

PILLOLE DI MERCATO: **SEGMENTO SALI MINERALI**

SCENARIO

Il **sell-out** del comparto **integratori** in **farmacia** è influenzato da cambi di stagione. Una delle categorie che nel periodo estivo risente maggiormente della stagionalità è quella dei **sali minerali**, articolata in due macro segmenti:

- **Integratori di Sali** (calcio, fosforo, magnesio, potassio)
- **Sali Minerali**

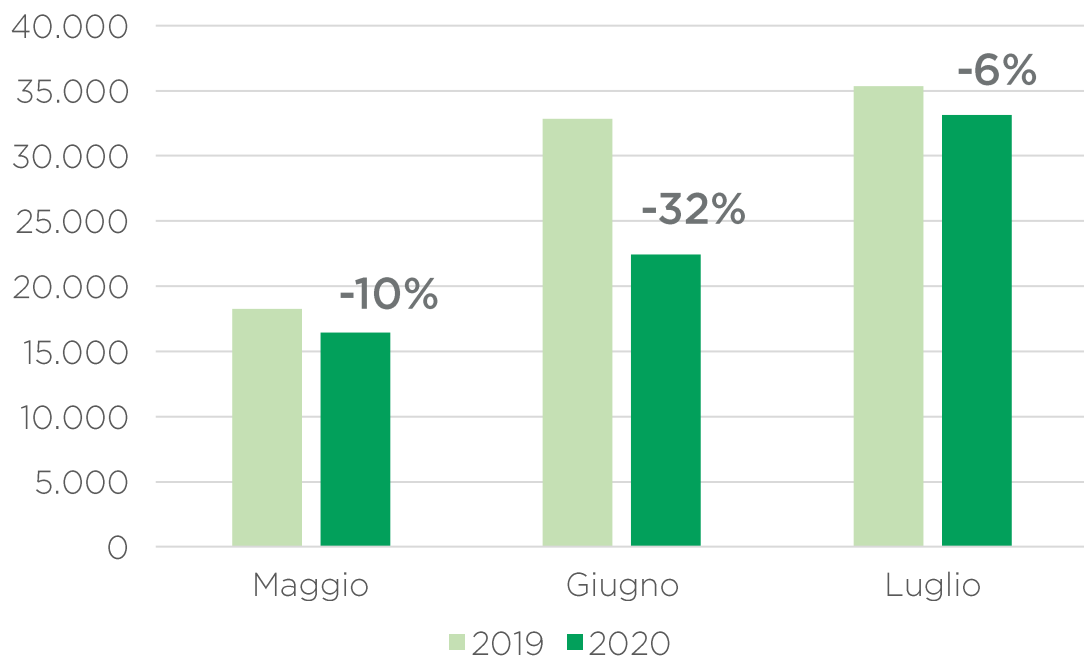
Come il periodo successivo al lockdown ha **modificato le abitudini di acquisto e di ricerca** in questo segmento?

In questa pillola diamo alcune indicazioni rispetto a questa domanda con uno sguardo al trimestre **Maggio - Giugno - Luglio 2020**.

