

Raport o preferencjach zakupowych Polaków 2020

Z niecierpliwością czekaliśmy na wyniki badań preferencji zakupowych Polek i Polaków za 2020. Był to wyjątkowy, specyficzny rok i bardzo nas interesowało, jak wpłynął na sposób, w jaki robimy zakupy.

Zapoznaj się z raportem i sprawdź:

- Czy zmieniły się nasze ulubione sklepy?
- Jak korzystaliśmy z gazetek promocyjnych?
- Czy robiliśmy zakupy częściej czy rzadziej?
- Czy wydawaliśmy na nie mniej niż wcześniej, czy może przeciwnie, wydatki wzrosły?
- Jakie sieci sklepów cieszyły się największą popularnością w 2020 roku?

i Ankieta była dostępna w aplikacji Moja Gazetka w dniach 6-13 kwietnia 2021. Wzięło w niej udział 4294 użytkowników aplikacji.

Jak często robimy zakupy?

Najczęściej na to pytanie padała odpowiedź „niemal codziennie” – wskazało ją 42,9% respondentów. Ale niemal na równi z nią wskazywano odpowiedź „raz w tygodniu” – tak zadeklarowało 41,5% badanych. Najmniej osób, bo 1,5% przyznało, że wychodzi do sklepu kilka razy w ciągu dnia.

Czy coś zmieniło się w ciągu ostatnich 2 lat?

- W 2018 roku 10,4% więcej użytkowników robiło zakupy niemal codziennie
- Tylko 28,3% użytkowników robiło zakupy raz w tygodniu
- Tylko 2,8% wychodziło do sklepu kilka razy w ciągu dnia

