

Capitala este lider national în vânzarile din retail; femeile genereaza 60% din totalul tranzactiilor (analiza)

Bucurestiul este lider national în materie de vânzari în retail, cu 10,49% din total, urmat de Timisoara (7,23%) si de Cluj-Napoca (4,58%), conform unei analize de specialitate, publicata miercuri.

Cercetarea realizata de Footprints AI arata ca femeile genereaza aproape 60% din tranzactiile din retailul românesc, iar segmentul 35-54 de ani domina consumul prin stabilitate financiara si orientare catre produse de calitate, în timp ce familiile cu copii contribuie cu aproape 35% din vânzari, reprezentând un segment strategic pentru retaileri.

Studiul, bazat pe date anonimizate colectate de la peste 8,5 milioane de consumatori români, evidentiaza faptul ca românii reprezinta cel mai atipic segment de cumparatori si alocă peste 27% din bugetul gospodariei pentru alimente si bauturi nealcoolice, cel mai mare procent din Uniunea Europeana, conform Eurostat, unde media este de puțin peste 17%.

De asemenea, românii continua sa acorde prioritate produselor esentiale, cum ar fi uleiul de floarea-soarelui, zaharul si laptele, care domina cosul de cumparaturi.

"Cu toate acestea, produsele premium câștiga din ce în ce mai mult teren, în special în mediul urban. Categori precum panificatia furnizata (9,45% din totalul vânzarilor) si gustarile dulci (9,66%) se numara printre preferatele consumatorilor, indicând o tendinta spre confort si auto-rasfat", se mentioneaza în analiza.

Potrivit sursei citate, în zonele rurale, comportamentul de cumparare se orienteaza în special spre produse esentiale precum uleiul, zaharul si lactatele, consumatorii fiind mai atenti la pret si la necesitatile de baza.

În acelasi timp, lactatele precum iaurtul, sana si kefirul au înregistrat un avans semnificativ, datorita interesului crescut pentru produse sanatoase. Totodata, gustarile dulci si sate reprezinta împreuna 17,5% din volumul vânzarilor, ramânând extrem de populare, cu vârful de consum în sarbatorile de iarna si de Paste.

În aceeasi categorie a preferintelor, bauturile alcoolice si tutunul reprezinta împreuna 6,5% din totalul cheltuielilor gospodariilor din România, conform Eurostat, un procent semnificativ peste media europeana de 4,4%. La categoria bauturilor alcoolice berea continua sa ocupe un loc semnificativ, reprezentând aproape 8% din totalul vânzarilor, fiind asociata cu evenimente sociale si consum crescut în sezonul cald.

Românii își sincronizeaza achizitiile cu zilele de salariu, cele mai multe tranzactii fiind înregistrate în jurul zilelor de 5 si 20 ale lunii. Intervalul orar preferat pentru cumparaturi este între 11:00 si 13:00, când predomina cumparaturile planificate, iar serile sunt rezervate pentru achizitii rapide dupa programul de munca.

Footprints AI ofera agentilor si brandurilor o platforma de analiza, automatizare si inteligenta artificiala pentru planificarea si derularea campaniilor publicitare omnichannel.