

# Nowy klient, nowe potrzeby: portret konsumenta 2010



# Opis badania

- Próba: **N=399**
- Badanie odbyło się przez internet, przy użyciu panelu GG Network
- Badaniem objęliśmy całą Polskę
- Badania grupa:
  - kobiety i mężczyźni
  - osoby powyżej 21. roku życia
  - osoby robiące zakupy spożywcze dla gospodarstwa domowego (główni decydenci)

# Gdzie kupujemy?

Dyskonty  
67%



Hipermarkety  
66%



Sklepy osiedlowe  
46%



Supermarkety  
44%



# Gdzie kupujemy?, cd.

Żabka  
19%



Delikatesy  
18%



Internetowe  
4%



# Portret konsumenta

**Klienci  
hipermarketów**

**Klienci  
supermarketów**

**Klienci  
sklepów  
osiedlowych**

**Klienci  
delikatesów**

kupują też w:

**Dyskontach  
(67%)**

**Dyskontach  
(66%)**

**Dyskontach  
(69%)**

**Hipermarketach  
(71%)**

**Sklepach  
osiedlowych  
(44%)**

**Hipermarketach  
(64%)**

**Hipermarketach  
(65%)**

**Dyskontach  
(67%)**

**Supermarketach  
(42%)**

**Sklepach  
osiedlowych  
(44%)**

**Supermarketach  
(42%)**

**Supermarketach  
(51%)**

# Co jest ważne dla klientów?

**Wysoka jakość produktów świeżych**

**71%**



# Co jest ważne dla klientów?

**Niskie ceny**

**63%**



# Co jest ważne dla klientów?

Można zrobić wszystkie potrzebne zakupy

61%



# Co jest ważne dla klientów?

**Duży wybór produktów spożywczych**

**56%**



# Co jest ważne dla klientów?

**Wysoka jakość pieczywa**

**55%**



# Co jest ważne dla klientów?

Jest długo otwarty

53%



# Kluczowe skojarzenia

## Pozytywne

## Negatywne

Hipermarkety

- Można zrobić wszystkie potrzebne zakupy
- Duży wybór produktów spożywczych
- **Jest długo otwarty**
- **Niskie ceny**

- Niższa jakość produktów świeżych
- Niższa jakość pieczywa
- Nie jest łatwo znaleźć wszystkie produkty
- Nie jest blisko
- Nie oszczędza czasu klienta

Supermarkety

- Duży wybór produktów spożywczych
- Można zrobić wszystkie potrzebne zakupy
- **Łatwo znaleźć produkty**

- Niższa jakość produktów świeżych
- **Ceny nie są niskie**
- Nie jest długo otwarty
- Niższa jakość pieczywa
- Nie jest blisko
- Nie oszczędza czasu klienta

Mniejszy format supermarketów rekompensuje wyższe ceny

# Kluczowe skojarzenia

## Pozytywne

## Negatywne

Delikatesy

- **Wysoka jakość produktów świeżych**
- **Wysoka jakość pieczywa**
- Duży wybór produktów spożywczych

- Ceny nie są niskie
- Nie można zrobić wszystkich zakupów
- Nie jest długo otwarty
- Nie jest łatwo znaleźć wszystkie produkty
- Nie jest blisko
- Nie oszczędza czasu klienta

**W opinii klientów, delikatesy mają wiele wad hiper- i supermarketów, a w zamian za wyższe ceny oferują niewiele zalet**

# Kluczowe skojarzenia

## Pozytywne

## Negatywne

Sklepy  
osiedlowe

- **Wysoka jakość produktów świeżych**
- **Wysoka jakość pieczywa**
- Sklep jest blisko
- Oszczędność czasu

