

PROMJENE U KUPOVNIM NAVIKAMA

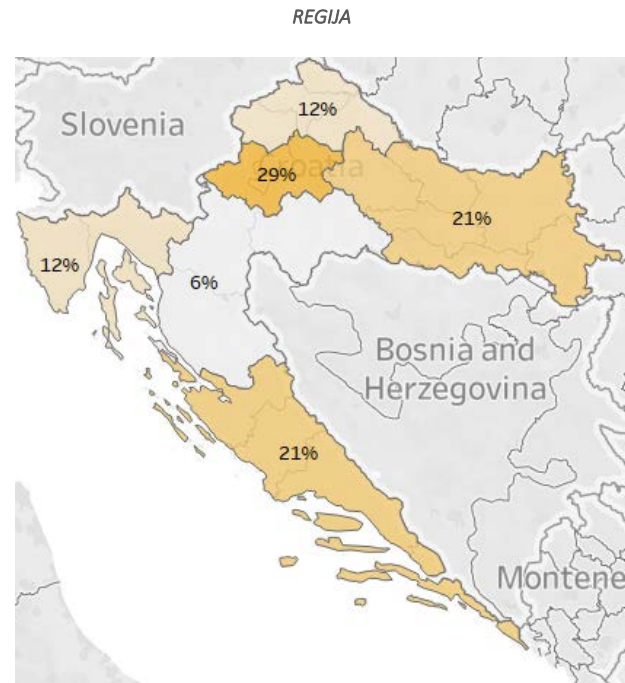
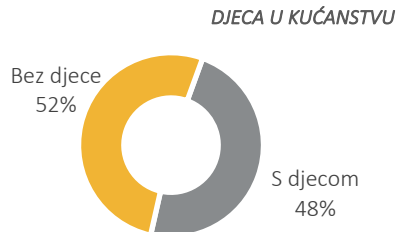
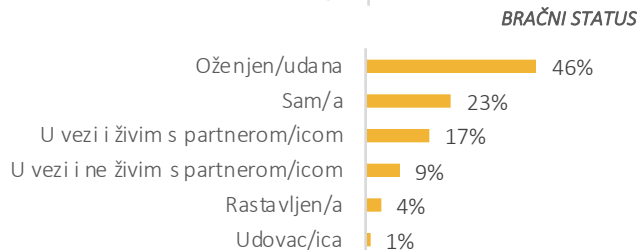
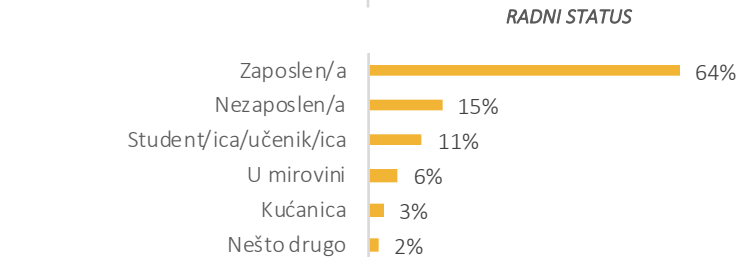
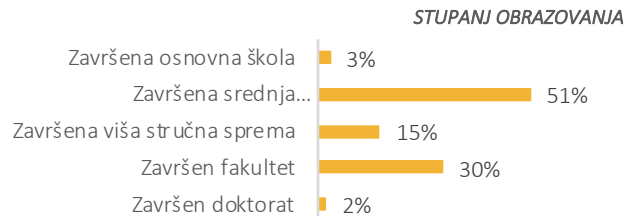
UTJECAJ KORONAVIRUSA NA KUPOVNE NAVIKE



Travanj 2020.

