

Πώς αλλάζει η ακρίβεια τις καταναλωτικές συνήθειες;

Αποτελέσματα Πανελλαδικής Έρευνας
Σεπτέμβριος 2023






Θα δούμε...



Συνήθειες και προτιμήσεις σουπερμάρκετ



Κάρτες Πιστότητας



Προσφορές & «Έξυπνα Ψώνια»



Η ταυτότητα της Έρευνας

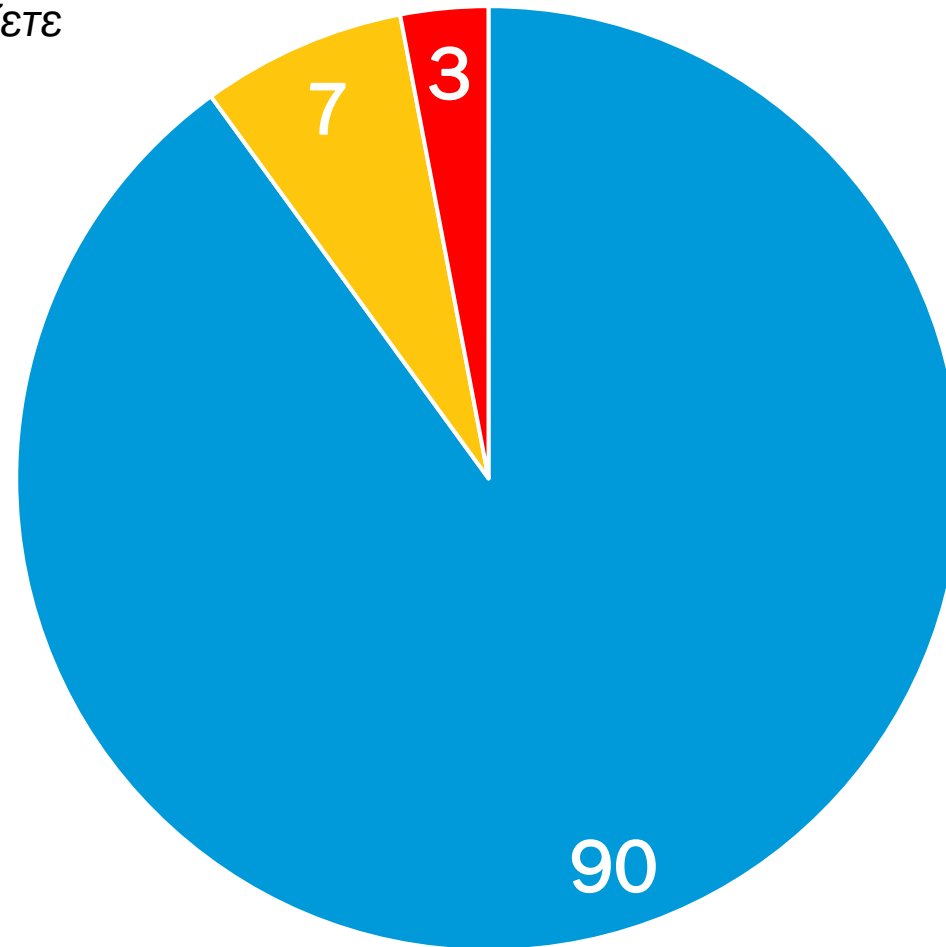
- Online συνεντεύξεις μέσω YouGov panel
- Δομημένο ερωτηματολόγιο
- Πληθυσμός : Άντρες & Γυναίκες 18+ Πανελλαδικά
- Αντιπροσωπευτικό δείγμα : 1002 άτομα
- Διεξαγωγή : 4-8 Σεπτεμβρίου 2023
- Η Focus Bari είναι ο Affiliate Partner της YouGov στην Ελλάδα (www.yougov.com)

Συνήθειες & Προτιμήσεις Σουπερμάρκετ

Εννιά στους δέκα Έλληνες ψωνίζουν συστηματικά από σουπερμάρκετ

«Από τι είδος καταστήματος ψωνίζετε συνήθως;»

