

Skuteczne promocje w sklepach. Rabaty - tak! Konkursy i degustacje - nie!

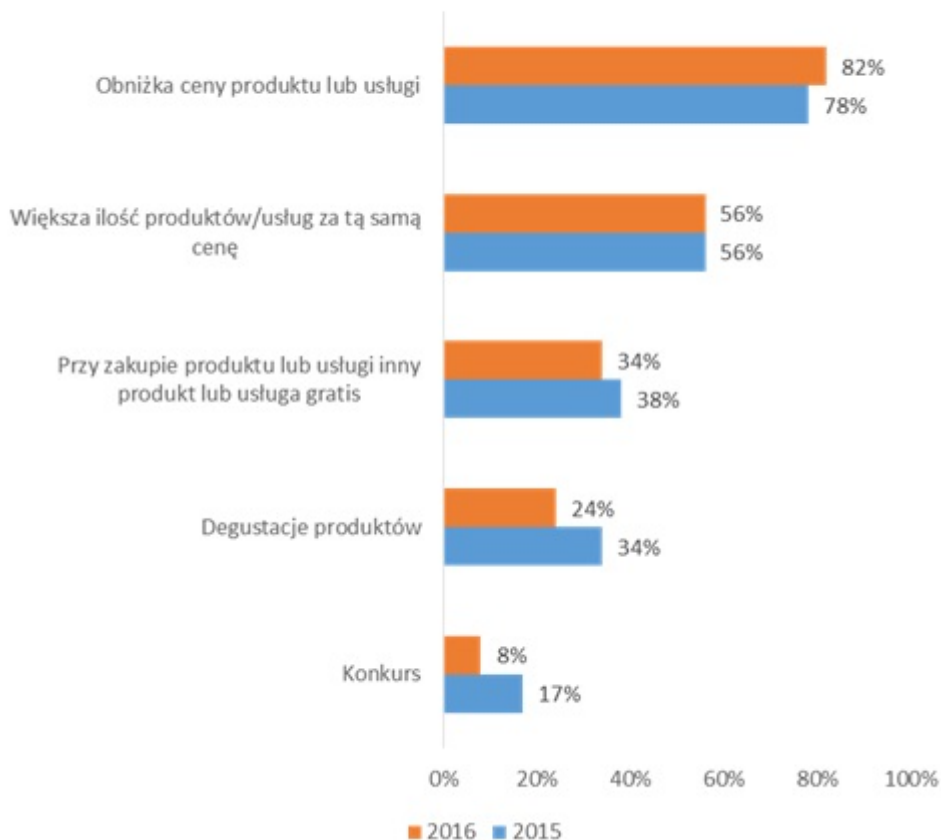
data aktualizacji: 2016.11.11



Polscy konsumenci najbardziej doceniają promocje w postaci obniżek cen produktu lub usługi. Gwałtownie spada natomiast odsetek osób biorących udział w konkursach i degustacjach produktów - wynika z Monitora Promocji 2016 ARC Rynek i Opinia.

