

# Μέσα από τα Μάτια των Καταναλωτών

Πανελλαδική Έρευνα για το Συνέδριο APPLiA 2024

## Θα δούμε...



Έλληνες και Τεχνολογία



Ματιές στην Κοινωνία  
Σήμερα



Οι Οικιακές Ηλεκτρικές  
Συσκευές

## Οι πηγές μου

**Focus**ontechlife  
web

- Από το 1995 παρακολουθεί την σχέση των Ελλήνων με την τεχνολογία
- Τηλεφωνικές συνεντεύξεις CATI
- Ετήσιο δείγμα 20.000

**YouGov**Profiles  
by **FocusBari**

- Συνεχής Πανελλαδική Έρευνα online
- Πλειάδα ερωτήσεων κοινής γνώμης, αγοραστικών συνηθειών, στοιχείων νοοτροπίας, στάσεων & θέσεων πάνω σε κοινωνικά θέματα, έκθεση στα MME...
- Ετήσιο δείγμα 8.500+

### Αποκλειστική Έρευνα Συνεδρίου

- Ποσοτική Πανελλαδική Έρευνα
- Πληθυσμός : Ενήλικες 18-64
- Δείγμα : 1003 άτομα
- Διεξαγωγή : 9-11 Φεβρουαρίου 2024
- Δομημένο ερωτηματολόγιο
- YouGov Online Panel (40.000+)
- Η Focus Bari είναι ο Affiliate Partner της YouGov στην Ελλάδα



# Έλληνες και Τεχνολογία



# Όλοι πλέον οι Έλληνες είναι online!

Αρχή

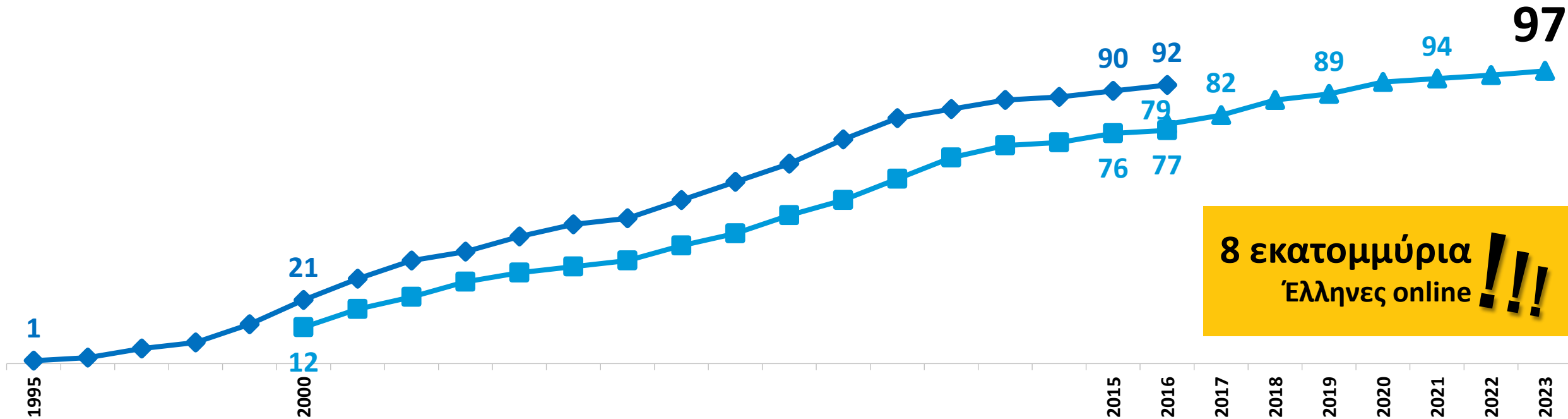
Ηλικίες 13-54, Α-Θ, 50.000+  
3.604.000

Επέκταση

Ηλικίες 13-70, Πανελλαδικά (-25 χλμ.)  
6.585.000

Σήμερα

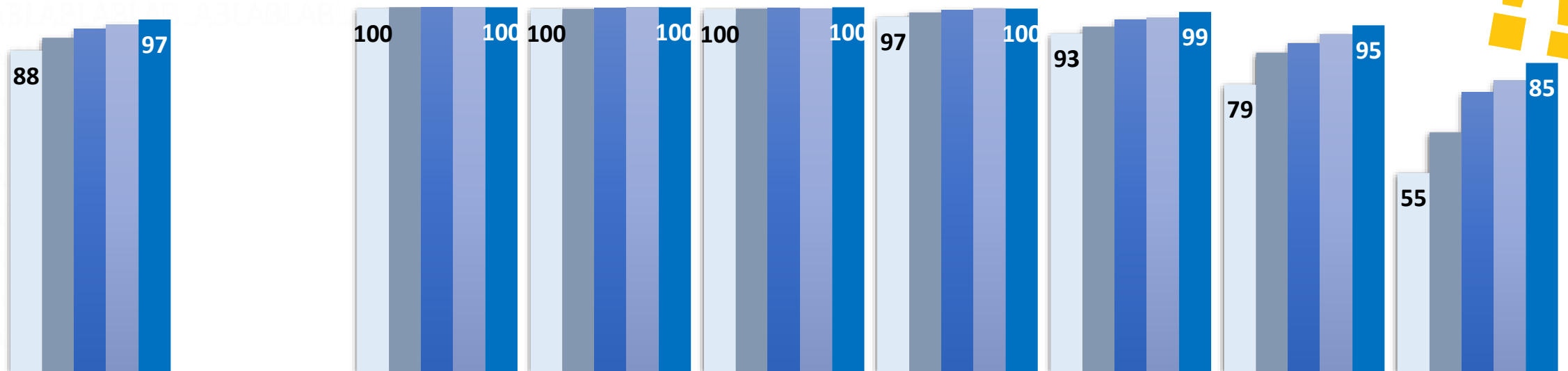
Ηλικίες 13-74, Πανελλαδικά  
8.202.000



**8 εκατομμύρια**  
Έλληνες online !!!

# Ακόμη και οι ώριμοι ενήλικες, και...

2019 2020 2021 2022 A2023



A2023 vs. A2019  
**+10%**

Σύνολο: **+10%**  
 13-17: -  
 18-24: -  
 25-34: **+1%**  
 35-44: **+2%**  
 45-54: **+6%**  
 55-64: **+21%**  
 65-74: **+55%**

## Κάνουν τα πάντα μέσα από το κινητό!

«Η τεχνολογία μου βελτιώνει τη ζωή»

57%

Social  
(89%)

Online shopping  
(79%)

E-mail  
(78%)

Επικοινωνία  
(74%)

Αναζήτηση πληροφοριών  
(73%)

E-banking  
(69%)

Δημόσιο  
(52%)

Μουσική  
[ακούνε / κατεβάζουν]  
(47%)

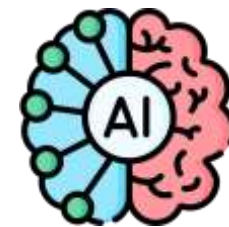
Video  
[βλέπουν / κατεβάζουν]  
(44%)

Ταινίες  
[βλέπουν / κατεβάζουν]  
(44%)