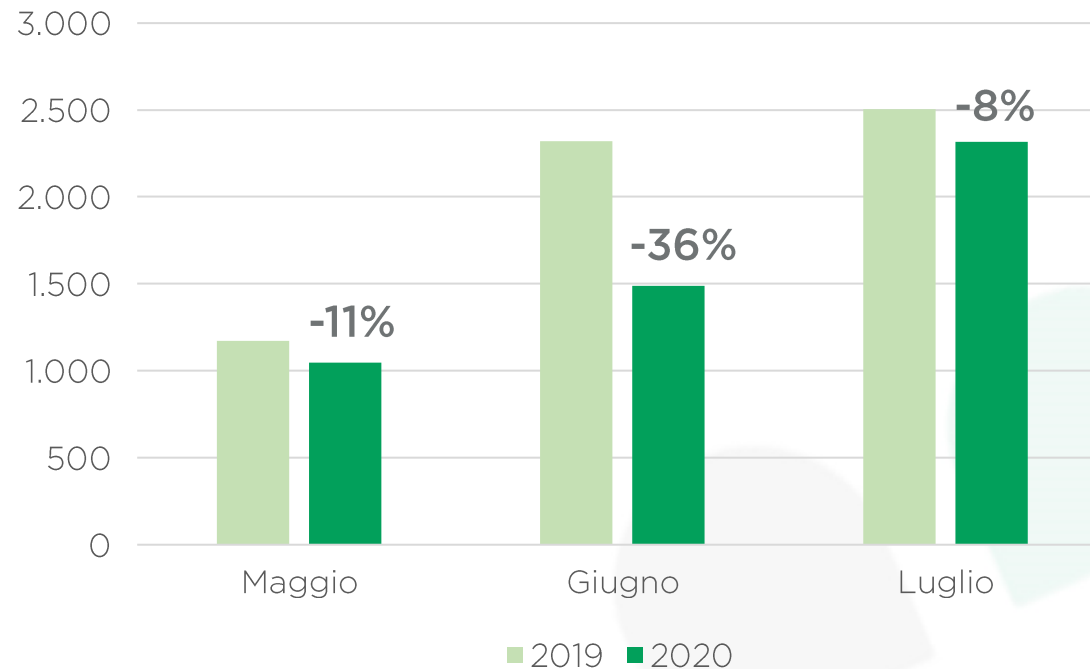
DATI SELL-OUT* - TRIMESTRE MAGGIO - GIUGNO - LUGLIO 2020 VS 2019

Durante questi mesi il segmento dei sali minerali è stato caratterizzato da un **decremento di sell-out sia a valore che ad unità** rispetto all'anno precedente.

TREND FATTURATO



TREND PEZZI VENDUTI



* Dati di New Line Ricerche di Mercato. Time frame: Maggio-Giugno-Luglio 2020 VS Maggio-Giugno-Luglio 2019.

DIMENSIONAMENTO DEL TERRITORIO ON LINE

La nostra **metodologia di analisi** ci permette di **dimensionare**, il vero **perimetro** del **mercato**, le opportunità di crescita, le minacce e la competitività.

Il **dimensionamento** di un **territorio** è **fondamentale** per identificare il **comportamento** degli **utenti**, i loro bisogni e poter discriminare le audience raggiunte



UNIVERSITÀ DI PISA



**THE WEB
CONFERENCE**

L'algoritmo è stato selezionato per la San Francisco Web conference 2019.

PROCEDURA D'ANALISI

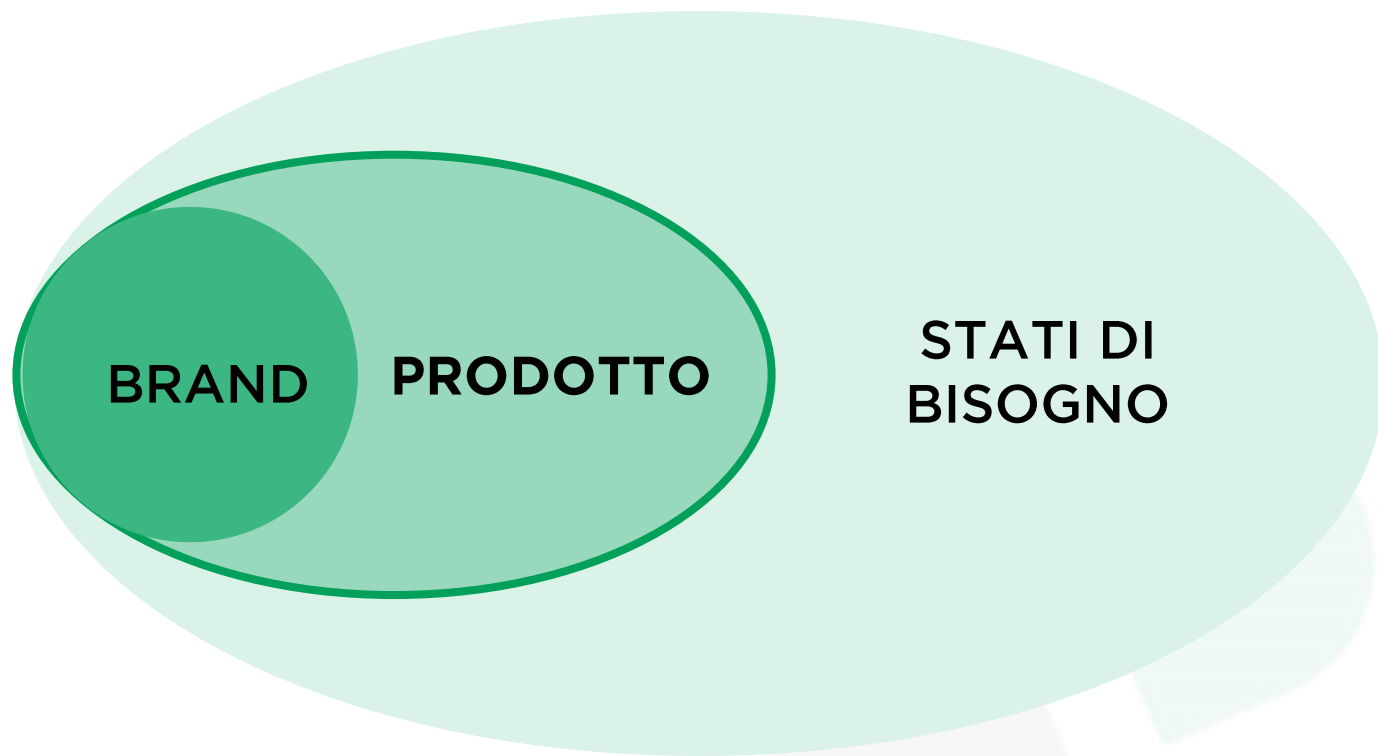
Le analisi dei volumi di ricerca e delle audience per i micro-moments vengono clusterizzate in:

