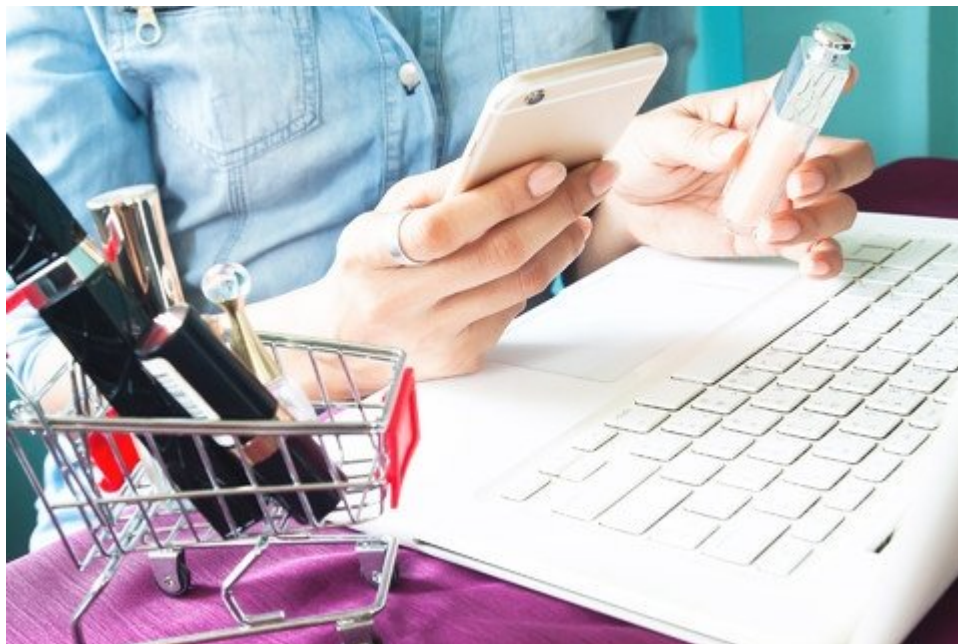


## Pokolenie Z szuka produktów do pielęgnacji zdrowia i urody online, ale nadal kupuje stacjonarnie

data aktualizacji: 2020.02.26



**Klienci i pokolenia Z są skłonni do korzystania z internetu w celu zbadania możliwości zakupu produktów zdrowotnych i pielęgnacyjnych, ale następnie aż jedna trzecia kupuje je w sklepach stacjonarnych - wynika z badania brytyjskich konsumentów przeprowadzonego przez The Pull Agency, agencję kreatywną specjalizującą się w markach medycznych i kosmetycznych.**

**Około połowa pokolenia Z (osób do 25 roku życia) w Wielkiej Brytanii woli kupować produkty zdrowotne i kosmetyki w drogeriach, takich jak Boots lub Superdrug, ale jest również prawdopodobne, że młodzi konsumenci odwiedzą wyspecjalizowanego sprzedawcę - zrobi tak 10 proc. Tymczasem pokolenie milenialsów (osób w wieku 25-39 lat) zarówno szuka takich produktów, jak i kupuje online.**

**Sześciu na dziesięciu konsumentów kosmetyków z Pokolenia Z (60 proc.) stwierdziło, że kupowali produkty kosmetyczne od 14 roku życia, w porównaniu do zaledwie 39 proc. milenialsów i jednej czwartej (23 proc.) osób w wieku 50+. Prawie połowa (45 proc.) osób w wieku poniżej 25 lat kupiła produkt do makijażu jako swój pierwszy kosmetyk.**

*- Pokolenie Z nie koncentruje się wyłącznie na kanałach cyfrowych. Zazwyczaj nie mają większych wydatków, które pojawiają się w późniejszym życiu i dlatego mają więcej rozporządzalnych dochodów na zdrowie i urodę. Lubią także fizyczne zakupy a handel detaliczny jest prawdziwą atrakcją dla tej generacji - wyjaśnia **Claire Rance**, szefowa strategii marki w The Pull Agency.*

**Technologie wpływają także na sposób, w jaki młodzi ludzie kupują produkty zdrowotne i upiększające.** Według badań, jedna trzecia (32 proc.) kupujących z Generacji Z korzystała z wyszukiwania głosowego dla tych produktów, częściej niż jakakolwiek inna grupa i używała go głównie do wyszukiwania marek i przedmiotów, o których już wiedziała.

Są oni również najbardziej zainteresowani (32 proc.), korzystaniem z aplikacji rozszerzonej rzeczywistości (AR) do produktów zdrowotnych i kosmetycznych, i najbardziej byliby zainteresowani (72 proc.) korzystaniem z usług AR lub VR w przyszłości.

**Gdzie robią zakupy polscy konsumenci? Czy rośnie kanał e-commerce? Dowiesz się tego z "Przewodnika po handlu w Polsce 2020"**

Badanie wykazało ponadto, że **ponad połowa konsumentów Generacji Z (52 proc.) twierdzi, że odkrywa nowe trendy głównie na Instagramie**, znacznie więcej niż jakakolwiek inna grupa demograficzna. YouTube jest drugim co do wielkości źródłem inspiracji, a po nim przyjaciele i członkowie rodziny. Na ośmiu z dziesięciu konsumentów z tej grupy demograficznej (83 proc. - czyli więcej niż na jakakolwiek inną grupę) wpływ mają oceny i recenzje produktów.

**Czynnikiem, który najbardziej wpłynie w przypadku konsumentów z Pokolenia Z na zakup konkretnego produktu, jest użycie naturalnych składników (58 proc.)**, ale to oni są też grupą wiekową, która najbardziej obawia się, czy jest on wolny od okrucieństwa (51 proc.) i czy wykorzystuje opakowania z recyklingu (42 proc.).

*- Nic dziwnego, że przemysł kosmetyczny chętnie przyciąga kupujących z Pokolenia Z, ponieważ w 2019 r. mieli oni być największą grupą wiekową w globalnej populacji. Należy jednak zrozumieć, że mają oni wyjątkowy stosunek do produktów, które kupują i takie są przyczyny ich decyzji zakupowych. Technologia jest kluczowym elementem, a wielu młodszych konsumentów jest skłonnych do wypróbowania nowych rozwiązań, takich jak wyszukiwanie głosowe, rozszerzona lub wirtualna rzeczywistość - tłumaczy **Claire Rance**.*

*- Nie można też nie doceniać znaczenia Instagrama w przypadku młodszych konsumentów, a także wartości wykazania naturalnego, zrównoważonego i odpowiedzialnego podejścia do rozwoju produktu. Ponieważ klienci zaczynają teraz zakupy kosmetyczne w wieku 12 lat, a nawet wcześniej, to otwiera to nowe możliwości dla marek, które dobrze to wykorzystają - dodaje ekspertka.*

**Badanie przeprowadzono wśród 1200 brytyjskich konsumentów** we wszystkich grupach wiekowych.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/pokolenie-z-szuka-produktow-do-pielegnacji-zdrowia,61229>