

Έλληνες & Σπίτι στην Covid Εποχή



Ξένια Κούρτογλου

Ιδρύτρια Focus Bari, e-satisfaction,
Mentor & Coach, Συγγραφέας



Δεκέμβριος 2021

ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ...

Ευχαριστώ πολύ!



Our Mission: CX



Sharing is Caring



*Η πανδημία άλλαξε τους
πάντες, τα πάντα, παντού!*



Οι πηγές μου



Η συνδρομητική έρευνα της Focus Bari από το 1995, που παρακολουθεί την σχέση των Ελλήνων με την τεχνολογία & το internet



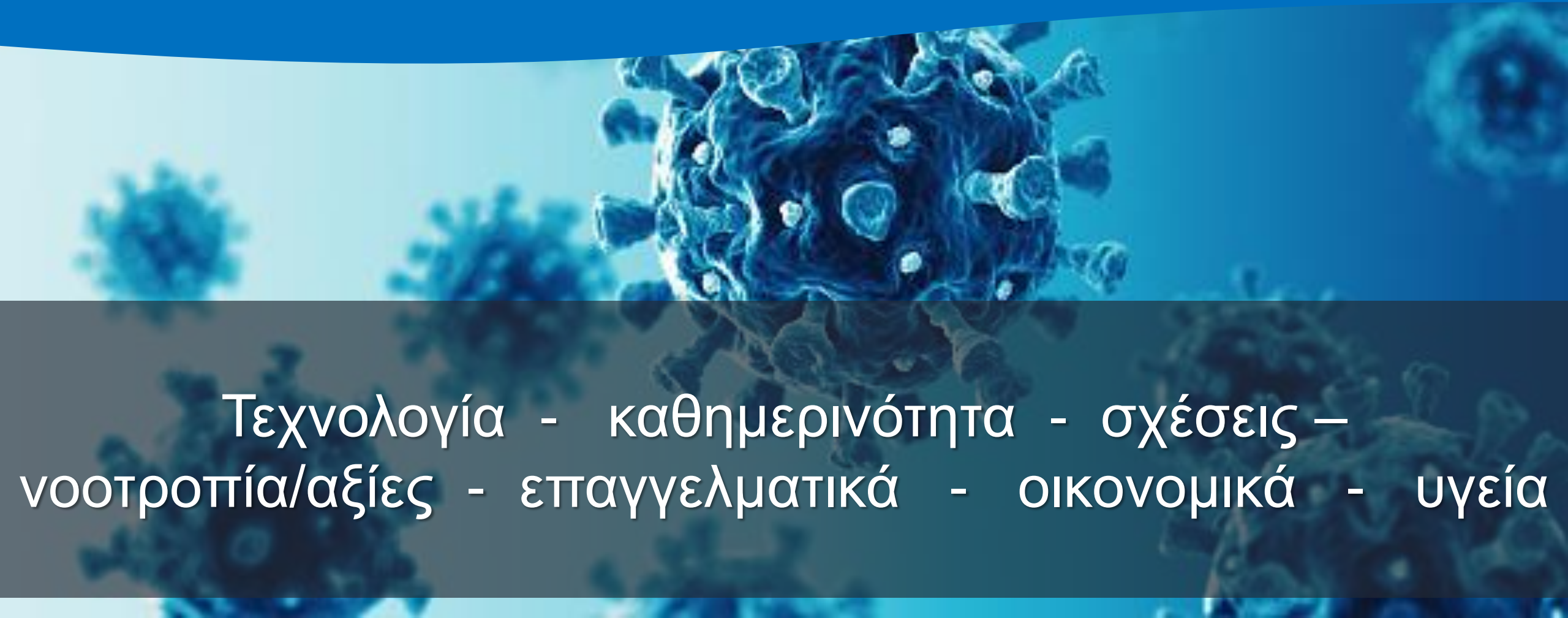
Πανελλαδική online Έρευνα σε 1000 ενήλικες 18-64 χρόνων που υλοποιήθηκε τον Νοέμβριο 2021 αποκλειστικά για το πρώτο virtual DIY & HI 2021



Συνεχείς Μετρήσεις Κοινής Γνώμης B2C & B2B που παρακολουθούν τις σκέψεις, νοοτροπία, γνώμες και καθημερινές συνήθειες των Ελλήνων & άλλων χωρών



Η πανδημία επηρέασε όλους τους τομείς της ζωής μας



Τεχνολογία - καθημερινότητα - σχέσεις –
νοοτροπία/αξίες - επαγγελματικά - οικονομικά - υγεία

