

PILLOLE DI MERCATO: **SEGMENTO SOLARI**

SCENARIO

Il **sell-out** di alcuni comparti **dermocosmetici** in **farmacia** è influenzato da cambi di stagione; la categoria che nel periodo aprile-settembre solitamente risente in modo significativo della stagionalità è quella **dei solari**, articolata in due macro segmenti:

- **Protezioni & Autoabbronzanti**
- **Doposole.**

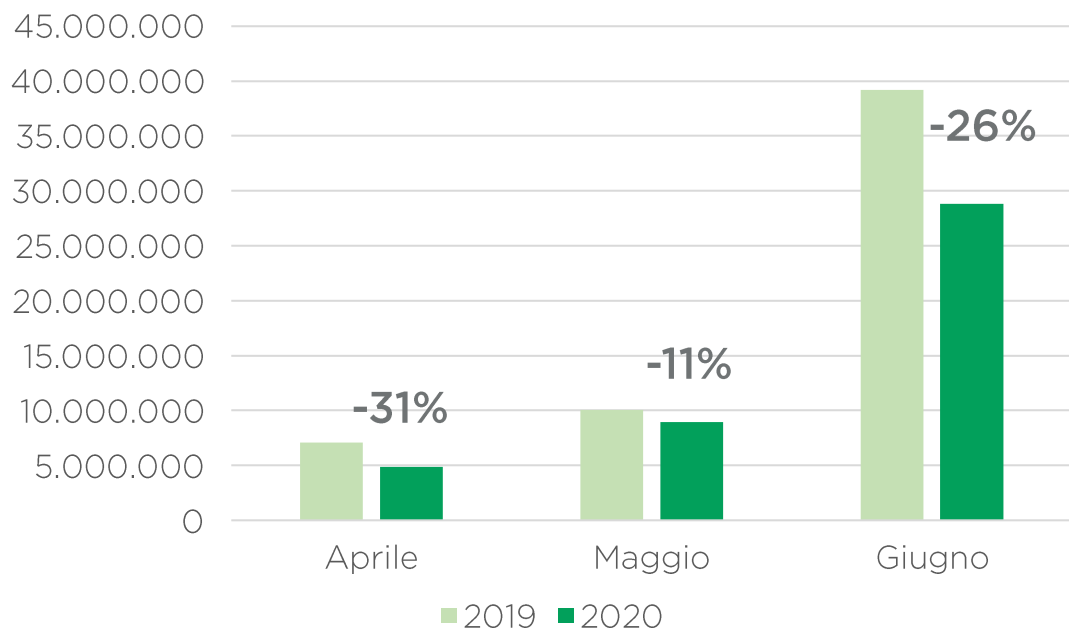
Come il lockdown ha **modificato le abitudini di acquisto e di ricerca** in questo segmento?

In questa pillola diamo alcune indicazioni a questa domanda con uno sguardo sul -
II QUARTER 2020

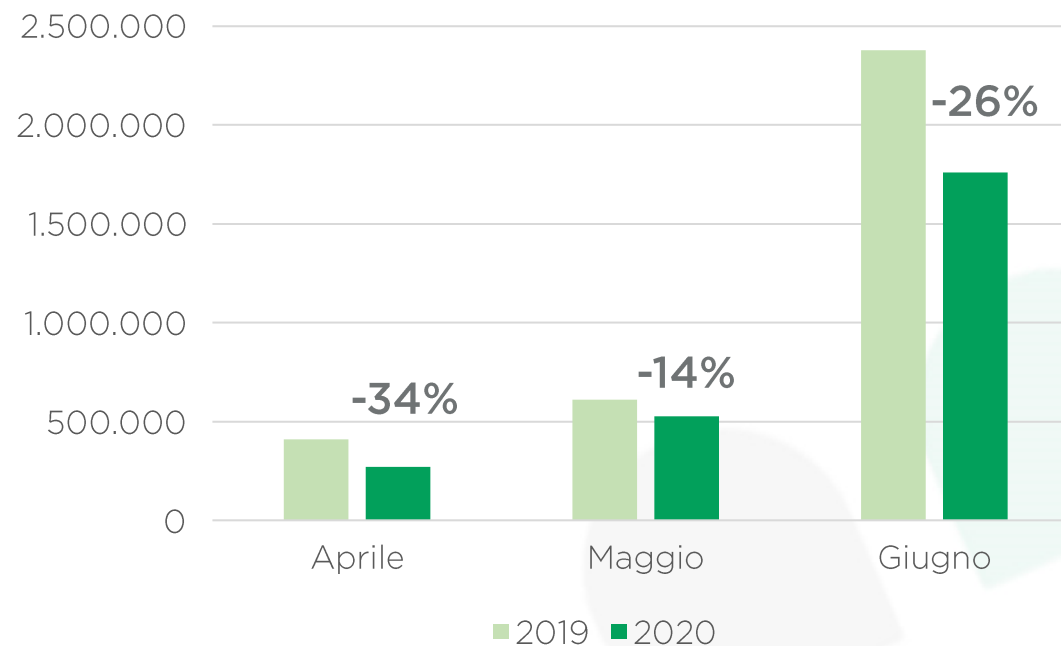
DATI SELL-OUT* - II QUARTER 2020 VS 2019

