

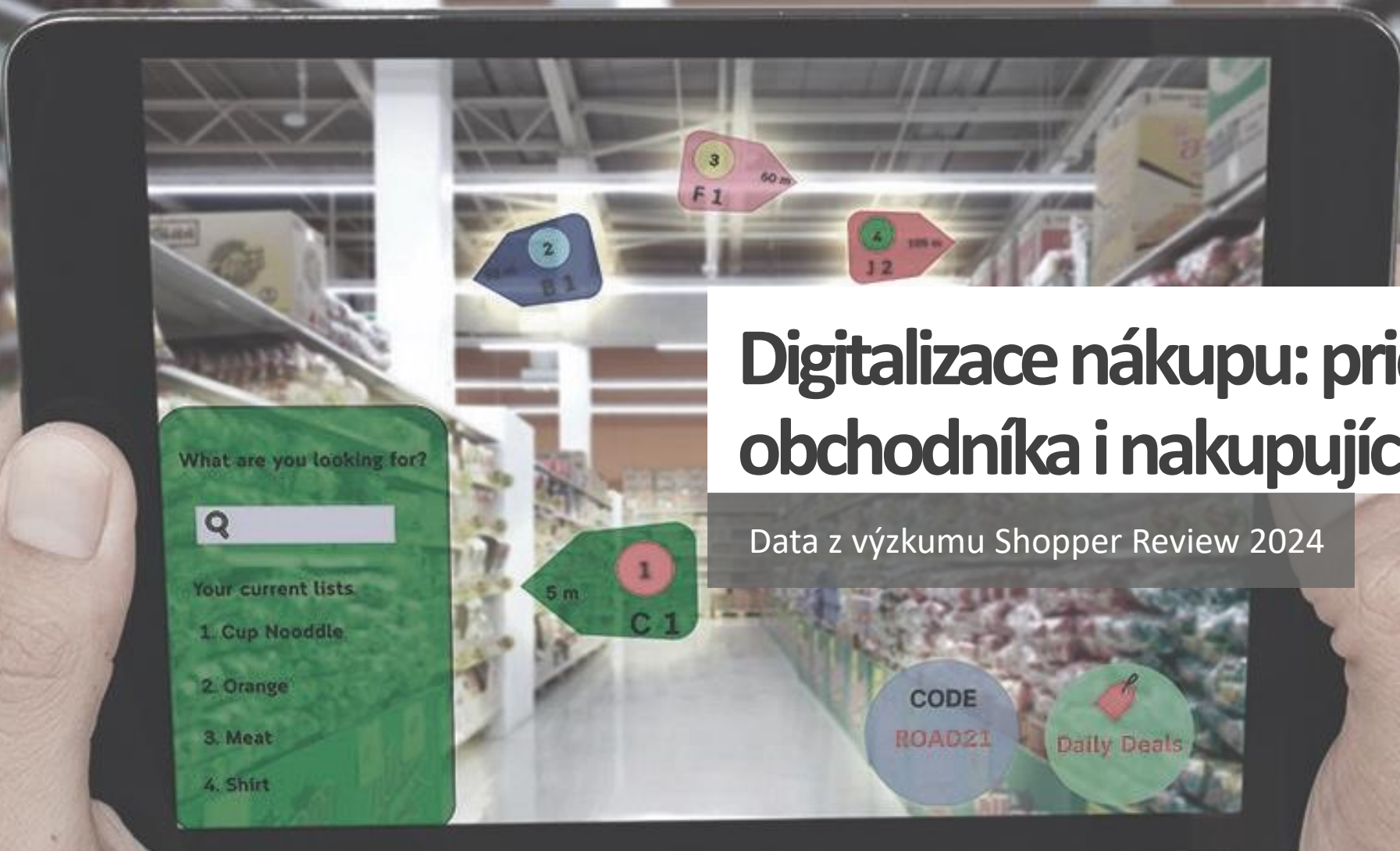
Digitalizace nákupu: priorita obchodníka i nakupujících

Data z výzkumu Shopper Review 2024



Zdeněk Skála
Skála a Šulc s.r.o.

