



INDIELAND

Lakás turkáló – A debreceni Indieland showroom ötlete,
vásárlói körének vizsgálata

Loncsák Noémi – Zámbó Gabriella

2016.05.06.

Az előadás felépítése

- ❖ Értelmezési, fogalmi keretek
- ❖ Indieland vállalkozás bemutatása
- ❖ Módszertanról
- ❖ A kérdőívek eredményei
- ❖ Tipikus vásárlói profil
- ❖ A kérdőívek, az interjú és a résztvevő megfigyelés következtetései

Értelmezési keret

❖ **Használtruha bolt/turkáló/second-hand shop**

- 17. századtól, más-más funkciók
- reneszánszukat élik
- 2011 → 34 milliárdos bevétel

❖ **Indie zene**

- brit gyökerek
- Independent
- nem profit orientált

❖ **Hipszter stílus**

- Indie leggyakoribb használói
- Tömegtársadalomtól való elzárkózás
- Jólsituált, közép-felsőosztálybeli fiatalok
- Újra népszerű

Indieland (Disneyland?)

❖ **Kezdet: 2015**

❖ **Helyszín**

- Debrecen belvárosa (lakás, majd galériás kis üzlet)

❖ **Hirdetési felület:**

- <https://www.facebook.com/indieland/>
- események létrehozása

❖ **Nyitva tartás: heti két nap**

- Szerda és szombat

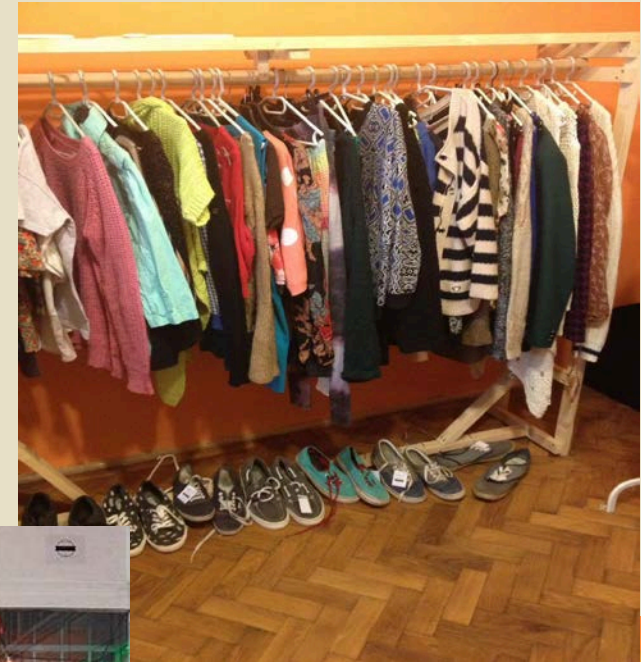
❖ **Női és férfi ruhák**

- 600-1000-1500-2500 Ft/db



A módszer

- ❖ Interjú a vállalkozás tulajdonosával
- ❖ Online kérdőív (n=110)
- ❖ Résztvevő megfigyelés



A készlet



Kutatási eredmények

Interjú, résztvevő megfigyelés

❖ Üzleti mechanizmusok

- Nyitvatartási idő
- Ruhák kiválasztása
- Árak alakulása

❖ Több funkciós térhasználat

- vásárlás, közösségi találkozóhely

❖ Keresleti alapú kínálat kialakítása

- egyedi darabok, válogatott márkák

„Azért tartunk nyitva csak heti két nap, mert a többi napon gyűjtjük össze a legújabb készletünket. Ez sok időt vesz igénybe, hiszen sokszor rengeteg ruhát kell átnéznünk ahhoz, hogy a stílusnak, és vásárlóink ízlésének megfelelő ruhákat találjunk. Így minden kiadást és bevételt egybevetve a heti két napos nyitva tartás a legkifizetődőbb számunkra.”

/ tulajdonos/

Kutatási eredmények

Demográfiai adatok

❖ **Nemek szerint**

- 87 nő, 23 férfi

❖ **Korcsoport**

- Döntő többség 18-25 év közötti
- jelentős még 18 év alattiak csoportja (érdekesség: 1 fő 65 éven felüli)

❖ **Nagy részük kapcsolatban él, vagy egyedülálló**

❖ **Iskolai végzettség**

- korcsoportnak megfelelően legnagyobb arány: érettségi

Kutatási eredmények

Vásárlási szokások

■ V

Vásárláskor mit tart leginkább szem előtt, mit tart a legfontosabbnak?