Durante questi mesi il segmento dei solari 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: Aprile-Maggio-Giugno 2020 VS Aprile-Maggio-Giugno 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.

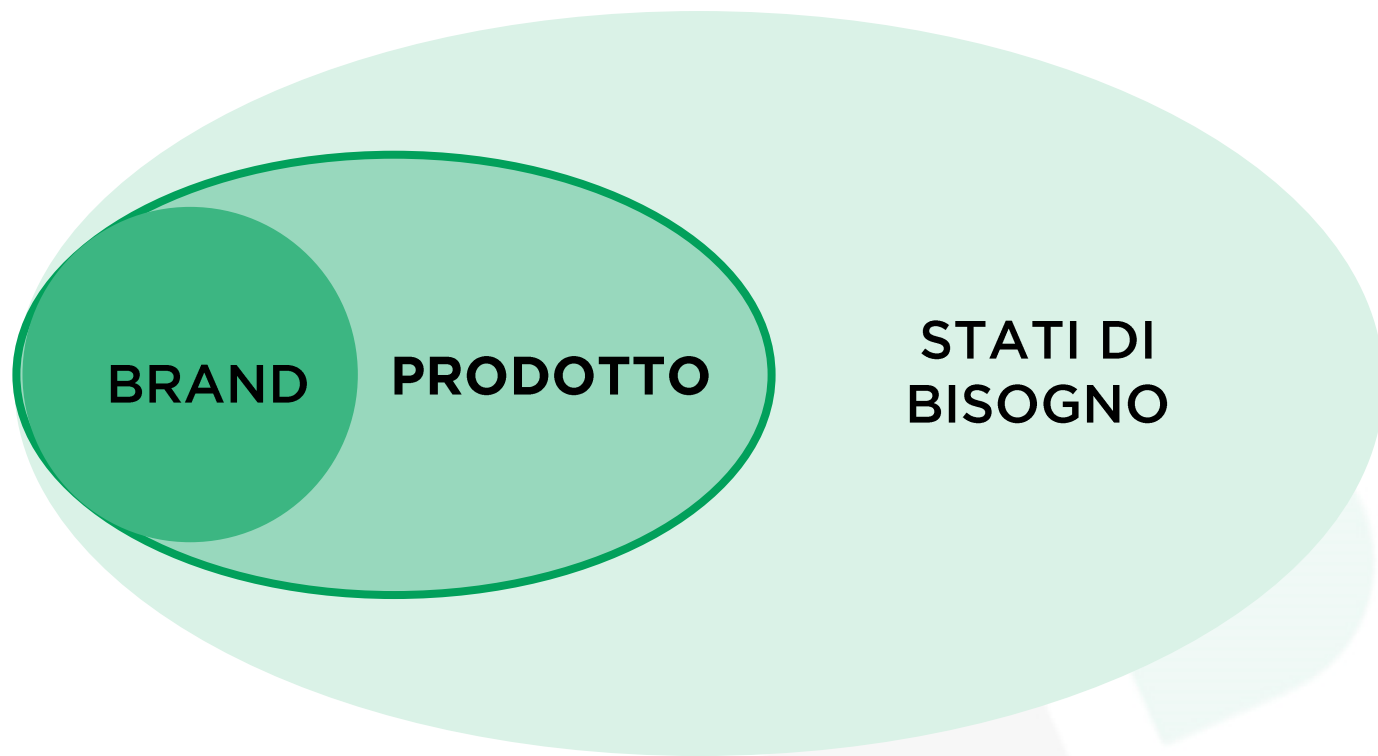
PROCEDURA D'ANALISI

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 alle ricerche PRODOTTO nel segmento Solari.**

