



healthy consumer lifestyle 2025

projekt novej štúdie
o zdravom životnom štýle
slovenských spotrebiteľov

by **Mark
United.**

Skúmaniu správania slovenského spotrebiteľa sa venujeme dlhodobo

Náš posledný prieskum, ktorý sme zrealizovali minulý rok – new conZOOMer needs, odhalil viacero trendov, ktoré odrážajú nové spotrebiteľské potreby.

Popri očakávanom náraste cenovej citlivosti a zlepšovaní digitálnych zručností je pozoruhodný najmä rastúci trend starostlivosti o svoje zdravie a celkový dôraz na zdravý životný štýl slovenských spotrebiteľov.



Rastúci trend starostlivosti o svoje zdravie a zdravý životný štýl

Nie že by nám na zdraví predtým nezáležalo, no potreba starať sa o svoje zdravie, fyzickú a psychickú kondíciu sa z roka na rok zvyšuje. Prejavuje sa to najmä v tom, že ľudia sú ochotní za služby súvisiace so zdravím (zdravotná starostlivosť, výživové doplnky, fitness a wellness centrá, športoviská, rekreačné pobyty, ... a pod.) platiť viac, než v minulosti.

% slovenských , ktorí v najbližších 3 mesiacoch neplánujú znížiť výdavky za vybrané produkty alebo služby, resp. ich plánujú dokonca zvýšiť

zdravotníctvo, zdravotná starostlivosť	79
internet a služby mobilného operátora	75
kozmetika a drogéria	73
športové aktivity, fitness a wellness	72
potraviny a nealkoholické nápoje	72
doprava (cestovné, MHD, pohonné hmoty)	72
rekreácia a kultúra	71
bankové služby (napr. používanie kreditnej...)	71
bývanie, voda, elektrina, plyn a ostatné palivá	69
nábytok, bytové zariadenie a bežná údržba...	68
odevy a obuv	68
jedlo v reštaurácii, v rýchlom občerstvení	60
alkoholické nápoje a tabak	60

Otázka: Teraz si pozrite jednotlivé oblasti a odpovedzte či osobne plánujete počas najbližších 3 mesiacov nejakú zmenu, zvýšenie alebo zníženie vašich výdavkov v danej oblasti. V nasledujúcich 3 mesiacoch plánujete vaše priemerné mesačné výdavky

Báza: n = 3 103

39% svetovej populácie trpí nadváhou

36% slovenských spotrebiteľov si myslí, že pre zdravý životný štýl je najdôležitejšie zdravo sa stravovať

54% radi sledujú a skúšajú nové trendy v oblasti zdravia a wellness

37% v záujme zdravého životného štýlu doma cvičí

1 z 10 žije s poruchou duševného zdravia

40% v mobilnej aplikácii sleduje počet prejdenných krokov za deň

62% zaujíma sa o produkty alebo služby, ktoré je možné prispôsobiť ich individuálnym zdravotným potrebám

59% v záujme zdravého životného štýlu kupuje vitamíny a výživové doplnky

**Spotrebiteľ má na
výber množstvo
prípravkov,
prístupov, riešení
ako zdravo žiť**

Detox
Protein
Elektrolytes
Kolostrum
Lipozomálne vitamíny
Brezová šťava
Superfood
Breathing
MCT olej
Kolagén
Omega 3
CBD
Neuroplasticity
Vagus nerve

Vegan
Moringa
Brain booster
Psychobiotiká
L-tryptofan
Panthenol
Kreatin
Magnézium
Meditation
Pestrec mariánsky
Kyselina hyalurónová
Longevity
Ceramid
Keto
Lymfatické zdravie
Psilocybin



Výzva

Revolúcia v oblasti zdravia a wellnessu.

Firmy neustále vyvíjajú nové a nové prípravky na zlepšenie kvality života. Čoraz viac ľudí sa usiluje maximalizovať svoju telesnú a duševnú pohodu. Ľudia sú hladní po nových produktoch a službách, ktoré im umožnia zvýšiť výkon, eliminovať riziko chorôb či predĺžiť život.

Influencerizácia.

O aktuálnych trendoch v oblasti zdravého životného štýlu sa slovenskí spotrebitelia dozvedajú najmä od influencerov na sociálnych sieťach, ktorých motiváciou je dosahovať čo najväčší počet likeov na propagovaný výrobok či službu; nezáleží na tom, kto naň kliká. Je však otázne, či sledovatelia toho-ktorého influencera dokážu správne rozpoznať, či produkty, ktoré im ponúka, sú pre nich vhodné alebo nie.

Segmentácia.

Lepší spôsob efektívnejšieho predaja je marketing založený na poznaní skutočných potrieb zákazníkov usilujúcich sa o zdravý životný štýl. Záujem o well-being produkty a služby je determinovaný jednak objektívnou životnou situáciou a individuálnou motiváciou toho-ktorého spotrebiteľa. Data miningom a pokročilými štatistickými výpočtami je možné vytvoriť segmentáciu spotrebiteľov podľa zdravého životného štýlu a rôzne produkty a služby adresovať tým správnym spotrebiteľom.

