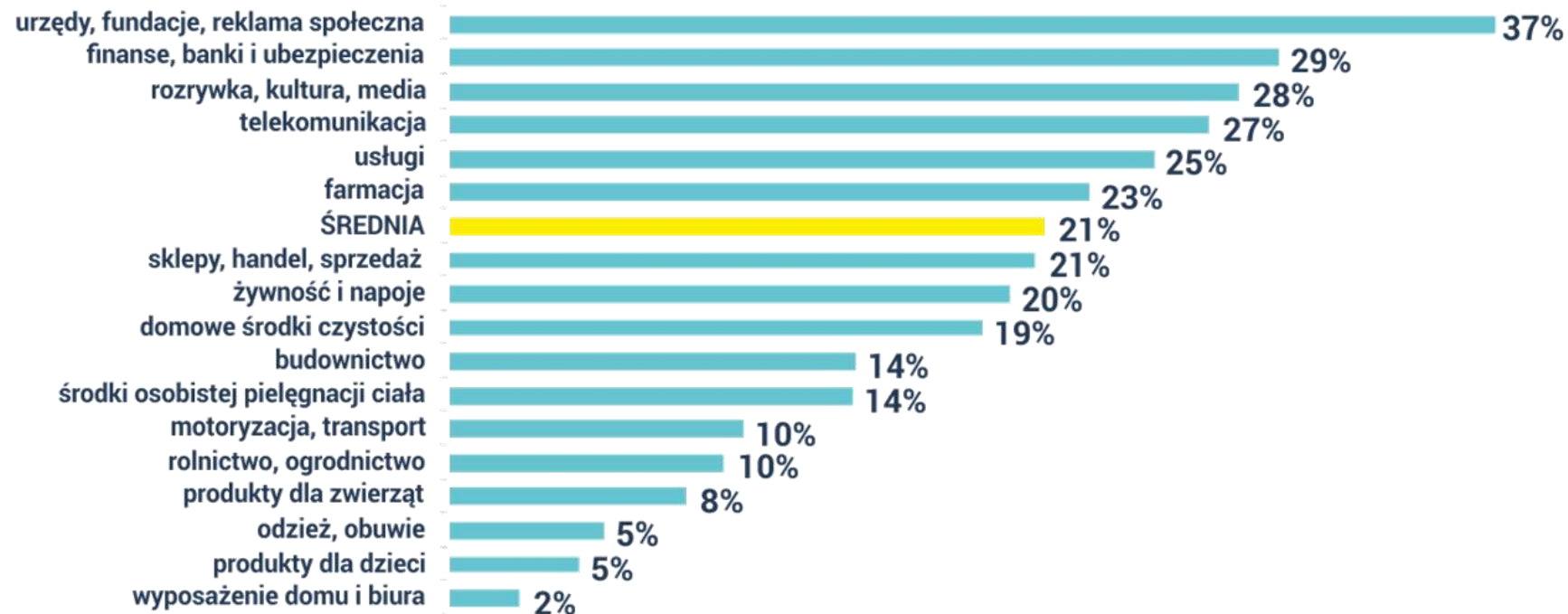
Kontekst w jakim pojawia się osoba 50+



Źródło: Badanie spotów reklamowych 2017-2020 / Biuro Reklamy TVP

TVP TELEWIZJA POLSKA
Biuro Reklamy

Udział reklam z osobami 50+ wg kategorii produktu



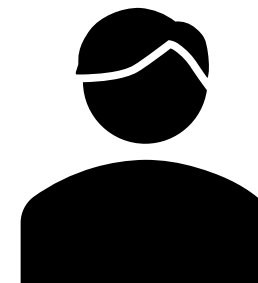
Źródło: Badanie spotów reklamowych 2020 / Biuro Reklamy TVP

... co jest ważne dla
dojrzałego konsumenta
przy wyborze produktu...

