

# СЕКМЕНТЫ АУДИТОРИИ

# Сегмент 1: МАЧО



*Секс - важный элемент взаимодействия с женщинами. Секс - это обратная связь того как я проявляюсь в качестве самца (есть секс - я самец, нет секса - вопрос).*

- **Мачо** – это либо молодые мужчины 25-34, либо мужчины старше 55-ти лет, часто жители «областных центров» со средним доходом.
- **Секс** – важная составляющая их жизни, но это НЕ способ получить удовольствие, это способ уйти от проблем, забыть о негативе
- Мачо зациклены на собственном удовольствии, они не готовы обсуждать с партнершей желания и нежелания в постели.
- **Не стремятся к стабильным отношениям, и даже наоборот, стараются менять партнерш как можно чаще.**
- **В целом считают, что мужчина доминирует в отношениях, его желания гораздо важнее желаний женщины. Женщина, в их восприятии, – в первую очередь домохозяйка.**
- **Мачо** занимаются сексом либо довольно часто, либо наоборот – редко.
- Представители сегмента **чаще сталкиваются с эректильной дисфункцией**, чем в среднем, и **проблемы в постели существенно нарушают их уверенность в себе.**
- **Доля потребителей категории внутри сегмента такая же, как и в среднем.** Представители сегмента отдадут предпочтение лекарственным средствам перед БАДами и демонстрируют высокую лояльность Виагре.
- Так же, как и другим сегментам, мачо нравятся эффективные препараты, которые действуют быстро, но безопасно и не вызывают привыкания.
- Мачо меньше времени проводят в интернете по сравнению с другими сегментами, однако это все еще один из основных каналов информации. Особенно им интересны видеосервисы, блогеры, чаты и каналы в мессенджерах. Помимо интернета, мачо прислушиваются к традиционным медиа. Мнение партнерши для них не так важно.

## Сегмент 2: ГЕДОНИСТЫ



“ Для меня секс — одно из наиболее любимых и приятных занятий в жизни... это и вызов, и отдых, и игра, и самореализация. Я не могу жить без него, и даже несколько дней без секса даются с трудом. В моей жизни секс также играет роль определенного индикатора качества жизни. Секс есть (и он хороший) — значит и в жизни все хорошо. Секса нет — значит, нужно активно действовать, чтобы он появился.

- Гедонисты – это, как правило, мужчины возрасте 35-45 лет. Среди гедонистов больше разведенных, чем в среднем.
- Секс для гедонистов важнее, чем прочие сферы жизни, самое большое удовольствие, то ради чего, они заводят отношения.
- Тем не менее они не заиклены только на собственном удовольствии, гедонисты готовы обсуждать происходящее в постели с партнершей.
- Не стремятся к стабильным отношениям. Секс с незнакомкой для них приемлем, но большое количество партнеров – не самоцель.
- Склонны считать, что мужчина в отношениях важнее, чем женщина, но не отказывают женщине в желаниях, в праве на работу.
- Гедонисты чаще занимаются сексом и имеют большее число партнерш, чем в среднем, партнерши часто моложе их.
- С проблемами в постели, напротив, сталкиваются реже, чем представители других сегментов. Однако, если проблемы все-таки появляются, воспринимают их болезненно, ощущают себя неполноценными, теряют уверенность в себе.
- Представители сегмента склоняются скорее к лекарственным средствам, чем БАДам. Среди лекарственных средств склоняются к дженерикам Силденафила.
- Гедонистам нравятся эффективные и быстродействующие препараты, которые позволяют получить и доставить удовольствие. При этом гедонистам важна цена препарата, они не готовы переплачивать.
- Гедонисты в вопросах секса предпочитают ориентироваться на информацию в интернете, собственный опыт и опыт партнерши. Ключевые источники информации для них – социальные сети, мессенджеры и видеосервисы. Гедонисты чаще других проводят время за просмотром видео для взрослых, использованием сервисов онлайн-знакомств и азартными играми.

## Сегмент 3: ПАРТНЕРЫ



“Секс для меня это возможность выразить свою любовь и заботу партнеру, показать степень своих чувств, доставить удовольствие ей в первую очередь и возможность для меня увидеть удовлетворение, счастье и признательность в ее глазах.”

- Партнеры – это женатые мужчины в возрасте 45 лет и старше
- Для партнеров самое важное в жизни – это отношения. Секс они воспринимают прежде всего способ поддержания гармонии в отношениях.
- Цель секса – укрепить эмоциональную близость с партнершей. Для Партнеров удовольствие женщины важнее, чем собственное.
- Секс с незнакомками, больше одной партнерши неприемлемы для них.
- Партнеры видят мужчину и женщину равными в отношениях, но при этом склонны считать, что материальное благополучие семьи – ответственность мужчины.
- Партнеры не скрывают факт использования категории от жен, часто решение о начале использования категории принимается совместно.
- Встречаемость проблем в сексуальной жизни у Партнеров на уровне среднего. При этом проблемы в постели не влияют на самооценку и восприятие жизни.
- Доля потребителей категории среди сегмента на уровне среднего, но при этом лекарственным средствам Партнеры предпочитают БАДы.
- Партнерам нравятся марки, которые дают им уверенность в том, что они сделали правильный выбор. Помимо этого Партнерам важно найти препарат, который гарантирует удовольствие их партнерше, и который можно использовать для профилактики проблем.
- Ключевые источники информации для партнеров – интернет и ТВ. Помимо соцсетей и видеосервисов, интересных всем сегментам в целом, партнеры активно читают новостные ресурсы. В вопросах секса партнеры доверяют своей партнерше.

## Сегмент 4: ИНДИФФЕРЕНТНЫЕ



“Секс играет не очень значительную роль. Хорошо когда он есть, но и когда его нет, тоже нормально. Это эмоциональная разрядка.”

- Индифферентные – это молодые (25-34), часто холостые мужчины, многие из которых все еще живут с родителями.
- В жизни Индифферентных секс не играет какой-либо особенной роли, он не важен ни с точки зрения поддержания отношений, ни как способ получить удовольствие или уйти от негатива.
- Индифферентные не стремятся к стабильным отношениям, но так же и не заинтересованы в частой смене партнеров, не приветствуют секс с незнакомцами. Как правило они имеют одну партнершу часто близкую им по возрасту.
- В целом видят мужчину и женщину равными, но при этом довольно эгоистичны в постели, не считают нужным обсуждать желания партнерши.
- Встречаемость проблем в постели у сегмента такая же, как и у всех мужчин в целом, но при этом эти проблемы не оказывают влияния на мировосприятие и самооценку.
- Доля потребителей категории внутри сегмента на уровне среднего. Сегмент предпочитает лекарственные препараты, и в частности Виагру, БАДам.
- Индифферентным нравятся марки, сочетающие в себе эффективность и быстрое действие, но при этом они также стремятся найти безопасный препарат, не вызывающий привыкания. За подходящий им продукт Индифферентные готовы заплатить больше.
- Индифферентные пользуются теми же источниками информации, что и мужчины в целом, особое внимание уделяя мессенджерам и соцсетям, видеосервисам и развлекательным сайтам.