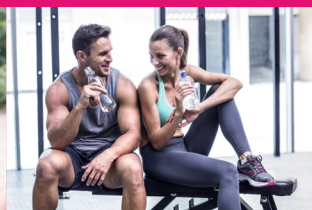
Vo vzťahu k zdravému životnému štýlu existuje pravdepodobne viacero typov spotrebiteľov

Bezstarostní



vedome žijú zdravo, bez akýchkoľvek pomôcok či špeciálnych prípravkov

Ambiciózni



žijú rýchlo, sú výkonní a chcú byť ešte výkonnejší

Úzkostliví



predchádzajú zdravotným komplikáciám, považujú to za prevenciu

Zodpovední



majú nejaký zdravotný problém, resp. kombináciu viacerých somatických problémov, ktoré potrebujú riešiť

Váhajúci



aj by chceli zdravo žiť, no nevedia sa k tomu odhodlať, aj si povedia, že od pondelka začnú, no nemajú pevnú vôľu

Prokrastinátori



objektívne by mali so sebou niečo robiť, ale stále to odkladajú, vždy si nájdu nejakú výhovorku - nedostatok času, nedostatok finančných prostriedkov a pod.

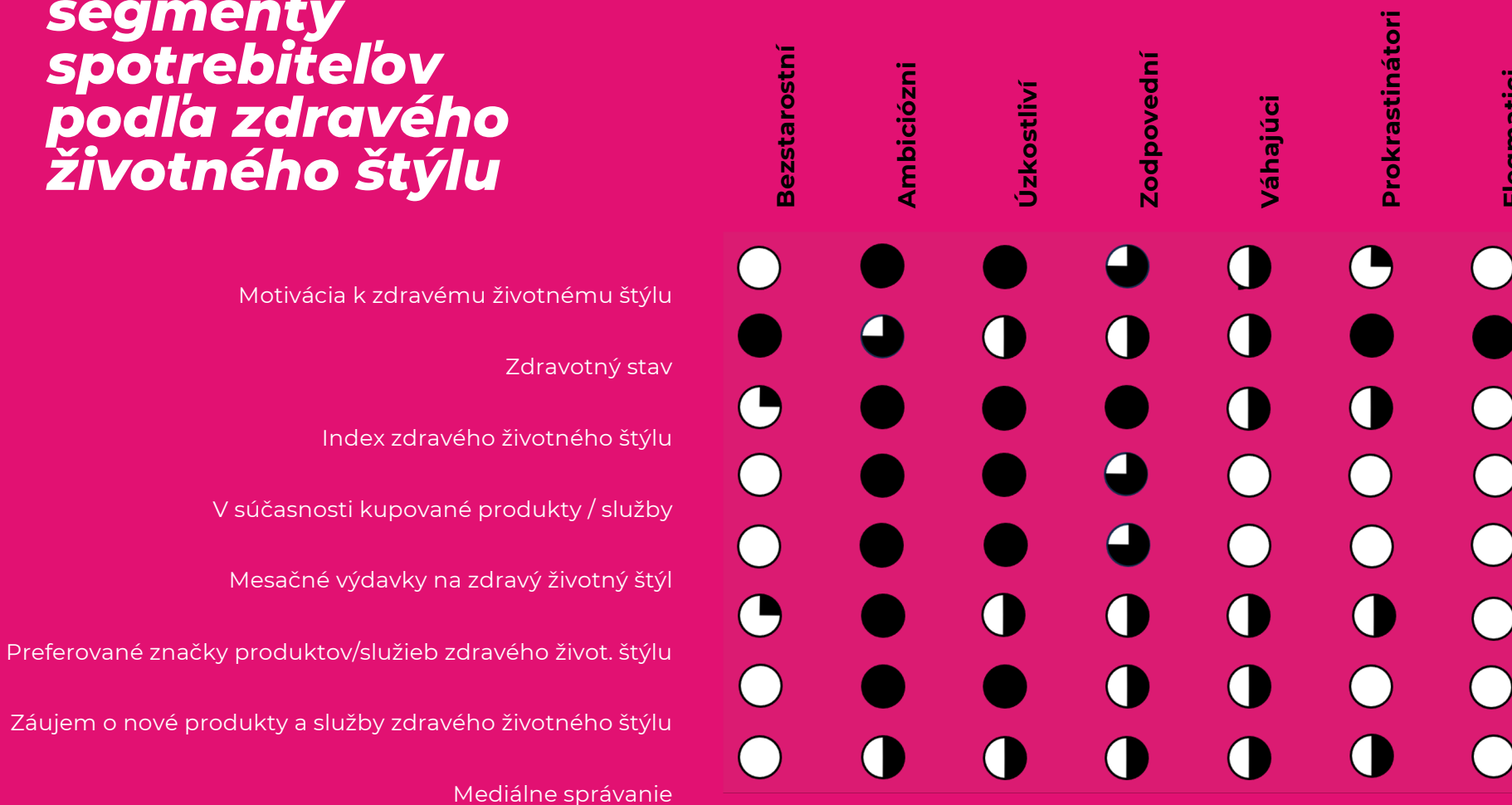
Flegmatici



kašľú na zdravý životný štýl, „vedome žijú nezdravo“

Potenciálne najzaujímavejšie segmenty spotrebiteľov podľa zdravého životného štýlu