59%

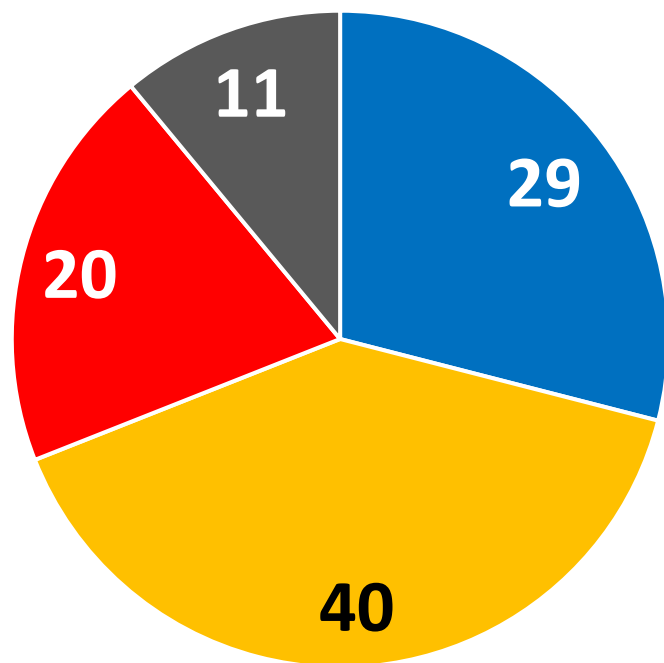
«Μ' ένα shopping app ψωνίζω από το κινητό μου»

## Κι ενώ είναι επιφυλακτικοί προς την ...

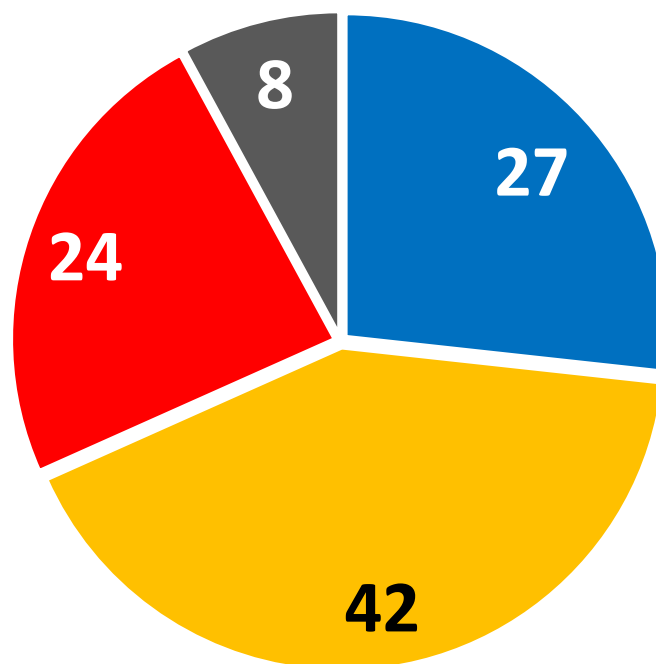


Ο αντίκτυπος της ΤΝ στην κοινωνία θα είναι...

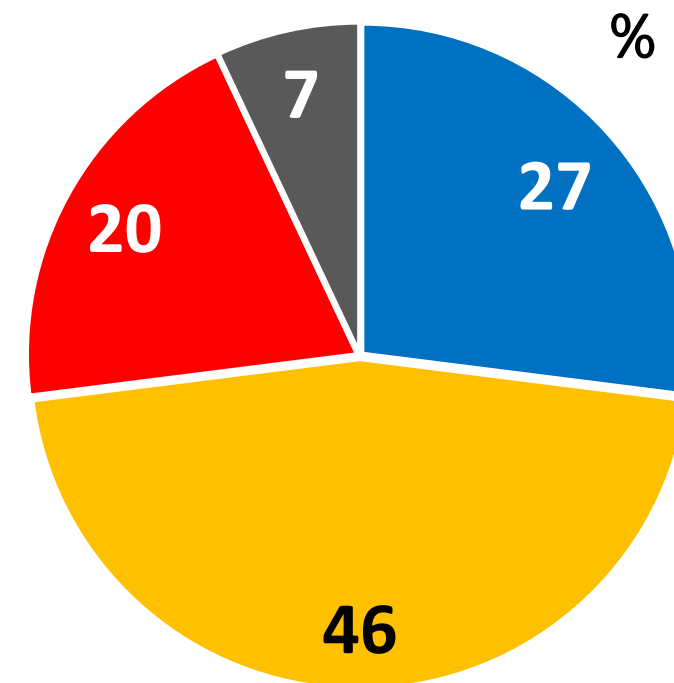
Δεκέμβριος 2021



Ιούλιος 2023



Φεβρουάριος 2024

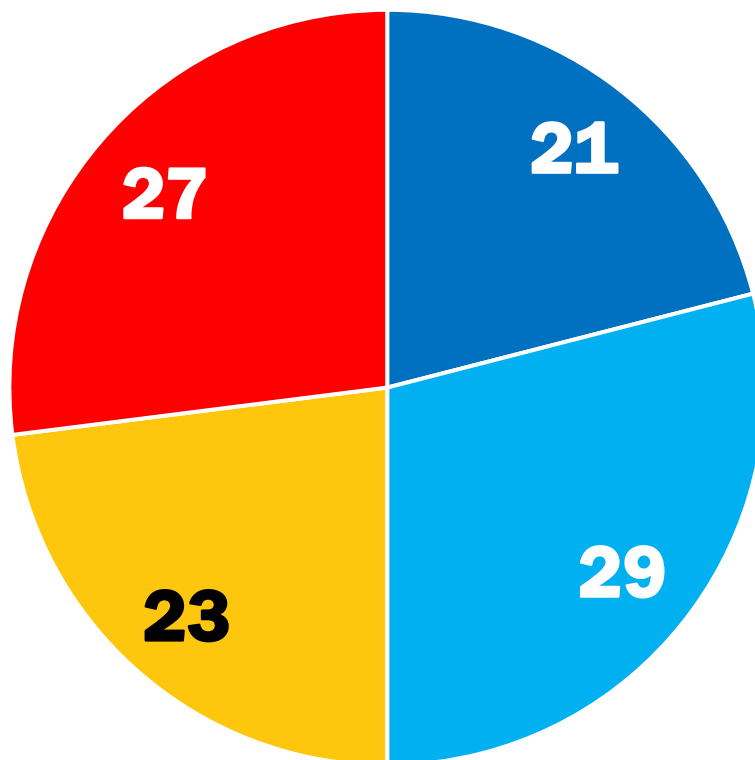




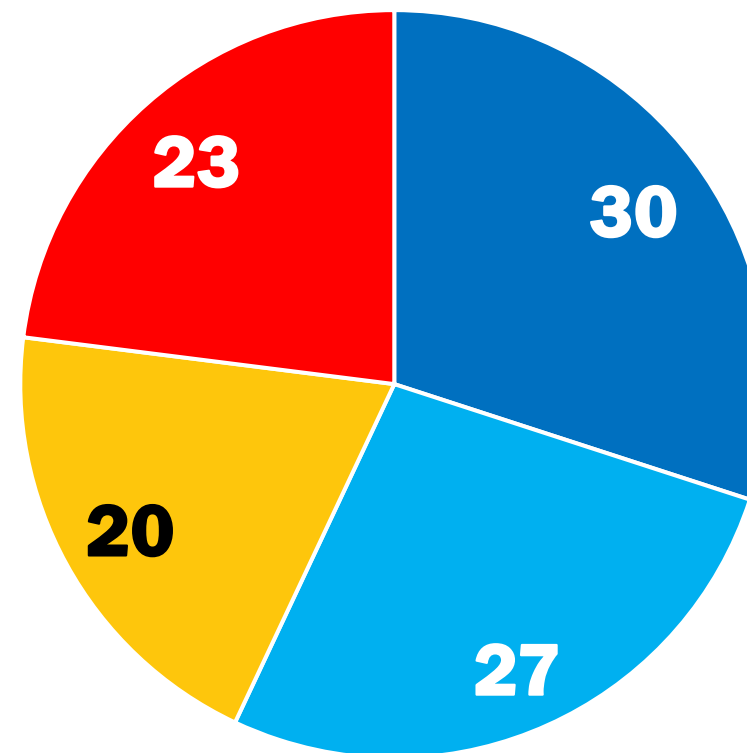
# Αυξάνεται η χρήση του ChatGPT



Ιούλιος 2023



Φεβρουάριος 2024



%

- Το χρησιμοποιώ/έχω λογαριασμό
- Το έχω ακουστά/Δ.Γ. ακριβώς τι είναι

- Το χρησιμοποιούν φίλοι/γνωστοί/εγώ όχι
- Δεν το έχω καθόλου ακουστά

# #1. Key Learning

(tech gaps)