Εκτός από την
σχέση με την
τεχνολογία
που εκτοξεύθηκε
την χρονιά
της πανδημίας

*Άλλαξαν οι αξίες, οι προτεραιότητες,
αλλά και η καθημερινότητα της ζωής*





Άνθρωποι & αγάπη
Φροντίδα & θαλπωρή
Σπίτι & cocooning



Εργασία από απόσταση
ZOOM & ευρηματικότητα
WEB CX : η νέα εμπειρία

Οι νέες
πρώτες
τάσεις



Υγεία & πρόληψη
Φύση & αναζωογόνηση
Ενδοσκόπηση & «έσω»



Αναθεώρηση αναγκών
“Back to basics”
Προστασία & ασφάλεια



Οικονομική ανασφάλεια
Προσοχή στις δαπάνες
Αποταμίευση



Προστασία της υγείας
Κοινωνική ευαισθησία
G-localization

Ήρθαν
για να
μείνουν



Τηλε-εργασία & mobility
Ελευθερία | ευελιξία



e-commerce & σύνδεση
«360»
Η εμπειρία «συνυφαίνεται
ολιστικά» Omnichannel

Τι έκαναν οι Έλληνες σε σχέση με το σπίτι τους την χρονιά της πανδημίας;



Αλλαγές στο σπίτι λόγω covid - εργασίες τον τελευταίο
χρόνο / τον επόμενο χρόνο - είδη & χώροι εργασιών -
πηγές ενημέρωσης & αγοράς