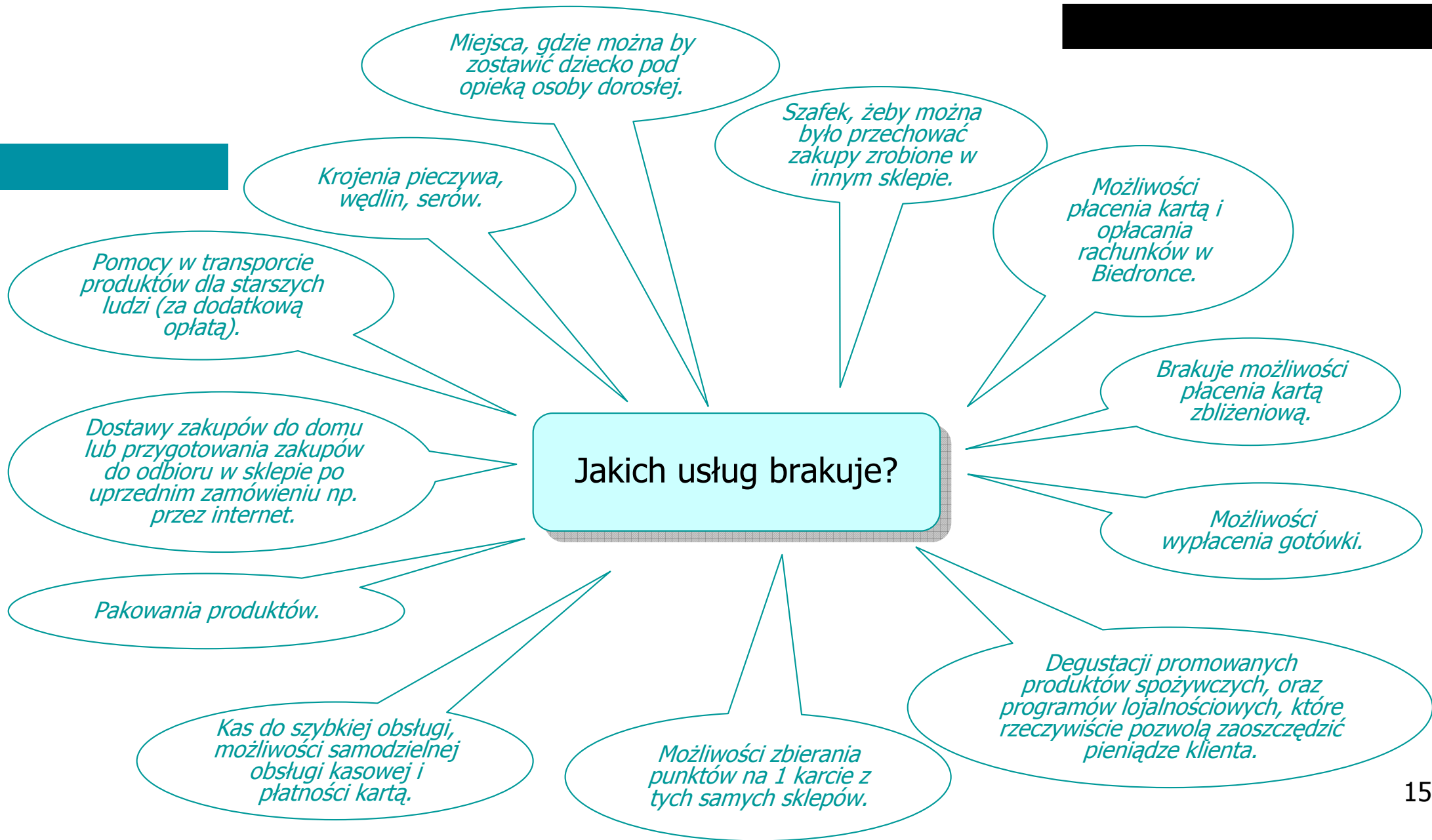
- Ceny nie są niskie
- Nie jest długo otwarty
- Nie można zrobić wszystkich potrzebnych zakupów
- Mniejszy wybór produktów
- Nie jest łatwo znaleźć produkty

Dyskonty

- **Niskie ceny**
- Sklep jest blisko
- Łatwo znaleźć produkty
- Oszczędność czasu

- Niższa jakość produktów świeżych
- Nie można zrobić wszystkich zakupów
- Niższa jakość pieczywa
- Mniejszy wybór produktów spożywczych
- Nie jest długo otwarty