- ✓ Όλοι είναι online, αλλά με...
- ✓ ...διαφορετικό tech savviness
- ✓ Σκεπτικισμός προς την ΤΝ
- ✓ Συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις διάδρασης & CX
- ✓ Πολύπλοκο & πολυ-επίπεδο το C-Journey

# Ματιές στην Ελληνική Κοινωνία Σήμερα



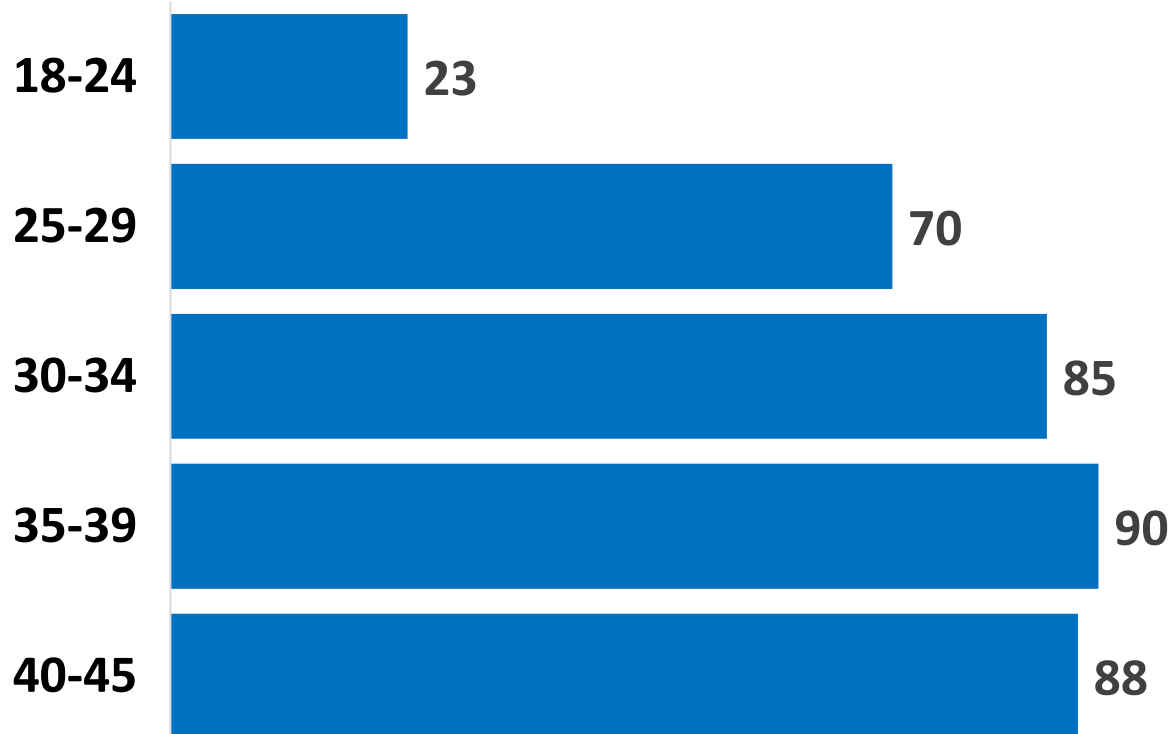


## Έχει αλλάξει το στάδιο δημιουργίας οικογένειας :

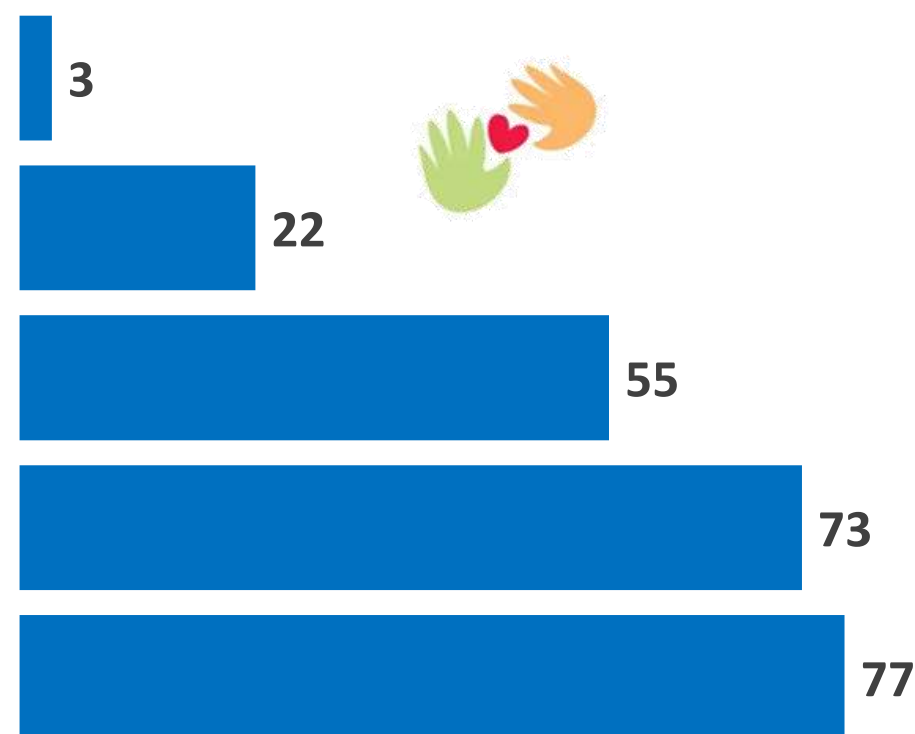
*% παντρεμένων γυναικών ανά ηλικία*



### 1993

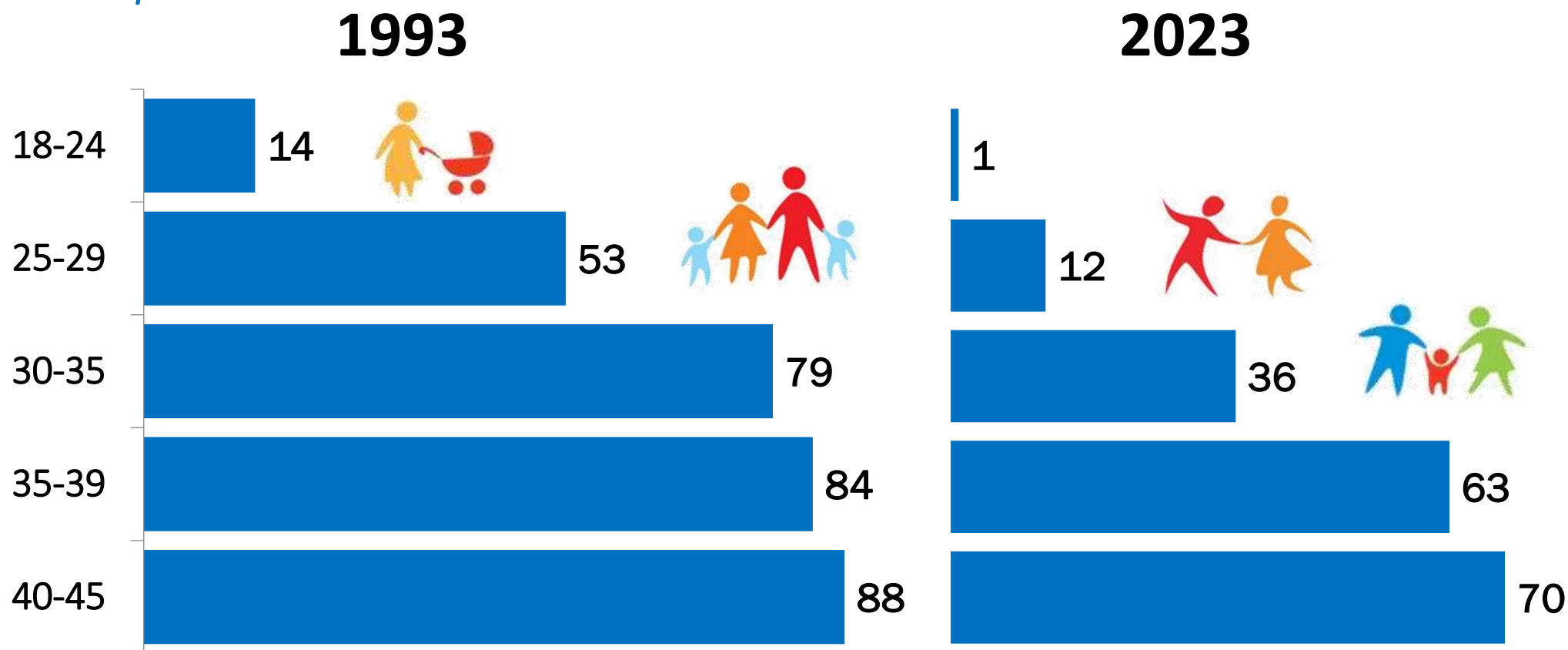


### 2023



## Έχει αλλάξει το στάδιο δημιουργίας οικογένειας :

% μητέρων ανά ηλικία





## Ενώ συνυπάρχουν τέσσερις διαφορετικές γενιές

**Gen Z**  
**18-26**

**Millennials**  
**27-42**

**Gen X**  
**43-57**