%



■ Σουπερμάρκετ

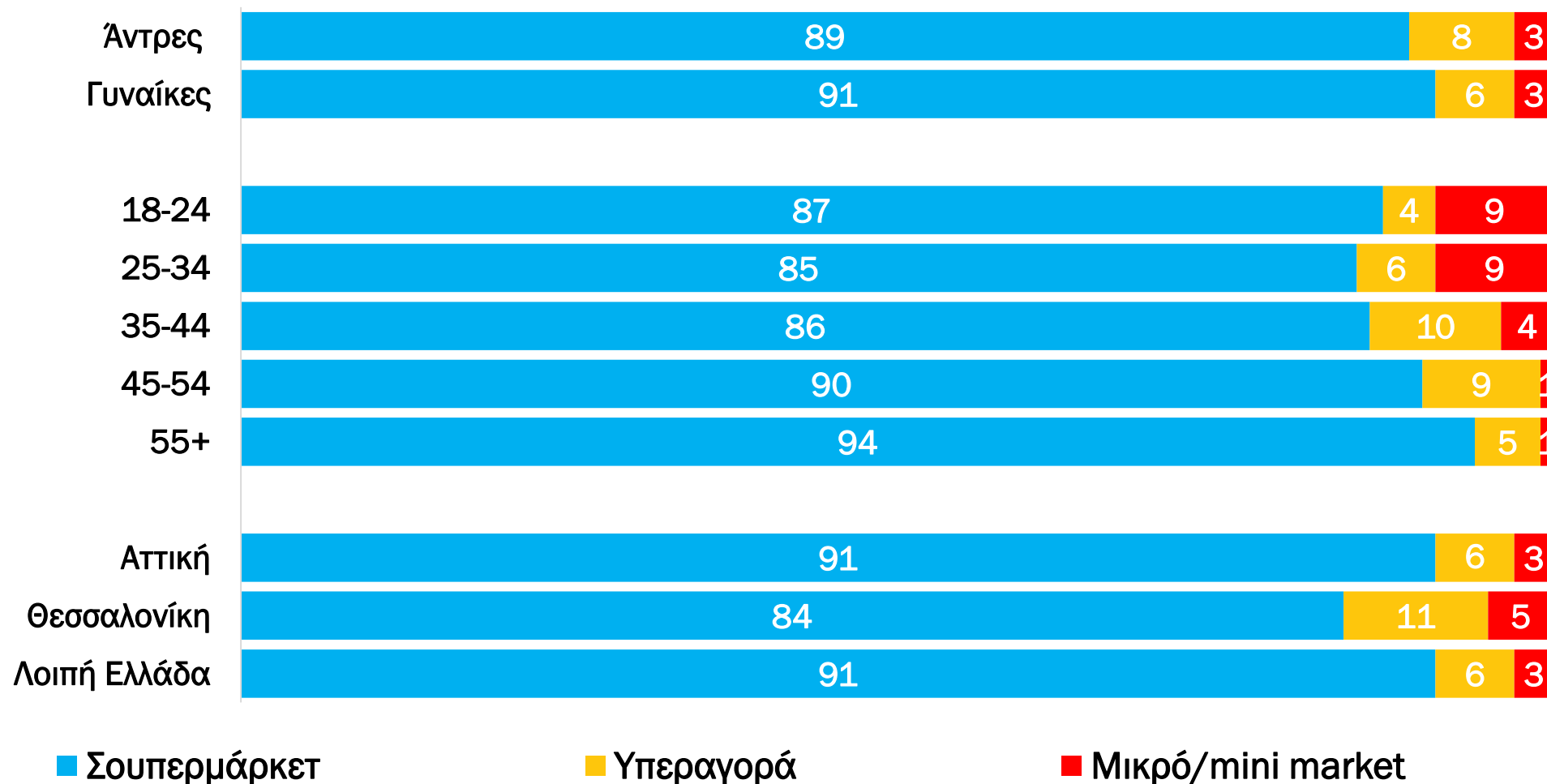
■ Υπεραγορές

■ Μικρό/mini market

Το σουπερμάρκετ είναι η βασική επιλογή για όλες τις δημογραφικές ομάδες με ελάχιστες διαφορές

«Από τι είδος καταστήματος ψωνίζετε συνήθως;»

