

82% жителей следят за скидками на товары в супермаркетах

Опрос, проведенный порталом сравнения цен на товары и услуги Gudriem.lv совместно с социальной сетью Draugiem.lv, показал, что покупатели чаще всего получают информацию о скидках в торговых сетях непосредственно в самих магазинах (31%) и из печатных буклетов, рекламирующих акционные товары (30%). Только 18% опрошенных признались, что скидками в супермаркетах они не интересуются. В опросе приняли участие 53 909 человек.

Третий по популярности источник информации о скидках в торговых сетях – это телевизионная реклама – ее указали 15% опрошенных. Незначительная часть жителей - 6%, в поисках выгодных предложений пользуются интернетом: 4% регулярно просматривают домашние странички торговых сетей, а 2% оценивают скидки на портале Gudriem.lv.

„Сервис сравнения акционных товаров крупнейших торговых сетей Латвии мы запустили в мае этого года,” поясняет руководитель проекта Gudriem.lv Дмитрий Зазнов. „Уже через несколько месяцев он вошел в тройку самых посещаемых сервисов сравнений на Gudriem.lv. Согласно нашим данным, каждый день скидки в супермаркетах просматривают несколько тысяч человек, а перед праздниками количество посетителей как минимум удваивается.”

Как показывает опрос, чаще всего скидками в супермаркетах интересуются женщины: среди них только 13% указали, что скидки для них не важны. Для сравнения: такой же ответ дали 27% мужчин. Женщины предпочитают получать информацию с помощью предварительной оценки предложений: 50% из них для этого пролистывают буклеты и смотрят телевизионную рекламу, а среди тех, кто оценивает скидки на товары уже в магазинах, больше мужчин (32% против 31% у женщин).

Анализ данных по возрастным группам показал, что менее всего скидки интересуют молодых людей до 29 лет, а более всего – жителей в возрасте старше 45 лет. Старшая возрастная категория, согласно опросу, чаще всего просматривает буклеты супермаркетов – 41% против 26% среди опрошенных в возрасте от 20 до 24 лет. Зато телевидение как источник информации о скидках чаще всего выбирают молодые жители до 24 лет (14%) и менее всего – люди от 45 до 49 лет (11%).

Комментируя результаты опроса, исполнительный директор Латвийской ассоциации торговцев продовольственными товарами Норис Крузитис признал, что наибольший прирост числа акционных товаров пришелся на кризисное время. „Поскольку острая конкуренция идет не только между производителями, но и торговыми сетями, предложения о проведении акций стали чаще исходить от самих торговцев,” говорит он. „В последнее время торговые сети стали совершенствовать свои акционные предложения. Они устраивают тематические скидки, например, на конкретные продукты в определенные дни, или для группы продуктов, объединенных какой-нибудь национальной кухней”.

Все эти маркетинговые мероприятия, считает эксперт, говорят о том, что эпоха скидок и акционных предложений закончится еще очень не скоро, а возможно и никогда. „Даже если экономика выйдет из кризиса, торговые сети должны считаться с тем, что число жителей в Латвии сокращается, а значит уменьшается число потенциальных покупателей”, поясняет он. „Поэтому торговые сети делают все возможное, чтобы увеличить покупательскую способность оставшихся жителей страны, и в большей мере это можно сделать с помощью скидок”.

Сравнение скидок во всех сетях супермаркетов можно найти здесь: <http://www.gudriem.lv/akcijas?lng=ru>

Gudriem.lv начал работу в 2009 году, как независимый интернет-ресурс, пользователи которого получили возможность самостоятельно сравнить цены на различные услуги. Начав со сравнения мобильных тарифов, сегодня также можно сравнить карты предоплаты, депозиты, быстрые кредиты, потребительское кредитование, ОСТА, страхование путешествий, гостиницы по всему миру, интернет и TV-услуги, предложения сайтов коллективных покупок. В скором времени будет запущено еще несколько сервисов по сравнению актуальных услуг.

Сармите Вуцане Т. +371 29424515, sarmite@gudriem.lv, www.gudriem.lv