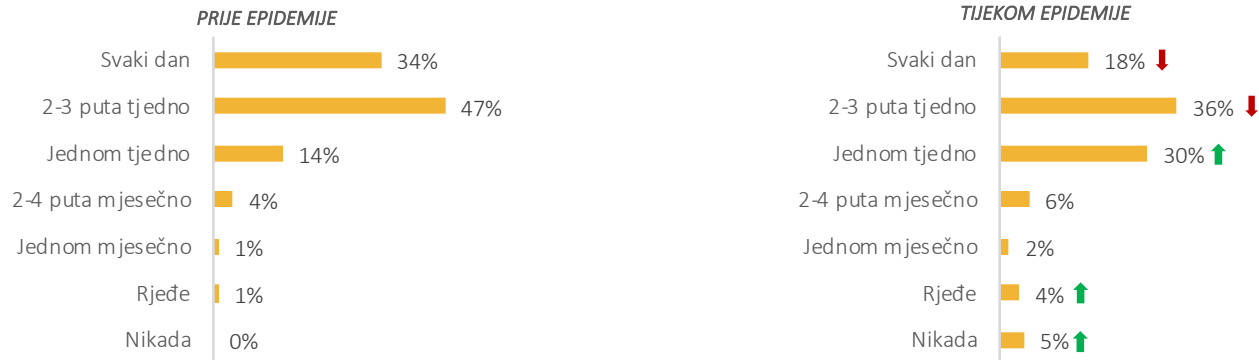
Istraživanje je provela agencija EQUESTRIS od 10. do 14. travnja na online uzorku od 600 ispitanika u dobi od 18 do 60 godina

UZORAK

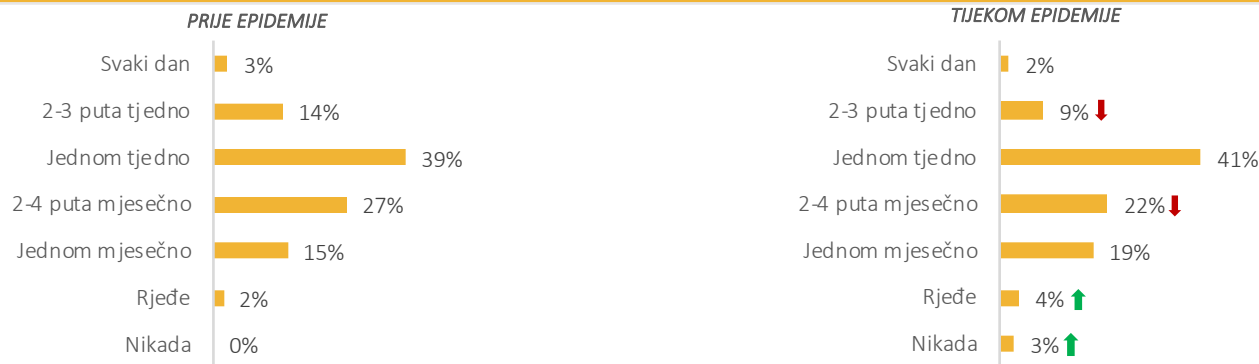


USPOREDBA UČESTALOSTI KUPOVINE PRIJE I TIJEKOM EPIDEMIJE

OBAVLJANJE MALE* KUPOVINE



OBAVLJANJE VELIKE* KUPOVINE



Baza: Total N=600; Mala kupovina – do 200 KN; Velika kupovina – više od 200 KN

↑↓ Statistički značajan rast/pad u odnosu na razdoblje prije epidemije na razini rizika od 5%.