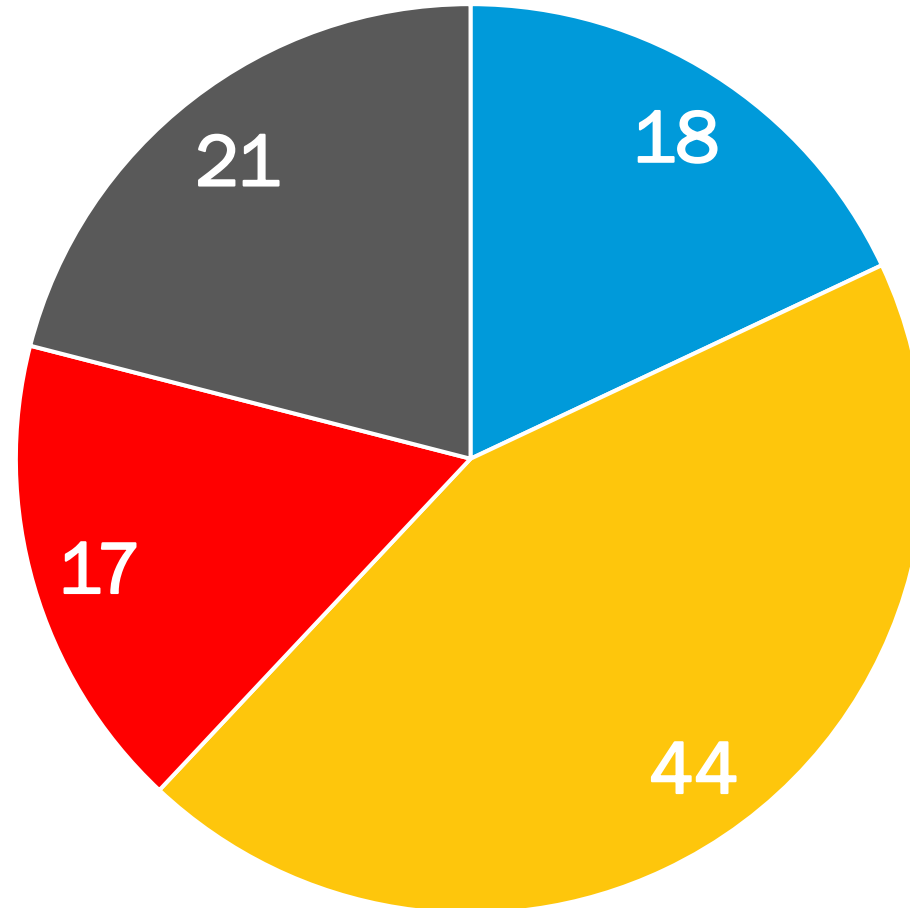
%



Η πιστότητα των Ελλήνων σε συγκεκριμένη αλυσίδα σουπερμάρκετ είναι μάλλον «σχετική»

«Ψωνίζω συνήθως...»

%



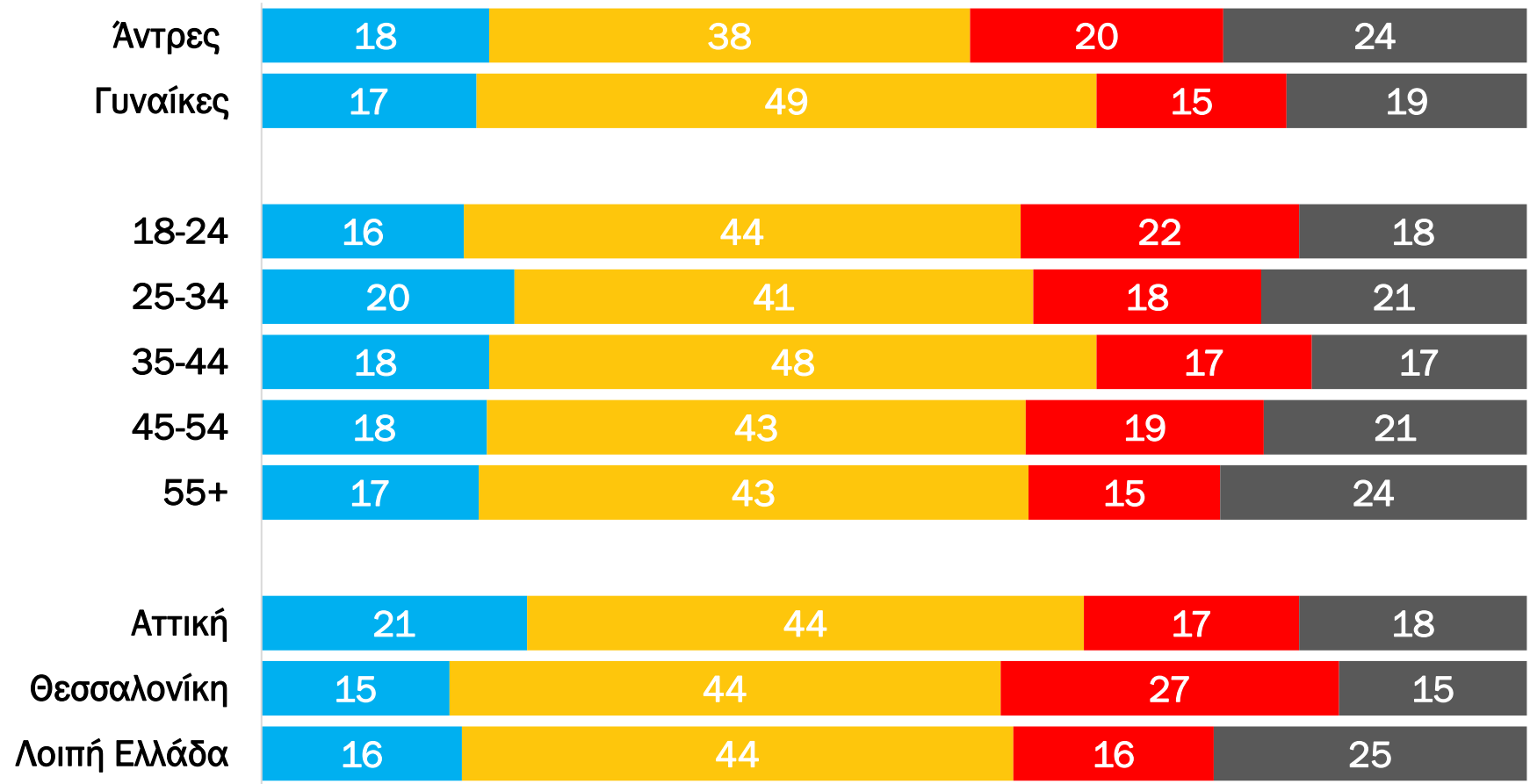
- Μόνο από μία αλυσίδα SM
- Από 2 αλυσίδες SM συστηματικά

