

Dupa aproape doi ani de încercari grele, românii investesc în ei însisi prin produselservicii (studiu)

Dupa aproape doi ani de încercari grele, românii investesc în ei însisi prin produse/servicii care sa le deserveasca aceasta nevoie, iar comparativ cu luna precedenta, la nivel national, satisfactia fata de cariera se mentine în aceiasi parametri, arata datele unui studiu de specialitate, publicat joi.

"În schimb, satisfactia fata de venituri a scazut de la 64% la 56%. Cei mai multumiti de cariera si de venituri sunt si în aceasta luna tinerii profesionisti. Relatiile sociale se afla în continuare pe primul loc în motivatiile românilor si înregistreaza procente mai ridicate (41%) fata de septembrie 2021 (38%). Scade în importanta teritoriul depasirii obstacolelor (scadere de aproape 5%). Nu sunt înregistrate diferente majore între octombrie 2020 si octombrie 2021 - observându-se doar o crestere a importantei relatiilor sociale", potrivit studiului Reveal Marketing Research - 'Starea emotionala a românilor în contextual actual al pandemiei de COVID 19'.

Cercetarea mai arata ca, dupa doi ani de pandemie, în care schimbarile legate de restrictii au fost la ordinea zilei, românii prefera sa se concentreze în continuare pe relatiile lor sociale în detrimentul obstacolelor care le-ar putea iesi în cale.

Pe de alta parte, românii economisesc mai putin în aceasta luna, comparativ cu luna trecuta, dar si cu octombrie 2020.

"Comportamentele de consum ale românilor se modifica în aceasta luna prin prisma cheltuielilor, acestea scazând (comparativ cu septembrie 2021 si octombrie 2020) pentru majoritatea categoriilor de produse (chiar si cele de baza). Cu toate acestea, românii investesc în continuare în dezvoltarea lor personala", mai arata datele studiului.

Potrivit cercetarii, dupa o perioada cu un nivel ridicat de relaxare (26% în septembrie 2021), scaderea incidentei acestei stari, alaturi de cea de energie/optimism este fireasca.

Românii se plaseaza, în luna octombrie, într-un moment de furie (cu 5% mai crescut fata de luna precedenta), succedat de neliniste si îngrijorare - tradusa prin prisma problemelor din contextul actual, respectiv noul val al pandemiei si a nesigurantei legata de viitor.

Comparativ cu octombrie 2020, iese în evidenta în primul rând multumirea fata de nivelul de dezvoltare personala (crestere de aproape 10%) si multumirea fata de starea de spirit (crestere de aproape 5%).

Reveal Marketing Research este o companie de cercetare de piata full-service, specializata în marketing research, studii sociologice, customer insight, business strategy, market development. Cu o expertiza în peste 20 de industrii, Reveal Marketing Research crede ca cercetarea de piata reprezinta baza deciziilor corecte si a pozitionarii brandurilor.