Area **BRAND**

Area **PRODOTTO**

Area **STATI DI BISOGNO**

In questa pillola abbiamo analizzato
Volumi e Trend **dell'area PRODOTTO.**



VOLUMI DI RICERCA ANNUALI

Abbiamo estratto i **volumi di ricerca legati al PRODOTTO nel segmento Sali Minerali.**

L'elevato numero di ricerche relative agli **Integratori di sali** (calcio, fosforo, magnesio, potassio, ecc.) dimostra un **significativo interesse da parte degli utenti** per l'acquisto di questi prodotti online, mentre le ricerche associate esclusivamente ai **Sali minerali** manifestano volumi di ricerca sostanzialmente più piccoli e un **intento** maggiormente **informativo**.

SEGMENTO SALI MINERALI - PRODOTTO

2.041.320

Ricerche Google

1.689.240

Integratori di sali

Magnesio compresse
Integratore fosforo
...

352.080

Sali minerali

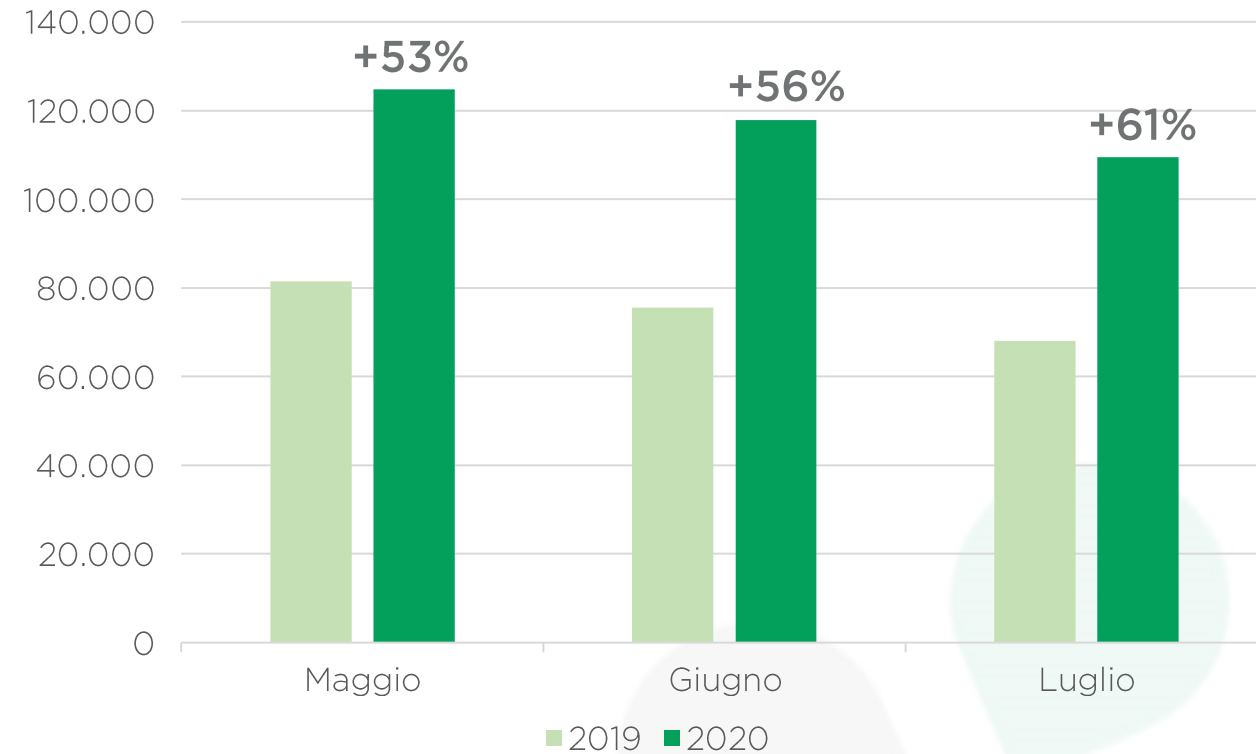
Sali minerali per bambini
Sali minerali bustine
...

TREND DI RICERCA SALI MINERALI TRIMESTRE MAG-GIU-LUG 2020 VS 2019

Il **trend delle ricerche di PRODOTTO** nel periodo Maggio - Giugno - Luglio 2020 VS lo stesso periodo del 2019 per i **SALI MINERALI** ha visto un **incremento medio del +57% nei tre mesi** analizzati.