(110 válasz)

■

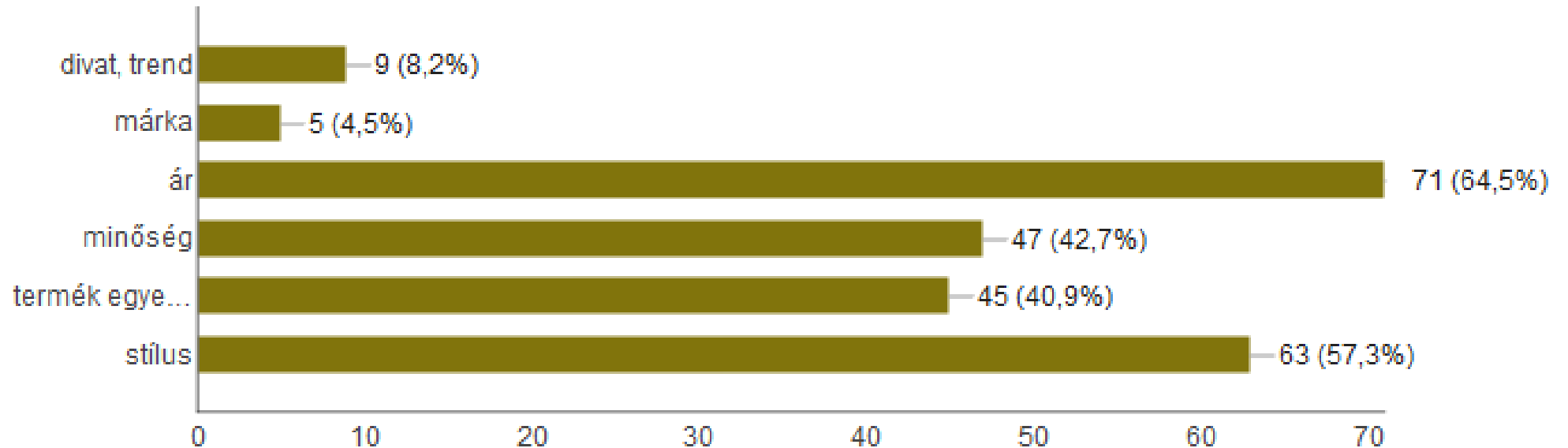
■

■ T

■ M

■ M

■



Kutatási eredmények

Indieland

- **Honnan szereztek tudomást?**
 - Informális kapcsolatok, internet a hangsúlyos
- **Milyen gyakran?**
 - Havonta többször, havonta
- **Hely profilja**
 - Mit szeretnek benne?
 - Miben hoz újat? (kezdeményezés innovatív jegyei)

Mit szeretnek benne?

Egyedi

Tulajdonos

Közösség

Kedvező ár

Környezet

Stílus

Márka

Hangulat

Fiatalság

Miben hoz újat?

(kezdeményezés innovatív jegyei)

„Melyik turkálóban várják friss kávéval, zenével és olvasó sarokkal az embert? :) Élmény ide bemenni minden egyes alkalommal.”

„A stílus miatt főként. Egy olyan körre fókuszálnak, akiknek többet kell keresgélni, ahhoz, hogy olyan ruhákat, kiegészítőket stb. találjanak, amelyek megfelelnek az ízlésüknek. Kicsit a HNO3-ra emlékeztet, csak ez nem a zenéről szól, viszont összehoz egy bizonyos csoportot. Egyáltalán nem átlagos.”

„A vásárlást nem csak ilyen bemegyek-kijövök dologgá, hanem valódi élménnyé teszi, ahova bármikor szívesen beugrasz a cimborákkal szétnézni, van-e valami új cucc. Ráadásul egy jól körülhatárolható célcsoportra fókuszál (indie/alter/fiatalok stb.) ami segít a hasonszőrű arcok összehozásában.”

Tipikus vásárlói profil

- 18 és 25 év közötti érettségivel, tanulói jogviszonnyal rendelkező nő
- Miért választja ezt a helyet?
- stílus / kedvező ár / minőség / networking

„A használt ruha nem ciki, hanem menő dolog,”

Forrás: www.pinterest.com



**Köszönjük
a figyelmet!**