**Sklepy osiedlowe i dyskonty pełnią rolę convenience**



# Jakich produktów nie widać w sklepach?

**25%**

**Produktów opatrzonych znakiem „sprawiedliwy handel” (Fair Trade)**

**21%**

**Wysokiej jakości wędlin i serów**

**20%**

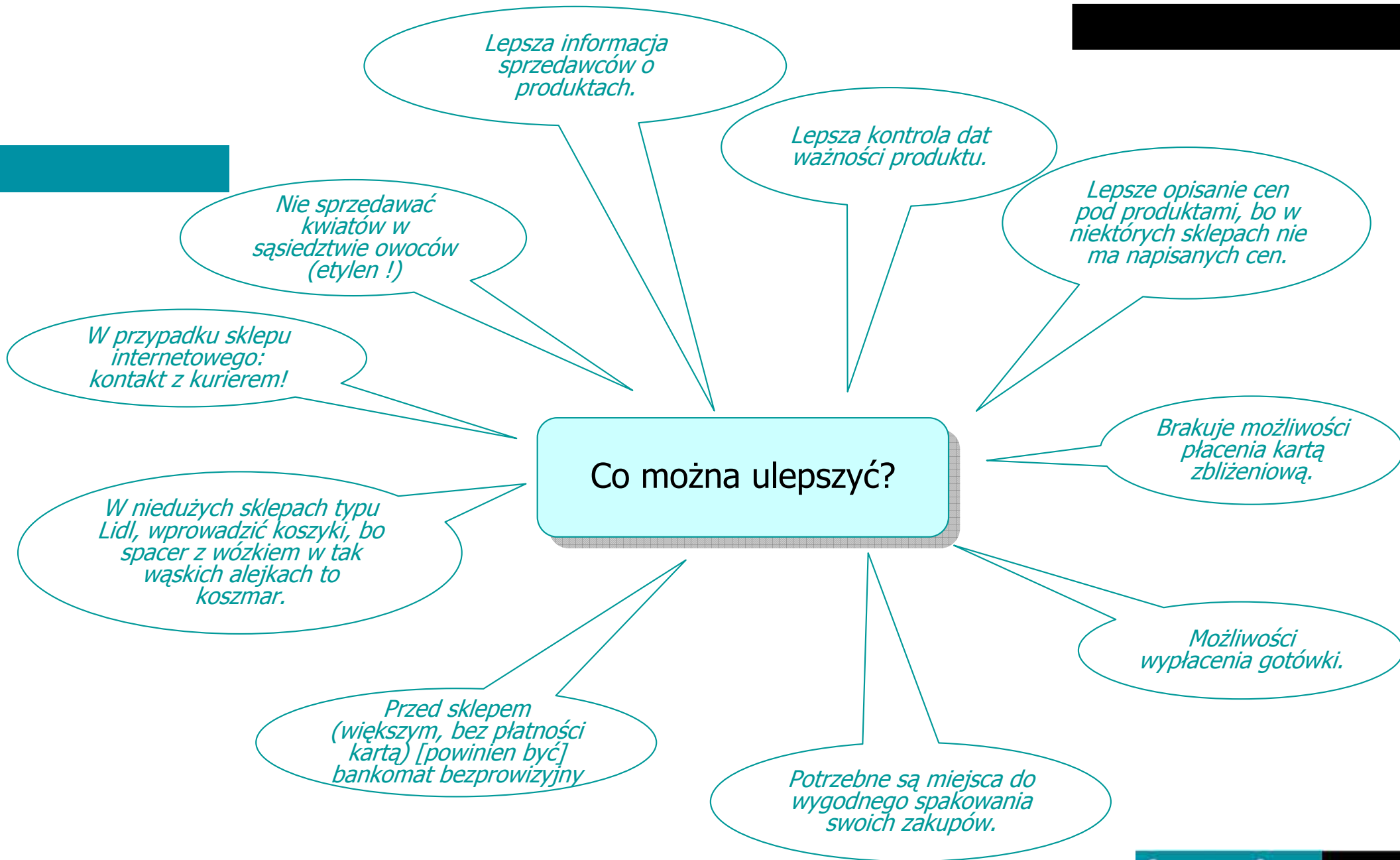
**Wysokiej jakości warzyw i owoców**

**15%**

**Produktów ekologicznych i organicznych**

**14%**

**Szerokiego asortymentu zdrowej żywności**



# Co można ulepszyć?