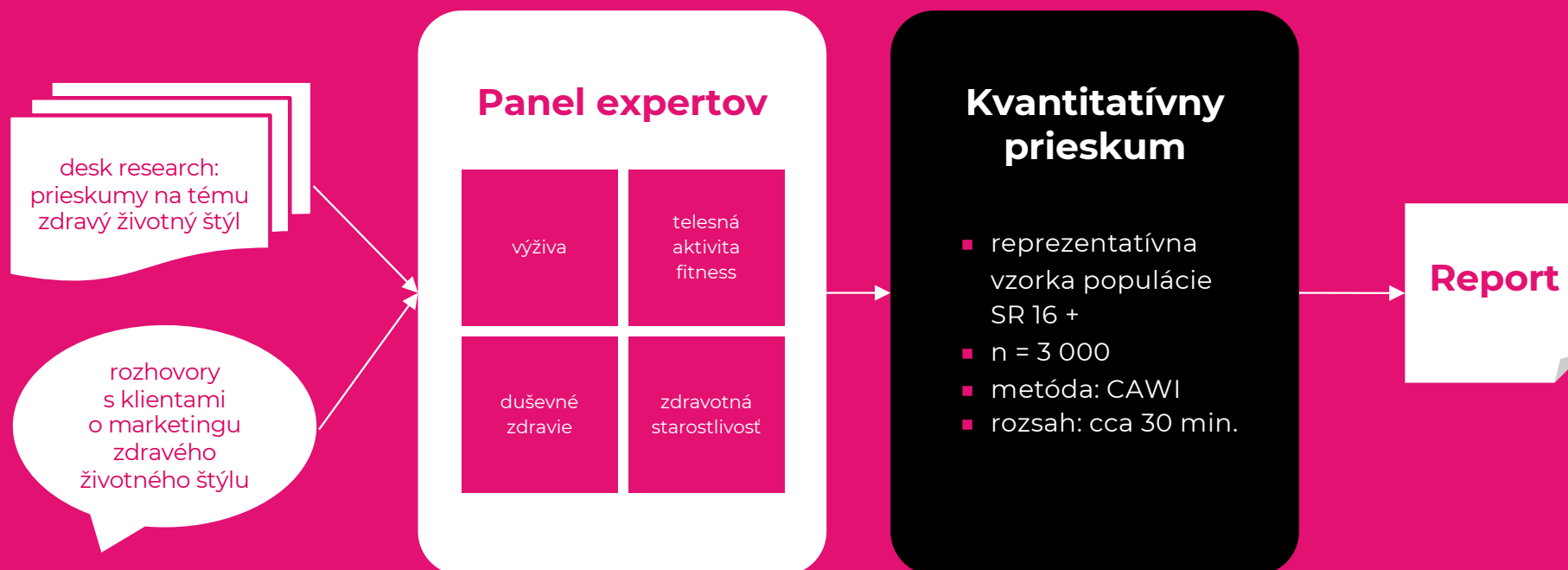
healthy consumer lifestyle



Ciele prieskumu

- 1** Na základe sebahodnotenia spotrebiteľov vytvoriť index zdravého životného štýlu a pomocou neho oskórovať tak celú populáciu ako aj vybrané skupiny (segmenty) spotrebiteľov.
- 2** Identifikovať potreby a motivácie jednotlivých skupín spotrebiteľov k zdravému životnému štýlu.
- 3** Zmapovať v súčasnosti preferované / využívané produkty a služby, ktoré spotrebiteľia považujú za zdraviu prospešné.
- 4** Share of Wallet - spočítať mesačné výdavky na produkty a služby spojené so zdravým životným štýlom.
- 5** Vytvoriť segmentáciu spotrebiteľov podľa záujmu o zdravý životný štýl.
- 6** V rámci jednotlivých segmentov zistiť záujem o nové produkty a služby v oblasti zdravého životného štýlu.
- 7** Identifikovať najvhodnejšie segmenty spotrebiteľov na oslovenie vzhľadom na ich potreby a motivácie ako aj ich reálnu kúpyschopnosť.
- 8** Zmapovať mediálne správanie ľudí so záujmom o zdravý životný štýl. Aké médiá a platformy používajú na orientáciu v problematike zdravého životného štýlu, akých influencerov, youtuberov a podcasterov (domácich či zahraničných) sledujú, a ako často.

Design prieskumu



*healthy
lifestyle*
contourmer
2025

**Mark
United.**



Černyševského 48
851 01 Bratislava



Marian Timoracký



0903 557 599



marian.timoracky@markunited.sk