



VOGUE
ESPAÑA

La Gran
ENCUESTA *de la*
Belleza



OBJETIVOS y Metodología

1
2
3

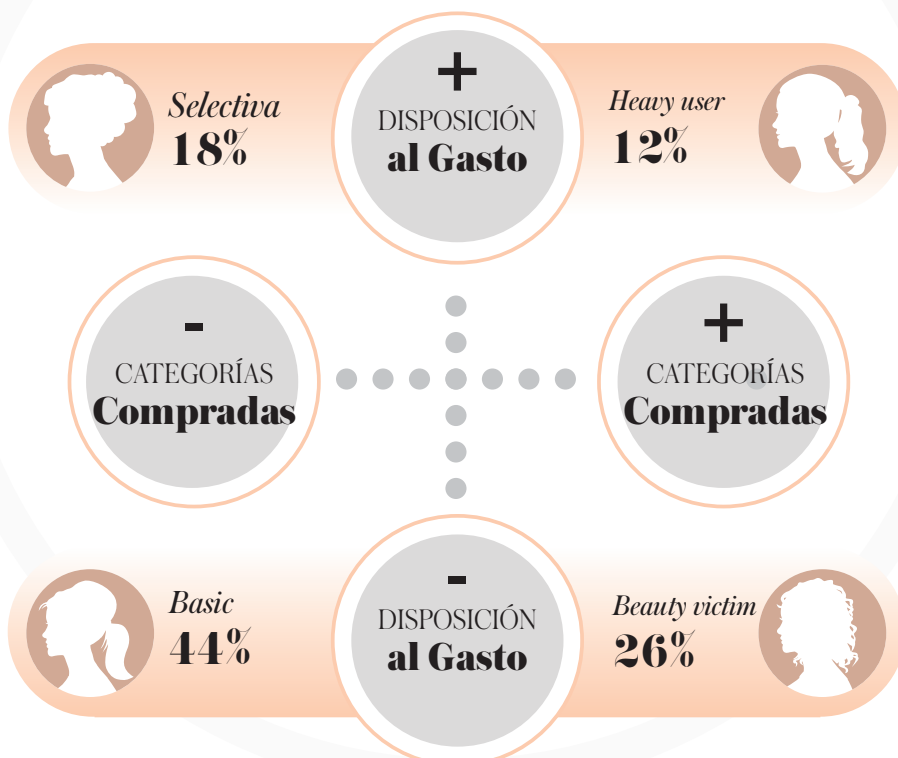
Conocer la relación de la mujer con el mundo de la belleza a partir de los **productos** que compra, **fuentes** de información, su consumo de **revistas** y rol que otorga a las mismas ...

Analizar **las 14 categorías** presentes en los **premios Vogue Belleza** para conocer la importancia y el consumo de cada una de ellas.

Muestra 1531 mujeres: De **25 a 50** años

Internautas habituales
Compradoras de al menos una categoría de producto de belleza en los últimos 6 meses (n≥300 en cada categoría)

Perfiles de COMPRADORA de Belleza



EL PERIODO EN EL QUE SE REALIZÓ LA ENCUESTA FUE EN DICIEMBRE 2013.

Estudio realizado por Ediciones Condé Nast y The Cocktail Analysis

La Mujer

VOGUE



A

Para sus lectores, Vogue es la marca de referencia, tanto por ser la fuente de información por excelencia sobre tendencias, como por sus consejos prácticos sobre técnicas y tratamientos más innovadores.

B

La lectora de Vogue consume la revista con alta frecuencia y en varios soportes, siendo éste el perfil con mayor identificación hacia la cabecera y el más interesante en cuanto a consumo y actitud hacia las marcas de belleza.

C

La lectora de Vogue es la mujer que considera mayor número de categorías como imprescindibles, dada su sofisticación en el consumo de productos y rituales de belleza.

D

De los perfiles de compradoras de belleza extraídos, la lectora Vogue alcanza un 73 % entre compradoras heavy user, selectivas y beauty victims, los 3 perfiles más interesantes para el sector.

Cuidado FACIAL BÁSICO

“ El principal **CRITERIO DE ELECCIÓN:**
Que se ajuste a las *necesidades de la piel* ”

VOGUE (n=157)



(n=163)



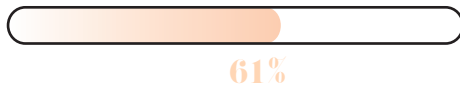
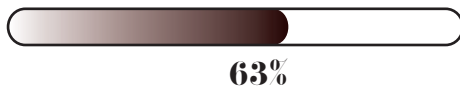
ACTITUDES en RELACIÓN al CUIDADO FACIAL BÁSICO

La **lectora de Vogue** es la que en mayor medida se muestra abierta a probar nuevos productos y nuevas marcas

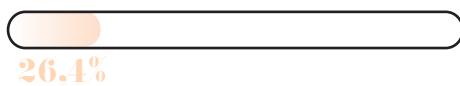
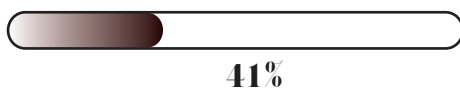
VOGUE (n=157)



Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



% Alto grado de acuerdo (4 a 5)

FUENTES de INSPIRACIÓN en PRODUCTOS DE BELLEZA (TOP3)

El **punto de venta** constituye el principal referente como fuente de inspiración, aunque lo es menos para las lectoras de Vogue, que atienden también a las revistas especializadas para obtener orientación.

VOGUE (n=157)



Revistas



Punto de Venta



Amigas/familiares



Punto de venta



Amigas/familiares



Peluquería

Cuidado FACIAL BÁSICO

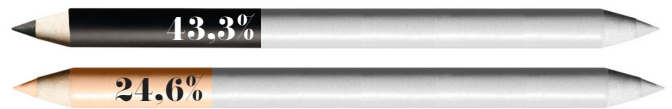
INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar antes el producto



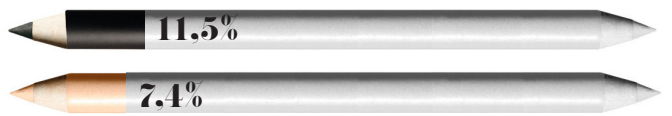
Un reportaje en una revista que me guste



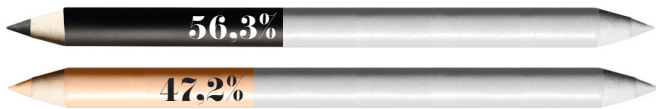
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



Un anuncio



Una acción especial

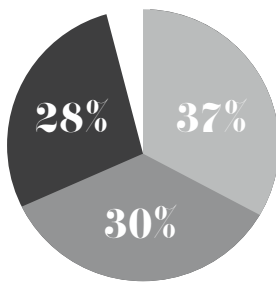


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



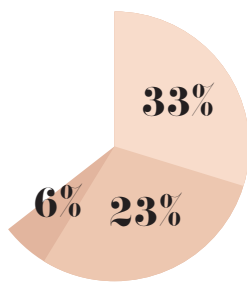
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE (n=157)

- Tiendas especializadas
- Grandes superficies
- Cadenas perfumería



(n=163)

- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas de barrio
- Otros

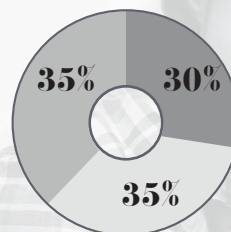
COMPRA ONLINE



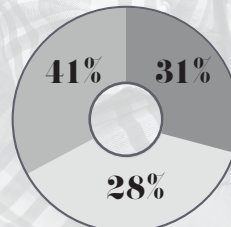
* Base: total compradoras en categoría online.