- Μία κύρια + 2-3 άλλες
- Πολλές δεν έχω σταθερή προτίμηση

Η χαμηλή πιστότητα σε συγκεκριμένη αλυσίδα σουπερμάρκετ είναι παρόμοια σε όλες τις δημογραφικές ομάδες

«Ψωνίζω συνήθως από...»

%

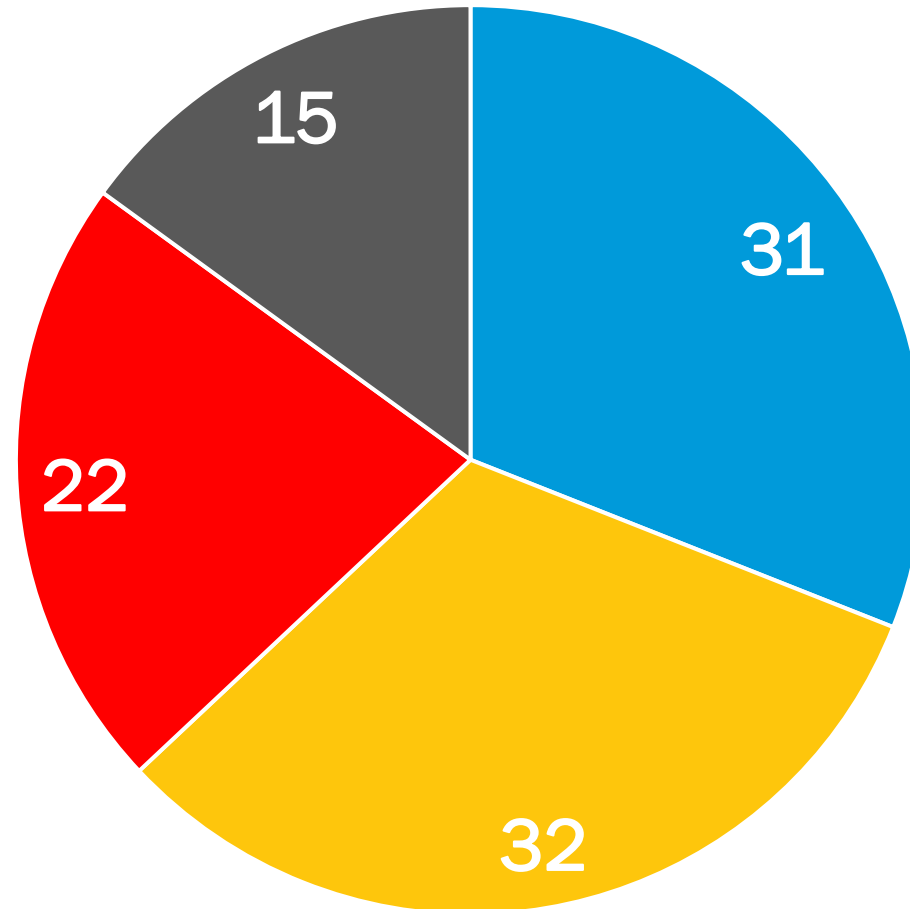


■ Μόνο μία αλυσίδα SM
 ■ Μια κύρια + 2-3 άλλες
 ■ 2 αλυσίδες SM συστηματικά
 ■ Πολλές δεν έχω σταθερή

Οι Κάρτες Πιστότητας

Παράλληλα, οι Έλληνες καταναλωτές έχουν κάρτα πιστότητας/πόντων σε διαφορετικές αλυσίδες SM

Έχουν κάρτα πιστότητας/πόντων σε...