VAŽNI ELEMENTI ZA ODABIR TRGOVINE ZA OBAVLJANJE KUPOVINE

OBAVLJANJE MALE* KUPOVINE



Blizina



Dostupnost proizvoda



Cijena

OBAVLJANJE VELIKE* KUPOVINE

Blizina



Širina asortimana



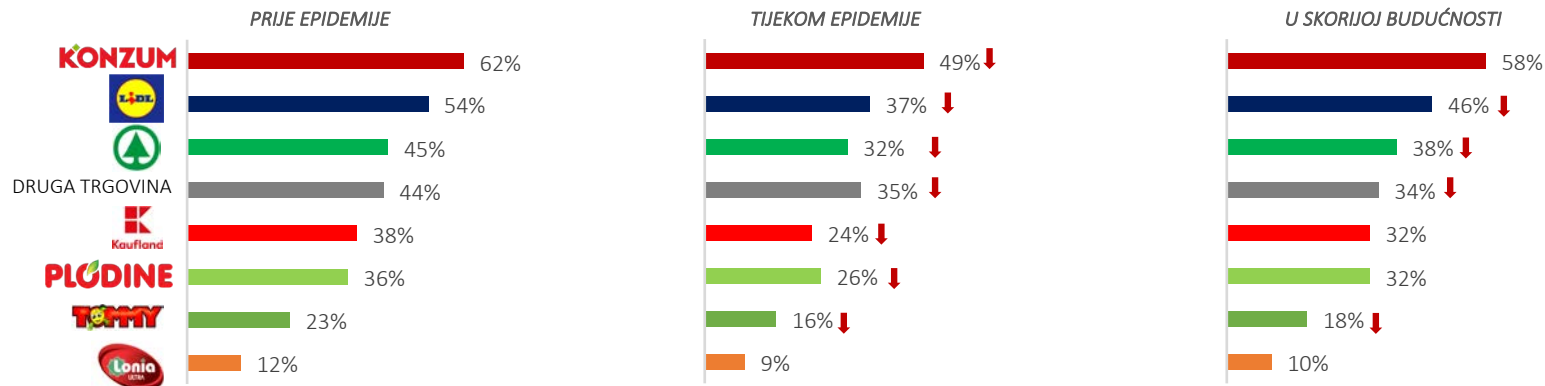
Omjer cijene i kvalitete



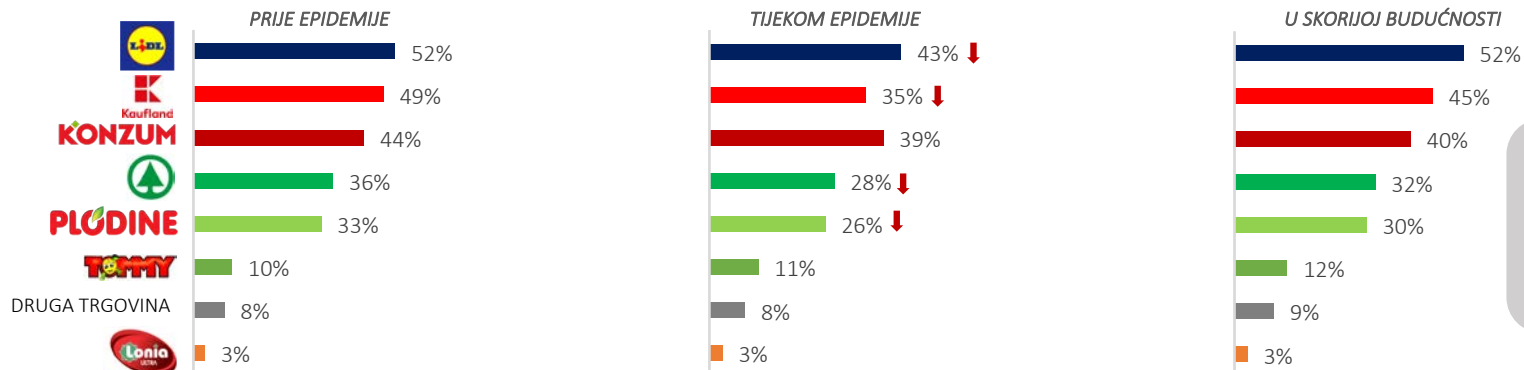
*Mala kupovina – do 200 KN; Velika kupovina – više od 200 KN