%

59

Ξεκαθάρισα τις ντουλάπες

47

Ξεκαθάρισα
πατάρια/αποθήκες, πέταξα
πολλά άχρηστα

28

Έκανα
επισκευές/ανακαινίσεις που
ανέβαλα για καιρό

18

Διαμόρφωσα ένα χώρο σε
γραφείο τηλεργασίας

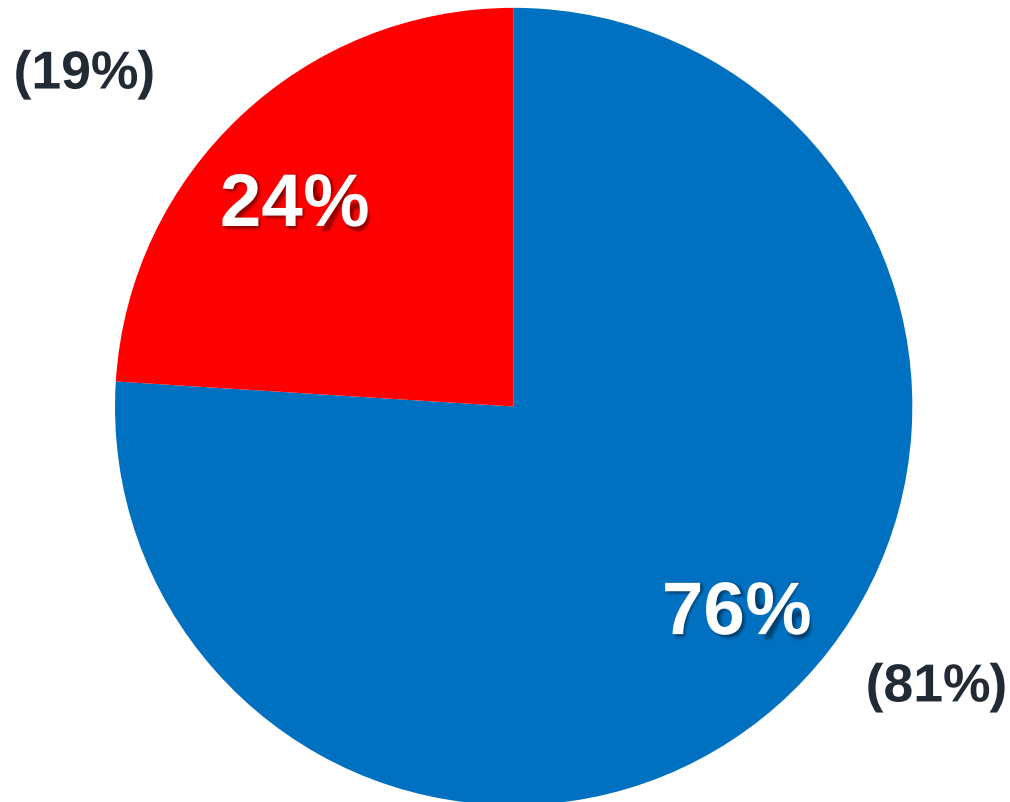
11

Διαμόρφωσα ένα χώρο για
τηλεκπαίδευση

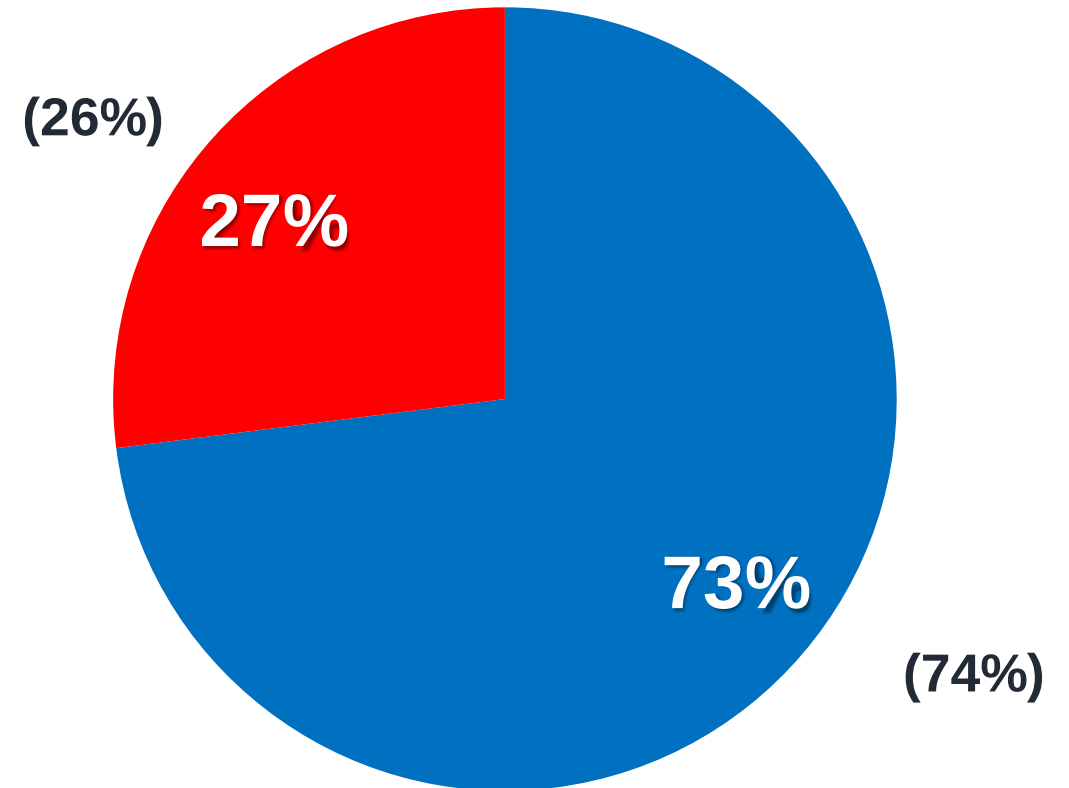
95% των Ελλήνων
έκαναν τουλάχιστον
μια ενέργεια που
αφορούσε στο σπίτι
τους μέσα στον «Covid
Year», που ήθελαν
να κάνουν από
καιρό!

Σε σχέση με το 2019, η συνολική και μελλοντική αγορά διαμορφώνεται σε παρόμοια επίπεδα