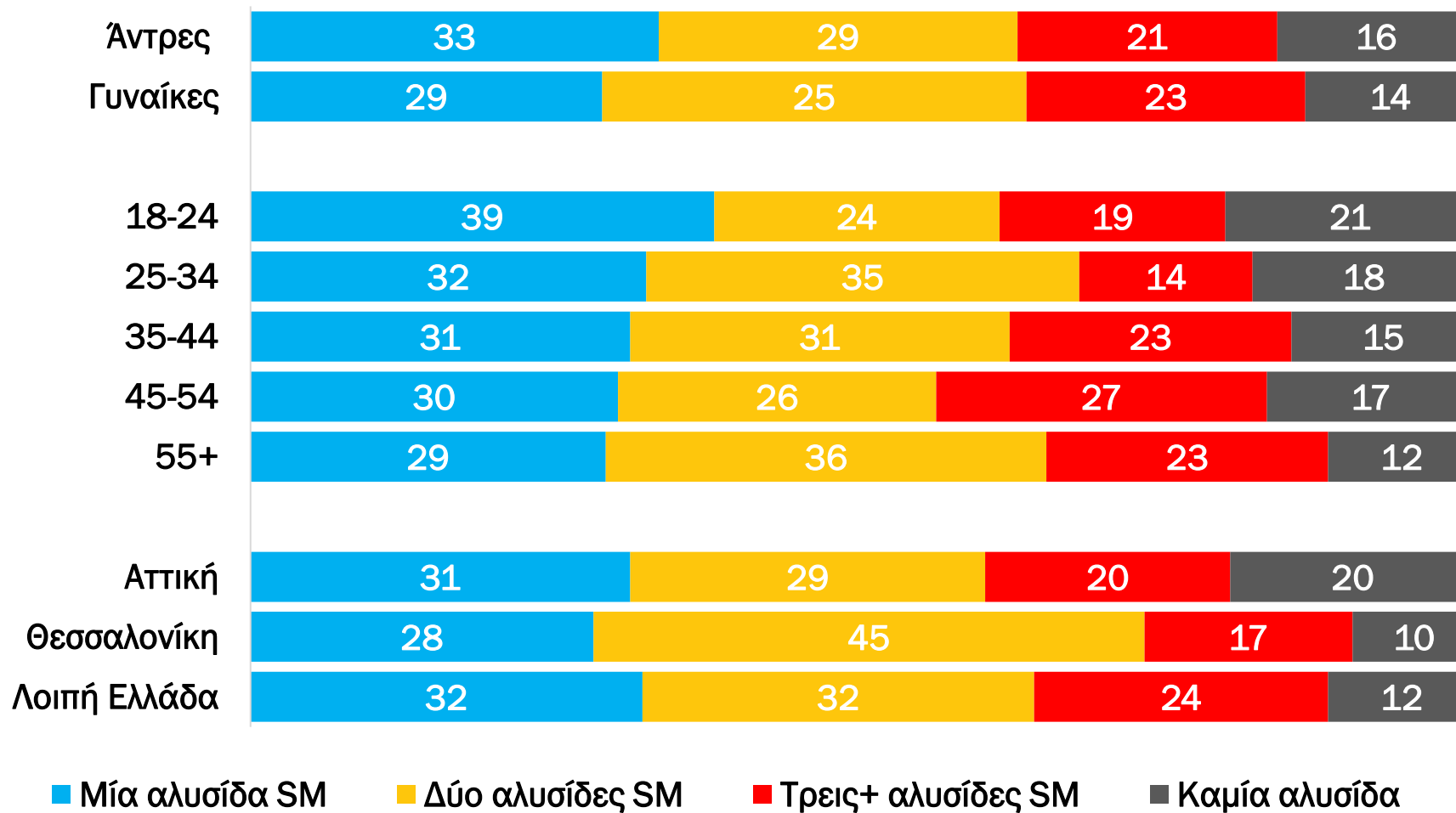


■ Μια αλυσίδα SM ■ Δύο αλυσίδες SM ■ Τρεις+ αλυσίδες SM ■ Καμία αλυσίδα SM

Και εδώ, δεν παρατηρούνται μεγάλες διαφορές μεταξύ των επιμέρους δημογραφικών ομάδων

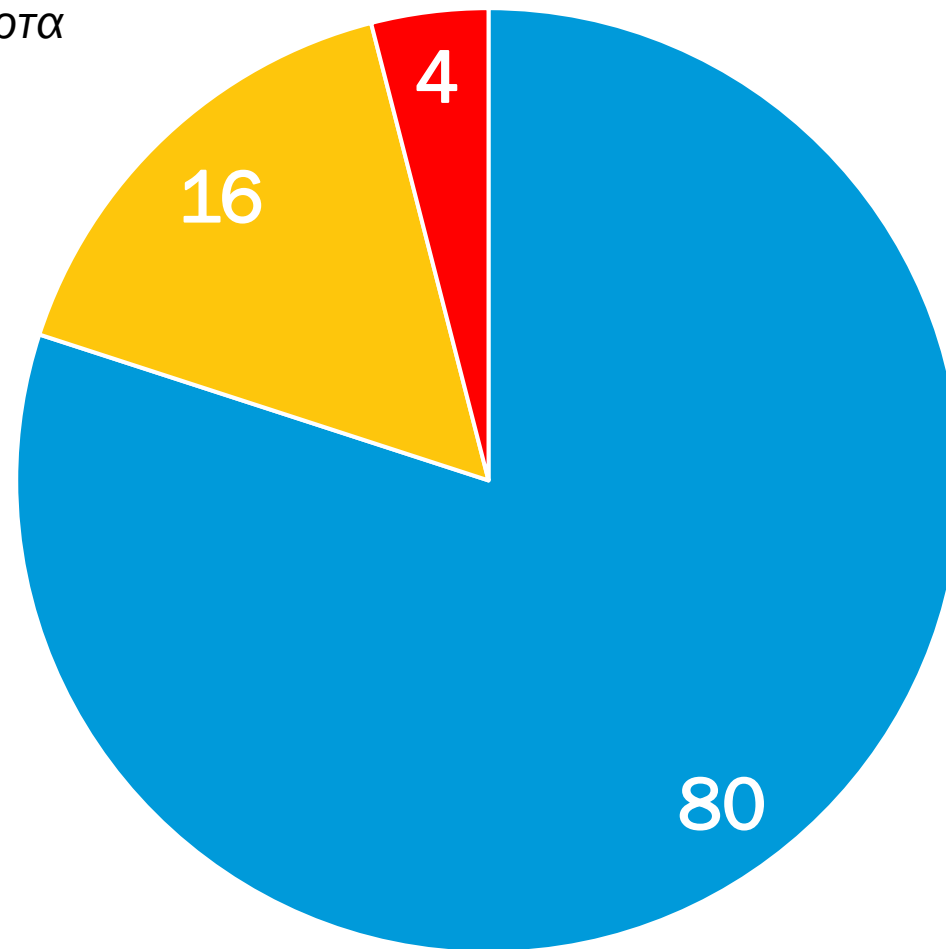
Έχουν κάρτα πιστότητας/πόντων σε...