PAPEL en la COMPRA de CUIDADO BÁSICO FACIAL MASCULINA

VOGUE (n=157)



(n=163)



- Unicamente yo tomo la decisión de compra
- Comparto la decisión de compra
- No tengo ningún papel

Cuidado FACIAL ESPECÍFICO

“ El principal **CRITERIO DE ELECCIÓN:**
Que se ajuste a las *necesidades de la piel* ”

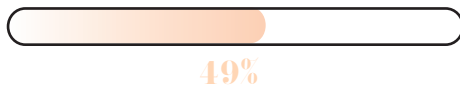
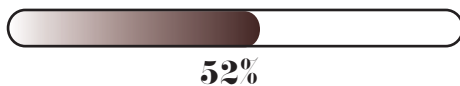


ACTITUDES en RELACIÓN al CUIDADO FACIAL ESPECÍFICO

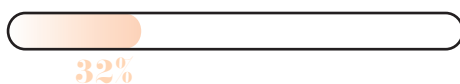
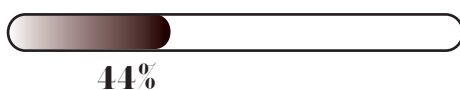
Actitudes : Categoría de gran importancia para la mujer donde se tienen marcas habituales. La lectora de Vogue se muestra más abierta a la prueba.



Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



FUENTES de INSPIRACIÓN en el CUIDADO FACIAL ESPECÍFICO

El **entorno cercano** y la **información** en el punto de venta son las principales fuentes de inspiración en la compra de cosmética específica para el rostro.

Las lectoras de Vogue destacan la relevancia de las revistas especializadas.

VOGUE



Revistas



Amigas/familiares



Punto de Venta



Amigas/familiares



Punto de Venta



Peluquerías y salones

Cuidado FACIAL ESPECÍFICO

INCENTIVOS a la COMPRA

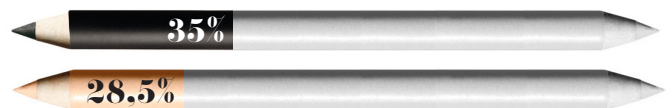
¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar el producto y aprovechar una promoción, los mejores alicientes para la compra

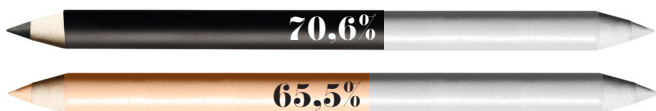
Probar antes el producto



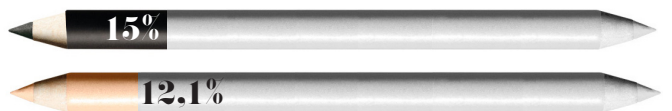
Un reportaje en una revista que me guste



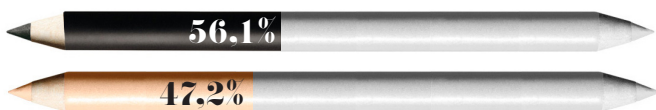
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



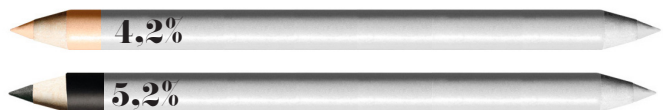
Un anuncio



Una acción especial

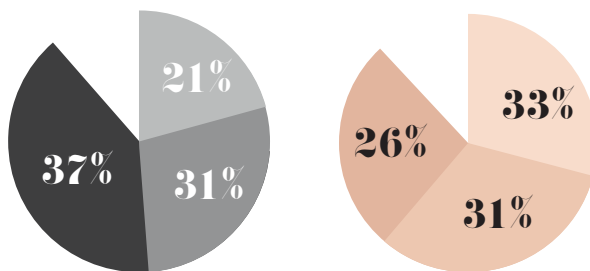


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas especializadas
- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas de barrio
- Otros

COMPRA ONLINE

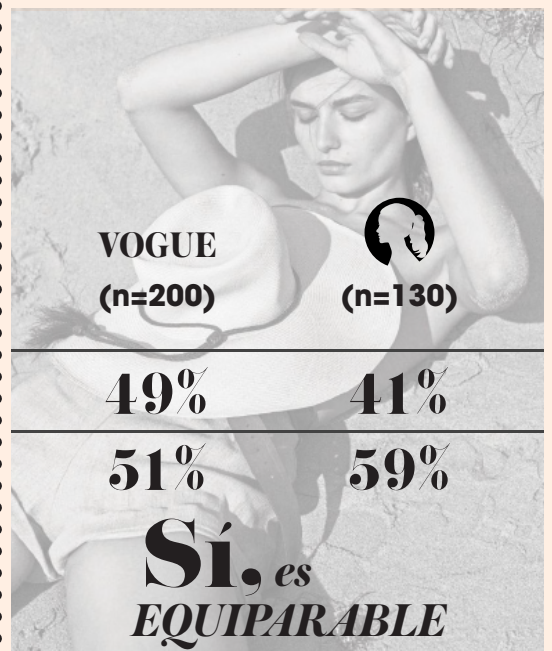


* Base: total compradoras en categoría online.

LOS RESULTADOS DE LA COSMÉTICA

convencen, aunque esta categoría también se asocia en gran medida a tratamientos médicos

¿La cosmética de alta gama es equiparable a los tratamientos médico estéticos?



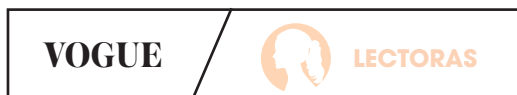
Cuidado CORPORAL BÁSICO

“ El principal **CRITERIO DE ELECCIÓN:**
Que se ajuste a las *necesidades de la piel* ”

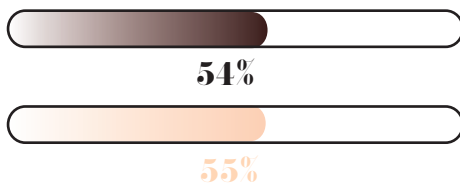


ACTITUDES en RELACIÓN al CUIDADO CORPORAL BÁSICO

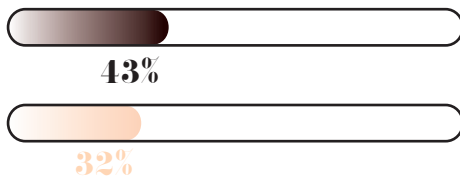
Actitudes : En esta categoría convive tanto el combinar diferentes marcas teniendo alguna más habitual o favorita, como el hecho de probar nuevas.