**Boomers**  
**58-76**



## Ενώ συνυπάρχουν τέσσερις διαφορετικές γενιές



Ανυπομονησία, «Εδώ και τώρα»

Μακροπρόθεσμη προοπτική, υπομονή

Ταχύτητα

Work-life  
balance

Ποικιλία

Αλλαγή

Ασφάλεια

Σταθερότητα

Status

Άνεση

Resilience



*“Θέλουμε έναν καλύτερο κόσμο τώρα!”*



*“Θέλω να έχω μια ζωή για μένα!”*



*«Πρέπει να προλάβω και να τα καταφέρω!»*



*“Ο κόσμος έχει αλλάξει τελείως!”*

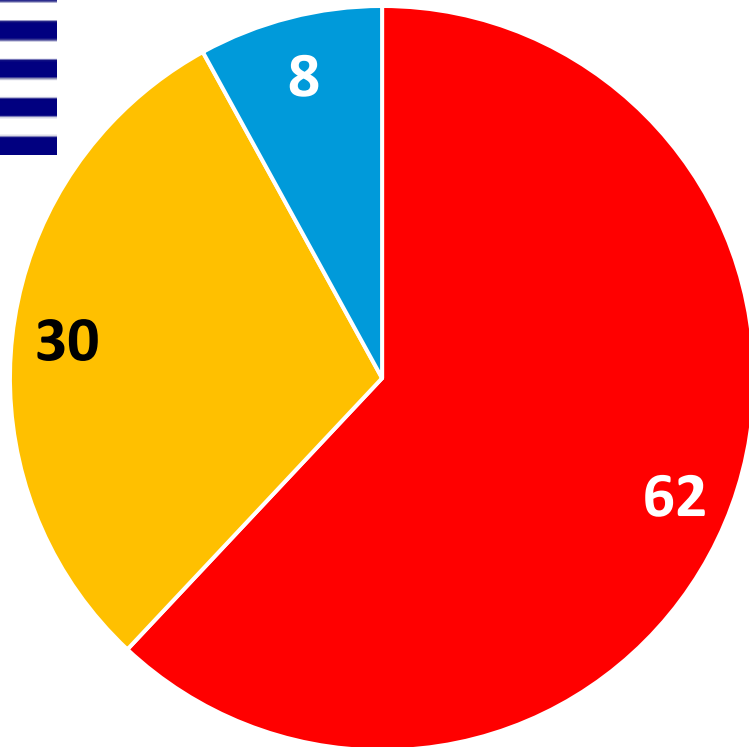


## Παράλληλα, υπάρχει πληθώρα μεγάλων θεμάτων

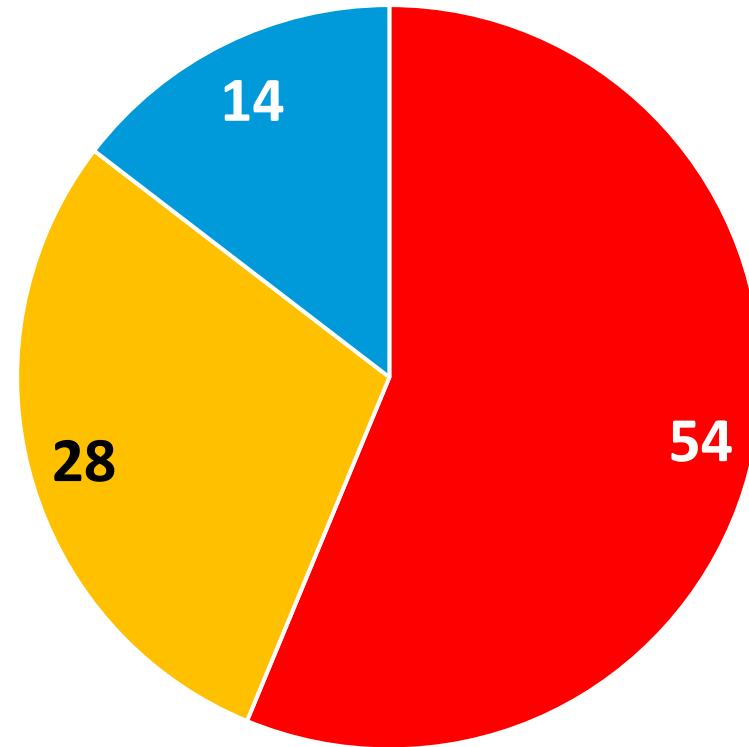


## Ο πληθωρισμός μειώνει την αγοραστική δύναμη...

Ερ. «Πώς έχει αλλάξει το διαθέσιμο εισόδημά σας τους τελευταίους 12 μήνες λόγω του υψηλού πληθωρισμού;»