L'incremento **si è mantenuto abbastanza costante** nel corso dei tre mesi senza registrare picchi o decrescite significative.

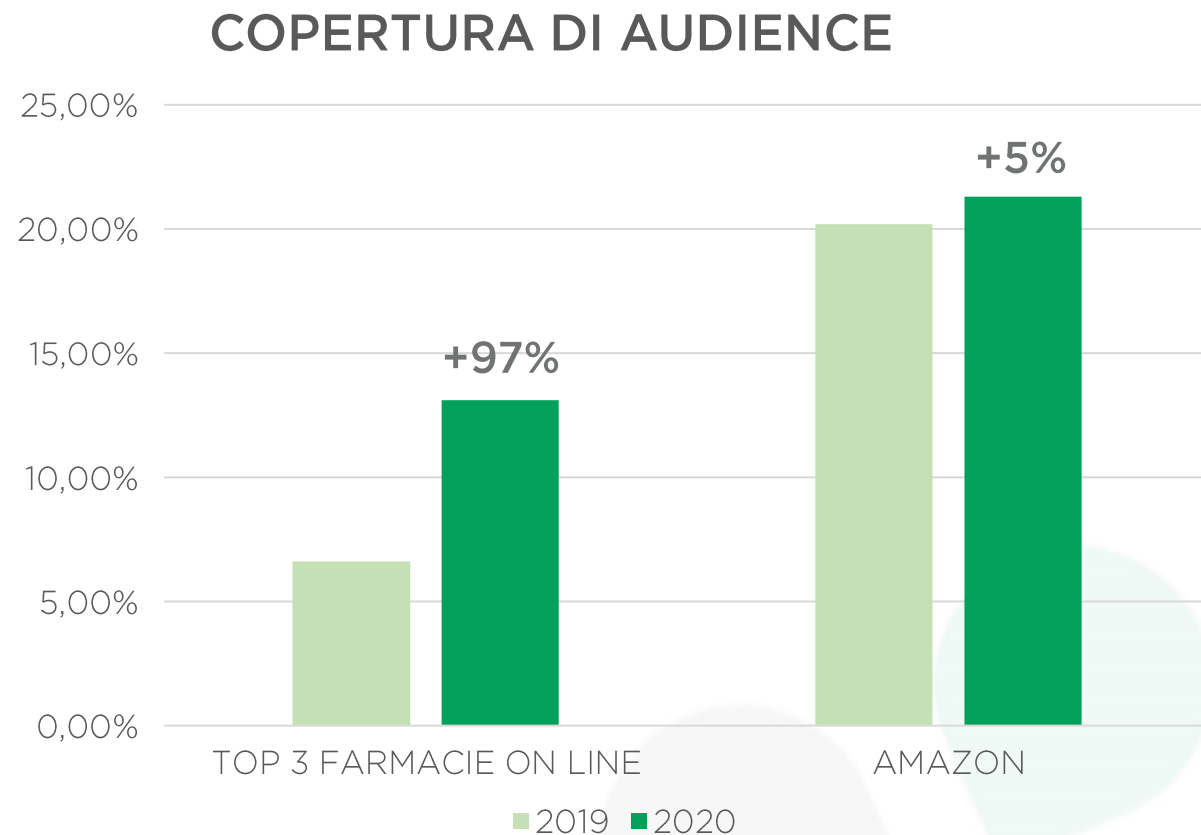
TREND VOLUMI DI RICERCA



COMPORAMENTO DEI PLAYER DIGITALI 2020 VS 2019

Tra i **Player Digitali** le Top Farmacie Online nel periodo Maggio - Giugno - Luglio 2020 VS lo stesso periodo del 2019 hanno visto un **forte incremento della copertura audience sulla categoria sali minerali, pari al +97%**.

Rispetto al 2019, nel 2020 **Amazon** **aumenta la propria copertura del solo +5%** mantenendo comunque un presidio digitale globalmente superiore a quello delle Top Farmacie Online.



TAKE OUT

A fronte di un **decremento medio del sell out a valore sul trimestre del -16%** e a unità **del -18%**, nel periodo abbiamo assistito a un incremento **delle ricerche on line** nell'area **PRODOTTO** del **+57%**. A tale incremento è corrisposta una **forte crescita** del **+97%** su questi stessi territori da parte **dei player digitali** (Top Farmacie on line).

Sei interessato a conoscere la ricerca completa o vuoi scoprire le potenzialità che non stai ancora cogliendo?

[Contattaci!](#)

THANK YOU



Milano
Corso Sempione, 10

Contacts

02. 83. 41. 21. 10
info@fortop.it
fortop.it

A Special thanks to [New Line Ricerche di Mercato](#)