

Co rzeczywiście motywuje klientów do wyjścia na zakupy?

data aktualizacji: 2020.04.26



Które sklepy Polacy najchętniej wybierali w 2019 roku? Jak często chodzili na zakupy i jak często przed wyjściem szukali promocji w gazetkach? Wolą gazetki elektroniczne od papierowych? Na takie i wiele innych pytań odpowiada coroczny raport Mojej Gazetki o preferencjach zakupowych Polaków.

Przedstawione w raporcie dane pochodzą z badania ankietowego (próba 1800) oraz z analizy danych dot. ruchu w aplikacji Moja Gazetka (próba 855 tys. osób)

Jak często robimy zakupy?

Największa część respondentów — aż 57,5 proc. — zadeklarowała, że zakupy robi kilka razy w tygodniu. 23,4 proc. robi je codziennie, a 17,5 proc. tylko kilka razy w miesiącu. Jedyne mały odsetek — 1,6 proc. — odwiedza sklepy częściej niż raz dziennie.



Jak gazetki promocyjne pomagają w zakupach?

Niemal połowa badanych, bo aż 49,4 proc., sprawdza gazetkę wybranego sklepu przed każdym lub prawie każdym wyjściem na zakupy. 34,6 proc. określa, że robi to często. Możemy więc pokusić się o stwierdzenie, że dla 84 proc. respondentów gazetka w telefonie jest nieodłącznym elementem

planowania zakupów.

9,1 proc. przegląda gazetki wyłącznie w przypadku zakupów, które planuje z dużym wyprzedzeniem, a 6,9 proc. robi to czasami, rzadko lub prawie nigdy.



Jak gazetki promocyjne pomagają w zakupach?

Dla 84 proc. respondentów gazetka w telefonie jest nieodłącznym elementem planowania zakupów. Użytkownicy aplikacji w aż 74,5 proc. przeglądają nowe gazetki od razu, gdy się pojawiają. 24,1 proc. robi to kilka dni przed zakupami, 21,2 proc. dzień przed zakupami a 27,5 proc. w dniu wyjścia do sklepu. 13,2 proc. robi to bezpośrednio przed wyjściem na zakupy, a 14 proc. dopiero w trakcie chodzenia po sklepie. Każdy ma swój ulubiony sposób szukania aktualnych okazji.



Czy gazetki elektroniczne wyprą papierowe?

Już 43,6 proc. ankietowanych korzysta wyłącznie z elektronicznych gazetek promocyjnych, które przegląda w aplikacji. 51,4 proc. tylko czasami zdarza się korzystać z papierowych gazetek. Jedynie 4,9 proc. badanych korzysta z gazetek papierowych częściej niż z aplikacji.

Co więcej, 56,6 proc. respondentów opowiada się za całkowitym zastąpieniem gazetek papierowych ich elektronicznymi odpowiednikami. 34,2 proc. uważa, że należy jedynie ograniczyć wydruk gazetek papierowych, a 9,2 proc. nie chce żadnych zmian na tym polu.

Czy gazetki są motywatorem do wyjścia na zakupy?

Okazuje się, że tak. Aż 99,5 proc. badanych przyznało, że po zapoznaniu się z gazetką zazwyczaj wybiera się do sklepu. 19,9 proc. robi to zawsze lub prawie zawsze, 55,3 proc. często a 24,3 proc. czasami. Tylko 0,5 proc. twierdzi, obejrzenie gazetki nigdy nie jest powodem podjęcia decyzji o zakupach.

Powyższe informacje mają odzwierciedlenie w tym, jakie gazetki przeglądają badani. 89,1 proc. zapoznaje się jedynie lub głównie z ofertami sklepów, w których rzeczywiście mają możliwość zrobienia zakupów. Tylko 10,9 proc. często przegląda gazetki sklepów, w których nie robi zakupów.



Demografia badanych

W badaniu wzięło udział 1726 osób. 24 proc. z nich to mężczyźni, 76 proc. - kobiety. Większość z nich do dorośli i młodzi dorośli - 64,6 proc. to osoby w wieku 25-44 lat. Najmniej użytkowników aplikacji - 13,9 proc. - to mieszkańcy miast o zaludnieniu w przedziale 50-100 tys. Najwięcej to mieszkańcy miejscowości do 10 tys. mieszkańców - 27,3 proc. 9,6 proc. badanych deklaruje, że są przedsiębiorcami.