Τους τελευταίους 12 μήνες



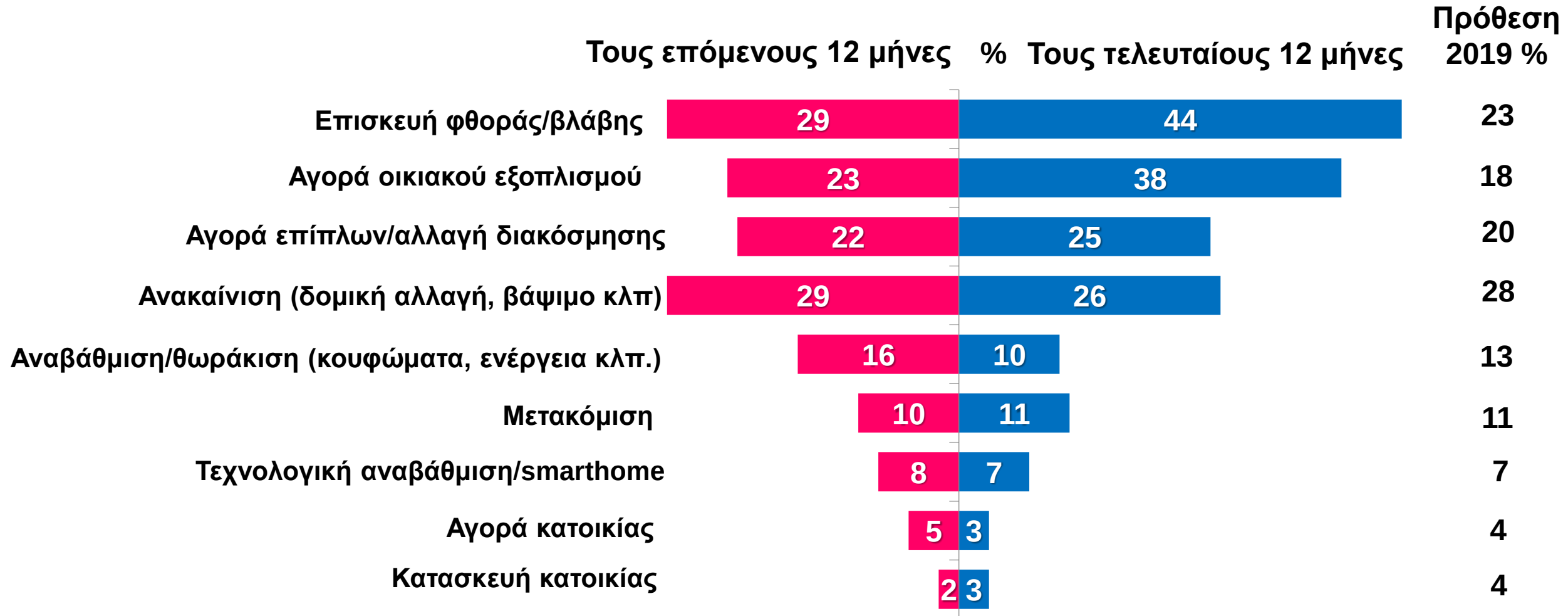
Τους επόμενους 12 μήνες



Σε παρένθεση : 2019

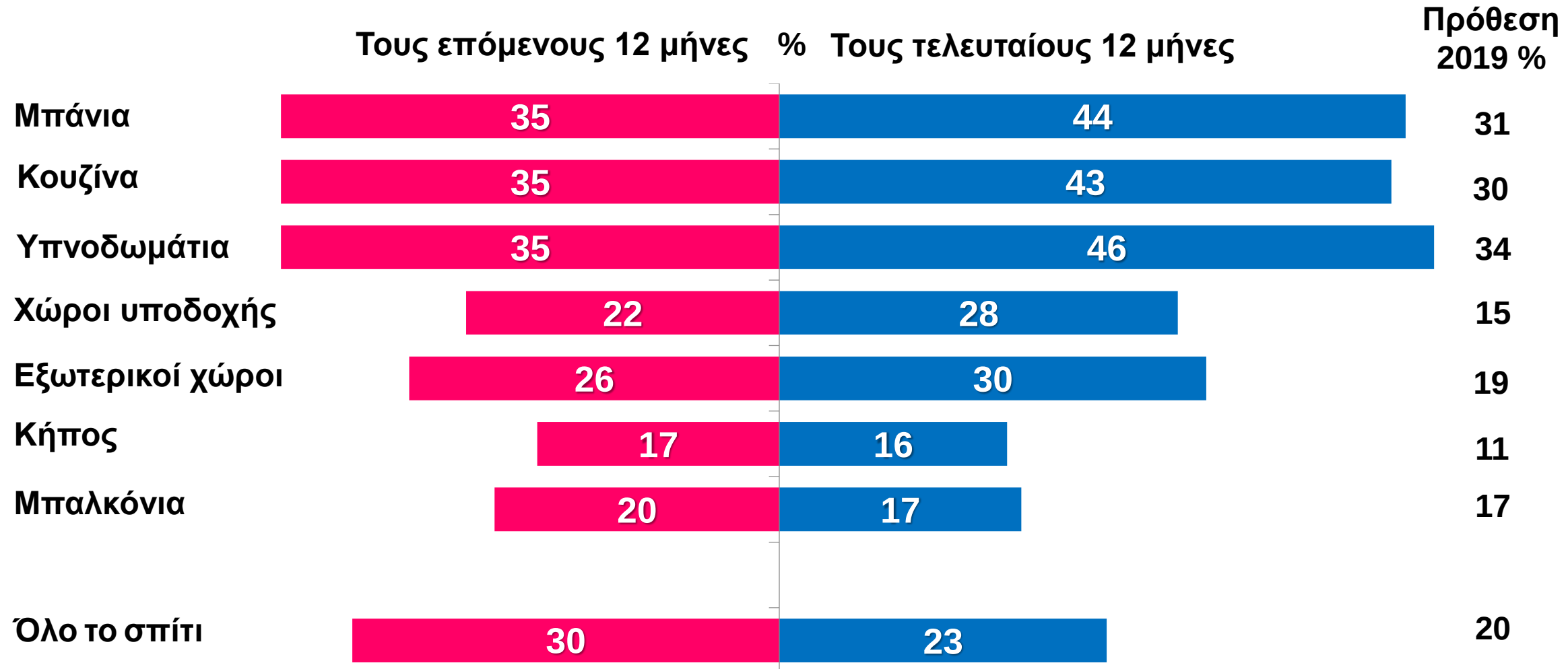
■ Τίποτα ■ Τουλάχιστον μία ενέργεια

Τα είδη εργασιών διατηρούν την ίδια τάση



Οι χώροι που ανακαίνισαν ή προτίθενται να ανακαινίσουν παραμένουν ίδιοι

(απαντούν όσοι έκαναν ή σκοπεύουν να κάνουν κάποια ανακαίνιση)



Οι πηγές ενημέρωσης για DIY...



