

iSense Modern Consumer Trends Tracker: Tendințe ce vor influența comportamentul românilor în 2019

Printre cele mai importante tendințe ce vor influența comportamentul românilor în 2019 se numara responsabilitatea față de mediu, interesul pentru gamificare și preferința pentru interacțiunea cu brandurile prin intermediul tehnologiei, arata studiul iSense Modern Consumer Trends Tracker, desfășurat anual de compania de cercetare de piața iSense Solutions.

Datele au fost culese în luna ianuarie a acestui an și sunt reprezentative la nivel urban.

Responsabilitatea față de mediu

Românii încep să fie mai atenți nu doar la calitatea vieții lor, ci și la impactul pe care acțiunile lor le au asupra mediului înconjurător. Astfel, în 2019, 8 din 10 persoane refolosesc pungile de la magazin (față de 74% în 2018), iar procentul celor care au reciclat a crescut de la 51% în 2018, la 58% în 2019. Mai mult, 28% dintre consumatori au cumpărat produse de la companiile care se implica în protejarea mediului, tendința fiind semnificativ mai mare în cazul tinerilor de 18-23 ani (41%).

Gamificare și interactivitate

Consumatorii zilelor noastre s-au obișnuit să nu se mai plictisească. În 2019, ei își doresc ca brandurile să îi binedispună: 77% au declarat acest lucru anul acesta, față de 71% în 2018. Mai mult, în 2019, 84% dintre persoanele din mediul urban din România ar alege un brand care îi binedispune. Procentul a crescut semnificativ față de anul trecut (79%) și este chiar mai mare pentru tinerii între 18 și 23 de ani – în cazul lor, 88% ar alege un astfel de brand.

Branduri prietene cu tehnologia

Românii îmbrățișează folosirea tehnologiei în relație cu brandurile - 58% considera utilă realitatea augmentată în interacțiunea cu un brand. Consumatorii ar folosi realitatea augmentată pentru: alegerea destinației de vacanță (60%), alegerea unei locuințe care este în stadiu de proiect (51%), alegerea unui spital/clinica înainte de contractare (45%), alegerea mobilei (45%), vizionarea locurilor din care vin produsele (43%), alegerea unei mașini (35%).

Procentul celor care au folosit aplicațiile de căutare vocală pe smartphone a crescut semnificativ în 2019 față de 2018 (51% versus 38%) iar dintre cei care le-au folosit, semnificativ mai mulți le considera utile (88% în 2019 vs. 79% în 2018).

Consumatorii ar folosi o aplicație vocală pentru căutarea de informații (58%), activități în gospodărie precum aprinderea/stingerea luminii sau a televizorului (54%), pornirea anumitor aplicații (45%), pentru conversații (29%), pentru cumpărarea anumitor produse (17%).

“Comportamentul consumatorilor români se schimbă, iar brandurile trebuie să țină cont de acest lucru. Ele pot câștiga o bună parte dintre consumatori de partea lor făcând reciclarea mai facilă, ajutând la conștientizarea risipei alimentare și utilizând tehnologia pentru a-i ușura consumatorului viața. În 2019, brandurile pot atrage atenția asupra lor și își pot demonstra utilitatea interacționând și creând engagement în moduri interactive și distractive pentru consumator”, declara Traian Nastase, Managing Partner iSense Solutions.

Datele sunt culese în ianuarie 2019, cercetarea fiind realizata online pe 1011 respondenți și este reprezentativa pentru mediul urban din România, cu un grad de eroare de +/- 3,1 % la un nivel de încredere de 95%. Datele sunt comparate cu cercetari similare realizate între anii 2014-2018 și fac parte din iSense Modern Consumer Trends Tracker, instrument care monitorizeaza peste 25 de trenduri comportamentale ale consumatorului din România.