

SANTÉ ET BEAUTÉ

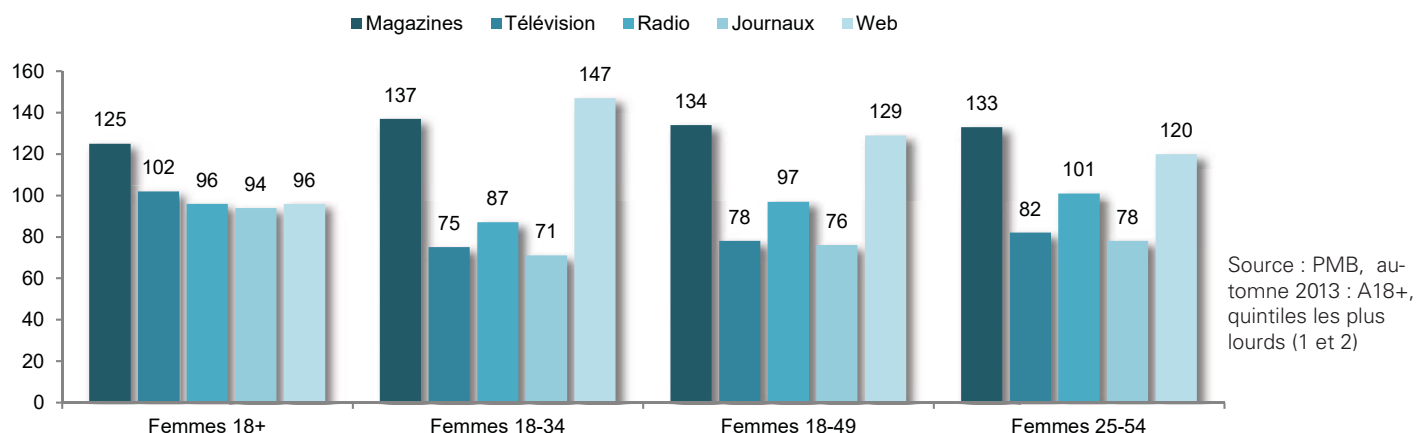


Catégories –
Survol éclair

SANTÉ ET BEAUTÉ

Aucun média ne rejoint les femmes comme le font les magazines. Les lectrices de magazines magasinent en utilisant les bons canaux et dépensent ainsi davantage à l'achat de produits de santé et beauté, passant à l'action après avoir vu des annonces-magazines : 67 % posent au moins un geste, alors que 39 % font des achats.

Les magazines et le Web rejoignent les femmes comme aucun autre média



Les lecteurs de magazines dépensent beaucoup pour l'achat de produits de santé et beauté

Santé et beauté (Indice)	Magazines	Télévision	Radio	Journaux	Web
Ont dépensé 50 \$+ en produits de maquillage au cours du dernier mois	150	88	101	111	126
Ont dépensé 50 \$+ en produits de soins corporels/de la peau au cours du dernier mois	137	84	99	95	115
Ont dépensé 50 \$+ en parfums pour soi/à donner en cadeau au cours de la dern. année	121	91	104	102	108

Source : PMB, automne 2013 : A18+, quintiles les plus lourds (1 et 2)

Les lecteurs de magazines utilisent les canaux habituels de produits de santé et beauté

Santé et beauté (Index)	Magazines	Télévision	Radio	Journaux	Web
Ont magasiné 5 fois+ dans des grands magasins/magasins d'escompte au cours du dernier mois	113	102	100	104	105
Ont magasiné 5 fois+ dans des pharmacies au cours du dernier mois	115	107	100	112	96

Source: PMB, Fall 2013: Base A18+, Heaviest quintiles (1 & 2)

67 % des lecteurs de magazines passent à l'action après avoir vu une annonce de santé/beauté

Gestes posés* : Cosmétiques et articles de toilette

Geste	(%)	Impact
Ont une opinion plus favorable à l'égard de la marque	20 %	} 29 % net - Impact traduit par un geste (% ayant subi un impact positif par l'annonce ou recommandé le produit.)
Ont recommandé le produit/service	14 %	
Ont visité le site Web	10 %	} 24 % net - Gestes de recommandation (% ayant recherché plus d'information au sujet du produit annoncé)
Ont recherché plus d'information sur le produit/service	15 %	
Ont découpé/conservé l'annonce	7 %	} 39 % net - Gestes d'achat (% ayant acheté ou considéré l'achat du produit annoncé)
Envisagent l'achat du produit/service	27 %	
Ont acheté le produit/service	15 %	
Ont visité le/se sont joints au réseau social de l'entreprise	4 %	
Ont pris une photo du code QR/de l'étiquette avec leur cellulaire	4 %	

Ont posé un geste quelconque 67 %

Source : StarchMetrix Canada – Catégorie Santé et beauté, avril 2014 à mars 2016

* Gestes posés selon les répondants ayant remarqué les annonces

Catégories –
Survol éclair

Magazines
Canada