listopad 2024

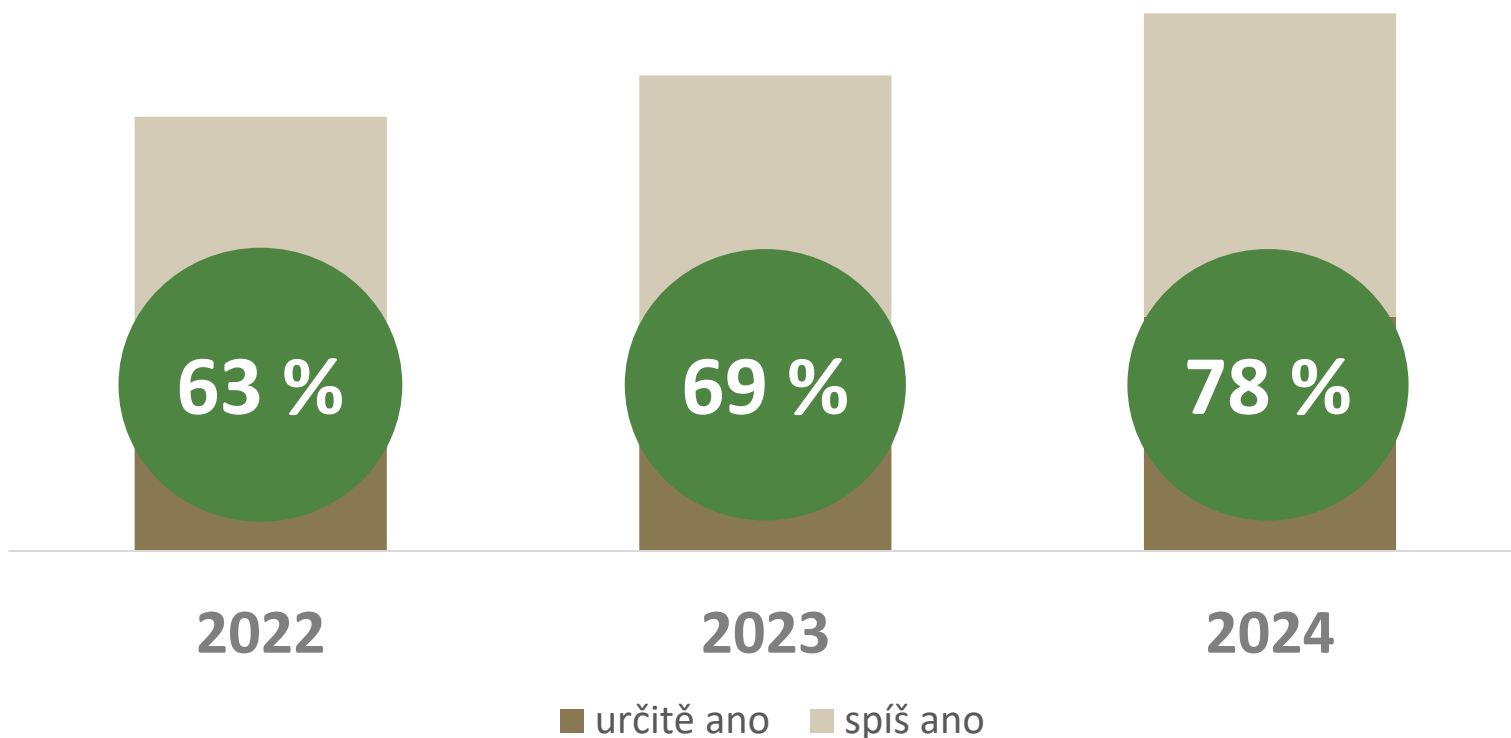




3x nejrychlejší trendy nákupního chování

