

## Effie Hellas Consumer Survey

### Ποιοτική & Ποσοτική έρευνα καταναλωτών

Η μεγάλη έρευνα κατανάλωσης που έχει θεσμοθετήσει η ΕΔΕΕ στο πλαίσιο της διοργάνωσης των βραβείων EFFIES και η οποία έγινε με την χορηγία των εταιριών: qed market research, Abacus market research, OMD Tempo, μας παρέδωσε τέσσερα μηνύματα του καταναλωτικού κοινού και μας ζήτησε να τα μεταφέρουμε στους ανθρώπους του marketing και της επικοινωνίας.

**1. Αυτά που ζητάμε από τις μάρκες, ο τρόπος που τις χειριζόμαστε και τις αξιολογούμε σήμερα, περισσότερο από ποτέ επηρεάζονται από τις μεγάλες αλλαγές που συντελούνται στο κοινωνικοπολιτικό πεδίο της χώρας μας, της Ευρώπης του κόσμου.**

**2. Η αγωνία για το αν η κοινωνία, η πολιτική, η Ευρώπη «μας συμπεριλαμβάνει ή μας αποκλείει» καθρεφτίζεται και στον τρόπο που σχετιζόμαστε με τις μάρκες. Οι μάρκες ανεξαρτήτως της τιμής τους οφείλουν να αποδεικνύουν καθημερινά ότι μας συμπεριλαμβάνουν, ότι δεν μας αποκλείουν.**

**3. Έτσι οι προσφορές, τα προγράμματα επιβράβευσης και οι ενέργειες κοινωνικής ευθύνης κρίνονται πλέον ως υποχρεώσεις και όχι ως δυνατότητες των μαρκών. Οι μάρκες οφείλουν να είναι όχι μόνο καταναλωτικά αλλά και κοινωνικά λειτουργικές.**

**4. Η άλλη μεγάλη αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά είναι η αύξηση της σημασίας του χρόνου που αφιερώνεται στην καταναλωτική πράξη. Ο χρόνος διογκώνεται, αφιερώνουμε περισσότερο χρόνο στα ψώνια (κυρίως πριν από τα ψώνια) και αυτό για δύο λόγους: αφενός για να αυξήσουμε την αποτελεσματικότητα των αγορών μας (τα χρήματά μας έχουν γίνει πολύτιμα) και αφετέρου για να αυξήσουμε την ευχαρίστηση από τις αγορές μας (εκτεταμένη έρευνα στο internet, συζητήσεις και word of mouth αλλά και επισκέψεις στα φυσικά καταστήματα). Οι μάρκες πρέπει να ακολουθήσουν αυτό το διευρυμένο ταξίδι του καταναλωτή και να οργανώσουν καινούρια και περισσότερα σημεία επαφής μαζί του, κυρίως πριν την αγορά αλλά και μετά.**

## Το checklist του 18-24 για τις μάρκες



- ✓ Μην ξεχνάς την εμφάνιση με τα looks και το σώμα τους.
- ✓ Δεν είναι κατασταλαγμένοι. Βοήθησέ τους να πειραματιστούν.
- ✓ Έχουν πολύ χρόνο και λίγο χρήμα, απασχόλησέ τους πριν τους πουλήσεις.
- ✓ Δεν τους αρκούν τα προϊόντα, θέλουν και εμπειρίες πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την πώληση.
- ✓ Συνάντησέ τους και στο δρόμο και στο Internet: έχουν δύο εαυτούς, έναν actual και έναν virtual.
- ✓ Είτε φθηνή μάρκα είσαι, είτε ακριβή, πρόσεχε μην τους αποκλείεις. Αν είσαι ακριβή κάντους προσφορές, αν είσαι προσιτή φώναξέ τους τη νοοτροπία σου: πως είσαι φτιαγμένη για να τους προσφέρεις δυνατότητες.

## Το checklist του 25-34 για τις μάρκες



- ✓ Κάνε τους να νιώσουν σημαντικοί.
- ✓ Μην προπαγανδίζεις τη φθηνή τιμή σου σαν να μην υπάρχει αύριο.
- ✓ Δώσε αξία σε αυτούς και στα χρήματά τους.
- ✓ Είναι πελάτες σου, επιβράβευσέ τους.
- ✓ Είναι ιδιαιτέρως δεκτικοί στη «δωροδοκία».
- ✓ Αν τους δυσαρεστήσεις ζήτη συγγνώμη, δεν θα διστάσουν στιγμή να σε δυσφημίσουν.
- ✓ Είτε φθηνή μάρκα είσαι, είτε ακριβή δώσε τους επιχειρήματα. Τους κάνει να νιώθουν ασφαλείς.

## Το checklist του 35-44 για τις μάρκες



- ✓ Μην προσπαθήσεις να τους κοροϊδέψεις, θα το καταλάβουν.
- ✓ Έλεγξε τις πληροφορίες που διακινούνται για τη μάρκα σου στο διαδίκτυο, παρακολουθούν τα πάντα.
- ✓ Φρόντισε τις ισορροπίες της μάρκας σου
  - τιμή - ποιότητα
  - λογική - συναίσθημα
  - on line - off line
  - διαφήμιση - προσφορές
  - ασφάλεια - νεωτερισμός
  - επένδυση σε νέους - επένδυση σε τρέχοντες πελάτες
- ✓ Κυνήγα την πρωτιά, την περιμένουν από τις μάρκες που εκτιμούν
- ✓ Μην τους θεωρείς δεδομένους. Παρότι δεν τους αρέσει η απιστία, αν φύγουν δεν ξαναγυρίζουν.

## Το checklist του 45-55 για τις μάρκες



- ✓ Μάρκα χωρίς εκπτώσεις και προσφορές στις μέρες μας δεν νοείται.
- ✓ Think out of the box, κάνε την προσφορά σου να ξεχωρίσει από αυτές των ανταγωνιστών σου.
- ✓ Παρότρυνε τους αγοραστές σου να στοκάρουν. Θα το κάνουν.
- ✓ Αν το προϊόν σου είναι Ελληνικό μην το κρύβεις.
- ✓ Φρόντισε τη φήμη σου σαν εργοδότης. Δεν αφορά μόνο τους εργαζόμενους, τους αφορά όλους.
- ✓ Δώσε πίσω στην κοινωνία, όπου και όταν μπορείς.