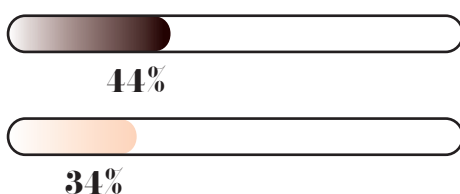
Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



Prefiero ser fiel a mi marca habitual



FUENTES de INSPIRACIÓN en el CUIDADO CORPORAL BÁSICO

Las **revistas**, destacan entre las lectoras Vogue como la principal fuente de inspiración.

VOGUE



Cuidado CORPORAL BÁSICO

INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar un producto y encontrarse con una promoción, son factores que facilitan la compra en cuidado

Probar antes el producto



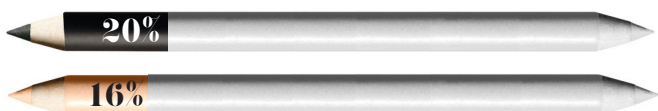
Un reportaje en una revista que me guste



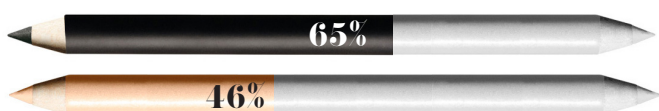
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



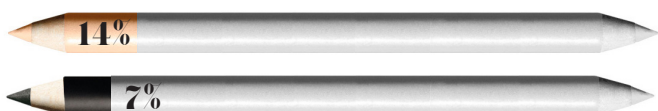
Un anuncio



Una acción especial

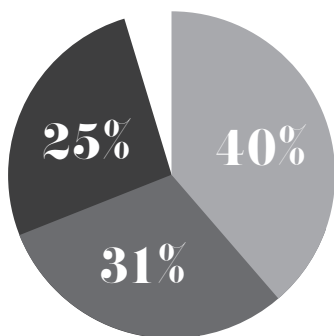


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



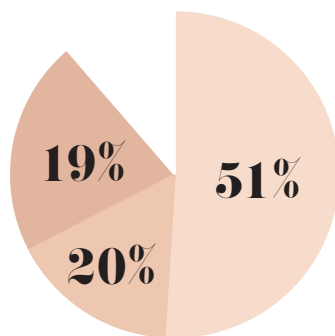
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE

- Tiendas especializadas
- Grandes superficies
- Cadenas perfumería



LECTORAS

- Grandes superficies
- Tiendas especializadas
- Cadenas perfumería
- Otros

COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.

Cuidado CORPORAL ESPECÍFICO

“ El principal **CRITERIO DE ELECCIÓN:**
Que se ajuste a las *necesidades de la piel* ”



ACTITUDES en RELACIÓN al CUIDADO CORPORAL ESPECÍFICO

Las lectoras Vogue son más activas a la hora de probar nuevos productos y marcas.



Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



49%



54%

Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



56%



47%

FUENTES de INSPIRACIÓN en CUIDADO CORPORAL ESPECÍFICO

Las **amigas y familiares** conforman la principal información para asesorarse de estos productos, sin embargo, en el caso de las lectoras Vogue, la fuente de información principal son las revistas especializadas y el punto de venta.

VOGUE



50%

Punto de venta



46%

Amigas/familiares



33%

Foros



63%

Punto de venta



46%

Amigas/familiares



43%

Centros de Belleza

Cuidado CORPORAL ESPECÍFICO

INCENTIVOS a la COMPRA

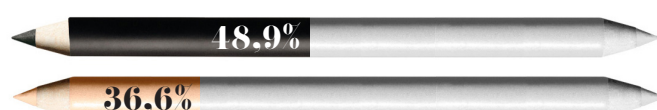
¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar un producto y encontrarse con una promoción, son factores que facilitan la compra en cuidado corporal

Probar antes el producto



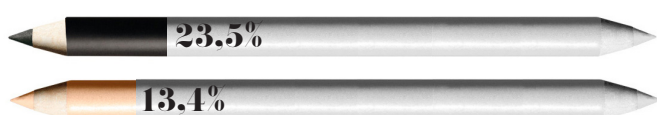
Un reportaje en una revista que me guste



Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



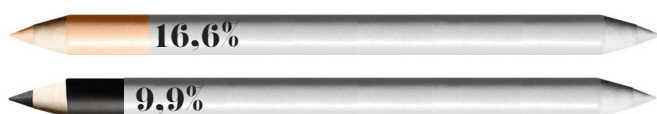
Un anuncio



Una acción especial

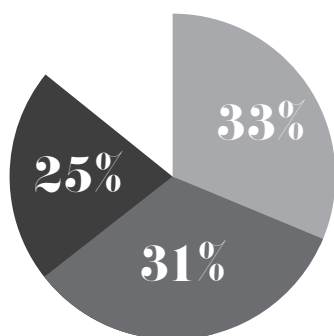


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



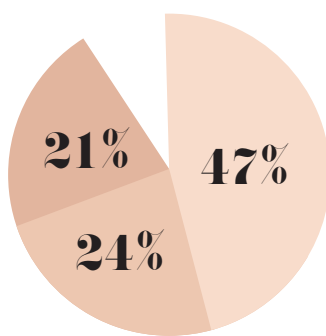
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE

- Cadenas perfumería
- Grandes superficies
- Tiendas especializadas



LECTORAS

- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas especializadas
- Otros

COMPRA ONLINE

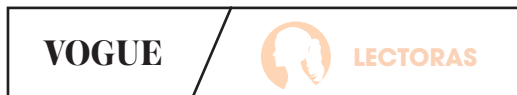


* Base: total compradoras en categoría online.

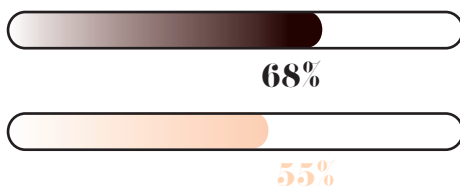
HIGIENE PERSONAL



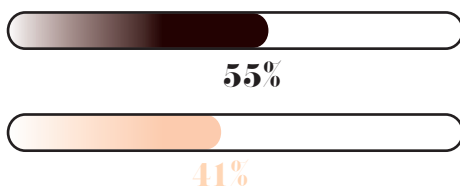
ACTITUDES en RELACIÓN a la HIGIENE PERSONAL



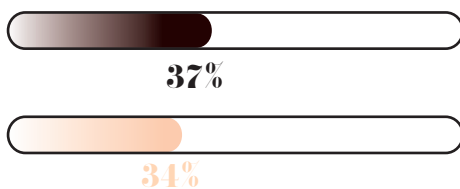
Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Prefiero ser fiel a mi marca habitual



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



INSPIRACIÓN HIGIENE PERSONAL

VOGUE



Punto de Venta



Revistas especializadas



Amigas /familiares



Punto de Venta



Amigas /familiares



Revistas especializadas

HIGIENE PERSONAL

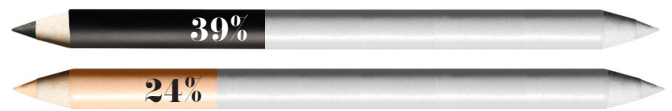
INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar antes el producto



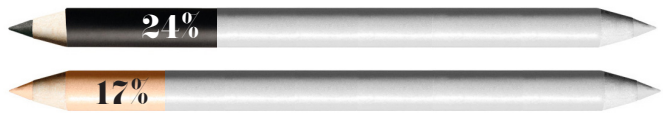
Un reportaje en una revista que me guste