77%

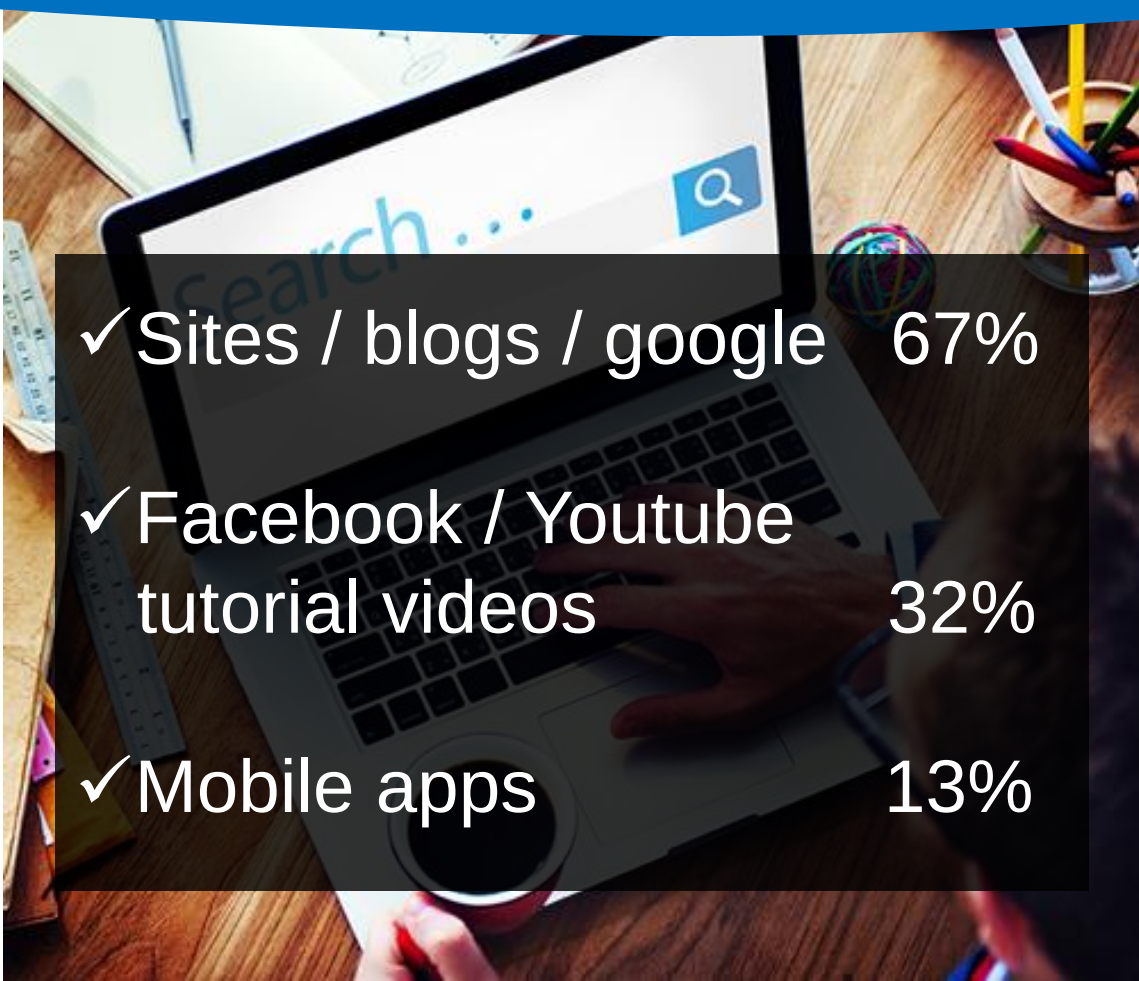
Online

Offline