Aspekty, na które zwracają uwagę seniorzy dokonując zakupów artykułów żywnościowych

	Zdecydowanie nie	Raczej nie	Ani nie, ani tak	Raczej tak	Zdecydowanie tak	Miejsce w rankingu ¹
cena	2%	5%	18%	54%	20%	4
opakowanie	13%	13%	38%	29%	7%	8
marka	2%	15%	20%	35%	28%	5
reklama w telewizji, radiu, prasie	18%	27%	33%	18%	3%	9
aktualna promocja w miejscu sprzedaży	3%	24%	28%	34%	11%	7
trwałość	0%	0%	8%	30%	62%	1
obsługa	0%	3%	13%	52%	32%	2
dostępność produktu	3%	11%	34%	35%	17%	6
wcześniejsze doświadczenia	1%	1%	18%	45%	35%	3

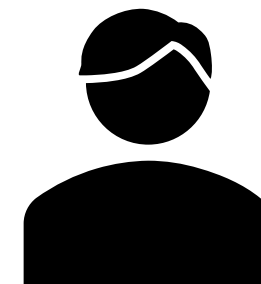
Źródło: opracowanie na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych (N=92)



Aspekty, na które zwracają uwagę starsi konsumenci dokonując zakupów chemii gospodarczej

	Zdecydowanie nie	Raczej nie	Ani nie, ani tak	Raczej tak	Zdecydowanie tak	Miejsce w rankingu
cena	2%	1%	24%	57%	16%	4
opakowanie	8%	22%	29%	34%	8%	8
marka	4%	8%	14%	50%	24%	6
reklama w telewizji, radiu, prasie	8%	39%	33%	8%	13%	9
aktualna promocja w miejscu sprzedaży	5%	17%	37%	32%	9%	7
trwałość	0%	0%	17%	39%	43%	2
obsługa	0%	4%	32%	38%	26%	3
dostępność produktu	3%	5%	23%	42%	26%	5
wcześniejsze doświadczenia	0%	0%	17%	36%	47%	1

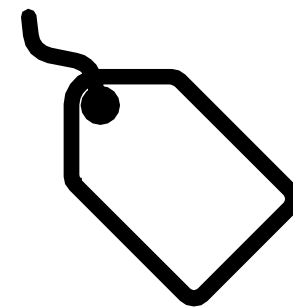
Źródło: opracowanie na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych (N=92)



Aspekty, na które zwracają uwagę osoby starsze dokonując zakupów artykułów odzieżowych

	Zdecydowanie nie	Raczej nie	Ani nie, ani tak	Raczej tak	Zdecydowanie tak	Miejsce w rankingu
cena	0%	8%	21%	47%	25%	3
opakowanie	13%	32%	26%	24%	5%	8
marka	2%	13%	28%	36%	21%	6
reklama w telewizji, radiu, prasie	16%	30%	34%	14%	5%	9
aktualna promocja w miejscu sprzedaży	1%	16%	39%	35%	9%	7
trwałość	0%	4%	17%	50%	28%	2
obsługa	4%	1%	26%	39%	29%	4
dostępność produktu	3%	5%	35%	37%	20%	5
wcześniejsze doświadczenia	1%	3%	15%	46%	35%	1

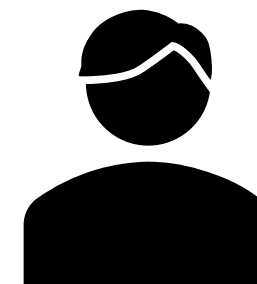
Źródło: opracowanie na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych (N=92)



Aspekty, na które zwracają uwagę seniorzy dokonując zakupów kosmetyków

	Zdecydowanie nie	Raczej nie	Ani nie, ani tak	Raczej tak	Zdecydowanie tak	Miejsce w rankingu
cena	3%	11%	17%	42%	26%	6
opakowanie	7%	15%	26%	34%	18%	7
marka	3%	7%	15%	32%	43%	4
reklama w telewizji, radiu, prasie	13%	27%	34%	21%	5%	9
aktualna promocja w miejscu sprzedaży	8%	10%	36%	32%	15%	8
trwałość	0%	0%	15%	28%	57%	2
obsługa	0%	5%	16%	39%	39%	3
dostępność produktu	3%	4%	26%	38%	28%	5
wcześniejsze doświadczenia	0%	0%	13%	30%	57%	1

Źródło: opracowanie na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych (N=92)



... stereotypy a
rzeczywistość...