%



4 στους 5 καταναλωτές που έχουν κάρτα πιστότητας (85% του πληθυσμού) την χρησιμοποιούν πάντα/σχεδόν πάντα

«Κάθε πότε χρησιμοποιείτε την κάρτα
Πιστότητας/πόντων;»

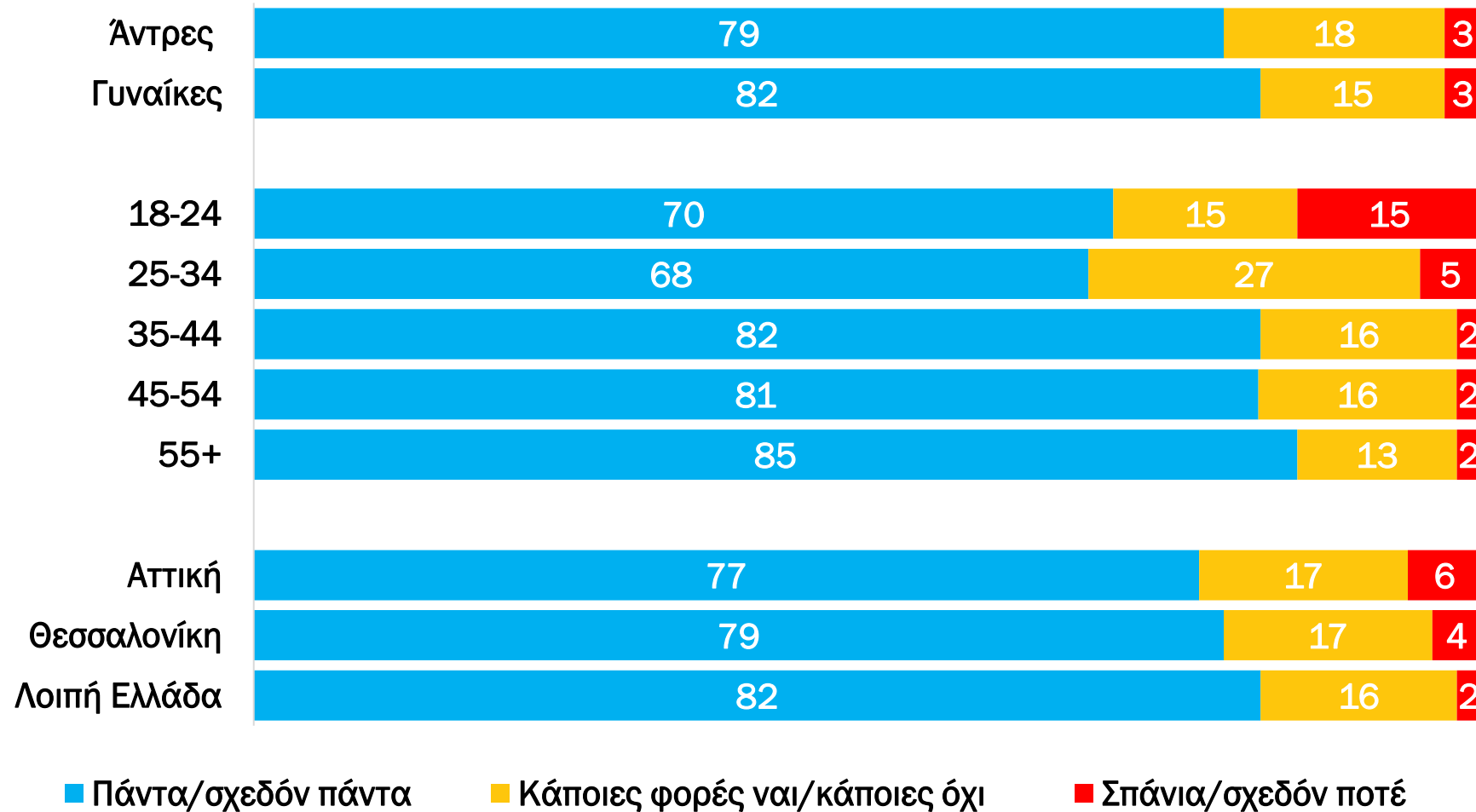


■ Πάντα/σχεδόν πάντα ■ Κάποιες φορές ναι/κάποιες όχι ■ Σπάνια/σχεδόν ποτέ