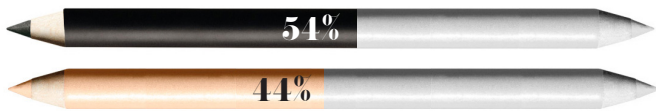
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



Un anuncio



Una acción especial

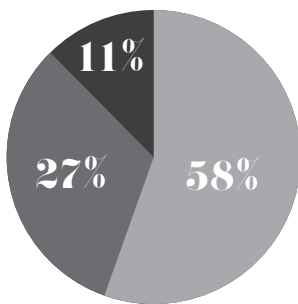


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



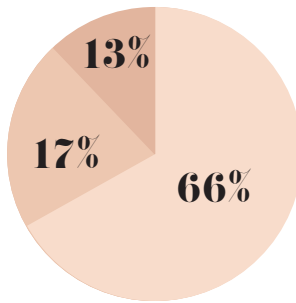
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE

- Grandes Superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas especializadas



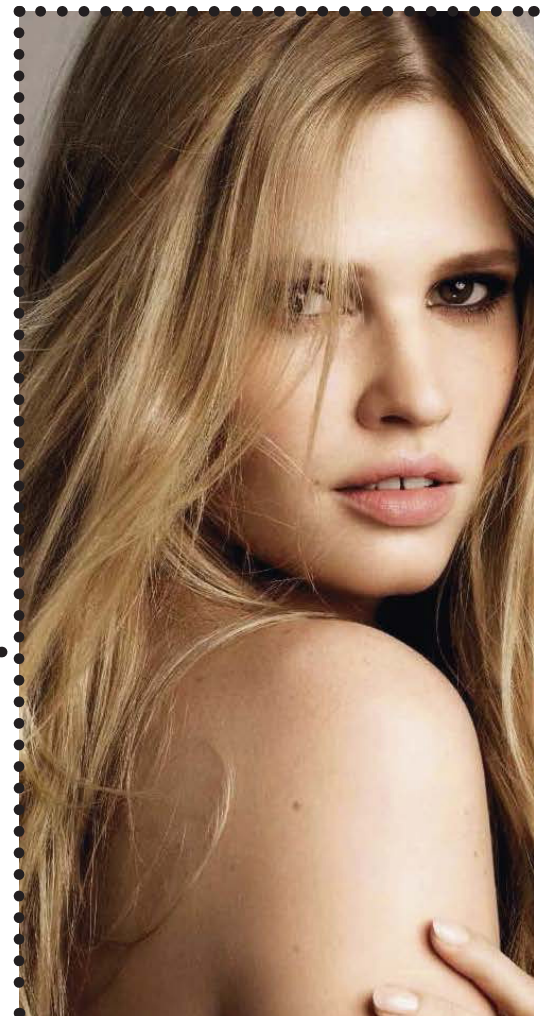
LECTORAS

- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas especializadas

COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.



Solares

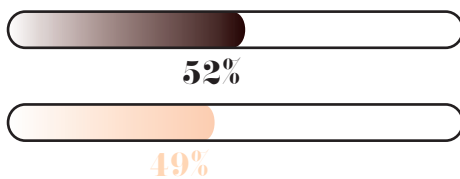
“ Las lectoras de Vogue invierten más en solares ”



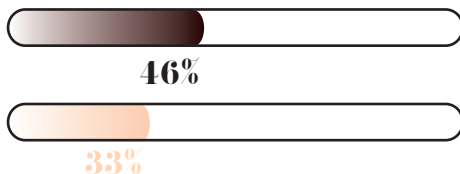
ACTITUDES en RELACIÓN a la PROTECCIÓN SOLAR



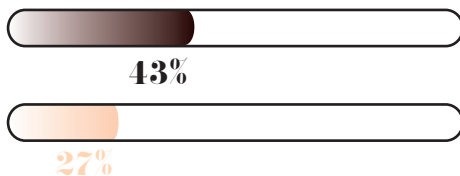
Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Prefiero ser fiel a mi marca habitual



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



FUENTES de INSPIRACIÓN de PROTECCIÓN SOLAR (TOP3)

Las revistas son la principal fuente para las lectoras de Vogue, si bien los foros son otra alternativa para las de otras revistas.

VOGUE



Solares

INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

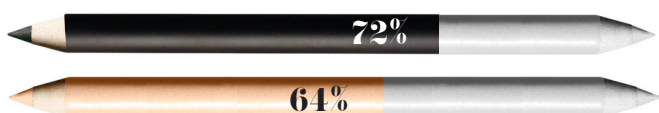
Probar antes el producto



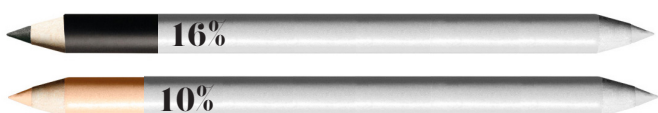
Un reportaje en una revista que me guste



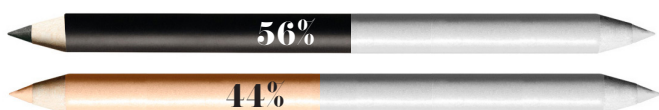
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



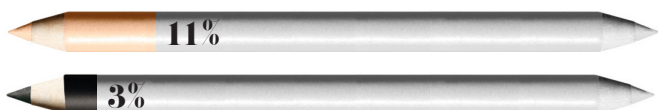
Un anuncio



Una acción especial

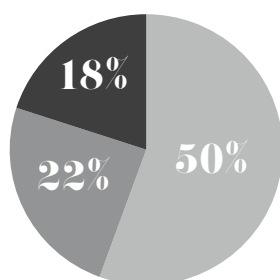


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



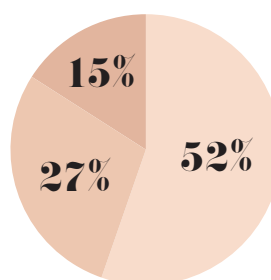
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE (n=157)

- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas especializadas



(n=163)

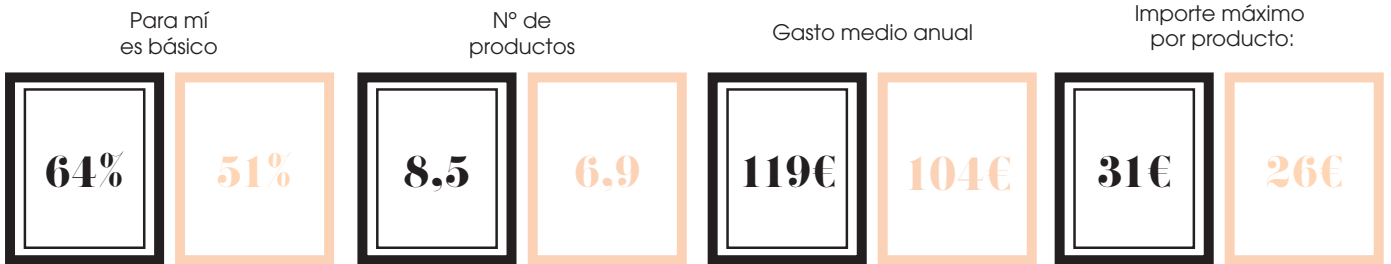
- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas especializadas

COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.