Niemal codziennie

42.9%

Raz w tygodniu

41.5%

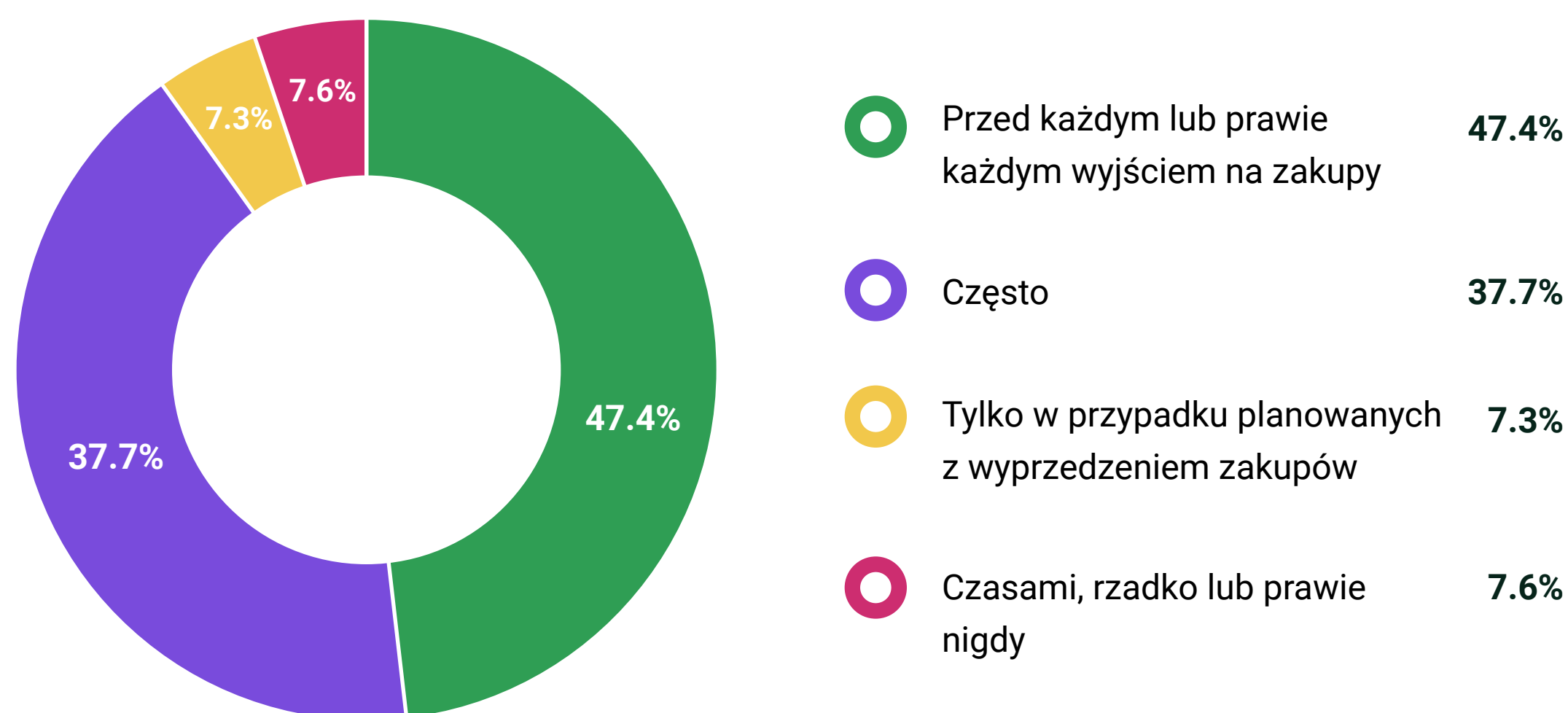
Kilka razy w ciągu dnia

1.5%

Czy przed zakupami szukamy informacji w aplikacji z gazetkami promocyjnymi?

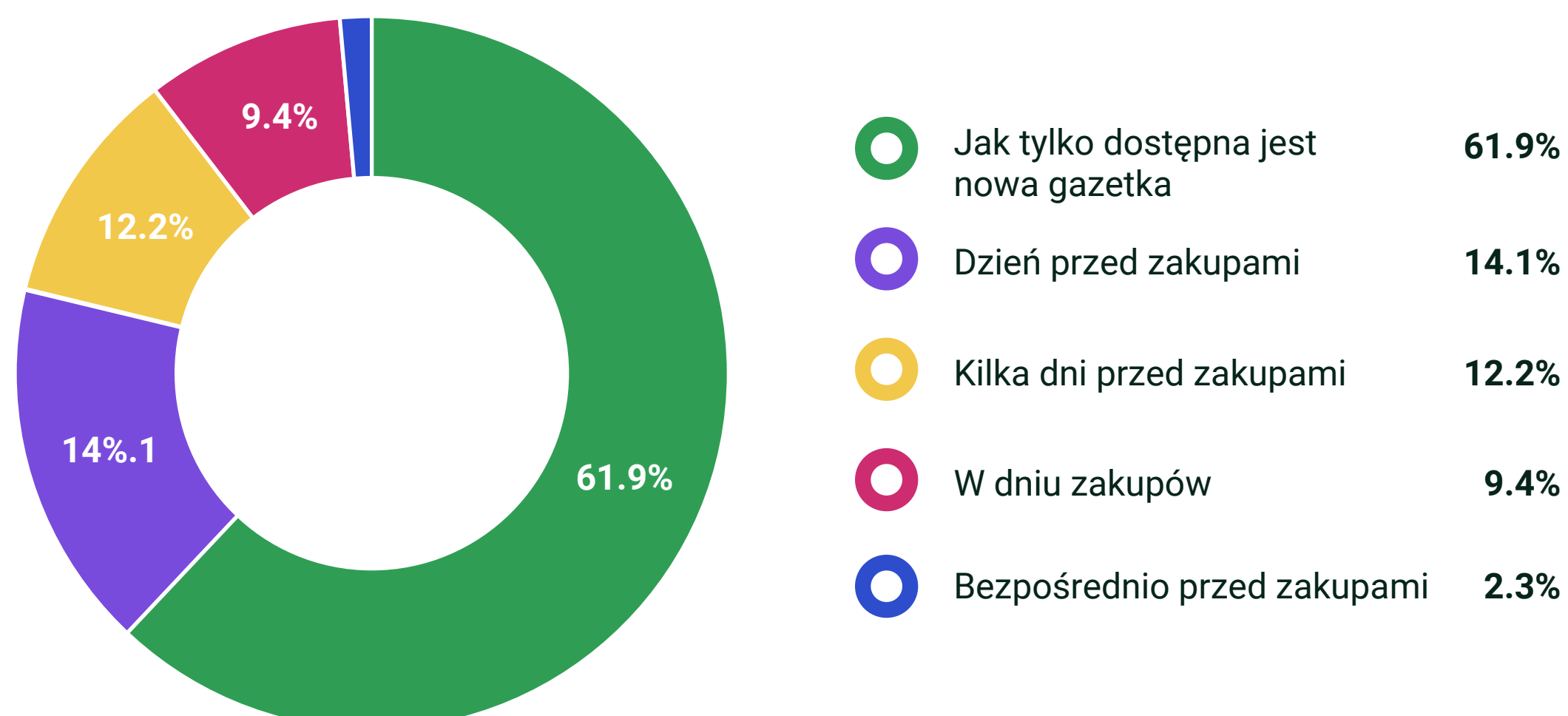
Nie jest zaskoczeniem, że zdecydowana większość ankietowanych użytkowników Mojej Gazetki sprawdza oferty sklepów zawsze lub prawie zawsze – robi to aż 47,4% z nich. Drugą pod względem popularności odpowiedzią było stwierdzenie „często” – 37,7%.