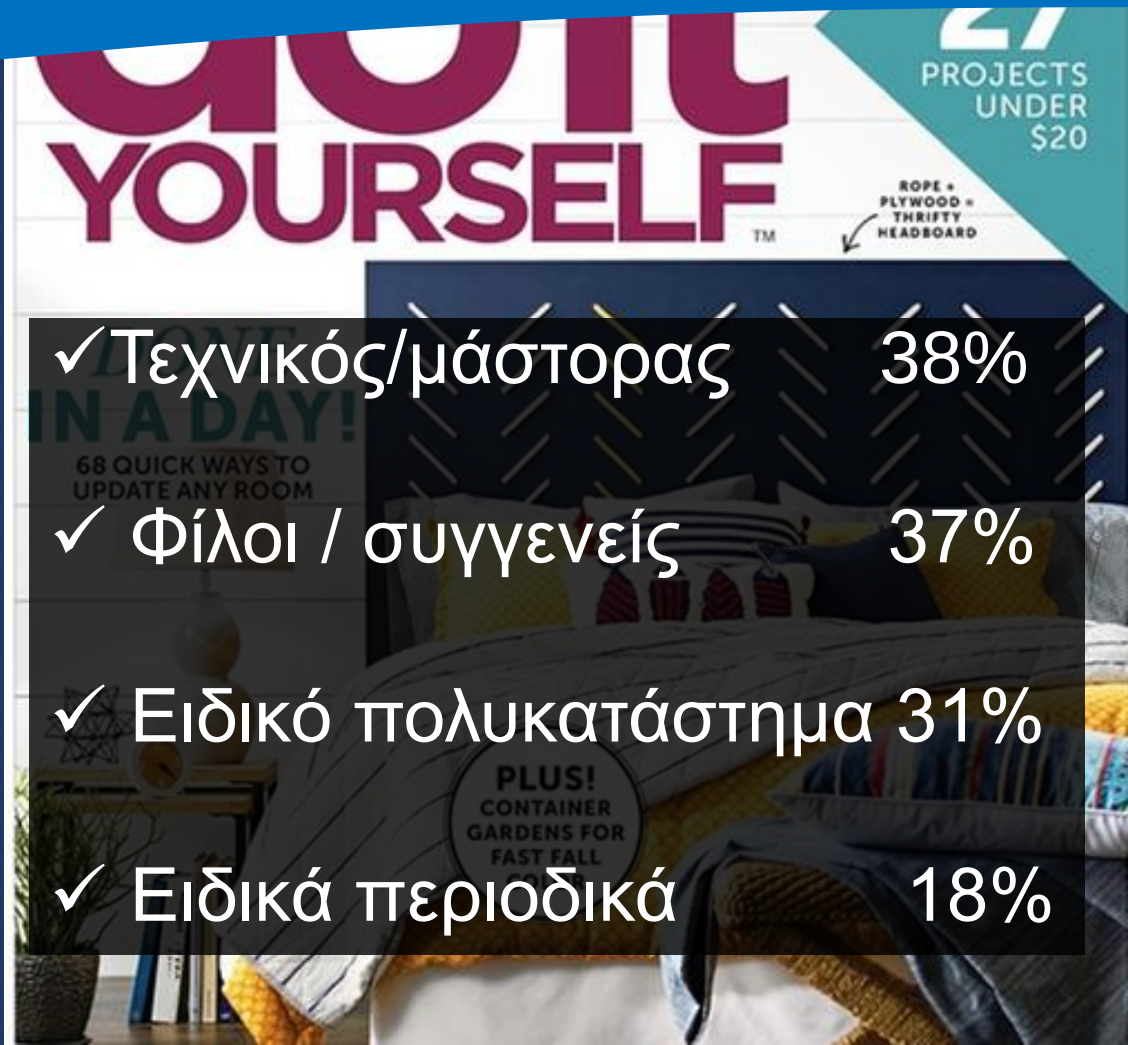
77%

Οι πηγές ενημέρωσης για DIY...