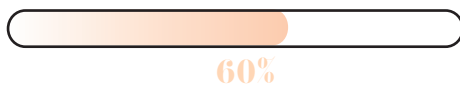
MAQUILLAJE COLOR



ACTITUDES en RELACIÓN a la HIGIENE PERSONAL



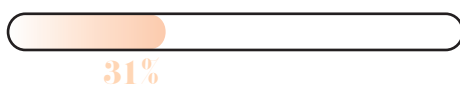
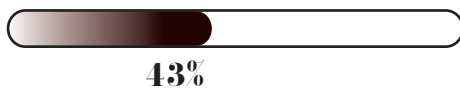
Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



Prefiero ser fiel a mi marca habitual



INSPIRACIÓN HIGIENE PERSONAL

VOGUE



Revistas especializadas



Amigas/familiares



Punto de Venta



Punto de Venta



Amigas/familiares



Revistas especializadas

MAQUILLAJE COLOR

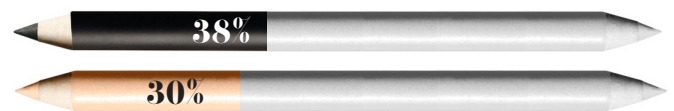
INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar antes el producto



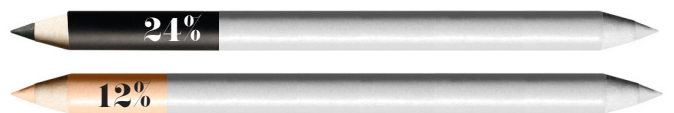
Un reportaje en una revista que me guste



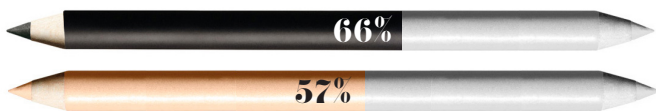
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



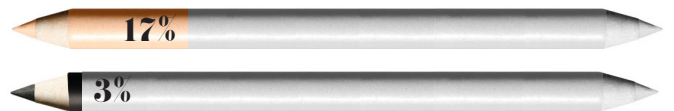
Un anuncio



Una acción especial

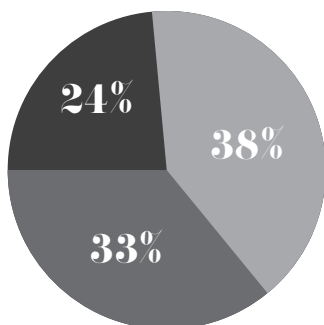


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



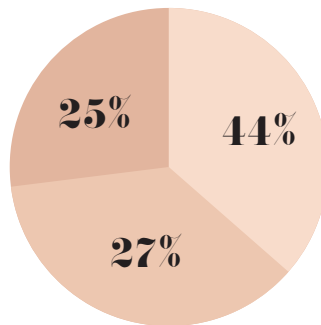
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE

- Tiendas especializadas
- Cadenas perfumería
- Grandes Superficies



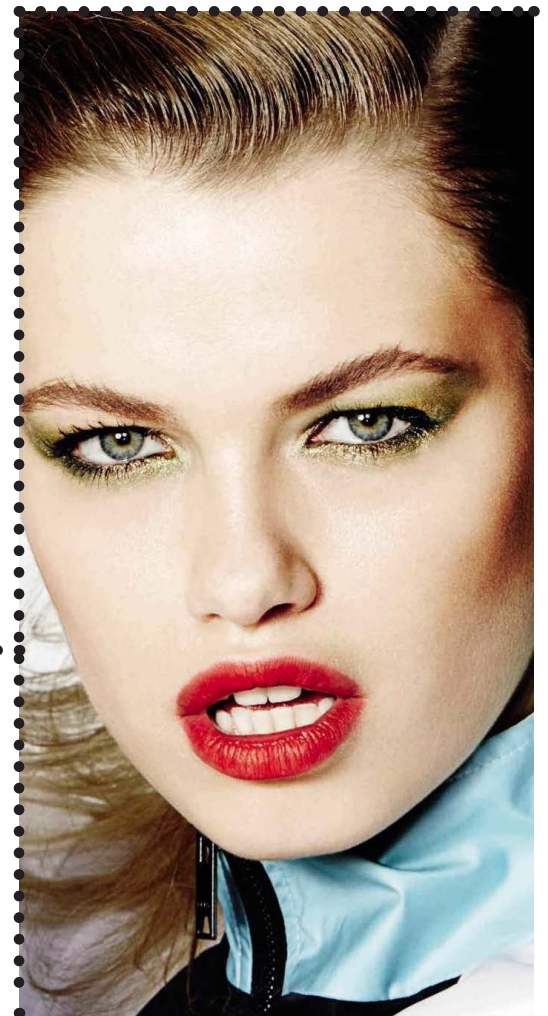
LECTORAS

- Tiendas especializadas
- Grandes Superficies
- Cadenas perfumería

COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.



Fondo DE MAQUILLAJE

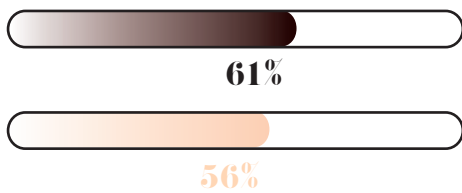


ACTITUDES en RELACIÓN al FONDO DE MAQUILLAJE

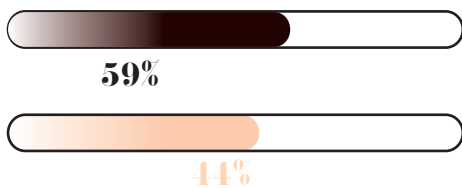
Se tiende a disponer de un set de marcas habituales, aunque la lectora Vogue es más fiel al producto que usa.



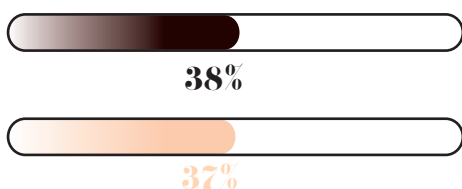
Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Prefiero ser fiel a mi marca habitual



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



FUENTES de INSPIRACIÓN FONDO de MAQUILLAJE

Punto de venta y las amigas, fuentes de inspiración. Las lectoras de Vogue depositan su confianza en las revistas especializadas.