USPOREDBA OBAVLJANJA KUPOVINE U POJEDINIM TRGOVAČKIM LANCIMA

OBAVLJANJE MALE* KUPOVINE



OBAVLJANJE VELIKE* KUPOVINE



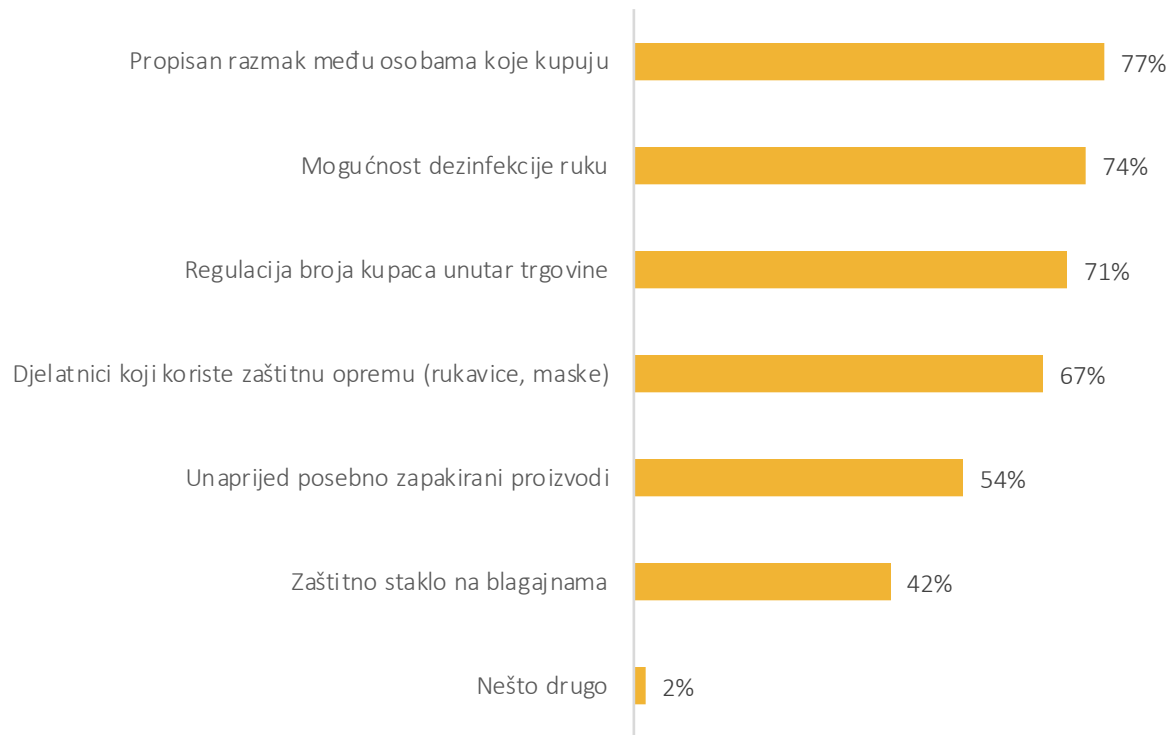
Razloge koje ispitanici najčešće navode na pitanje zašto su prestali kupovati u trgovini u kojoj su prije kupovali su: **daljina trgovine i gužva.**

Baza: Sudionici koji su obavljali malu kupovinu prije epidemije N=599; Sudionici koji su obavljali veliku kupovinu prije epidemije N=598; Sudionici koji su obavljali malu kupovinu tijekom epidemije N=569; Sudionici koji su obavljali veliku kupovinu tijekom epidemije N=593; Sudionici koji će obavljati malu kupovinu u skorijoj budućnosti N=592; Sudionici koji će obavljati veliku kupovinu u skorijoj budućnosti N=599

↑ ↓ Statistički značajan rast/pad u odnosu na razdoblje prije epidemije na razini rizika od 5%.

*Mala kupovina – do 200 KN; Velika kupovina – više od 200 KN

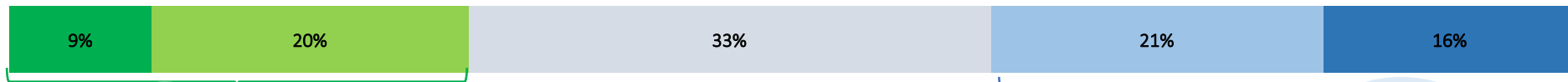
KOJE PODUZETE MJERE SU NAJVAŽNIJE ZA OSJEĆAJ SIGURNOSTI PRILIKOM OBAVLJANJA FIZIČKE KUPOVINE U TRGOVINI



