



Un studiu recent realizat în rândul bărbaților de către PRWeek și Barkley a descoperit date surprinzătoare cu privire la atracția pe care bărbații o resimt față de brandurile care au un program de marketing construit în jurul unei cauze sociale. Total opus presupunerii naturale cum că femeile sunt singurele atrase de programele ce au la bază o cauză socială, 88% dintre bărbații intervievați declară că este important ca brandul să susțină o cauză, 61% au cumpărat un brand pentru că sprijinea o cauză, 67% ar încerca un brand pentru că a sprijinit o cauză, iar 55% ar plăti mai mult pentru un brand care a susținut o cauză.

Cu toate acestea, 68% dintre directorii de marketing din corporații declară că nu au niciun plan prin care să vizeze direct bărbații în eforturile pe care le depun în jurul unei cauze.

Una dintre cele mai interesante constatări ale studiului din acest an rezultă din răspunsurile consumatorilor. Rugați fiind să identifice companiile care nu au programe construite pe o cauză, dar care ar trebui să facă asta, cele mai multe răspunsuri au inclus BP, Apple și Goldman Sachs.

Deși bărbaților le pasă de cauzele sociale cel puțin la fel de mult ca reprezentantelor sexului feminin, au existat diferențe între cele două categorii. Când vine vorba de cauzele pe care le susțin, bărbații aleg copiii/educația, iar femeile aleg sănătatea (conform datelor din Studiul Cauzelor din 2009). Totuși, când vine vorba de sănătate, 94% dintre bărbați au declarat că s-au simțit confortabil să sprijine cauze care vizau problema cancerului de prostată, SIDA sau a bolilor cardiace.

Studiul fost realizat de CAWalker în perioada 12-23 august 2010. S-au trimis notificări pe email către aproximativ 4.252 profesioniști din marketing și 2.365 consumatori. Un număr total de 79 profesioniști în marketing și PR și 536 consumatori de sex masculin au completat studiul online. Rezultatele nu au fost ponderate și sunt testate din punct de vedere statistic la un nivel de încredere de 90%.

Pentru a vizualiza studiul complet, accesati www.barkleyus.com.

Marketingul legat de o cauză (Cause Related Marketing) câștigă adepți în rândul bărbaților

Scris de CSR Romania

Luni, 15 Noiembrie 2010 14:29

Sursa CSRwire