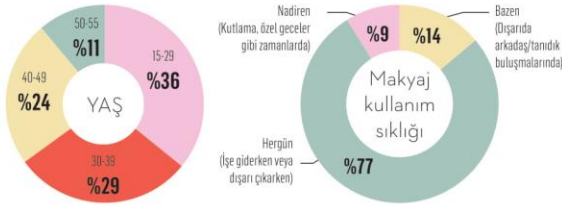


TÜRK KADINI MAKYAJINDAN ÖDÜN VERMİYOR!

Marketing Türkiye için Pragma Araştırma ve Danışmanlık'ın gerçekleştirdiği "Makyaj Malzemeleri Araştırması" Türk tüketicilerinin değişen tercihlerini ve makyaj sektörüne bakışını gözler önüne seriyor. Araştırmaya göre her 100 kadından 85'i makyaj ürünlerini kişisel bakım marketlerinden satın almayı tercih ediyor. Kadınların yüzde 77'si işe giderken veya dışarı çıkarken her gün makyaj yapıyor. Peki, makyaj malzemeleri pazarında hangi markalar hangi ürünleriyle öne çıkıyor? Söz konusu makyaj malzemeleri olduğunda kadınların satın alma davranışları nasıl şekilleniyor?

Güncel trendlerle hızla değişen tüketim alışkanlıkları pek çok sektörü olduğu gibi makyaj malzemeleri sektörü de derinden etkiliyor. Öyle ki artık tüketicilerin alışveriş yaparken tercih ettiği mecralardan ürünlerin içeriğine kadar her etken tüketiciler için kritik bir önem taşıyor. Zira Marketing Türkiye için Pragma Araştırma ve Danışmanlık'ın gerçekleştirdiği "Makyaj Malzemeleri Araştırması"na göre Türk kadınlar makyaj ürünleri satın alma davranışında ürün kalitesine özellikle dikkat ediyor. Peki, tüketiciler en çok hangi makyaj ürünlerini tercih ediyor ve ürün kategorilerine göre yöneledikleri markalar hangileri? Tüm bu soruların yanıtları ve 2020 makyaj trendleri "Makyaj Malzemeleri Araştırması"nda...

HER ÜÇ KADINDAN BİRİ MAKYAJ YAPIYOR



Araştırmaya göre katılımcılardan yüzde 77'si işe giderken veya dışarı çıkarken her gün makyaj yaptığını yüzde 14'ü arkadaş/tanıdık buluşmalarına giderken bazen makyaj yaptığını ve yüzde 9'u özel günlerde ya da kutlamalarda nadiren makyaj yaptığını belirtiyor. Makyaj yapma sıklığı 15-29 yaş aralığında yüzde 36 olarak belirtilirken 30-39 yaş aralığında yüzde 29'a düşüyor. Makyaj yapma oranını etkileyen bir diğer unsur ise çalışma durumu oluyor ve çalışan kadınlarla gençler her gün makyaj yapıyor.

40 YAŞ ÜZERİ KADINLAR L'ORÉAL'İ TERCİH EDİYOR

Kategorilere göre en çok tercih edilen makyaj markaları

GÖZ	YÜZ	DUDAK
1. Maybelline	1. L'Oréal	1. Flormar
2. Flormar	2. Maybelline	2. Maybelline
3. L'Oréal	3. Avon	3. Avon

MAKYAJ TEMİZLEME	TIRNAK	VÜCUT
1. Garnier	1. Flormar	1. Nivea
2. Nivea	2. Golden Rose	2. Avon
3. L'Oréal	3. Pastel	3. L'Oréal

Katılımcıların her makyaj ürünü için farklı markayı tercih etmesi ilginç verileri ortaya çıkarıyor. Tüketicilerin makyaj ürünlerine göre değişen marka tercihlerine bakıldığında katılımcıların büyük bir bölümünün L'Oréal, Maybelline ve Flormar'ı tercih ettiği görülüyor. Maybelline göz makyajında ilk sıraya yerleşirken, L'Oréal yüz makyajında, Flormar ise dudak ve tırnak kategorisinde en çok tercih edilen marka oluyor. Araştırmaya göre 40 yaş ve üzeri kadınların L'Oréal'ı tercih etme oranı ise diğer yaş gruplarına göre daha yüksek.