VOGUE



Fondo DE MAQUILLAJE

INCENTIVOS a la COMPRA

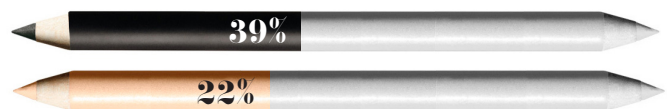
¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar un producto y encontrarse con una promoción, son factores que facilitan la compra en cuidado corporal

Probar antes el producto



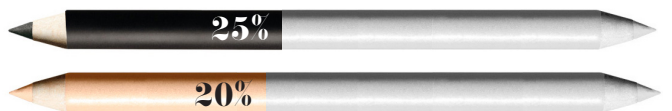
Un reportaje en una revista que me guste



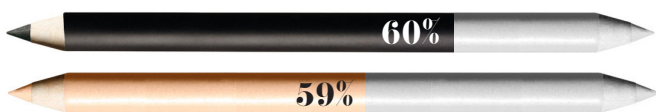
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



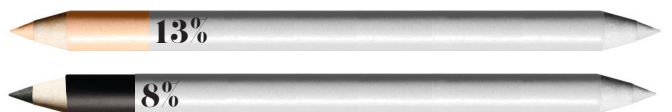
Un anuncio



Una acción especial

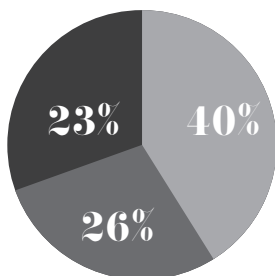


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



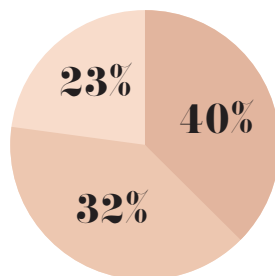
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE

- Tiendas especializadas
- Grandes superficies
- Cadenas perfumería



LECTORAS

- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas especializadas

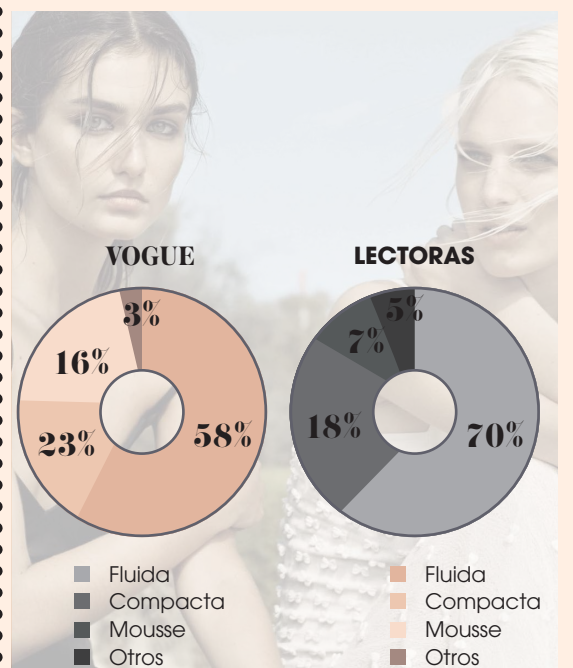
COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.

¿Qué tipo de BASE DE MAQUILLAJE utilizan?

El fondo de maquillaje fluido es el más utilizado, seguido del compacto. La lectora de Vogue utiliza más variedad y destaca especialmente en el uso de mousse



Cabello PEINADO

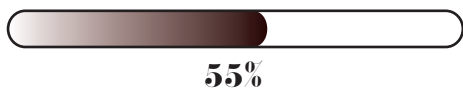


ACTITUDES en RELACIÓN al CABELLO PEINADO

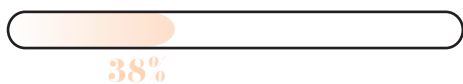
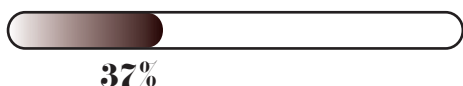
En su set de productos de peinado conviven distintas marcas, no se es fiel a una marca sino a un set de marcas habituales.



Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



% Alto grado de acuerdo (4 a 5)

FUENTES de INSPIRACIÓN en PRODUCTOS DE CABELLO (TOP3)

El **punto de venta y las recomendaciones** constituye el principal referente como fuente de inspiración, aunque lo es menos para las lectoras de Vogue, que atienden también a las revistas especializadas para obtener orientación.

VOGUE



Revistas especializadas



Centros de belleza



Punto de venta Amigas/familiares



Punto de venta



Amigas/familiares



Centros de belleza

Cabello PEINADO

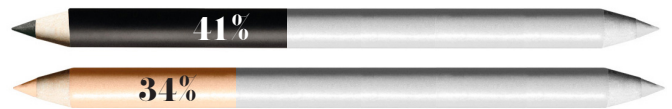
INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar antes el producto



Un reportaje en una revista que me guste



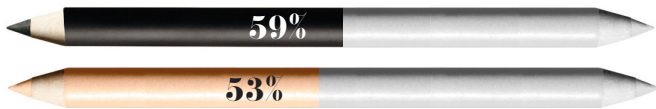
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



Un anuncio



Una acción especial

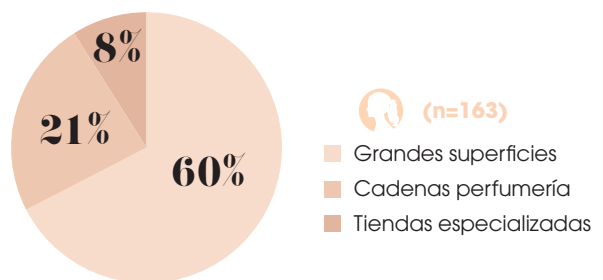
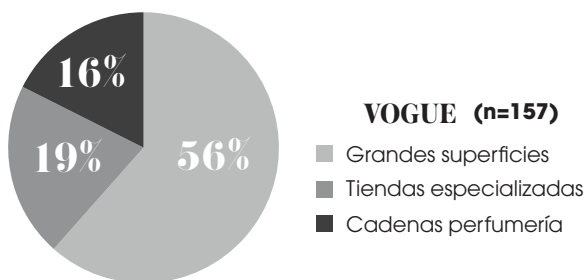


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.

Tratamiento CABELLO



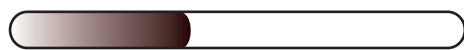
ACTITUDES en RELACIÓN al TRATAMIENTO DE CABELLO



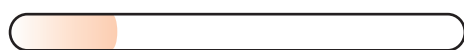
Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Prefiero ser fiel a mi marca habitual



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



FUENTES de INSPIRACIÓN en TRATAMIENTO DE CABELLO (TOP3)

Para **las lectoras de otras revistas** el word of mouth y punto de venta son los principales.
Para la lectura de Vogue las revistas.

VOGUE



Revistas especializadas



Punto de venta



Amigas/familiares



Punto de venta



Amigas/familiares



Revistas especializadas

Tratamiento CABELLO

INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar antes el producto



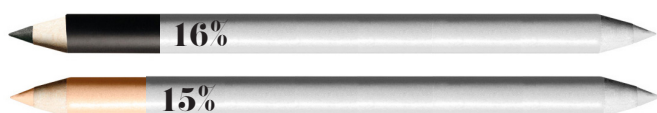
Un reportaje en una revista que me guste



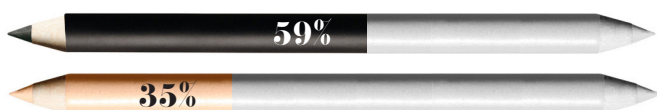
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



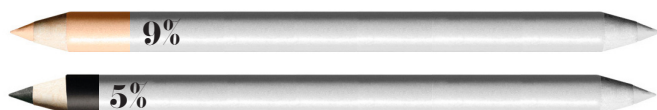
Un anuncio



Una acción especial

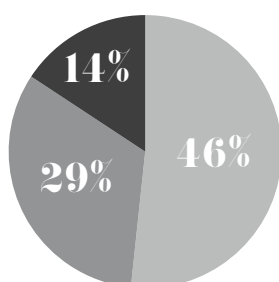


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



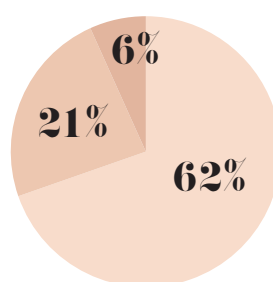
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE (n=157)

- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas especializadas



(n=163)

- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas de barrio/especializadas

COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.

