

Studiu: 56% dintre români nu vor reveni la obiceiurile de cumparare anterioare pandemiei

Pandemia a adus schimbari permanente în comportamentul de consum al românilor, 56% dintre consumatori afirmând ca nu vor reveni la obiceiurile anterioare, potrivit unui studiu realizat de o companie de profil.

"Pandemia a adus schimbari permanente în comportamentul de consum al clientilor. Spre exemplu, românii s-au îndreptat cu precadere spre canalele digitale pentru a-si face cumparaturile, 56% dintre acestia afirmând ca nu vor reveni la obiceiurile anterioare. Doar 29% declara ca se vor întoarce la "vechiul normal", iar circa 34% spun ca vor folosi chiar mai multe aplicatii digitale decât utilizeaza în prezent. Rezultatele studiului au fost prezentate în cadrul evenimentului online Reimagine Marketing, organizat de SAS astazi 17 iunie", se arata în studiu, conform unui comunicat transmis joi AGERPRES.

Pentru a obtine o experienta cât mai personalizata, clientii sunt acum mai dispusi sa furnizeze date cu caracter personal companiilor. O treime (33%) dintre acestia s-au declarat mai deschisi în acest sens, fata de 20% care spun ca sunt mai putin dispusi sa faca acest lucru, cei dintâi specificând ca ar dori în schimb o experienta îmbunatatita.

Cu toate acestea, companiile trebuie sa ia în considerare si faptul ca, în timpul pandemiei, clientii au devenit mai constienti de pericolul fraudelor. Aproape 70% sunt fie mai vigileti când vine vorba de frauda, fie au experimentat-o personal. Dintre acestia, 16% au observat o crestere a mesajelor de tip frauda.

Aproape jumatate (47%) dintre clienti au sustinut ca ar renunta la un brand dupa doar una sau doua experiente neplacute. Clientii din România sunt mai permisivi (37%), înregistrând cel mai mic procent din regiune. Totodata, 81% dintre cumparatori considera ca segmentul customer experience s-a îmbunatatit de la începutul pandemiei, însa 56% si-au schimbat, totusi, furnizorii în timpul pandemiei.

Potrivit sondajului, preturile mici si reducerile speciale nu vor fi suficiente pentru a împiedica clientii sa schimbe brandul. În timp ce 23% dintre oameni au schimbat furnizorii pentru preturi mai mici si reduceri mai mari, 20% au trecut la un furnizor care ofera o experienta online mai simpla si mai facila. De asemenea, 16% si-au schimbat furnizorul pentru a beneficia de optiuni de livrare mai rapide sau mai convenabile, iar alti 13% din cauza unei experiente negative cu brandul.

"Pandemia a dat lumea peste cap si una dintre cele mai clare dovezi în acest sens este modul în care prioritatile consumatorilor s-au schimbat. Agilitatea proceselor de business reprezinta o necesitate, cu precadere în cadrul companiilor B2C, unde digitalizarea proceselor face mult mai facila adaptarea businessului la comportamentul consumatorilor aflat mereu în schimbare. Pentru a aborda acest lucru cu viteza si precizia adecvate, companiile trebuie sa ia în considerare implementarea solutiilor analytics în canalele lor digitale", a declarat Radoslaw Grabiec, Customer Intelligence Practice Head CEMEA SAS.

Studiul a fost realizat pentru SAS de agentia 3Gem. Consumatorii au completat un chestionar online în august 2020, participantii aparținând mai multor tari din regiune CEMEA: Cehia, Egipt, Grecia, Ungaria, Polonia, Qatar, România, Rusia, Arabia Saudita, Africa de Sud, Turcia, Emiratele Arabe Unite. În total, esantionul a cuprins 6.000 de persoane cu vârsta de peste 18 ani.

SAS este liderul solutiilor de analytics. Prin servicii si solutii software inovatoare, SAS sprijina si inspira clientii din întreaga lume sa transforme datele în informatii valoroase.