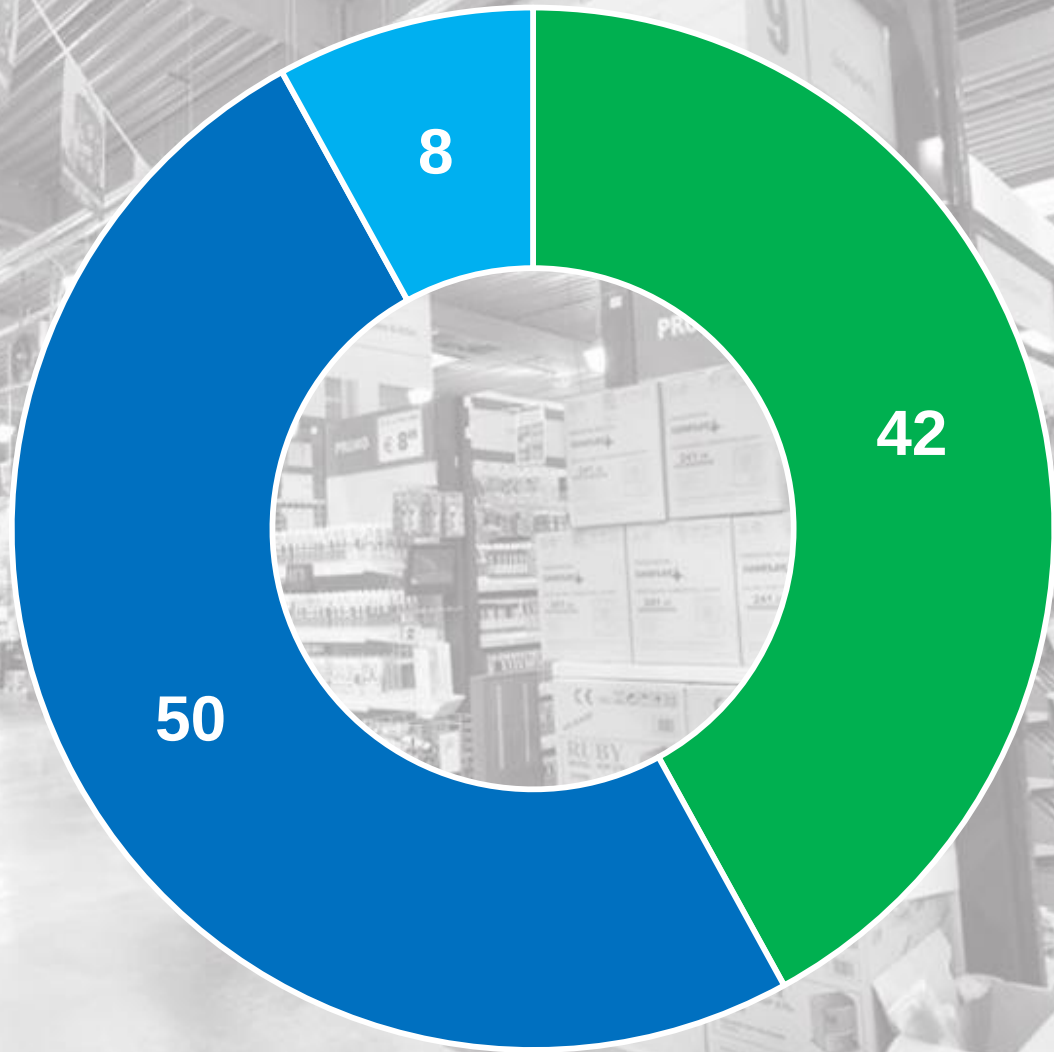
- 
- ✓ Sites / blogs / google 67%
 - ✓ Facebook / Youtube tutorial videos 32%
 - ✓ Mobile apps 13%