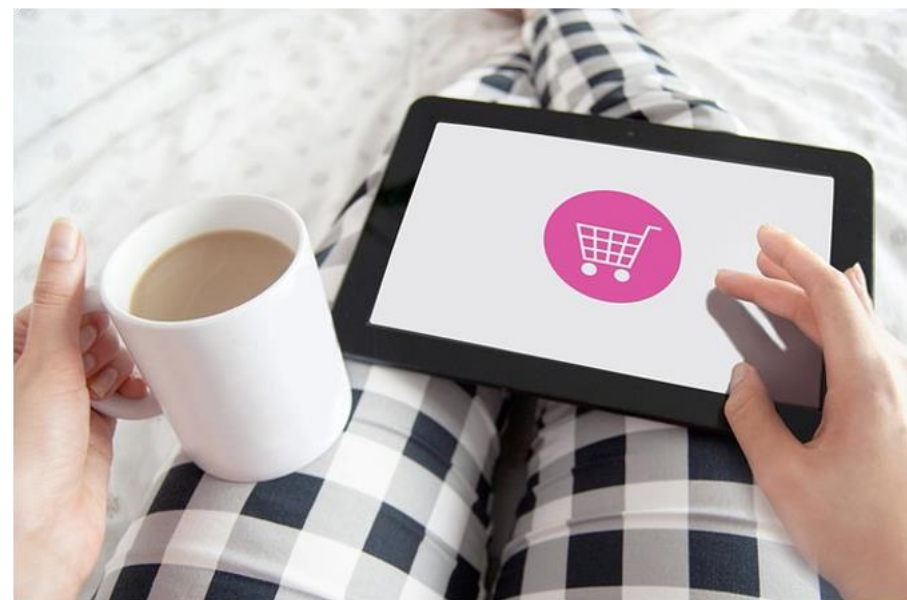
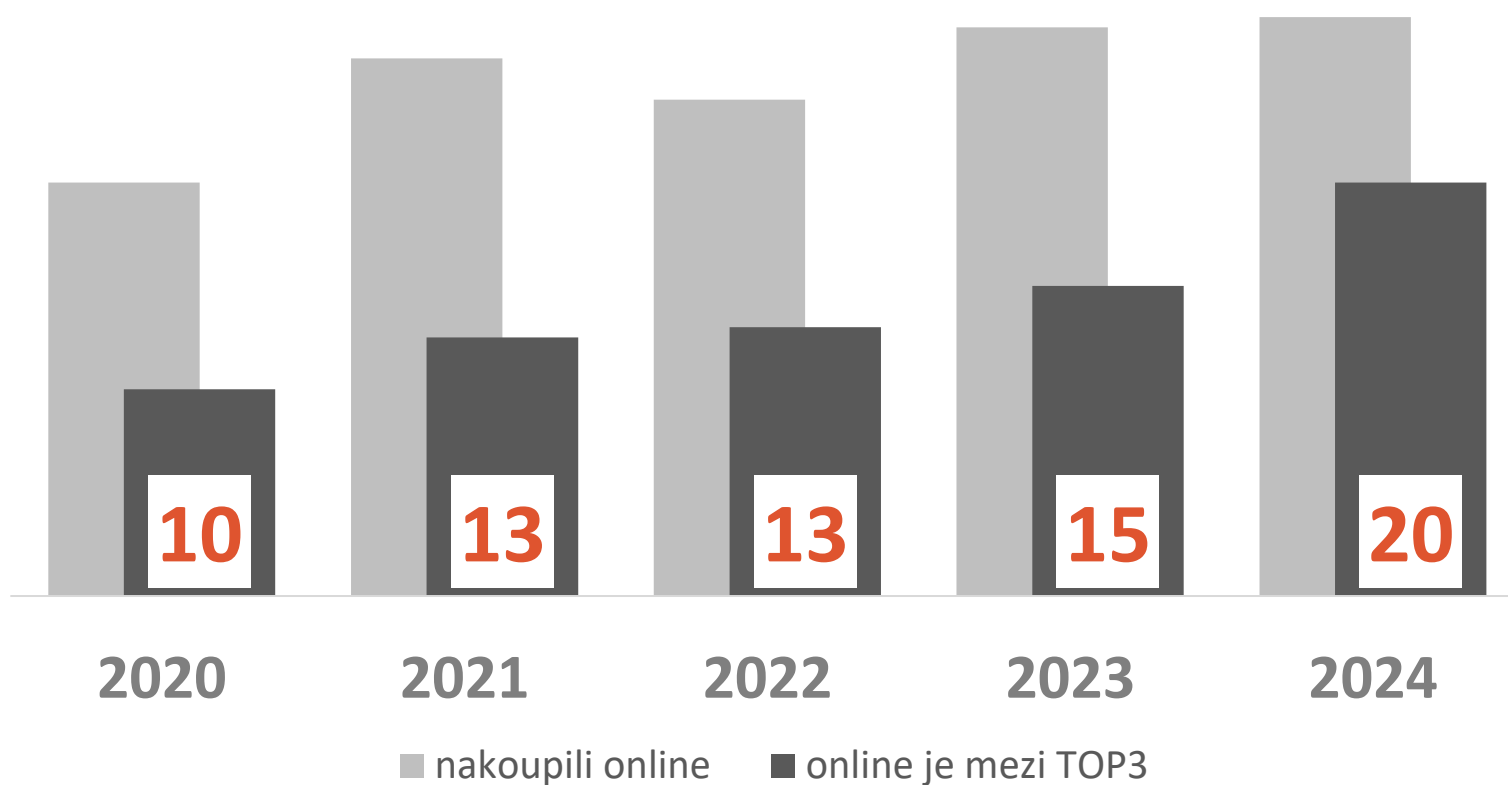
Pohodlný nákup, prodejna je blízko