Gli utenti cercano maggiormente online, escluse le ricerche brand, i prodotti **Protezione & Abbronzanti**, le ricerche legate ai prodotti **Doposole** manifestano volumi di ricerca sostanzialmente più piccoli.

SEGMENTO SOLARI - PRODOTTO

1.651.360

Ricerche Google

1.513.960

Protezione & Abbronzanti

Autoabbronzante
Protezione solare
...

137.400

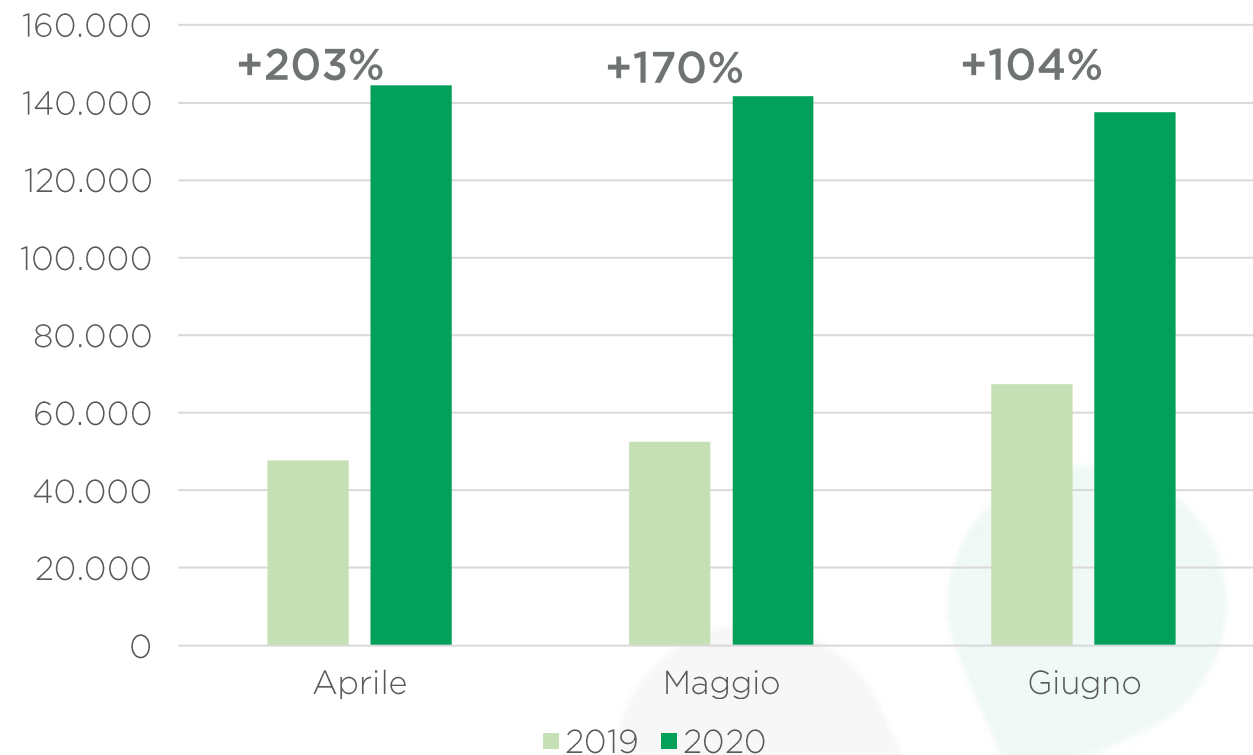
Doposole

Crema doposole
After sun
...