Można więc śmiało powiedzieć, że 85,1% badanych regularnie przegląda gazetki promocyjne w aplikacji. Ta liczba prawie nie zmieniła się od zeszłego roku, kiedy podobną deklarację złożyło 84% badanych.



Kiedy przeglądamy gazetki promocyjne?

Aż 61,9% ankietowanych przegląda nowe gazetki, gdy tylko się pojawią. Łącznie 26,3% robi to dzień lub kilka dni przed zakupami. Pozostali ankietowani nie zapoznają się z ofertą w gazetce z dużym wyprzedzeniem – robią to w dzień zakupów, bezpośrednio przed wyjściem do sklepu, a nawet już w czasie zakupów.



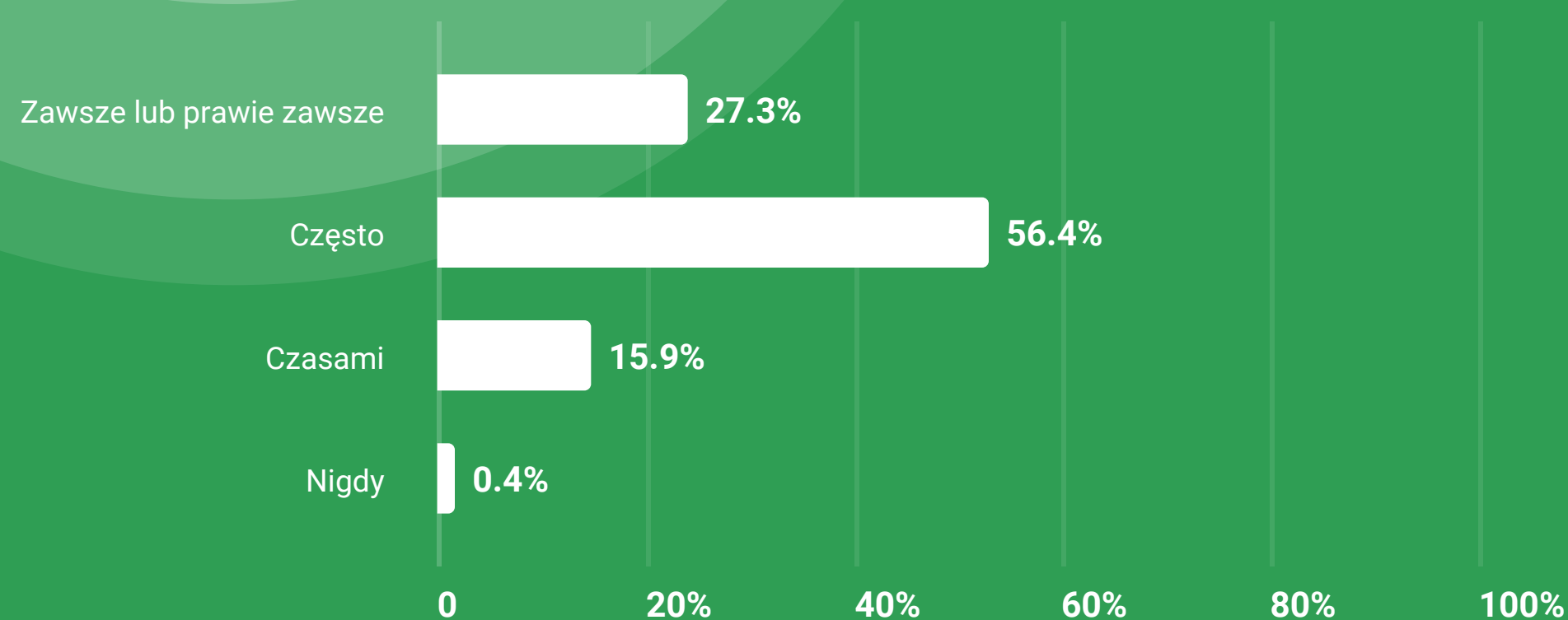
Czy po zapoznaniu się z gazetką w aplikacji rzeczywiście ruszamy na zakupy?

Dla 27,3% przeglądanie gazetki zawsze lub prawie zawsze kończy się wyjściem do sklepu. 56,4% przyznaje, że taka prawidłowość zachodzi często, a 15,9%, że czasami.

Tylko 0,4% respondentów twierdzi, że przeglądanie gazetki nigdy nie skutkuje zakupami.