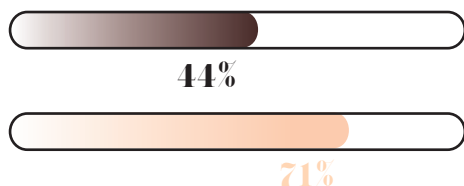
COLORACIÓN del CABELLO



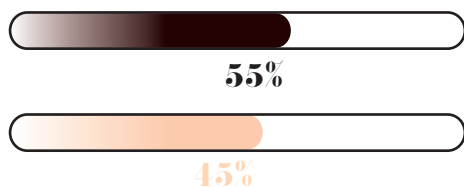
ACTITUDES en RELACIÓN a la COLORACIÓN DEL CABELLO



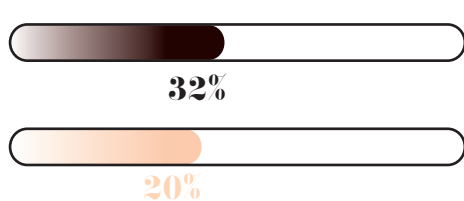
Prefiero ser fiel a mi marca habitual



Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



INSPIRACIÓN COLORACIÓN DEL CABELLO

VOGUE



COLORACIÓN del CABELLO

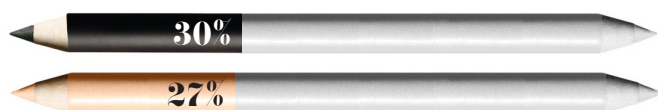
INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

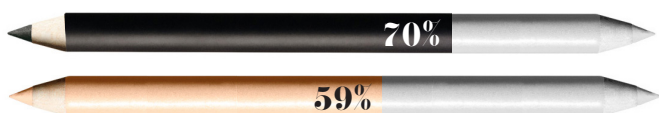
Probar antes el producto



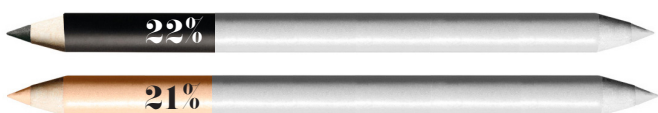
Un reportaje en una revista que me guste



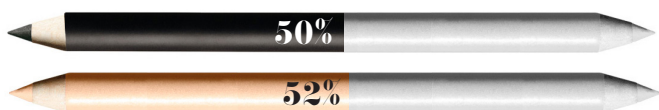
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



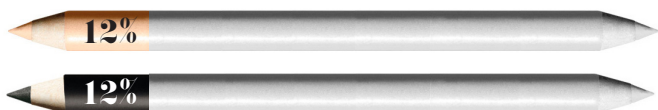
Un anuncio



Una acción especial

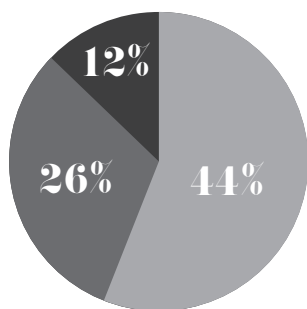


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



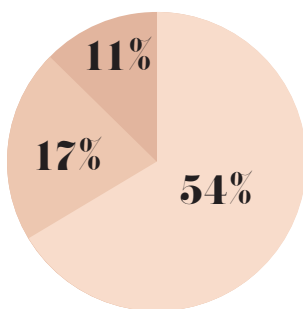
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE

- Grandes Superficies
- Cadenas perfumería
- Centros belleza



LECTORAS

- Grandes superficies
- Cadenas perfumería
- Tiendas de barrio

COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.



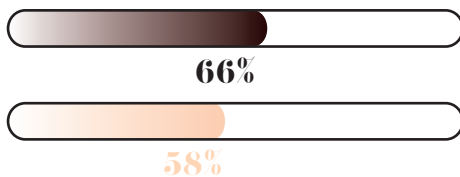
Perfume FEMENINO



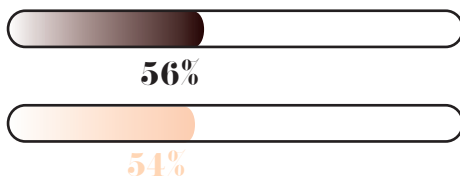
ACTITUDES en RELACIÓN al PERFUME FEMENINO



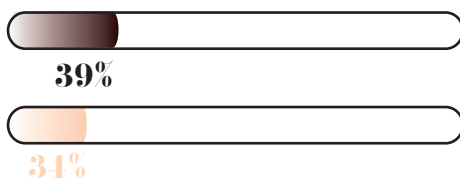
Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Prefiero ser fiel a mi marca habitual



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



FUENTES de INSPIRACIÓN en PERFUME FEMENINO (TOP3)

El **punto de venta** es la principal referencia en el momento de la exploración. Las revistas son mencionadas en este sentido por las lectoras.

VOGUE



Perfume FEMENINO

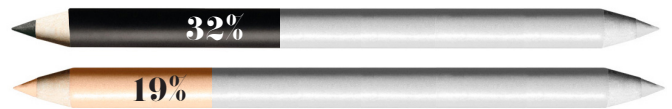
INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

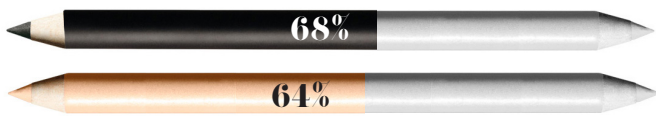
Probar antes el producto



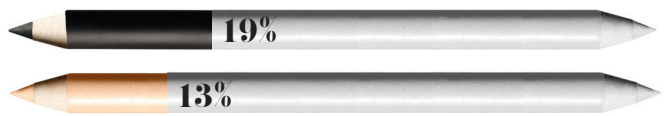
Un reportaje en una revista que me guste



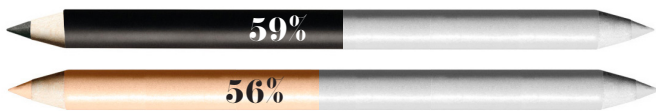
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



Un anuncio



Una acción especial

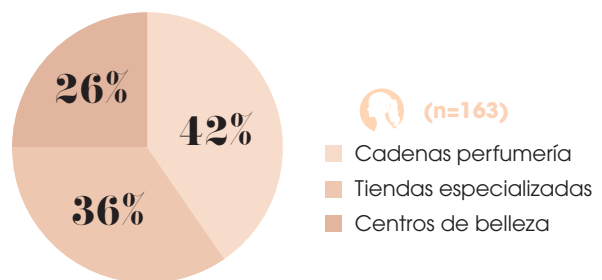
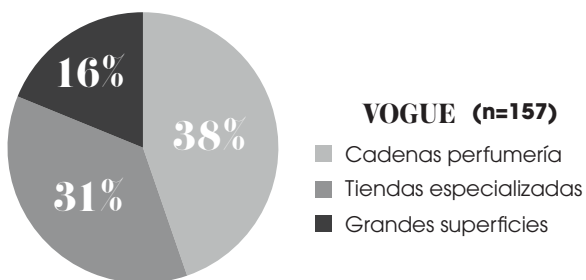


