



Ciclo de Vida dos Consumidores Portugueses

Uma análise para conhecer os mais importantes estádios no ciclo de vida da população portuguesa, o seu perfil e hábitos de consumo (mais de 300 variáveis analisadas)

MARKTEST
CONSULTING

Grupo Marktest



Grupo Marktest

MARKTEST
CONSULTING

Ciclo de Vida dos Consumidores Portugueses

Ciclo de Vida:

“a série de períodos importantes pelos quais passa uma pessoa, um grupo ou uma cultura durante a sua vida”

- Nações Unidas

Conhecer o ciclo de vida dos consumidores portugueses permite analisar hábitos e prever necessidades, pelo conhecimento das características associadas às várias etapas da vida de cada um.

APRESENTAÇÃO

Este estudo da Marktest Consulting pretende introduzir novas pistas na análise do consumidor português. Parte-se de uma concepção dos indivíduos enquanto entidades dinâmicas, que percorrem determinados estádios ao longo da sua vida, assumindo que esses estádios “condicionam” os seus estilos de vida e a sua predisposição para o consumo.

A tipologia criada teve como base as amostras de estudos regulares da Marktest. Depois de várias análises da informação de base, e utilizando como determinantes variáveis como a idade, estado civil, actividade profissional, número de pessoas no lar e presença de crianças e jovens, foram criados 10 grupos de indivíduos, que constituem assim os 10 estádios do ciclo de vida do Consumidor português.

Pretende-se que com esta análise, o utilizador possa:

- ✓ Conhecer os mais importantes estádios no ciclo de vida da População Portuguesa, o seu perfil e hábitos de consumo (350 variáveis analisadas);
- ✓ Aceder a textos de caracterização, quadros com resultados, análises comparativas;
- ✓ Prever estratégias de consumo de determinados bens consoante a evolução dos portugueses nos diversos estádios do ciclo de vida;
- ✓ Perceber como cada estádio “condiciona” os estilos de vida e a predisposição para o consumo dos Portugueses.

FONTES DE INFORMAÇÃO

Esta análise tem como base informação dos estudos regulares da Marktest: Bareme Imprensa | Bareme Rádio | Bareme Internet | TGI (Target Group Index)

ESTÁDIOS DO CICLO DE VIDA

- Jovens dependentes
- Independentes Jovens
- Ninhos em Construção
- Casados com crianças dos 0-5 anos
- Casados com crianças dos 6-11 anos
- Casados com Jovens dos 12-18 anos
- Monoparentais com Crianças
- Outros Casados
- Ninhos Vazios
- Independentes com + de 35 anos

FORMATO DE DISPONIBILIZAÇÃO

Relatório em Pdf com listagem dos indicadores seleccionados para cada estádio do ciclo de vida, assim como análise gráfica e textos resumo, descritivos das principais características de cada estádio. Para cada indicador, são disponibilizadas as seguintes métricas:

- ✓ Penetração
- ✓ Perfil
- ✓ Afinidade

PREÇO: Relatório PDF: 1 500 € (Acréscimo IVA em vigor)

Contacte-nos para mais informações: jmendes@hq.marktest.pt

Marktest ■ Rua de S. José 183 2º ■ 1169-116 Lisboa ■ Tel. +(351)213470866 ■ Fax. +(351)213460894



Grupo Marktest

MARKTEST
CONSULTING

Ciclo de Vida dos Consumidores Portugueses

CONTEÚDOS DISPONÍVEIS

✓ **Características Sócio-demográficas** (Sexo, Idade, Região, Ocupação, Classe Social)

✓ **Estilos de vida**

▪ Posse de Bens (Casa própria, Arrendada, Relógio, Telemóvel, Máquina fotográfica, Câmara de filmar, MP3, Vídeo, Leitor de CDs, Liquidificador, Máquina de café, Batedeira, Varinha mágica, Fritadeira ...)

▪ Comportamentos (Comprou peça de vestuário ou calçado, Comprou artigos de ganga/jeans, Comprou sapatos desportivos, Frequentou lojas de decoração e mobiliário, Frequentou lojas de electrodomésticos, Comprou algum livro para si, Comeu refeição fast food em restaurante, Encomendou comida/refeições por telefone, Foi a coffee shop, Jogou na lotaria, Foi a discoteca, Frequentou ginásio ou health club, Passou férias fora da residência habitual, Viajou de avião ...)