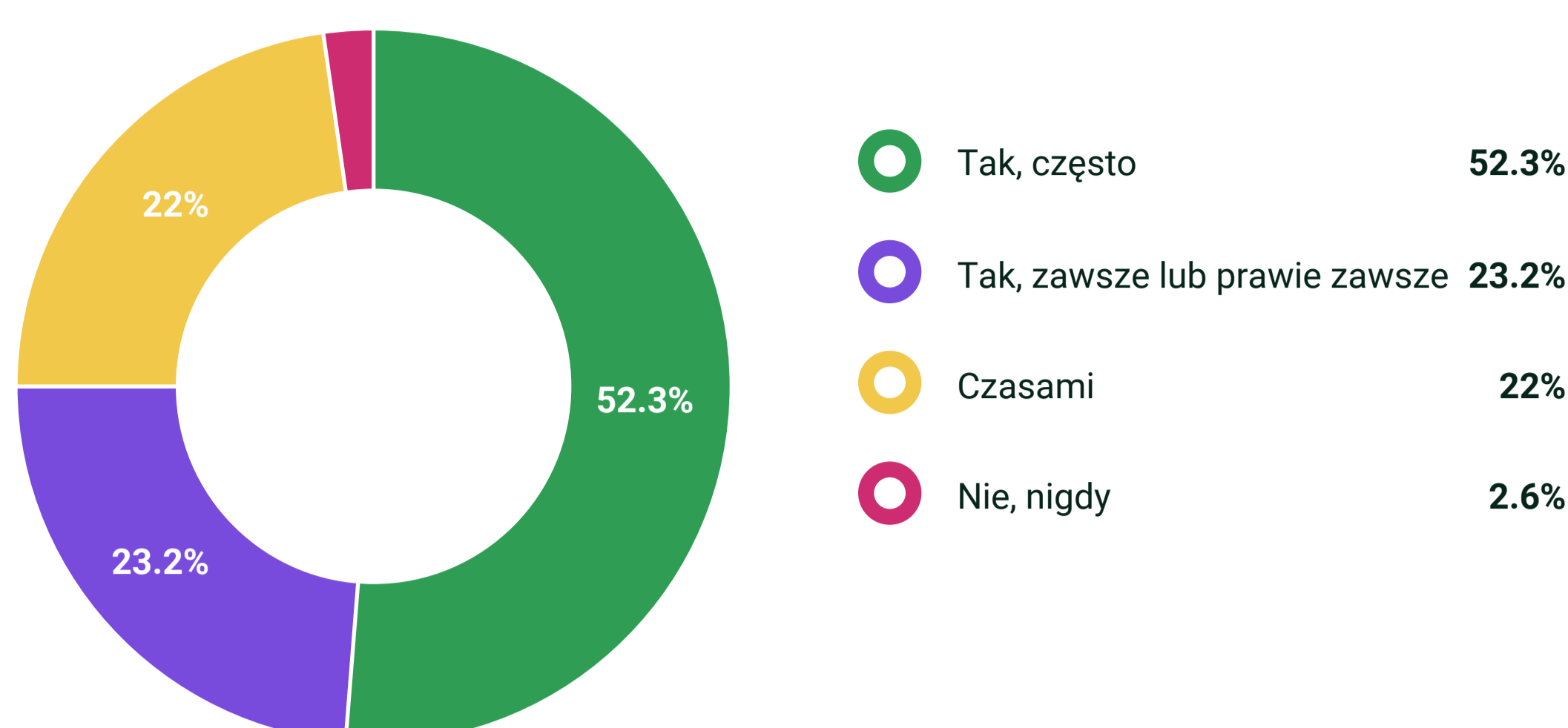
99.6%

Aż 99,6% badanych przyznało, że po zapoznaniu się z gazetką zazwyczaj wybiera się do sklepu.



Czy oferty w gazetkach mają realny wpływ na produkty, które kupujemy?

Okazuje się, że tak. 75,5% respondentów przyznało, że często, prawie zawsze lub zawsze idzie na zakupy do sklepu, który ma najlepsze promocje lub wybiera na zakupach produkty, które znajdują w gazetce. Tylko 2,6% z nich odpowiedziało, że promocje z gazetek nie mają wpływ na to, co kupują ani gdzie robią zakupy.



