

L'importanza del valore ai tempi del Covid-19

Grazie a Mintel viene intercettato un trend in forte accelerazione durante l'attraversamento della crisi pandemica. Il concetto di «valore» della marca è mutevole già in uno scenario stabile: durante i lockdown si è registrato un ancora più evidente spostamento della percezione valoriale attribuita al cosmetico.

I cosiddetti *beauty functionalist*, intercettato come segmento di consumatori in forte ascesa, valutano i cosmetici puramente sotto l'aspetto funzionale, di facile accesso, probabilmente in presenza di promozioni e in grado di soddisfare una specifica esigenza del momento. Chiaramente in ottica di polarizzazione degli acquisti, il trend è incentrato sulla parte bassa della clessidra.

DRIVER D'ACQUISTO DEI BEAUTY FUNCTIONALIST

- Offerte/sconti
- Prodotti formato famiglia
- Prezzo
- Convenienza
- Disponibilità
- Specificità dell'esigenza