“Nakupuji v nejbližších prodejnách, za nákupy nejezdím“



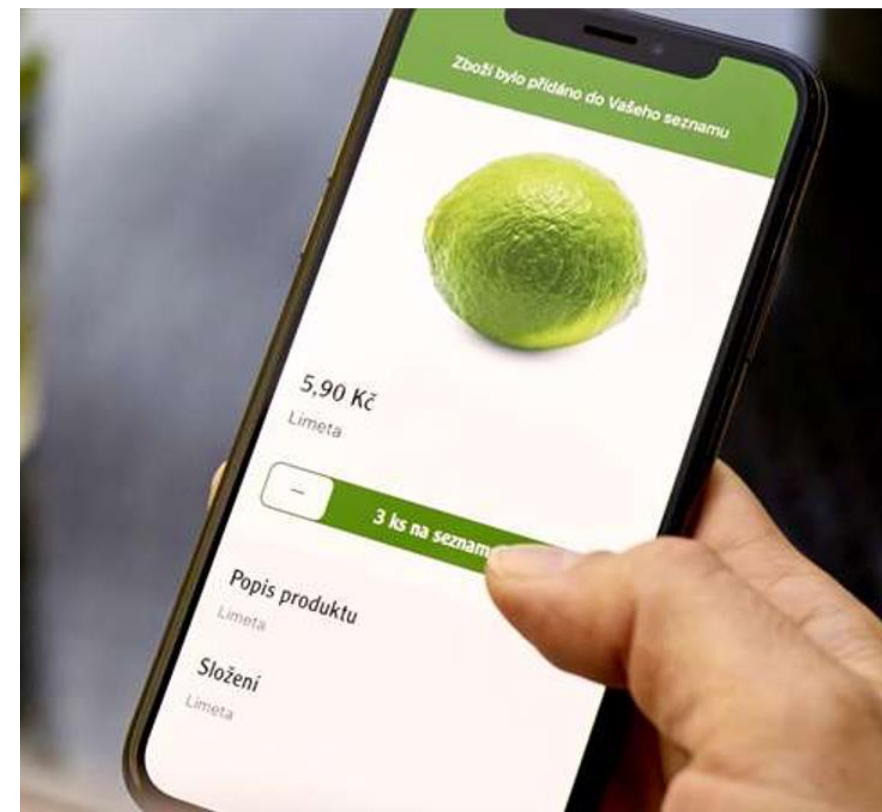