%



■ Έχει μειωθεί λόγω του πληθωρισμού

■ Έχει μείνει το ίδιο

■ Έχει αυξηθεί

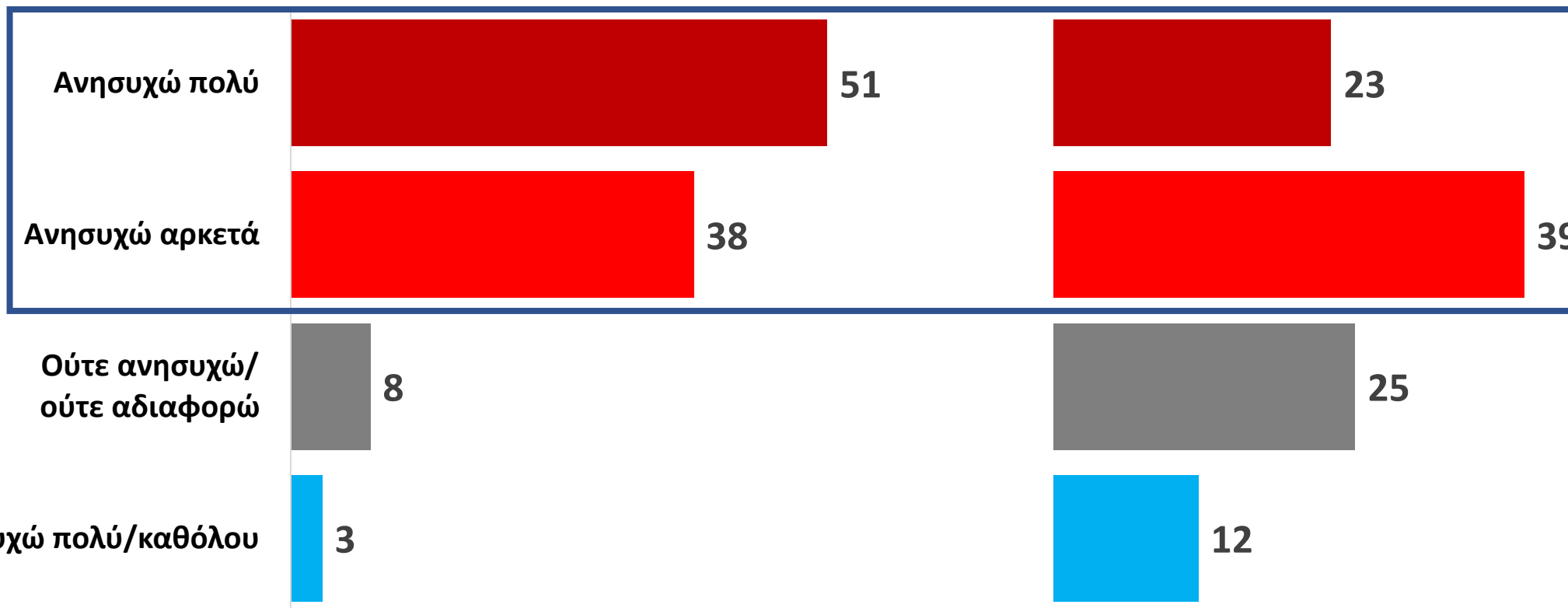


## ...προκαλώντας μεγάλη ανησυχία για το μέλλον!



Ερ. «Πόσο ανησυχείτε για τον αντίκτυπο του υψηλού πληθωρισμού στις δαπάνες σας τους επόμενους 12 μήνες;»

%



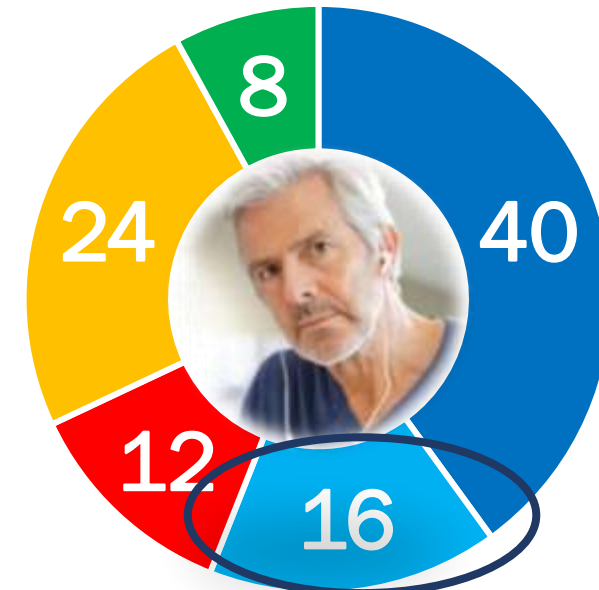
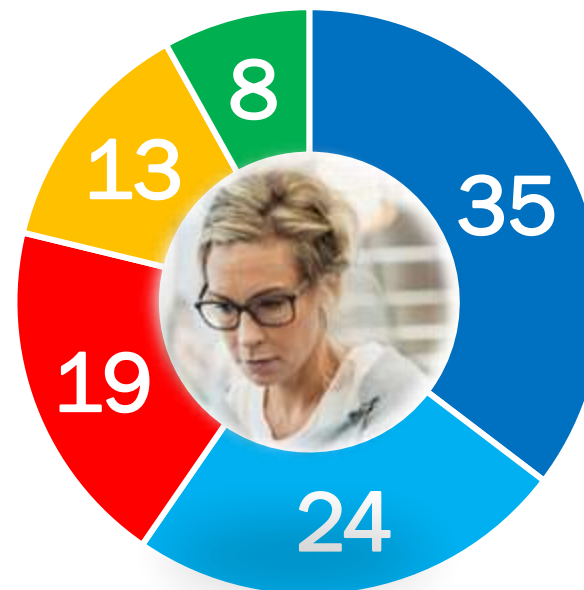
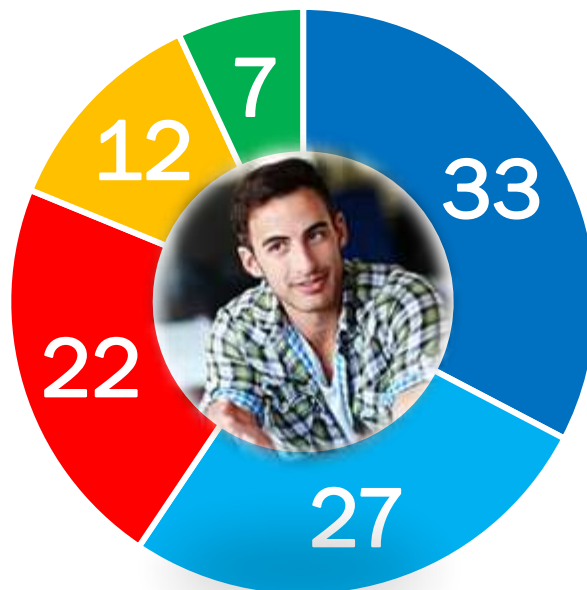
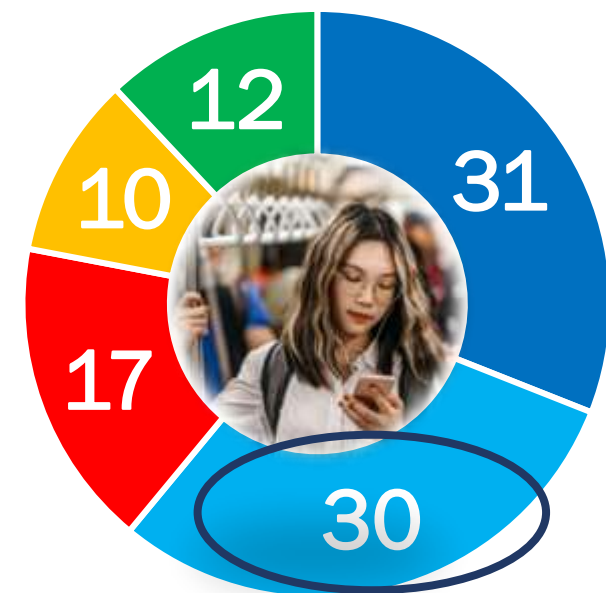
## Ανασφάλεια για το μέλλον και ψυχική υγεία/ηρεμία οι δύο μεγάλες προκλήσεις ζωής για όλους τους Έλληνες!