Η χρήση της κάρτας πιστότητας/πόντων στο σουπερμάρκετ είναι χαμηλότερη στις νεαρές ηλικίες

«Κάθε πότε χρησιμοποιείτε την κάρτα πιστότητας/πόντων;»

%

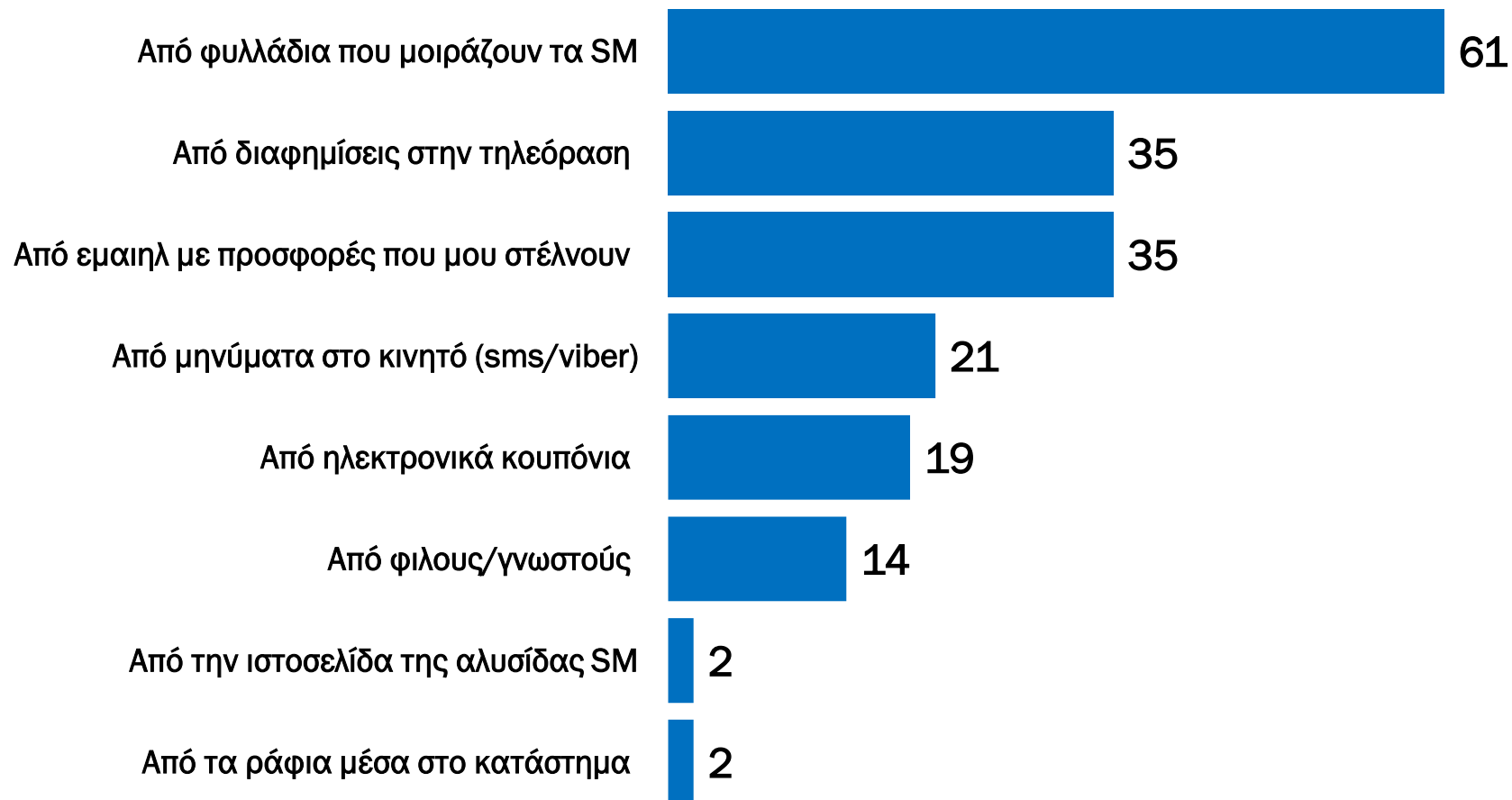


Προσφορές & «Εξυπνα Ψώνια»