ONLINE KUPOVINA NAMIRNICA ZA KUĆANSTVO

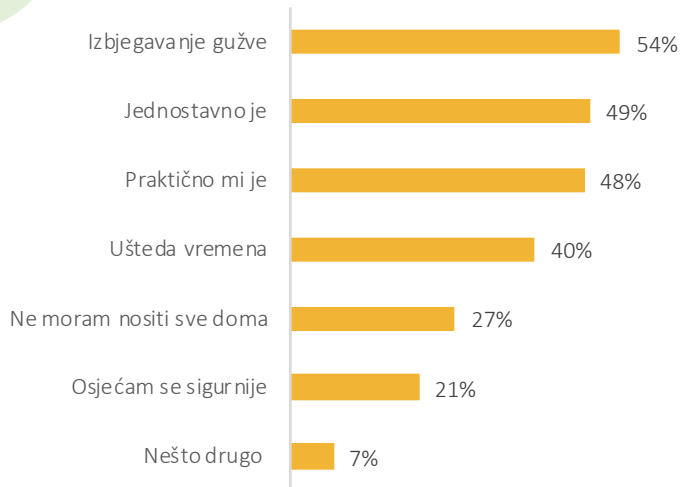
POTROŠNJA PRILIKOM ONLINE KUPOVINE VS. POTROŠNJA PRILIKOM FIZIČKE KUPOVINE

■ Puno veća kada naručujem proizvode Online ■ Donekle veća kada naručujem proizvode Online ■ Jednaka ■ Donekle veća kada fizički kupujem u trgovini ■ Puno veća kada fizički kupujem u trgovini



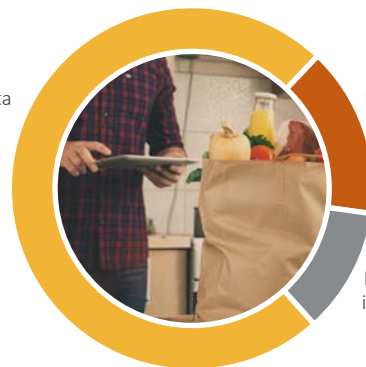
29% sudionika
troši više
prilikom online
kupovine

RAZLOZI ZA ONLINE NARUČIVANJE NAMIRNICA



MODELI PREUZIMANJA NARUČENIH PROIZVODA

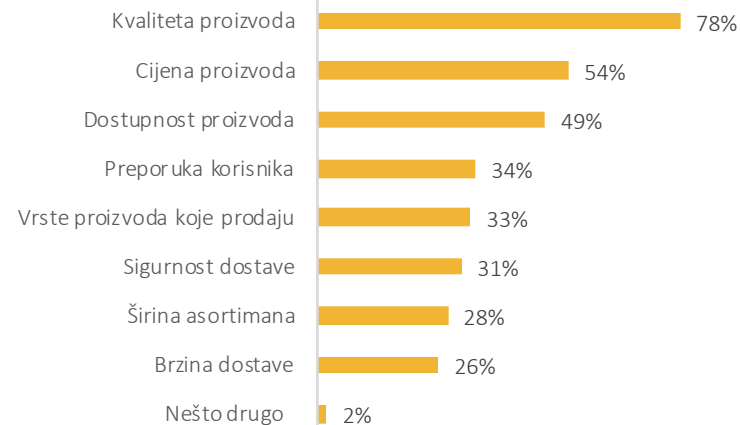
Dostava na vrata
73%



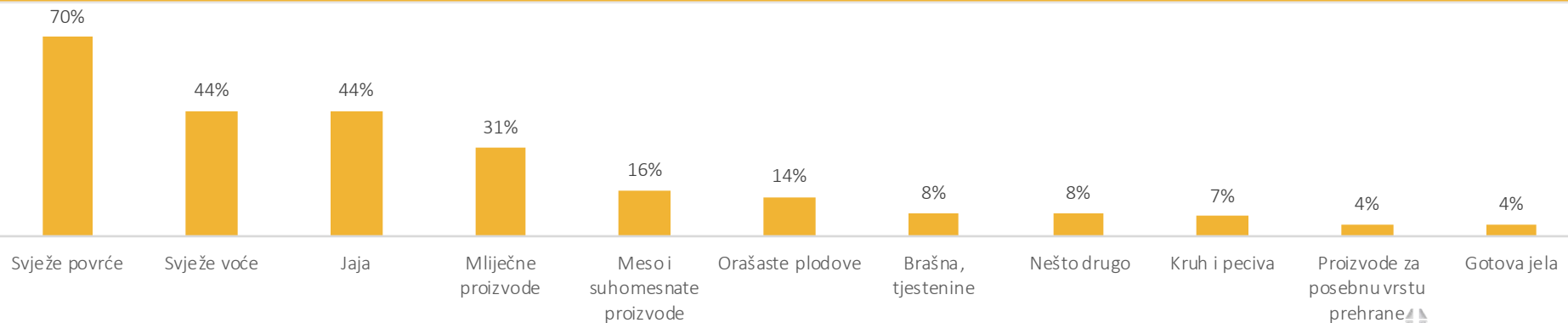
37% sudionika
troši više
prilikom fizičke
kupovine u
trgovini