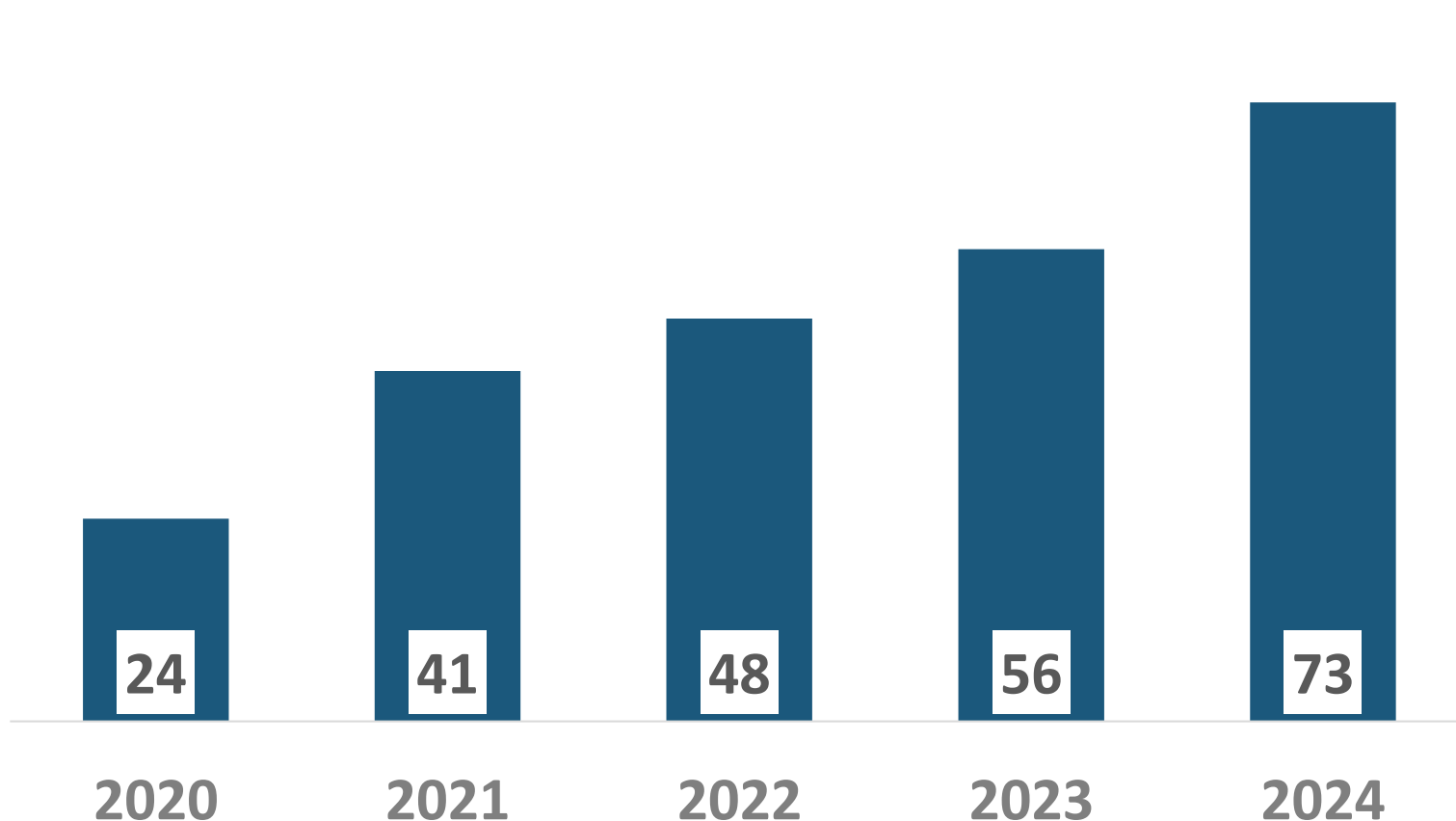
Nákup potravin online

3 hlavní e-shopy (Košík.cz, Rohlík.cz, iTesco.cz)