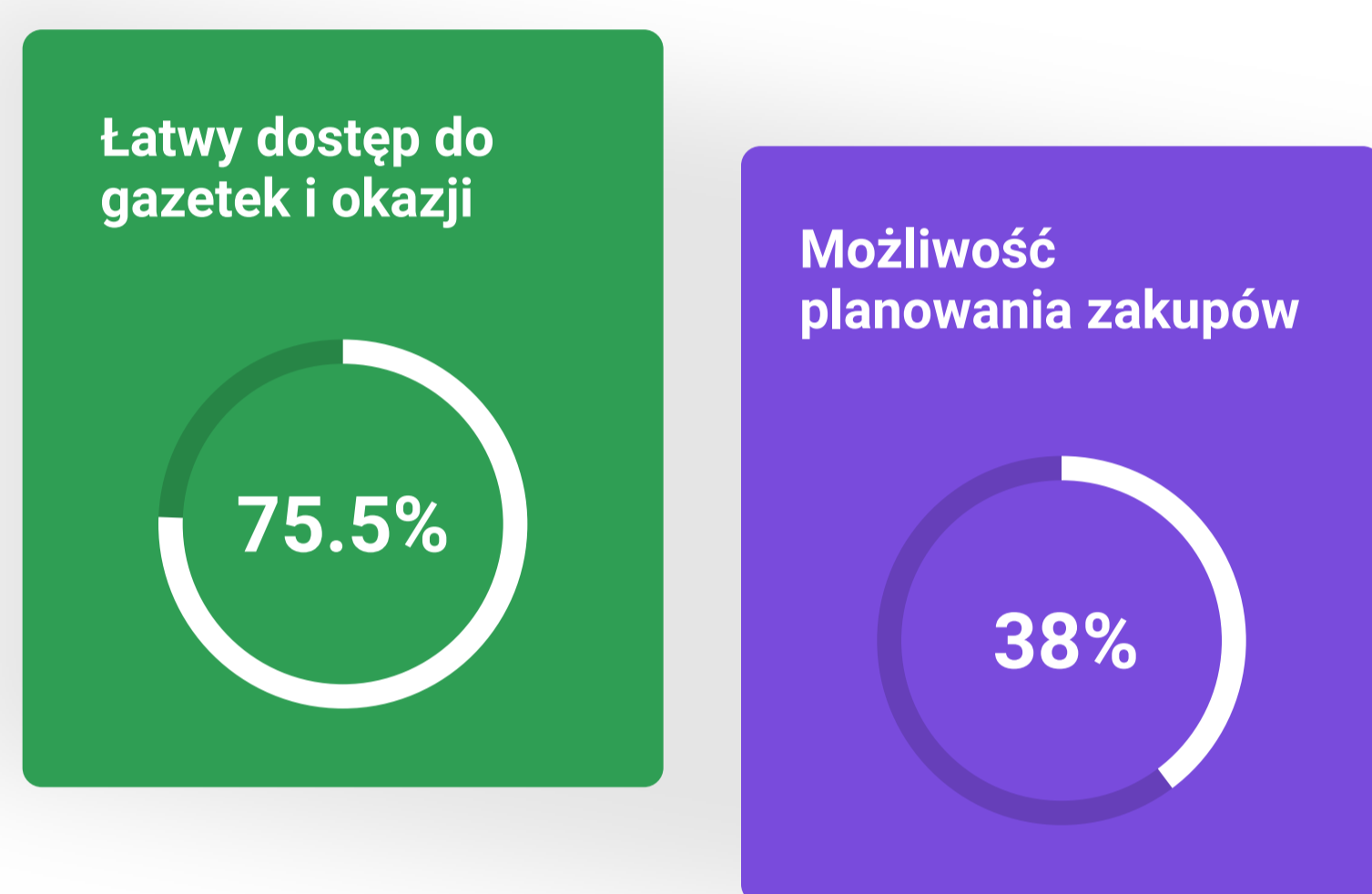
Dlaczego użytkownicy Mojej Gazetki korzystają z aplikacji?

75,5% badanych wyznało, że korzysta z Mojej Gazetki, aby znaleźć okazje i produkty w atrakcyjnych cenach. Drugą najpopularniejszą odpowiedzią była chęć szybkiego zaplanowania i efektywnego zrealizowania zakupów – była to motywacją 38% respondentów.

Można podejrzewać, że pandemia skłoniła użytkowników do lepszego planowania zakupów. W 2018 roku, gdy jeszcze nikt nie podejrzewał, co nas czeka, tylko 9,6% osób korzystało z Mojej Gazetki w celu efektywnego zaplanowania i zrealizowania zakupów.