Gen Z

Millennials

Gen X

Boomers



Ανασφάλεια για το μέλλον

Ψυχική υγεία/ηρεμία

Βαριά καθημερινότητα

Υγεία/Φυσική κατάσταση

Σχέσεις

## Και η περιβαλλοντική ανησυχία μένει «θεωρητική»!

«Προσπαθώ όσο  
μπορώ να κάνω  
ανακύκλωση»

**71%**

«Κλείνω τα φώτα όταν  
βγαίνω από το δωμάτιο»

**84%**

«Θα πλήρωνα  
παραπάνω για βιώσιμη  
ενέργεια»

**23%**

«Δεν με νοιάζει αν είναι  
πράσινη ενέργεια με  
νοιάζει να είναι φτηνή»

**40%**

«Τα προϊόντα φιλικά  
στον πλανήτη είναι  
ακριβά»

**60%**

«Τείνω να προτιμώ  
εταιρίες φιλικές προς  
τον πλανήτη»

**36%**

«Προτιμώ τις μάρκες  
που είναι βιώσιμες»

**44%**

«Οι μεγάλες εταιρίες  
προσπαθούν για το  
περιβάλλον»

**34%**

«Χρειάζομαι βοήθεια  
για να μειώσω τη χρήση  
πλαστικών»

**36%**

«Θέλω να ανακυκλώνω  
αλλά είναι μεγάλη  
φασαρία»

**46%**

«Κοστίζει ακριβά να  
επιλέγω «πράσινα»  
συνεχώς»

**46%**

# #2. Key Learning

(society gaps)

- ✓ Τα δημογραφικά αλλάζουν
- ✓ Οι νέες γενιές διαφοροποιούνται
- ✓ Η κοινωνία βάλλεται από πολλά
- ✓ Με την ακρίβεια/οικονομικό στο επίκεντρο, που..
- ✓ Επηρεάζει τις προτεραιότητες & τα κριτήρια επιλογής/αγοράς

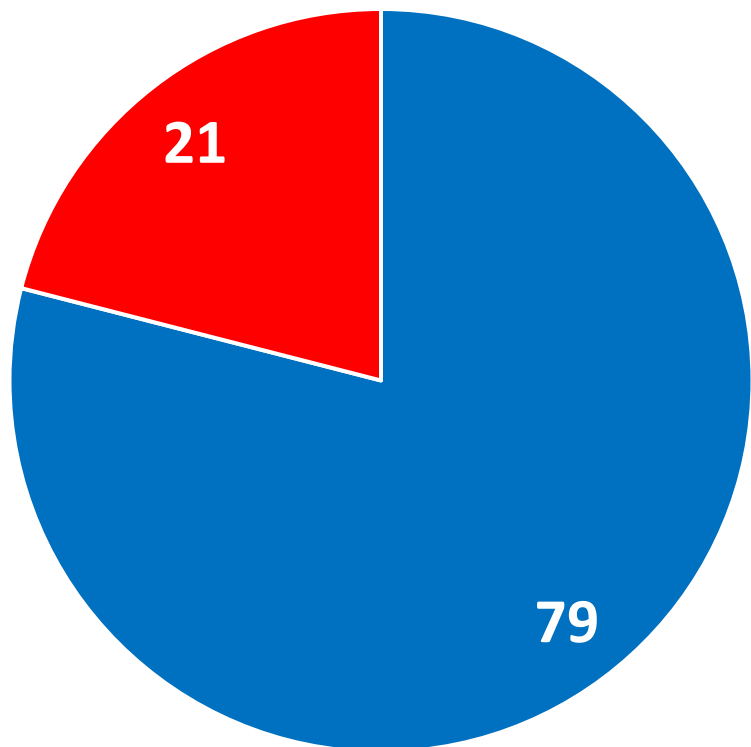
# Οι Οικιακές Ηλεκτρικές Συσκευές



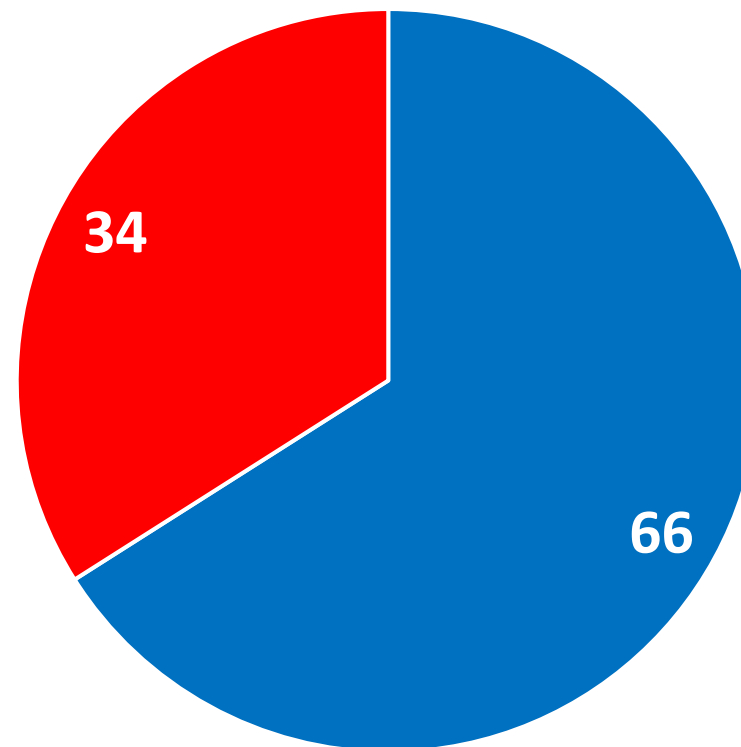


# Η αγορά των Οικιακών Ηλεκτρικών Συσκευών :

Τελευταίους 12 μήνες



Επόμενους 12 μήνες



%

■ Τουλάχιστον μία

■ Καμμία

# Αγορά Λευκών Συσκευών & Κλιματισμού :

Τελευταίους 12 μήνες

Επόμενους 12 μήνες

%

Ψυγείο



23

7

Πλυντήριο ρούχων



17

8

Κουζίνα ανεξάρτητη συσκευή (μάτια - φούρνος)



8

7

Καταψύκτης



7

3

Πλυντήριο πιάτων



7

8

Εντοιχιζόμενος φούρνος και εστία



6

4

ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΣ

Αυτόνομη μονάδα τοίχου (1 εσωτερικό-1 εξωτερικό)



22

13

Αυτόνομη μονάδα δαπέδου (1 εσωτερικό-1 εξωτερικό)