▪ Automóvel (Possui carta de condução, Conduz regularmente, Existe um automóvel em casa, Tenciona comprar, Possui ciclomotor, motorizada ou moto, Abasteceu veículo ...)

✓ **Consumo de media**

▪ Imprensa (Cobertura Máxima por tipo de publicações)

▪ Rádio (Audiência Acumulada de Véspera por local de escuta, dias da semana e períodos horários)

✓ **Tecnologias de Informação**

▪ Utilização de computador

▪ Utilização de Internet (Utilizam Internet, através de computador, através de telemóvel, local de utilização, frequência de utilização ...)

▪ Navegação na Internet (Serviços de Comunicação, Serviços de Informação, Serviços de Entretenimento/Lazer, redes sociais, marcar viagens/alojamento online, Serviços de Pesquisa, Serviços de Comércio, comprar online ...)

✓ **Hábitos de consumo**

▪ Produtos alimentares (Sopa em pacote, Maionese, Ketchup, Mostarda, Molhos para saladas, Margarina para barrar, Queijo, Manteiga, Café solúvel, Café moido, Chá, Frutos secos, Gelados, Cereais, Sobremesas, Iogurtes, Leite, Bolachas, Natas, Batatas fritas, Chocolates, Guloseimas, Aperitivos ...)

▪ Produtos alimentares para o lar (Molhos, Azeite, Óleo, Margarina, Massas, Arroz, Caldos, Achocolatados, Tostas, Pão embalado, Pastelaria, Enchidos ou fiambre, Salchichas, Conservas, Alimentação para bebés, Leite para bebé, Batatas pré-fritas, Congelados ...)

▪ Produtos alimentares para animais (cães e gatos)

▪ Bebidas não alcoólicas (Chá gelado, Refrigerantes, Sumos, Bebidas energéticas, Água, Cerveja sem álcool)

▪ Bebidas alcoólicas (Cerveja com álcool, Vinho, Vodka, Gin, Rum, Whisky, Brandy, Bebidas alcoólicas pré preparadas, Vinho do Porto, Licores, Champanhe ...)

▪ Produtos de limpeza para o lar (Detergente para louça, Anti-calcário, Detergentes para roupa, Amaciadores, Tira nódoas, Limpeza de pele/calçado, Lixívia, Limpa vidros, Ceras, Desengordurantes ...)

▪ Outros produtos para o lar (Papel higiénico, Película aderente, Ambientadores, Papel de cozinha...)

▪ Produtos de higiene pessoal: todos (Sabonetes, Gel de banho, Champô, Condicionadores, Pasta de dentes, Escova de dentes, Desodorizante, Laca, Gel, Fraldas, Toalhetas, Protectores/óleos solares ...)

▪ Produtos de higiene pessoal: homens (Creme de barbear, Lâminas ou máquinas de barbear, After shave, Creme, Tintas para cabelo...)

▪ Produtos de higiene pessoal: mulheres (Cremes, Desmaquilhantes, Base de maquilhagem, Maquilhagem para os olhos, Blush, Batom, Verniz, Perfume, Tintas para cabelo, Ida ao cabeleireiro, Centro de estética, Depilação a laser, Desinfectantes íntimos, Pensos higienicos, Tampões ...)

▪ Saúde (Comeu produtos dietéticos, Fez dieta, Tomou medicamentos para a constipação, Tomou anti-histaminicos, Tomou analgésicos, Usou loções para tratamento do rosto, Usou elixires para higiene oral, Tomou medicamentos para a obstipação, Tomou medicamentos para a indigestão, Tomou vitaminas, Tomou xaropes para a tosse, Tomou pastilhas para a garganta, Usou pomadas para picadas de insectos)

Contacte-nos para mais informações: jmendes@hq.marktest.pt

Marktest ■ Rua de S. José 183 2º ■ 1169-116 Lisboa ■ Tel. +(351)213470866 ■ Fax. +(351)213460894