TREND DI RICERCA LINEA SOLARI II QUARTER 2020 VS 2019

Il **trend delle ricerche PRODOTTO** nel periodo aprile-maggio-giugno 2020 VS lo stesso periodo del 2019 per la linea dei **SOLARI** ha visto un **incremento del 153% nei tre mesi**, con un picco nel mese di Aprile.

TREND VOLUMI DI RICERCA

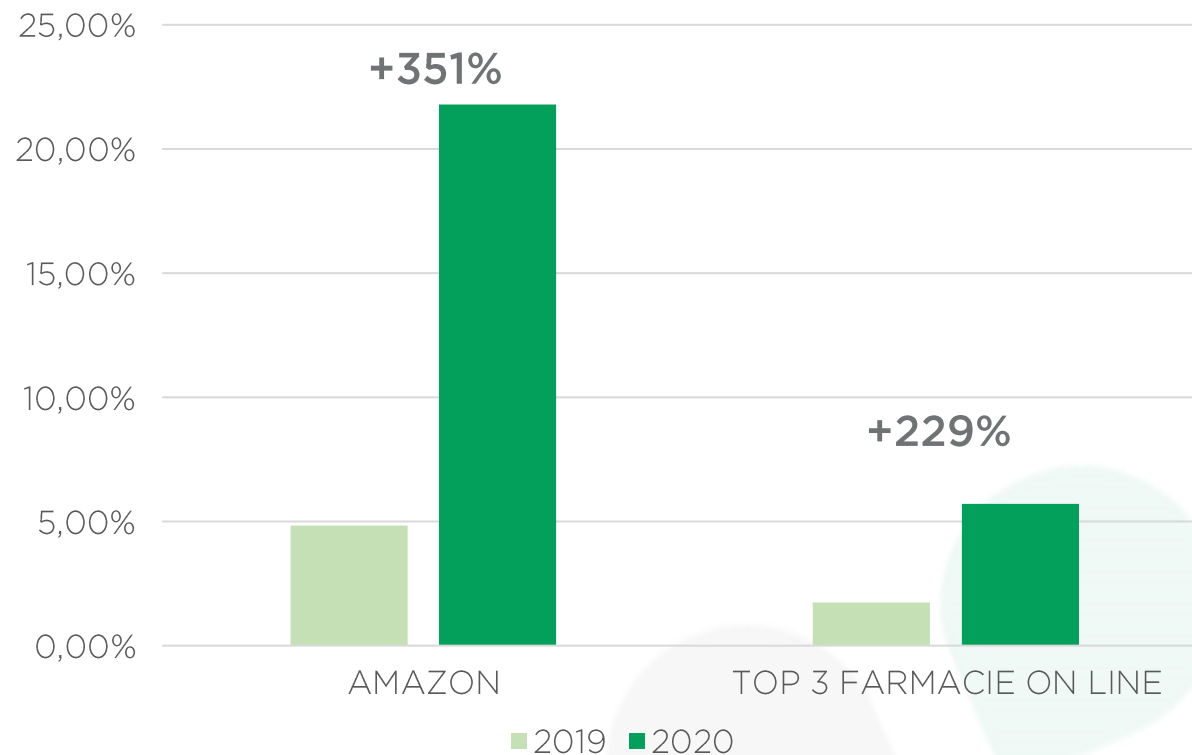


COMPORAMENTO DEI PLAYER DIGITALI 2020 VS 2019

I **Player Digitali** (Amazon e le Top Farmacie on line), nel periodo aprile-maggio-giugno 2020 VS lo stesso periodo del 2019 per la linea dei **SOLARI**, hanno visto un **FORTE incremento della copertura di audience sulla categoria.**

Amazon in particolar modo aumenta la propria quota del +351% confermandosi leader

COPERTURA DI AUDIENCE



TAKE OUT

A fronte di un **decremento del sell out in farmacia** nel periodo abbiamo assistito a una **crescita delle ricerche on line** nell'Area PRODOTTO (+153%) e contemporaneamente a una **grande crescita**, dal +229% al +351%, su questi territori da parte **dei Player Digitali** (Amazon e le Top Farmacie on line).

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

[Contattaci!](#)

THANK YOU



Contacts

02. 83. 41. 21. 10

info@fortop.it

fortop.it

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