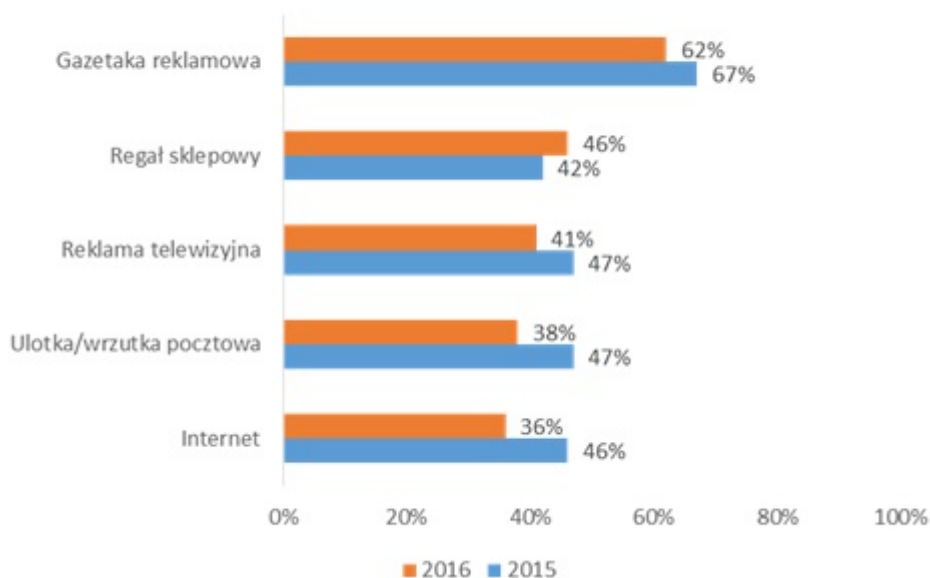
Polacy od wielu lat lubią promocje i biorą w nich udział. To, co się zmienia, to stosunek do różnych form nakłaniania do zakupu wynikający z rosnącej świadomości konsumentów. O ile zainteresowanie obniżką ceny produktu czy usługi się umacnia, o tyle formy promocji wymagające większego zaangażowania konsumenta słabną, zwłaszcza w sytuacjach, kiedy korzyść nie jest jednoznaczna i gwarantowana. Ponadto konsumenci coraz rzadziej korzystają z okazji, w ramach której otrzymują gratisowo inny produkt lub usługę. Część klientów stara się mieć na uwadze to, by promocja nie prowadziła do kupowania rzeczy, których nie potrzebują. Niemal o połowę spadł udział respondentów w promocjach powiązanych z akcjami charytatywnymi.

Udział w wybranych promocjach w ciągu ostatniego roku



Głównym źródłem informacji na temat promocji pozostają gazetki reklamowe sklepów. Jednocześnie warto zauważyć, że wśród pięciu najważniejszych źródeł informacji na temat promocji wzrost w porównaniu z ubiegłym rokiem odnotował „regal sklepowy”. Może to oznaczać, że klienci rzadziej niż dotychczas poszukują wcześniej informacji o promocjach, a częściej sprawdzają dostępne promocje na miejscu w sklepie.

Źródła informacji na temat promocji (TOP 5)



Z wypowiedzi konsumentów na temat promocji i przyczyn, dla których rezygnują z korzystania z nich wyraźnie wynika, że polski konsument jest coraz bardziej świadomy i wyedukowany. Polski konsument zauważa, że korzystanie z promocji nie zawsze mu się opłaca. Nie kupuje produktów, których nie potrzebuje lub których nie zdąży wykorzystać przed upływem terminu ważności.

Odsetek osób mających negatywne doświadczenia z promocjami utrzymuje się na poziomie 10 proc., a najczęściej wskazywane przez konsumentów problemy to: zawyżanie ceny przed wprowadzeniem promocji, produkty przeterminowane lub wadliwe, niewywiązywanie się organizatorów promocji ze zobowiązań, niejasne zasady promocji.

- *Wieloletnie doświadczenia zakupowe Polaków, w tym korzystanie z promocji powodują, że ten instrument marketingu „opatrzył się” konsumentom. Wiedzą oni, czym są promocje, znają ich zalety, ale poznali też ich wady i niedoskonałości. Zarządzanie promocjami jest coraz trudniejsze i wymaga pełnej wiedzy o preferencjach i oczekiwaniach polskich konsumentów. Promocje wciąż działają, jednak klienci są bardziej wymagający i, co ważne, oczekują natychmiastowej korzyści. Dlatego promocje cenowe działają najlepiej i można przypuszczać, że ich popularność nie będzie malała, gdyż gwarantują natychmiastowy zysk* - komentuje dr **Adam Czarnecki** z ARC Rynek i Opinia..

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/skuteczne-promocje-w-sklepach-rabaty-tak-konkursy-,9446>