NARUČIVANJE NAMIRNICA OD OPG-a

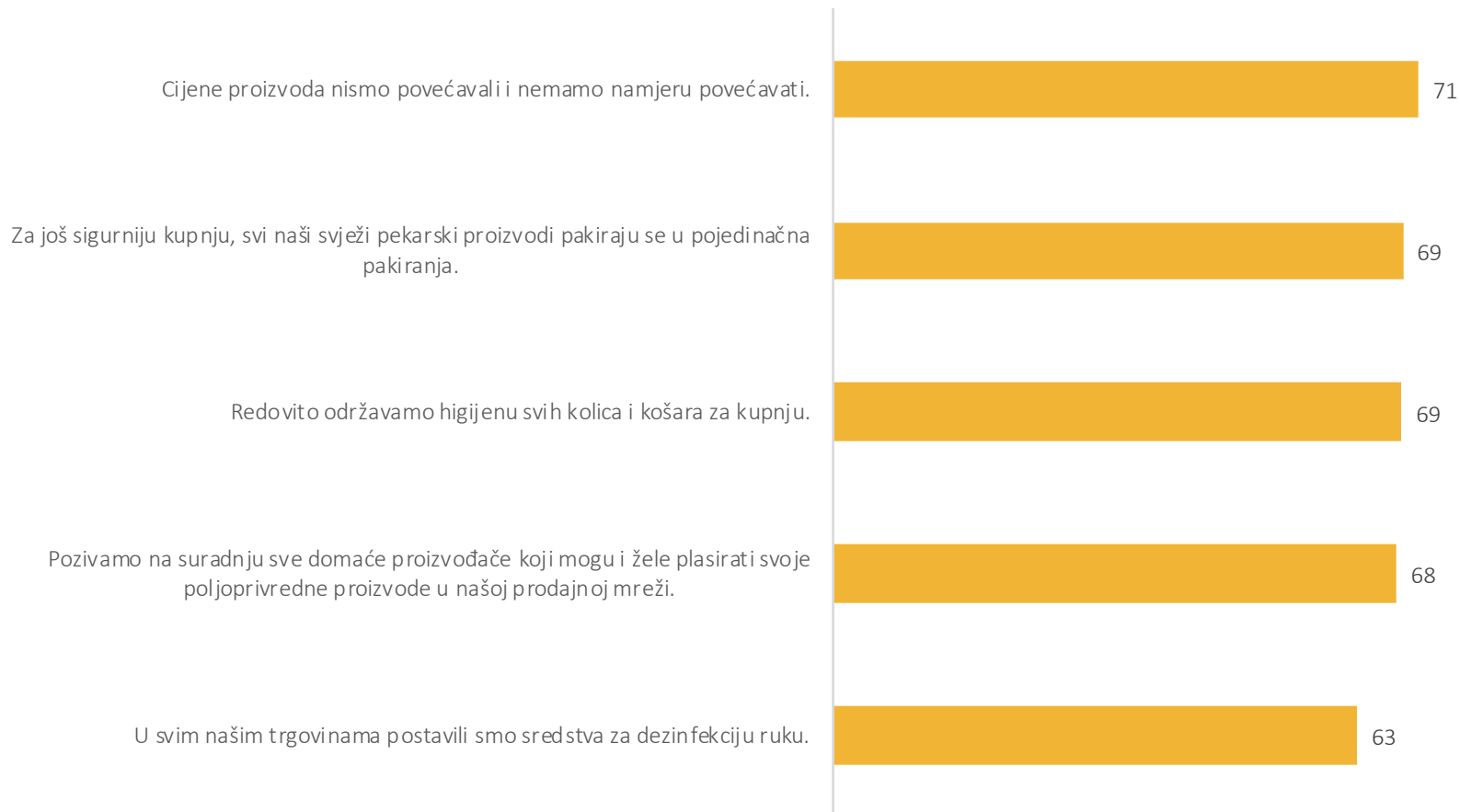
VAŽNI ELEMENTI ZA ODABIR OPG-a



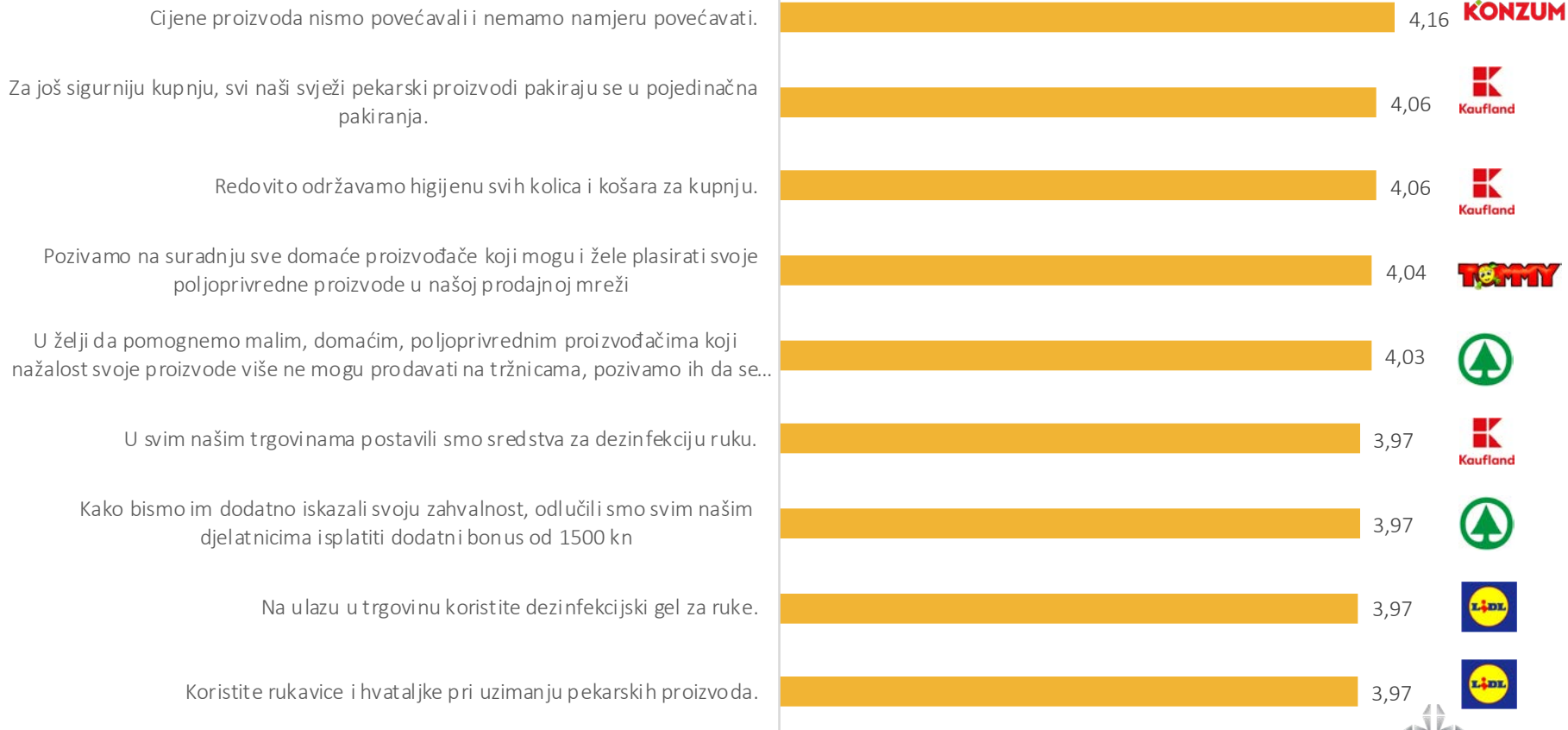
ŠTO SU NARUČIVALI IZ OPG-a



TOP 5 KOMUNIKACIJSKIH PORUKA



TOP 10 KOMUNIKACIJSKIH PORUKA





EQUESTRIS

www.equestris.hr

<https://www.facebook.com/equestris.agency/>

<https://medium.com/equestris-blog>

sandro.baricevic@equestris.hr

Tel: +385 99 2805 817

THANK YOU!