

Studiul EY Future Consumer Index: Pandemia provocata de COVID-19 va perturba planurile de cumparaturi ale consumatorilor cu ocazia sarbatorilor



Pandemia provocata de COVID-19 a accelerat tranziția catre cumparaturile online și adoptarea acestei tendințe pe termen lung în anumite categorii de produse și pe anumite piețe, potrivit celei de-a cincea ediții a studiului EY Future Consumer Index. Peste o treime (37%) dintre cei 14.467 de consumatori intervievați au declarat ca pandemia va continua sa le afecteze viețile timp de cel puțin încă un an. Acest procent crește la 43% în Europa și la 66% în Japonia, în timp ce consumatorii din India (19%) și China (18%) sunt semnificativ mai optimiști. La nivel global, respondenții consumatori considera ca modul în care fac cumparaturi se va schimba pe termen lung, iar 39% au declarat ca vor cumpara în mai mare masura online articolele pe care obișnuiau sa le achiziționeze din magazinele fizice.

"Cu încasari prognozate pentru sezonul vacanțelor mai mici decât de obicei, companiile din retail trebuie sa urmareasca cu atenție linia profitabilității, în timp ce continua sa investeasca în operațiuni touchless, conținut personalizat și campanii de marketing automatizate. Urmatorul pas natural este de a-și dezvolta programele de loialitate de la mecanismele generale "câștiga și cheltuiește", la recompense semnificative pentru fiecare client", spune **Cristian Cârstoiu**, *Partener, Consultanța, EY România*.

Rata de adoptare a cumparaturilor online variaza de la o piața la alta și de la o categorie la alta

În China și, într-o mai mica masura, în Regatul Unit, consumatorii sunt mult mai înclinați sa utilizeze online-ul drept principalul canal de cumparaturi decât cei din alte țari. Consumatorii din Germania și Franța sunt mai puțin deschiși la aceasta idee, se arata în studiu.

În general, respondenții au indicat electrocasnicele și produsele din zona de tehnologie (53%) drept categoria de produse pe care le vor achiziționa în principal online, dar vor continua sa prefere cumpararea bauturilor și a produselor alimentare proaspete din magazinele fizice.

Rata de penetrare a achizițiilor online de produse de bacanie continua sa fie reduca pe majoritatea piețelor. Dar, în timpul pandemiei, 55% dintre consumatori și-au achiziționat cel puțin o data produsele de bacanie online. Dintre aceștia, 42% au declarat ca în prezent comanda online produse de bacanie mai des din cauza pandemiei provocate de COVID-19. În viitor, 19% dintre respondenți au spus ca vor cumpara în principal online alimente proaspete și 16% bauturi nealcoolice, o creștere de 3,4% și, respectiv, 1,6% față de 2019. Aceasta tendința arata ca achizițiile online, chiar și în categoriile cu rata de penetrare reduca, nu numai ca înregistreaza o creștere, dar reprezinta o tendința care se va menține cel mai probabil dupa pandemie.

De asemenea, potrivit studiului, categoriile în care consumatorii prezintă cea mai mare înclinare spre cumpăraturile online sunt, în același timp, categoriile în care este cel mai probabil ca aceștia să aprecieze serviciile și sfaturile oferite la achiziție: tehnologie, produse de frumusețe și cosmetica și îmbrăcăminte, încălțăminte și accesorii.

Impactul pandemiei provocate de COVID-19 asupra marilor evenimente de vânzări din perioada sărbătorilor
Ca urmare a pandemiei provocate de COVID-19, 40% dintre respondenți au înregistrat o scădere a veniturilor, iar majoritatea acestora (60%) analizează mai atent modul în care își cheltuiesc banii. De asemenea, 41% dintre consumatori și-au redus cheltuielile pe produse neesențiale, iar 46% au amânat achiziția sau înlocuirea articolelor mai scumpe. Aceste tendințe indică un potențial sezon de cumpărături de final de an cu vânzări mai mici.

Deși peste jumătate dintre consumatori (54%) intenționează să achiziționeze diverse produse în perioada reducerilor, datele studiului EY Future Consumer Index sugerează ca 42% dintre consumatori la nivel global planuiesc să cheltuiască mai puțin în sezonul de cumpărături comparativ cu anul trecut.

Dintre cei care vor participa, 91% vor cheltui online cel puțin jumătate din sumele destinate cumpărăturilor, ceea ce arată importanța vânzărilor online cu amanuntul în acest sezon.

În acest context, marcat de o trecere atât de rapidă la cumpăraturile online, liderii de companii trebuie să reevalueze așteptările consumatorului digital și să dezvolte o strategie online distinctă astfel încât să reușească să răspundă noilor nevoi, dar și să valorifice oportunitățile generate de perioada de pandemie.

Cea mai recentă ediție a studiului EY Future Consumer Index este disponibilă la ey.com/futureconsumerindex5.