2

2

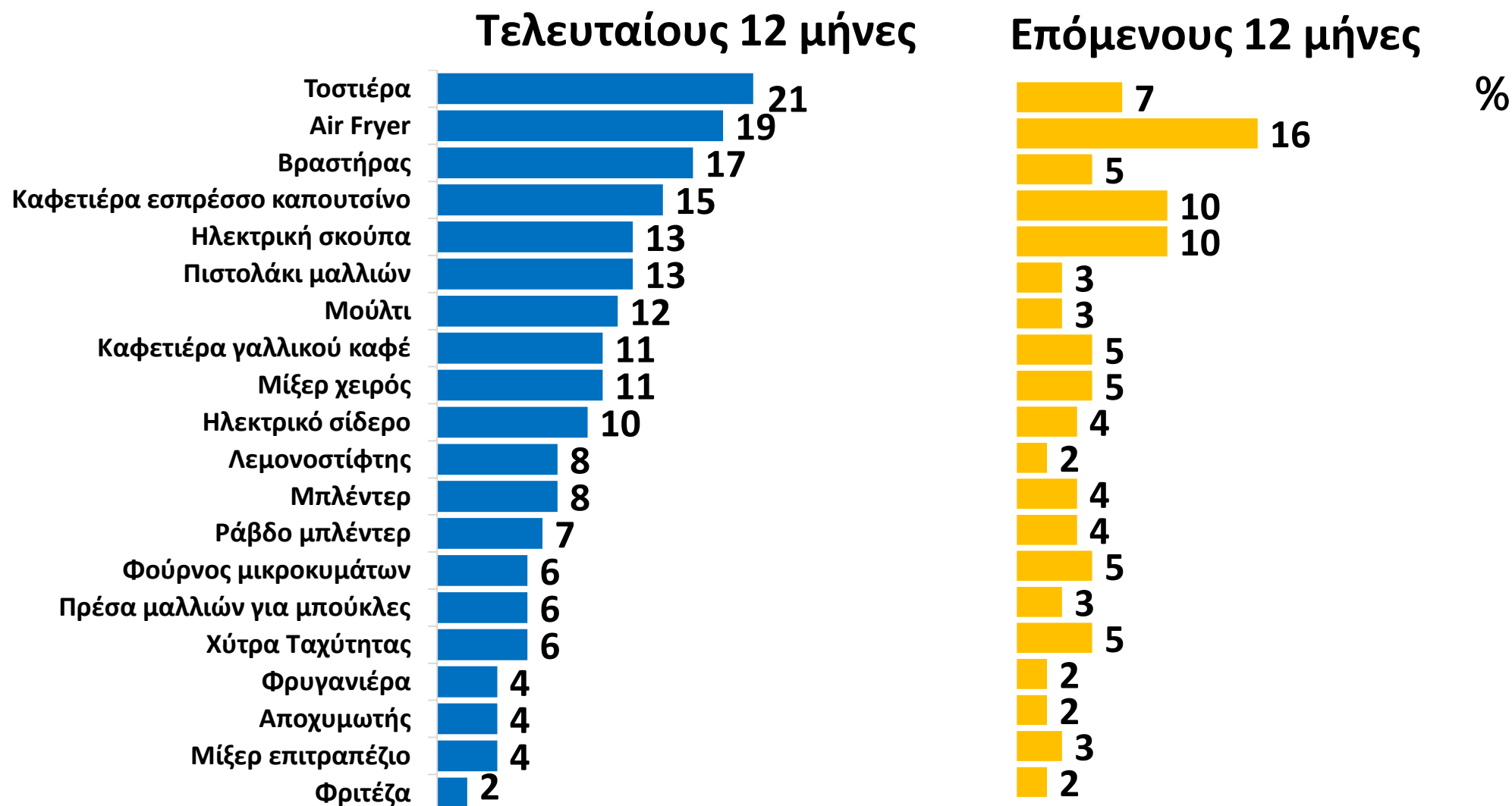
Πολυδιαρούμενη μονάδα (πολλά εσωτερικά- 1 εξωτερικό)



2

3

# Αγορά Οικιακών Μικροσυσκευών :



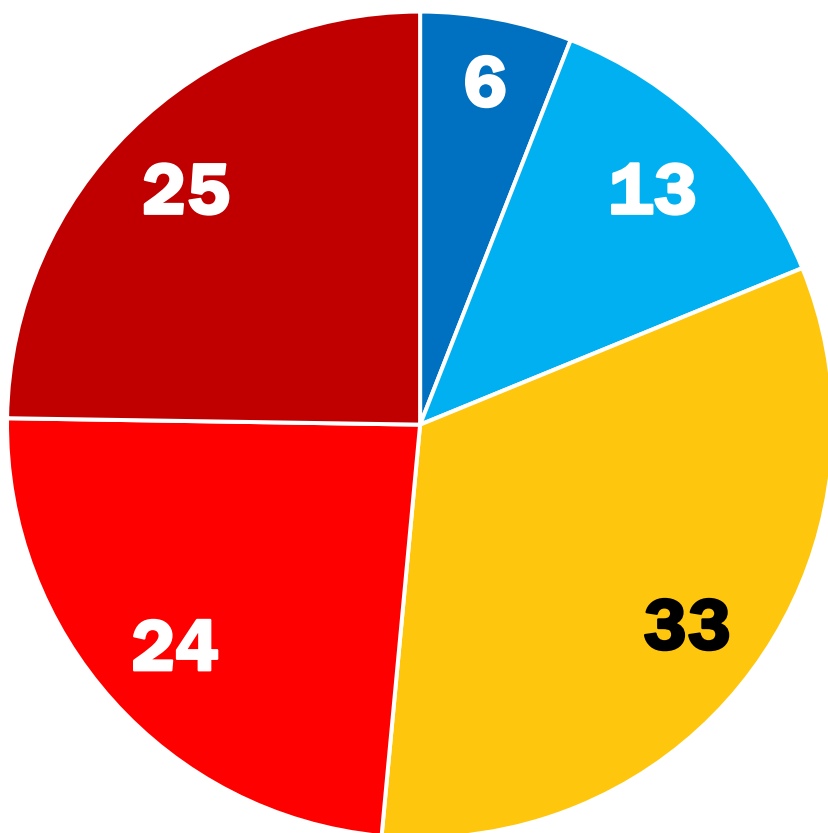
## Βασικό κριτήριο επιλογής ό,τι σχετίζεται με την τιμή:



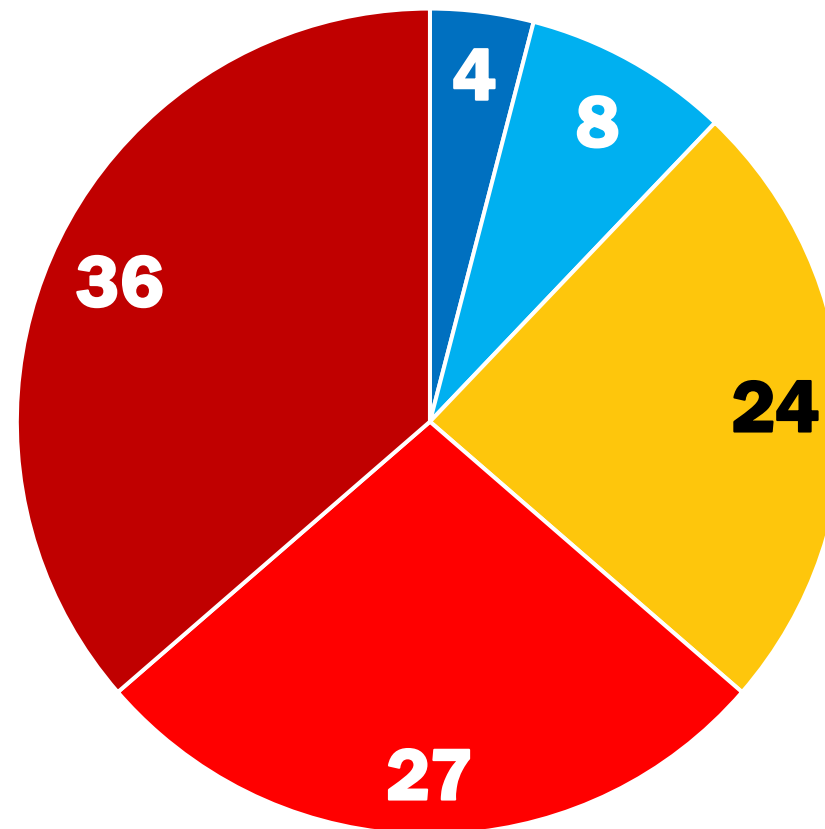


# Η πηγή αγοράς γίνεται πολυ-καναλική:

Μικροσυσκευές



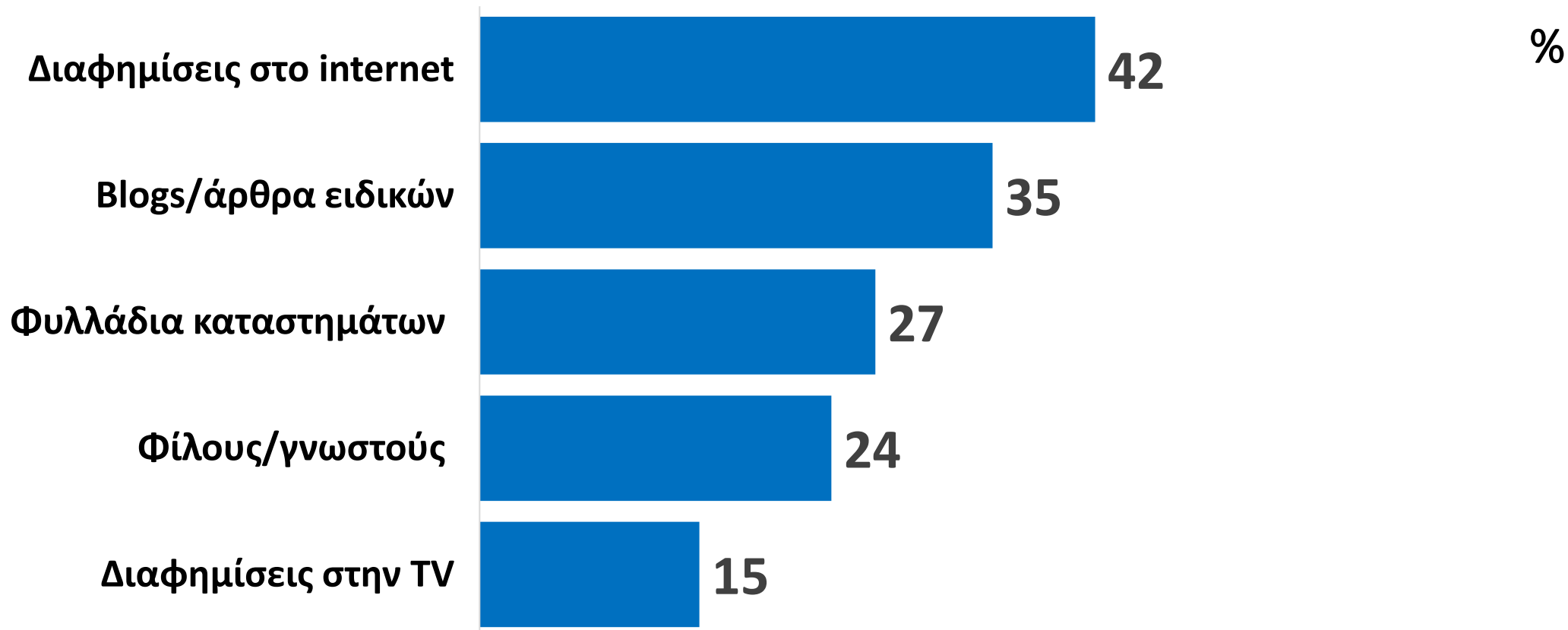
Μεγάλες - Κλιματισμός



%

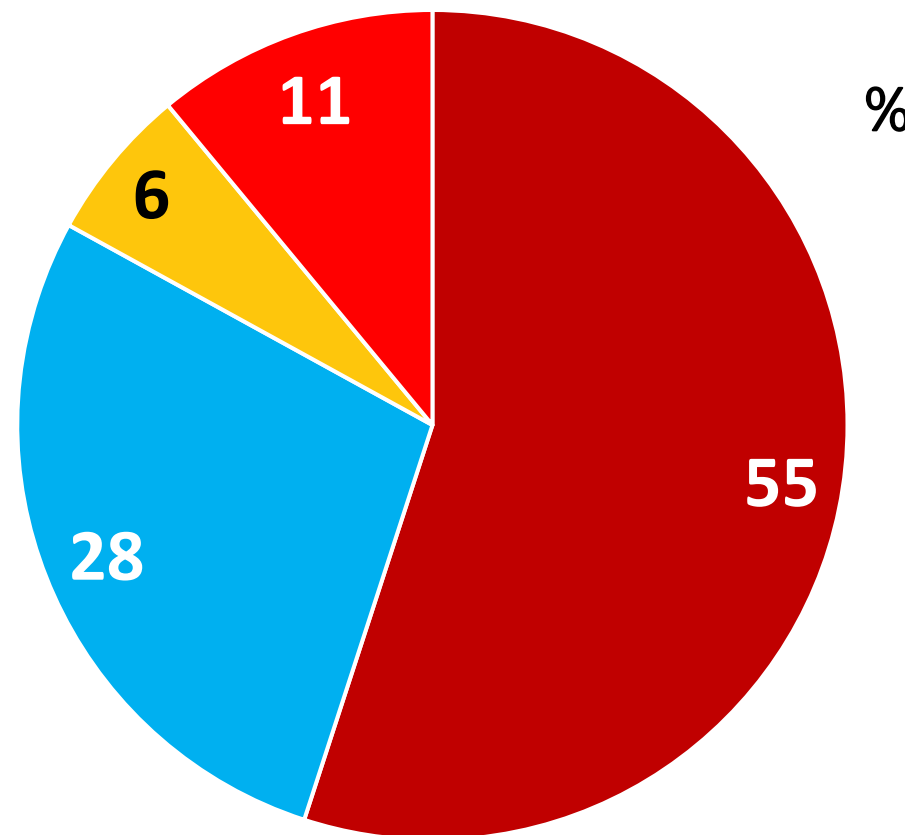
# Με digital ενημέρωση και επιρροή:

Ερ. «Από πού ενημερώνεστε σχετικά με την αγορά ηλεκτρικών συσκευών;»



## Και χαμηλή πιστότητα σε retailer (2/3):

Ερ. «Από ποιο κατάστημα αγοράζετε συνήθως τις ηλεκτρικές σας συσκευές;»



■ Μπαίνω σε site σύγκρισης τιμών  
■ Από μικρό κατάστημα γειτονιάς

■ Από μεγάλες αλυσίδες  
■ Δεν έχω σταθερό κατάστημα

# #3. Key Learning

(loyalty gaps)

- ✓ Η αγορά των οικιακών ηλεκτρικών συσκευών είναι μεγάλη & ενεργή
- ✓ 2/3 καταναλωτές δηλώνουν πρόθεση αγοράς τους επόμενους 12 μήνες + πιθανές αντικαταστάσεις
- ✓ Κορυφαίο κριτήριο η οικονομία
- ✓ Οδηγώντας σε χαμηλή πιστότητα σε brand ή/και retailer



# Μέσα από τα Μάτια των Καταναλωτών

Πανελλαδική Έρευνα για το Συνέδριο APPLiA 2024

Thank you!!