Όλοι—98%—οι Έλληνες καταναλωτές ενημερώνονται τακτικά για τις προσφορές των σουπερμάρκετ με κύρια πηγή τα φυλλάδια των αλυσίδων

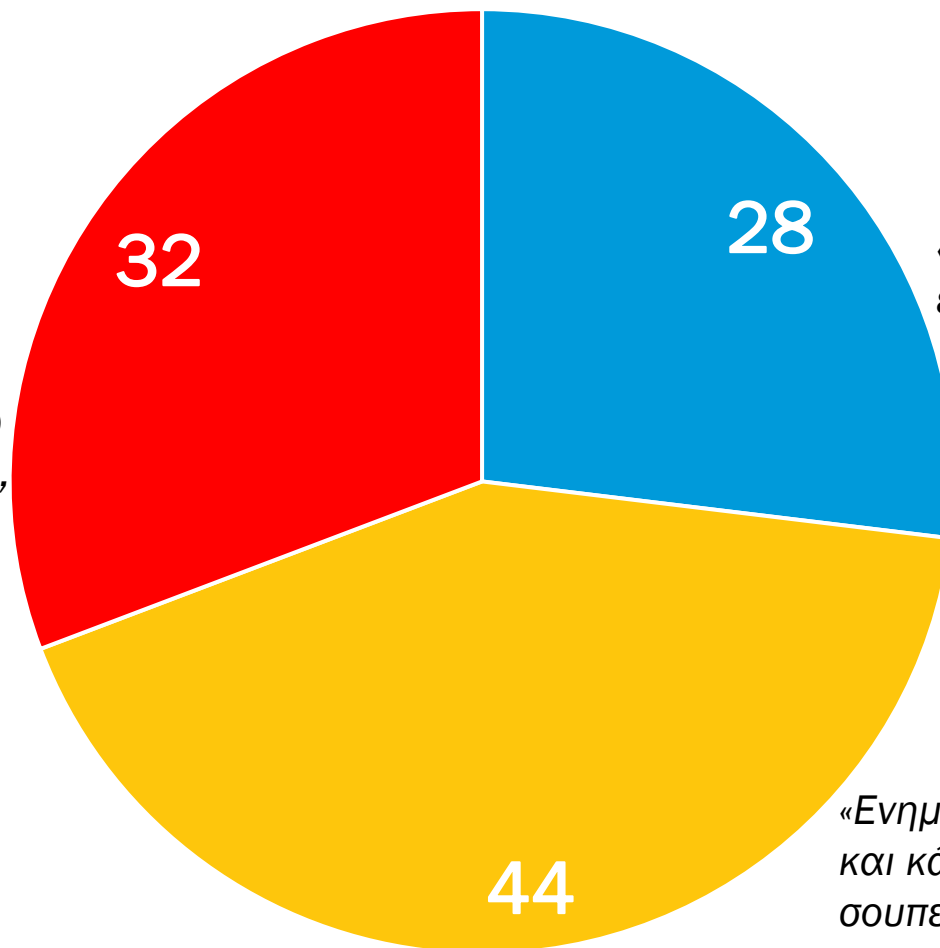
«Από πού ενημερώνεστε για τις προσφορές που έχουν οι αλυσίδες σουπερμάρκετ που ψωνίζετε;»

%



Οι προσφορές των supermarkets οδηγούν σημαντική μερίδα καταναλωτών να πηγαίνει από το ένα στο άλλο

«Μπορεί να ακούσω για τις προσφορές, αλλά δεν αλλάζω τις συνήθειές μου: πάω στο σουπερμάρκετ που ψωνίζω συνήθως, δεν επηρεάζομαι από τις διαφημίσεις με τις προσφορές.»



«Ενημερώνομαι συνέχεια για τις προσφορές που έχει η κάθε αλυσίδα σουπερμάρκετ και πηγαίνω σε διαφορετικά σουπερμάρκετ για να πάρω τα είδη που έχει σε προσφορά εκείνη την ημέρα»

«Ενημερώνομαι συστηματικά για τις προσφορές, και κάποιες φορές πάω από το ένα σουπερμάρκετ στο άλλο για να τις πετύχω»

Επίσης σχεδόν όλοι—96%—οι Έλληνες καταναλωτές έχουν υιοθετήσει τουλάχιστον μια συνήθεια «smart shopping»

«Λαμβάνοντας υπόψη την πρόσφατη αύξηση των τιμών και πώς έχει επηρεάσει τις αγοραστικές σας συνήθειες, ποιες από τις παρακάτω ενέργειες έχετε εφαρμόσει τους τελευταίους 12 μήνες για να εξοικονομήσετε χρήματα ή να ξοδέψετε λιγότερα στις αγορές του σουπερμάρκετ;»



Πώς αλλάζουν οι καταναλωτικές συνήθειες;

Αποτελέσματα Πανελλαδικής Έρευνας
Σεπτέμβριος 2023

Thank you!