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello

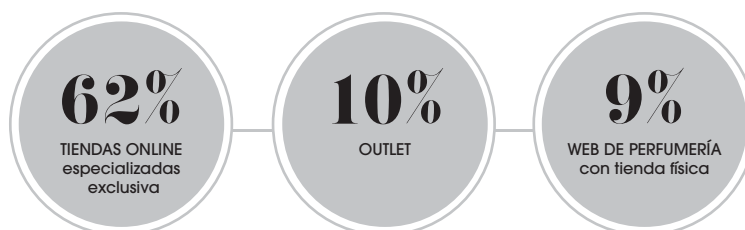


LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.

APARATOS COSMÉTICOS

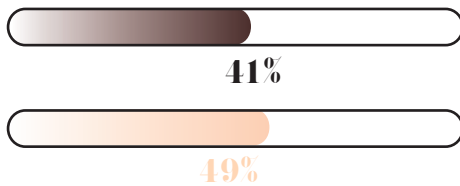


ACTITUDES en RELACIÓN a los APARATOS COSMÉTICOS

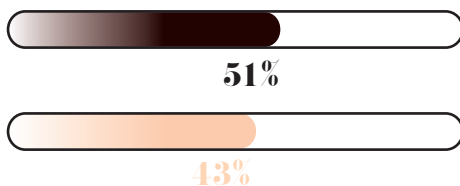
Disponen de un set amplio entre el que se va combinando.



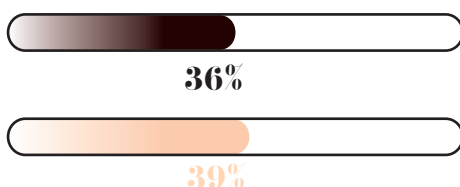
Prefiero ser fiel a mi marca habitual



Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas



Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



INSPIRACIÓN APARATOS COSMÉTICOS

Las amigas / familiares son las personas en las que recae la confianza de las lectoras. Mientras que para la lectora Vogue están en un primer lugar las recomendaciones de las revistas especializadas.

VOGUE



Revistas especializadas



Punto de Venta



Amigas/familiares



Amigas/familiares



Punto de Venta



Revistas especializadas

APARATOS COSMÉTICOS

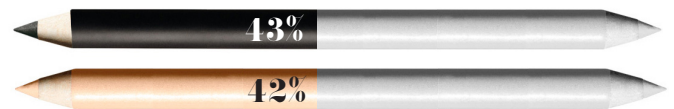
INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar antes el producto



Un reportaje en una revista que me guste



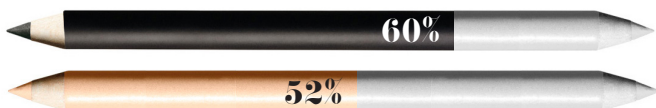
Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



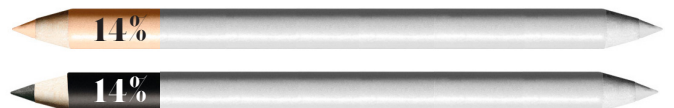
Un anuncio



Una acción especial

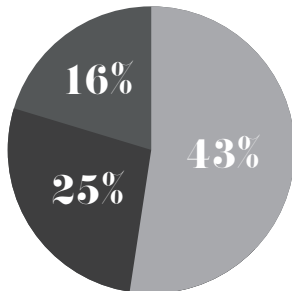


Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



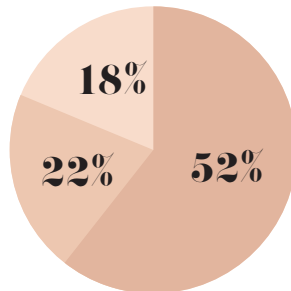
LUGARES de COMPRA

COMPRA OFFLINE



VOGUE

- Grandes Superficies
- Centros belleza
- Tiendas especializadas



LECTORAS

- Tiendas especializadas
- Cadenas perfumería
- Grandes Superficies

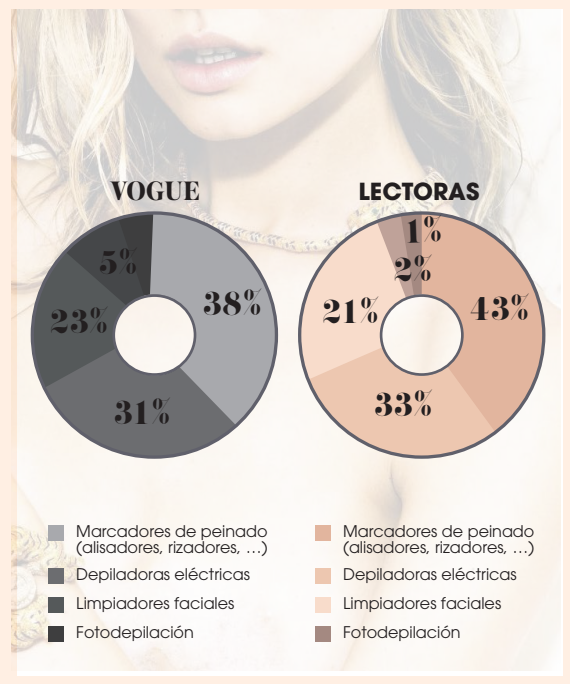
COMPRA ONLINE



* Base: total compradoras en categoría online.

El 80% de las lectoras poseen aparatos para el peinado.

LAS LECTORAS DE VOGUE TIENEN MÁS DE TODOS ELLOS.



Tratamiento EN CABINA



ACTITUDES en RELACIÓN al TRATAMIENTO EN CABINA



Tengo unas marcas habituales y voy combinándolas

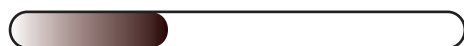


37%

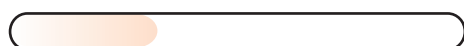


42%

Soy más de cambiar y probar distintas marcas, productos...



34%



33%

FUENTES de INSPIRACIÓN en TRATAMIENTO EN CABINA (TOP3)

Es el propio centro de belleza el lugar indicado para la inspiración, las revistas son, para las lectoras de Vogue, muy relevantes.

VOGUE



Centros de belleza



Revistas especializadas



Amigas/familiares



Centros de belleza



Amigas/familiares



Punto de venta

Tratamiento EN CABINA

INCENTIVOS a la COMPRA

¿Con qué probabilidad adquirirías un producto a partir de...?

Probar antes el producto



Un reportaje en una revista que me guste



Una Promoción (miniatura, regalos, dtos., ...)



Un anuncio



Una acción especial



Una celebritie que lo anuncie/hable de ello



CARACTERÍSTICAS que VALORAS más en un tratamiento de cabina



Atención personalizada



Resultado inmediato



Comodidad