TÜKETİCİLER ÜRÜN GRUBUNA GÖRE FARKLI MARKALARI SEÇİYOR

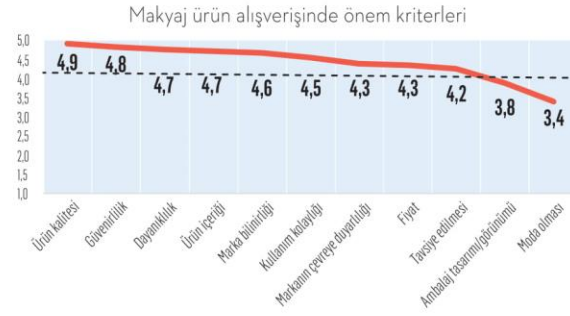
Kullanılan makyaj ürünleri tercih sıralamasında ilk sıraya göz ürünleri yerleşirken yüz ve dudak ürünleri sıralamayı takip ediyor. Özellikle göz makyajını gençler ve çalışanlar hemen hemen her gün yapmayı tercih ederken sıra vücut ürünlerine geldiğinde 25 yaş altı katılımcıların vücut ürünlerini en fazla kullanan grup olduğu görülüyor.

KİŞİSEL BAKIM MARKETLERİ KADINLARIN VAZGEÇİLMEZİ

Araştırmaya göre her 100 kadından 85'i makyaj ürünlerini Gratis ve Watsons gibi kişisel bakım marketlerinden satın alıyor. İnternette alışveriş oranı yüzde 31'e çıkmışken, semt pazarlarından makyaj ürünlerinin satın alınma oranı ise yüzde 4'te kalıyor. Tüketiciler kişisel bakım marketlerini ya da markaya ait mağazaları daha çok tercih ediyor.



ÜRÜN KALİTESİ VE GÜVENİLİRLİK FİYATTAN DAHA ÖNEMLİ



Katılımcılar makyaj ürünlerini satın alırken sanılanın aksine fiyatı değil, ürünün kalitesini baz alıyor. Katılımcılar makyaj satın alma davranışında ürün kalitesine ve güvenilirliğine özellikle dikkat ediyor. Ürünlerin kalite ve güvenilirlik unsurlarının en büyük etkisi 40 yaş ve üzeri kadınların tercihlerinde ön plana çıkıyor. Araştırmaya göre gençler ise bir ürünün kullanım kolaylığıyla, fiyatıyla ve o ürünün moda olup olmamasıyla daha çok ilgileniyor.

MAKYAJDA TREND KAHVE VE PASTEL TONLAR

Her dönem değişen ve dönüşen makyaj trendleri hiç şüphesiz ki kullanıcıları yakından ilgilendiriyor. Katılımcılara her makyaj ürünü

için ayrı ayrı tercih ettikleri renk tonları sorulduğunda kahve ve pastel tonları ağırlığını koruyor. Çalışan kadınlar ise daha çok bordo

ve kahve tonlarını tercih ediyor. Gençler pastel renkleri orta yaş ve üzeri kadınların ise daha çok açık renkleri tercih ettiği görülüyor.



ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Marketing Türkiye adına Pragma Araştırma ve Danışmanlık'ın gerçekleştirdiği "Makyaj Malzemeleri Araştırması" 10-18 Ocak 2020 tarihleri arasında online araştırma metoduyla gerçekleştirildi. Araştırmaya Türkiye temsili 15-55 yaş aralığında 500 kişi katıldı. Araştırmaya katılanların yüzde 43'ü İstanbul, yüzde 32'si Ankara ve yüzde 25'i İzmir'de yaşıyor. Son altı ay içinde bir makyaj ürünü almış olması şartı konulan araştırmada örneklem kadınlardan oluşmakla birlikte son altı ay içinde makyaj ürünü almış toplamda yüzde 1'lik bir örneklem diliminde de erkek ve diğer grup mevcut.