Z naszych badań wynika, że negatywne stereotypy dotyczące starości są w znacznej części zgodne z rzeczywistością, ale tylko wobec osób w czwartym wieku [po 80-tce; MB], które bardzo często czują się osamotnione i są o wiele mniej zadowolone z życia. Podczas gdy tylko 2-3 proc. 70-latków cierpi na demencję, to choroba ta dotyka 10-15 proc. 80-latków i połowę 90-latków!

Prof. Paul B. Baltes

...czy rzeczywiście
ich rozumiemy...

...im bardziej dojrzały
konsument tym na więcej
aspektów produktu patrzy
inaczej...



Kto zna użytkownika Biovitalu?



- ✓ świetna reklama – Effie
- ✓ świetna ambasadorka marki
- ✓ zapewne bardzo dobry produkt
- ✓ dość wysoka cena – ale nie niebotyczna
- ✓ dobre miejsce sprzedaży – apteka
- ✓ butelka z ciemnego szkła
- ✓ duże opakowanie starczy na długo



Dlaczego nie

- ✓ Butelka z ciemnego szkła to opakowanie ciężkie
- ✓ Kapsel zamyka dokładnie ale trudno je otworzyć starczymi rękami
- ✓ Duża butelka jest ciężka i nieporęczna
- ✓ Obły kształt to łatwość wyslizgnięcia się z rąk
- ✓ Mała wylewka to groźba pulsacyjnego wylewania się płynu

Problemy z chwytem

Szacuje się, że utrata mocy wraz z wiekiem jest nawet większa od utraty siły mięśniowej i od ukończenia 30. roku życia wynosi ok. 20–30% na dekadę.

Przejawem tego jest spowolnienie wykonywania codziennych czynności. Sposobem na poprawę mocy mogą być ćwiczenia plyometryczne, które stanowią ważną, choć rzadko stosowaną formę ćwiczeń dla osób starszych. Polegają one na ekscentrycznym skurczu, po którym następuje koncentryczny skurcz tego samego mięśnia. Przykładami takich ćwiczeń są, np. podskoki, przeskoki czy wypady.

Z wiekiem dochodzi do skrócenia długości wielu mięśni, co może prowadzić do występowania bólu w określonych pozycjach, utraty funkcji i nieprawidłowych wzorców ruchu, dlatego w tej grupie wskazane są również ćwiczenia rozciągające. Powinny mieć one charakter statyczny, należy je wykonywać regularnie, a czas utrzymania danej pozycji winien być dłuższy niż u osób młodych.

Rehabilitacja geriatryczna

dr hab. prof. nadzw. Marek Żak

Zakład Rehabilitacji w Reumatologii i Geriatrii Akademia
Wychowania Fizycznego w Krakowie

<https://www.mp.pl/pacjent/rehabilitacja/rehabilitacja-medyczna/128935,rehabilitacja-geriatryczna>



Do konsumenta dojrzałego
trzeba podchodzić holistycznie,
każdy element oferty powinien
być sprawdzany, bo nie można
przyjąć, że produkt będzie
używany w taki sposób jakby
używali o ludzie, którzy
pracują przy jego powstaniu.

Czy można rozwiązać to inaczej?



- Lekkie opakowanie nie powiększa znacząco ciężaru produktu
- Duża wylewka pozwala na płynne wylewanie
- Wygodne trzymanie ułatwia manipulowanie
- Grip na zakrętce nieco ułatwia otwieranie

Zapraszam na fantastyczną
wyprawę z dojrzałym
konsumentem.

Zrozumienie ich naprawdę się
opłaci.

Przygotujmy swoją własną starość.



www.monikaboczek.com

[https://www.linkedin.com/
company/firma-monika-boczek/](https://www.linkedin.com/company/firma-monika-boczek/)