Online

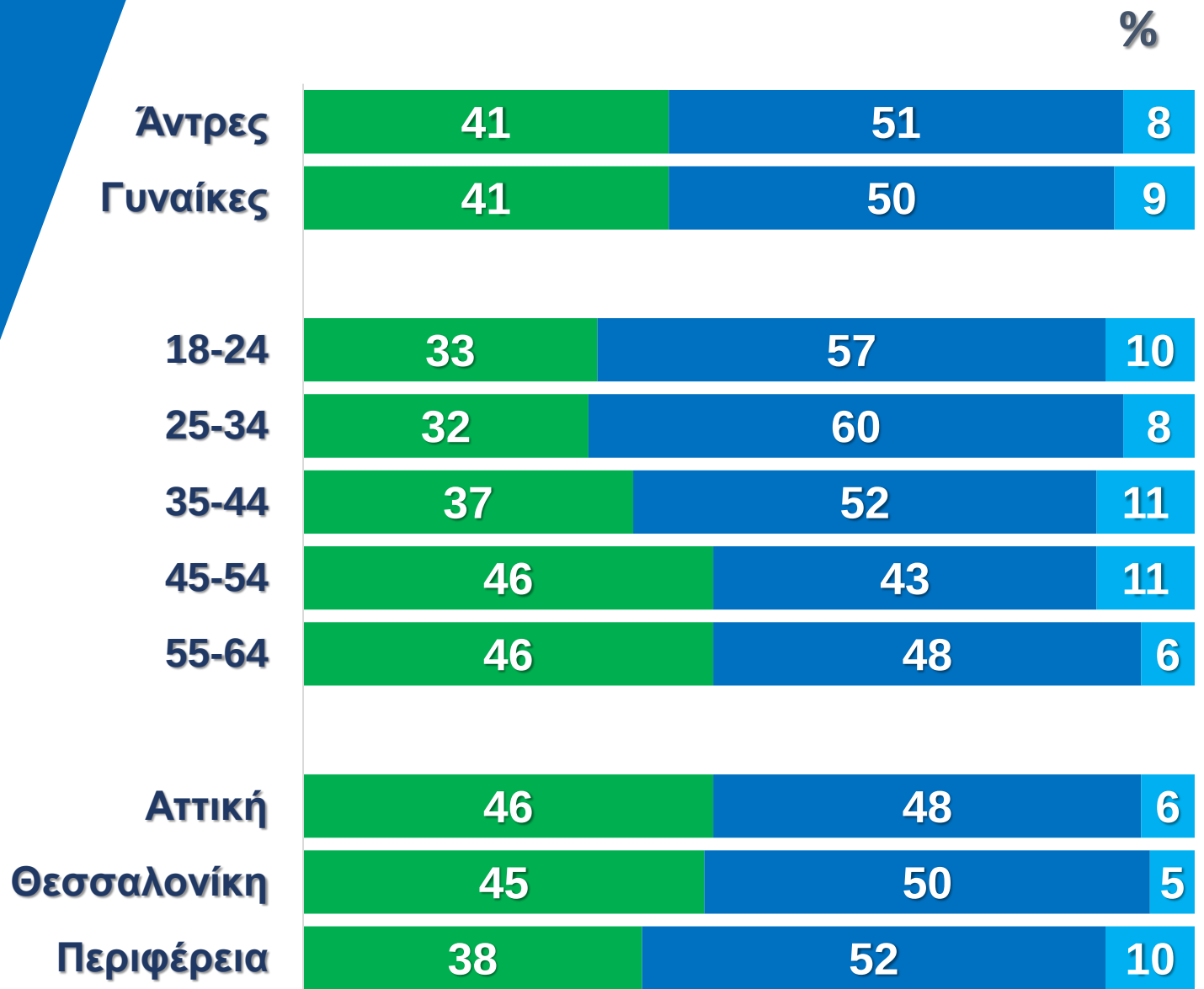
Offline

- 
- ✓ Τεχνικός/μάστορας 38%
 - ✓ Φίλοι / συγγενείς 37%
 - ✓ Ειδικό πολυκατάστημα 31%
 - ✓ Ειδικά περιοδικά 18%

Οι πηγές αγοράς για τα είδη DIY / σπιτιού είναι πλέον «omnichannel», καθώς οι Έλληνες την επόμενη φορά σκοπεύουν να ψωνίσουν...



Ως προς τα δημογραφικά, οι μεγαλύτερες ηλικίες παραμένουν λίγο πιο πιστές στα φυσικά καταστήματα για τις επόμενες αγορές DIY / ειδών σπιτιού



Έλληνες & Σπίτι στην Covid Εποχή



Thank you!

Ξένια Κούρτογλου

Ιδρύτρια Focus Bari, e-satisfaction,
Mentor & Coach, Συγγραφέας