Přesun kontaktu s nakupujícím na mobily

“Mám / využívám mobilní aplikace prodejen potravin“

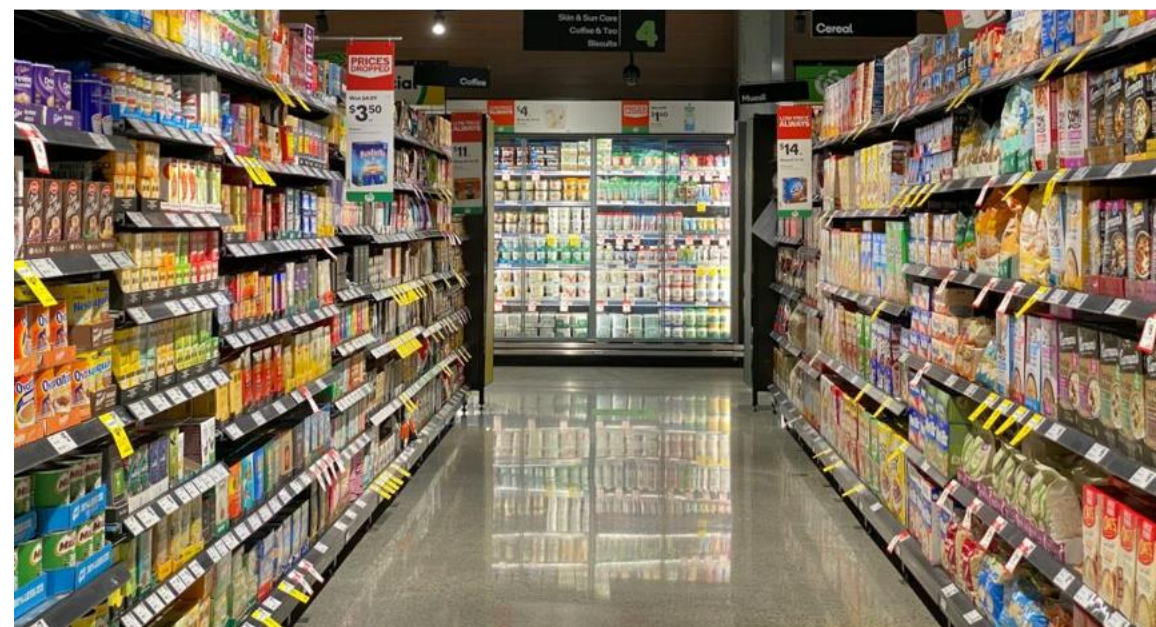




Digitální a fyzický svět



Proč online? Proč kamenné? ...motivátory a bariéry



Řídím si svůj život

(vyberu si čas, vyberu zboží, nezdržuji se, nenosím těžké...)



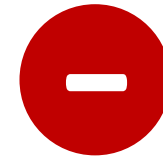
Online mě omezuje

(nevidím zboží fyzicky, přizpůsobuji se časově, nepřehledný výběr...)



Nemusím nic řešit

(stavím se cestou, rozhodnu se na místě, prohlédnu si a vyberu...)



