

ΟΛΟ ΚΑΙ ΠΙΟ ΣΥΝΕΙΔΗΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ ΔΙΕΘΝΩΣ

Η βιωσιμότητα γίνεται αγοραστικό κριτήριο

Κάποιες από τις συμπεριφορές που υιοθετήθηκαν από τους καταναλωτές εξαιτίας της πανδημίας -όπως αυτές καταγράφονται από τη σειρά καταναλωτικών ερευνών της **EY, Future Consumer Index**, από τον Απρίλιο του 2020- πλέον δείχνουν να αποτελούν την νόρμα. Του λόγου το αληθές επιβεβαιώνει η πλειονότητα (63%) των 16.000 καταναλωτών από 21 χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα.

Οι καταναλωτές επιλέγουν να ζήσουν με λιγότερα

Οι καταναλωτές επαναπροσδιορίζουν τις αγοραστικές τους αποφάσεις και ξοδεύουν λιγότερα για ό,τι αντιλαμβάνονται ως μη απαραίτητο αγαθό, για οικονομικούς (49%) και περιβαλλοντικούς λόγους (30%). Πλέον τα brands αποτελούν δευτερεύον κριτήριο για το 44% των καταναλωτών παγκοσμίως (49% για τους millennials και 47% για την Gen Z).

Οι καταναλωτές πλέον θέτουν το περιβάλλον ("planet first") και τις εμπειρίες ("experience first") ως προτεραιότητα, σε ποσοστά που έχουν αυξηθεί από 16% στο 26%, και από 11% στο 18%, αντίστοιχα. Παράλληλα, η βιωσιμότητα αποτελεί σημαντικό αγοραστικό κριτήριο για το 85% των ερωτηθέντων, ενώ σχεδόν οι μισοί καταναλωτές παγκοσμίως (41%) αισθάνονται πλέον λιγότερη πίεση να συμβαδίσουν με την τελευταία λέξη στην τεχνολογία και τα gadgets.

Άλλο ένα «κάστρο» πέφτει σχετικά με τις καταναλωτικές συνήθειες, με την έρευνα να αναφέρει πως μόλις το 27% αγοράζει σήμερα περισσότερα πράγματα, γιατί αυτό τους κά-

νει να νιώθουν πιο χαρούμενοι, ενώ 48% έχουν αντίθετη άποψη. Επιπρόσθετα, σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες παγκοσμίως (47%) δηλώνουν ότι αισθάνονται πιο άνετα με τον εαυτό τους, χωρίς να έχουν ανάγκη από προϊόντα καλλωπισμού.

Ουκ εν τω πολλώ το ευ...

Η πανδημία βοήθησε τους καταναλωτές να καταλάβουν ότι μπορούν να ζήσουν με λιγότερα και να καταναλώνουν «καλύτερα»: αισθάνονται ότι έχουν περισσότερα ρούχα από όσα πραγματικά χρειάζονται (48%) και είναι πιθανότερο να επισκευάσουν, παρά να αντικαταστήσουν (53%), ό,τι χαλάει. Πρόκειται για πραγματικά απρόσμενα ευρήματα σε σχέση με όσα γνωρίζαμε μέχρι σήμερα, με την πανδημία να αλλάζει ριζικά καταναλωτικές συνήθειες χρόνων.

Ωστόσο, ενώ όλα δείχνουν να αλλάζουν, η επιθυμία για επιστροφή στα φυσικά καταστήματα μετά την πανδημία παραμένει σταθερή. Παρά το αυξημένο μερίδιο του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce) κατά την πανδημία, πάνω από τους μισούς (51%) ερωτηθέντες θα αναζητήσουν προσφορές στα φυσικά καταστήματα - 39% περισσότεροι από πέρυσι.

Και δεδομένου ότι οι καταναλωτές είναι πλέον πολύ πιο επιλεκτικοί όσον αφορά στο πώς ξοδεύουν τα χρήματά τους, η εξάλειψη οποιωνδήποτε εμποδίων -στην τροφοδοσία των εφοδιαστικών αλυσίδων- και η εξασφάλιση μιας απρόσκοπτης εμπειρίας μεταξύ φυσικού και ψηφιακού κόσμου, θα είναι επιτακτικής σημασίας για τις επιχειρήσεις από εδώ και στο εξής.



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

ΑΙΣΙΟΔΟΞΕΣ ΓΙΑ ΤΟ 2022 ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Στο 2022 έχουν εναποθέσει τις ελπίδες τους οι επιχειρήσεις μετά την πανδημία, όπως αποκαλύπτει η έρευνα «Ο σφυγμός του επιχειρείν» από το **Παρατηρητήριο Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος του ΣΕΒ**, με τη συνεργασία της **MRB**. Με τις επιχειρήσεις να προσπαθούν με δυσκολία να ορθοποδήσουν μετά την πανδημία, πλέον είναι ορατή η ανάκαμψη, καθώς όλο και περισσότερες αισιοδοξούν για το μέλλον. Τα μέτρα στήριξης των επιχειρήσεων για την αντιμετώπιση της πανδημίας αξιολογήθηκαν ως θετικά από το 53,7% των ερωτηθέντων, ενώ σε ποσοστό 50% οι επιχειρήσεις ανέφεραν πως θα συνεχίσουν την τηλεργασία και μετά την πανδημία. Ανησυχία προκαλεί στο 72% των επιχειρήσεων η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι ανατιμήσεις που αυτή συνεπάγεται, ενώ θετικά αξιολογούν τον ψηφιακό μετασχηματισμό, που απλοποιεί το επιχειρηματικό περιβάλλον. Τέλος, το 55% των επιχειρήσεων αναμένουν να αυξηθεί ο τζίρος τους το 2022, αναφέροντας μάλιστα σε ποσοστό 62%, πως θα προχωρήσουν στα επενδυτικά τους πλάνα παρά την πανδημία, ενώ ποσοστό 70% δηλώνει πως έχει υψηλές προσδοκίες από το Εθνικό Σχέδιο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας, που θα συμβάλει θετικά στην οικονομία.