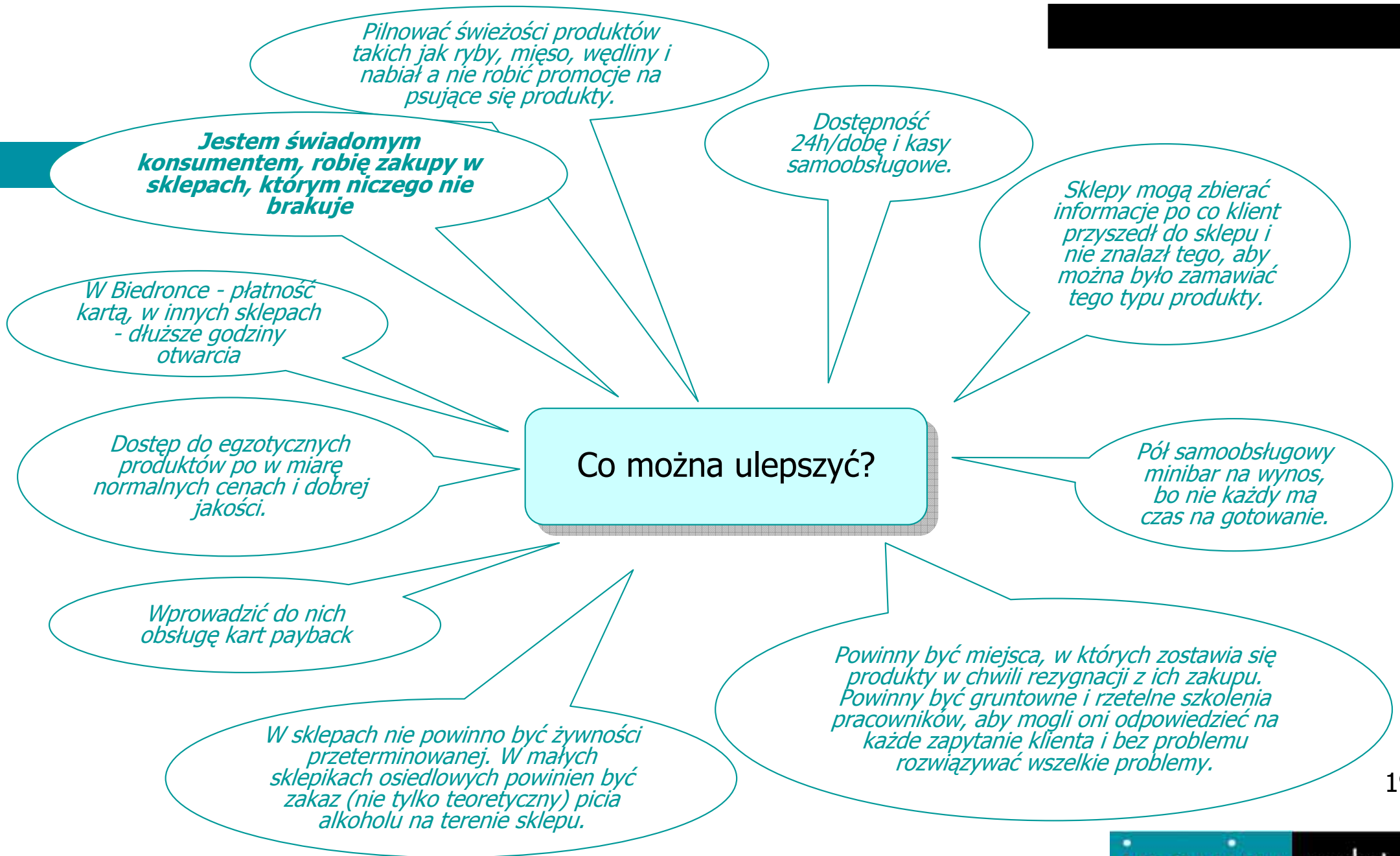
*Można by poprawić estetykę, szczególnie brakuje jej w Tesco.*

*W supermarketach często wszystkie produkty są wykupione (zwłaszcza mięso, warzywa - może częstsze dostawy?).*

*W Realu promocje są na ogół „do wyczerpania zapasów” chyba, bo np.: winogrono jest przez pierwszy dzień promocji, a później zostają tylko pojedyncze owoce i połamane gałązki.*