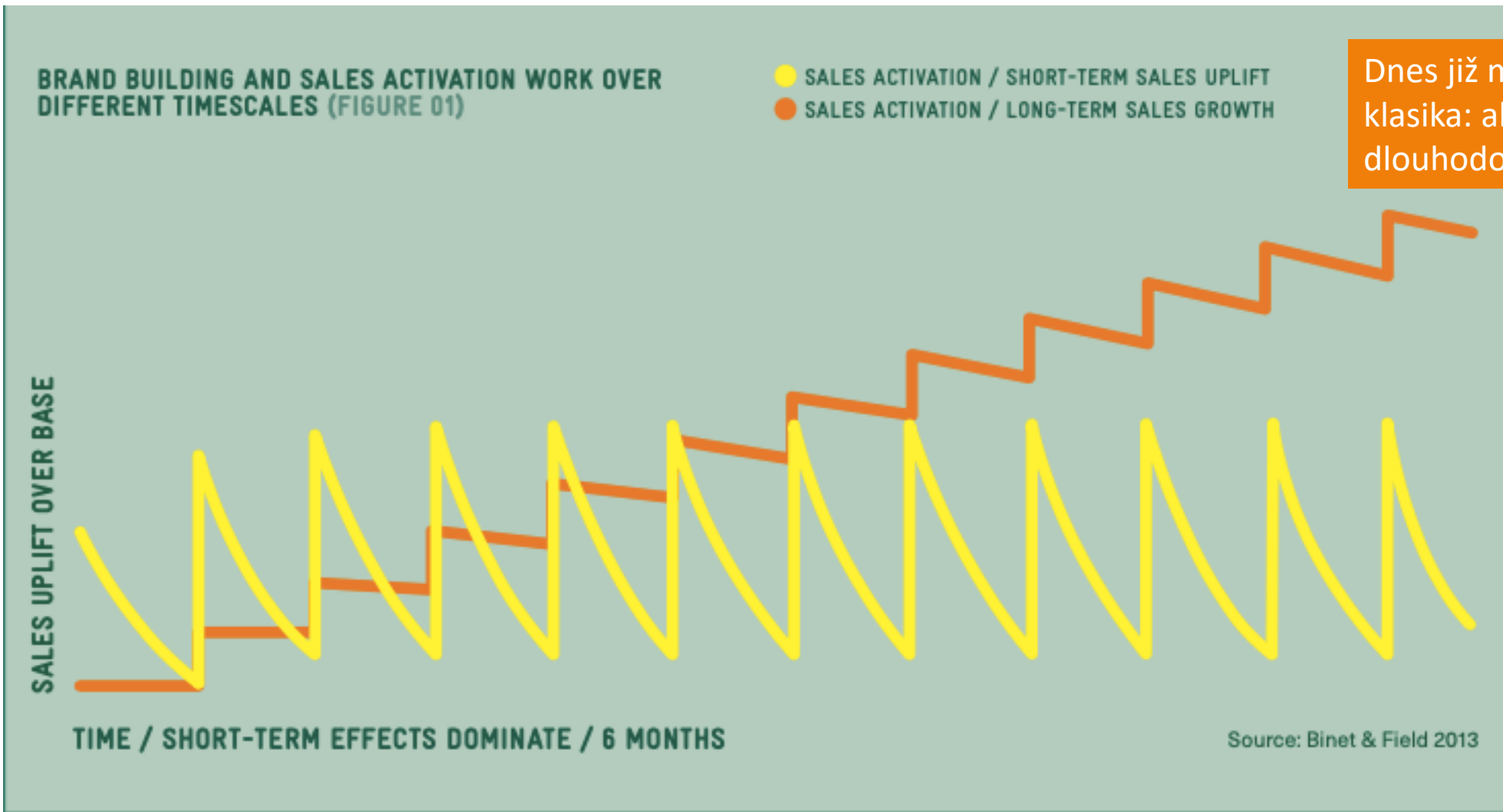
Stojí to čas a námahu

(prodejna je daleko, musím všechno odnést, provoz na silnicích, fronty u pokladen...)

Co si vzít z obou světů?



Aktuální digitální nástroje (www, apps...) jsou z 90% o aktivaci



Dnes již marketingová klasika: aktivace nepřináší dlouhodobý růst

“Co konzumují informace? Informace konzumují naši pozornost“

Aktivace

Všichni chtějí dobrou cenu a výhodné slevy, to je v pořádku a dotaz na téma „co by vás přimělo k nákupu“ nám vždy dá tento obrázek.

Být **nejlevnější na trhu ale něco stojí**, pro příklady nemusíme daleko (omezení v jiných směrech, zúžená cílová skupina nakupujících)

Pravidelné hluboké **akce přinášejí jen krátkodobé nárůsty**, pakliže by nešlo o zásadně odlišnou frekvenci a hloubku než u ostatních konkurentů

Nákupní zážitek a pohodlí

I v diskontech a hypermarketech **95% načítá aplikaci u pokladny, 50% aktivně využívá slevy, kupóny atd. (září 2024)**

Digitální kontakt může podpořit růst značky / obchodu, když nebude klást na nakupující další nároky, ale automatizovat nákup i v kamenné prodejně

...a technologie umožňuje **výraznou diverzifikaci** služeb: self-scanning, navigace, info o provozu na prodejně, ukládání / automatizace / sdílení nákupního seznamu a minulých nákupů...

Proč pracovat se zážitkem a pohodlím?

Z aktivace je chvíli dobrý pocit



Credit: CC wal172619

Ale pohodu si přejeme napořád



Credit: CC jordan3600

děkuji za váš čas!

Zdeněk Skála
Skála a Šulc s.r.o.