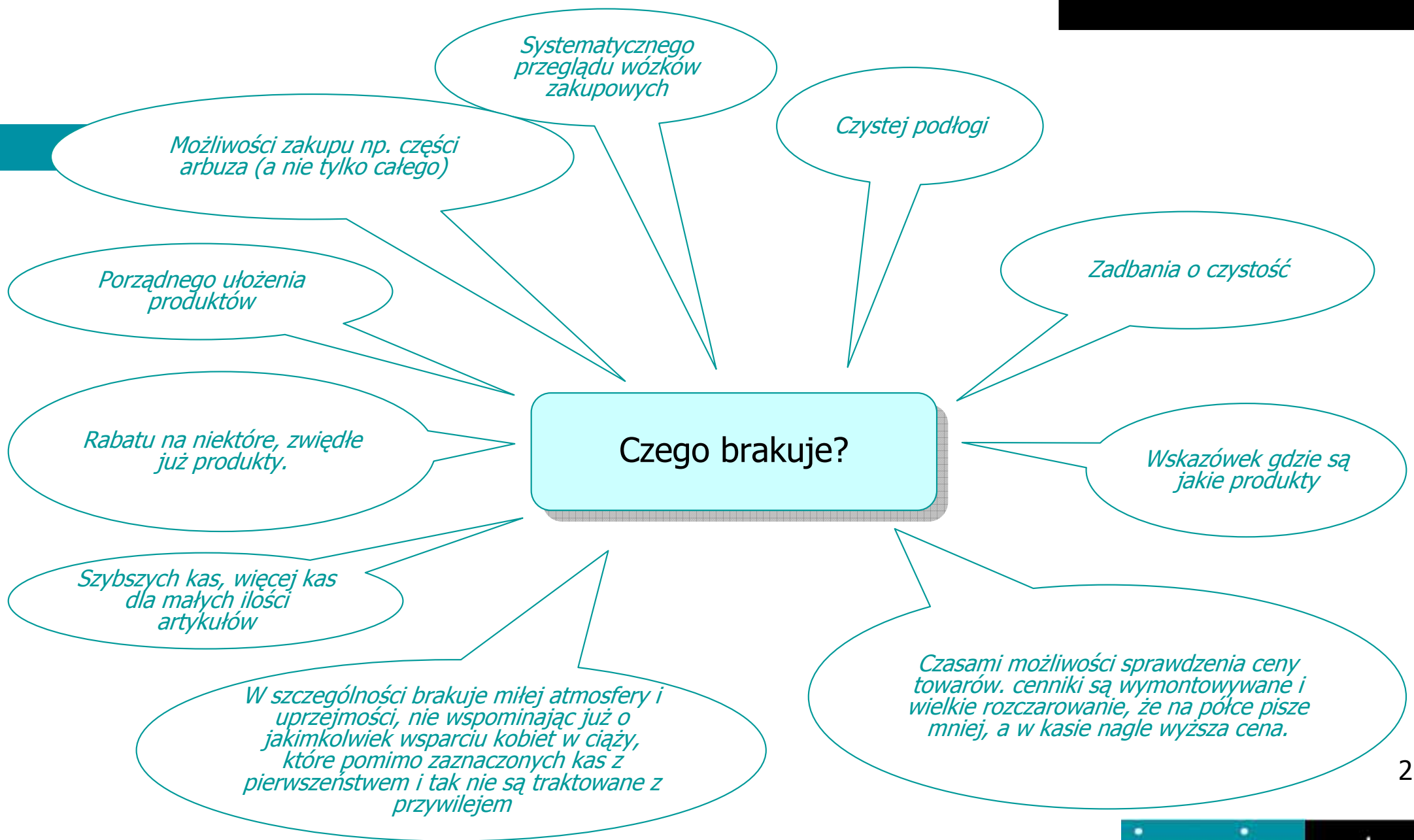
*W dyskontach często klienci są obsługiwani przy jednej tylko kasie i to przez niemiłego sprzedawcę.*

*W delikatesach brakuje dużych promocji (ceny promocyjne i tak są wyższe, niż tego samego produktu znajdującego się w hipermarkecie).*



# Jakich sklepów brakuje?





## Szczegółowy raport z badania można zamówić w agencji Inquiry:

- Katarzyna Błaszczyk
- Inquiry sp. z o.o.
- ul. Głogowska 44
- 01-743 Warszawa
  
- Email: [k.blaszczyk@inquiry.com.pl](mailto:k.blaszczyk@inquiry.com.pl)
- Tel. (48 22) 561 92 50
- Fax. (48 22) 561 92 51
- [www.inquiry.com.pl](http://www.inquiry.com.pl)