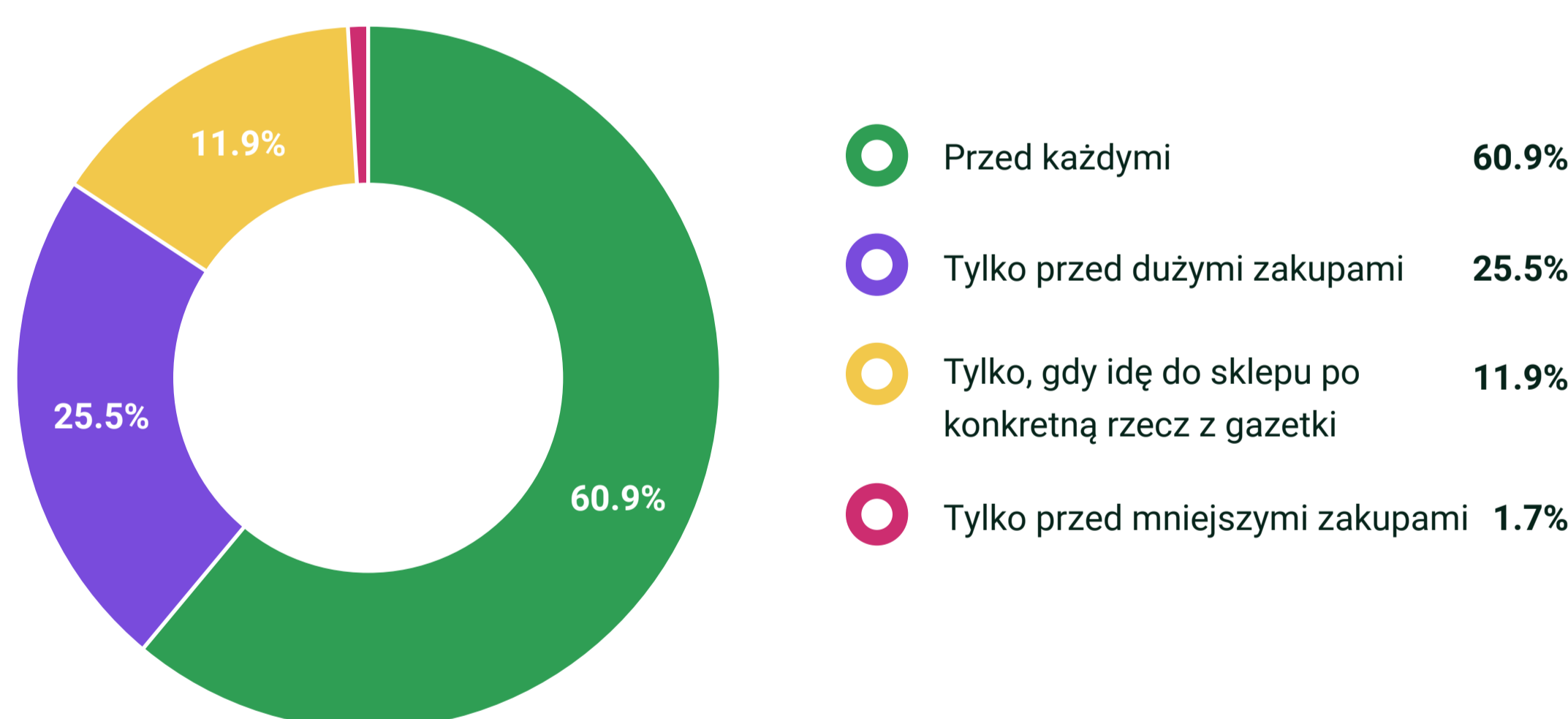
Podobnie, jak w 2020, najczęściej podawanym powodem była wtedy chęć znalezienia okazji i produktów w atrakcyjnych cenach – wskazało go 93,2% badanych. (Patrz: Raport o preferencjach zakupowych Polaków 2018)

Wyniki nie sumują się do 100%, ponieważ każdy mógł zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.



Przed jakimi zakupami zaglądamy do gazetek?

60,9% respondentów przegląda gazetki przed każdymi zakupami, a 25,5% tylko przed dużymi. 11,9% szuka informacji tylko, jeśli idzie do sklepu po konkretną rzecz, a 1,7% zapoznaje się z ofertą sklepu jedynie przed mniejszymi zakupami.



Jak pandemia wpłynęła na nasze zwyczaje zakupowe?

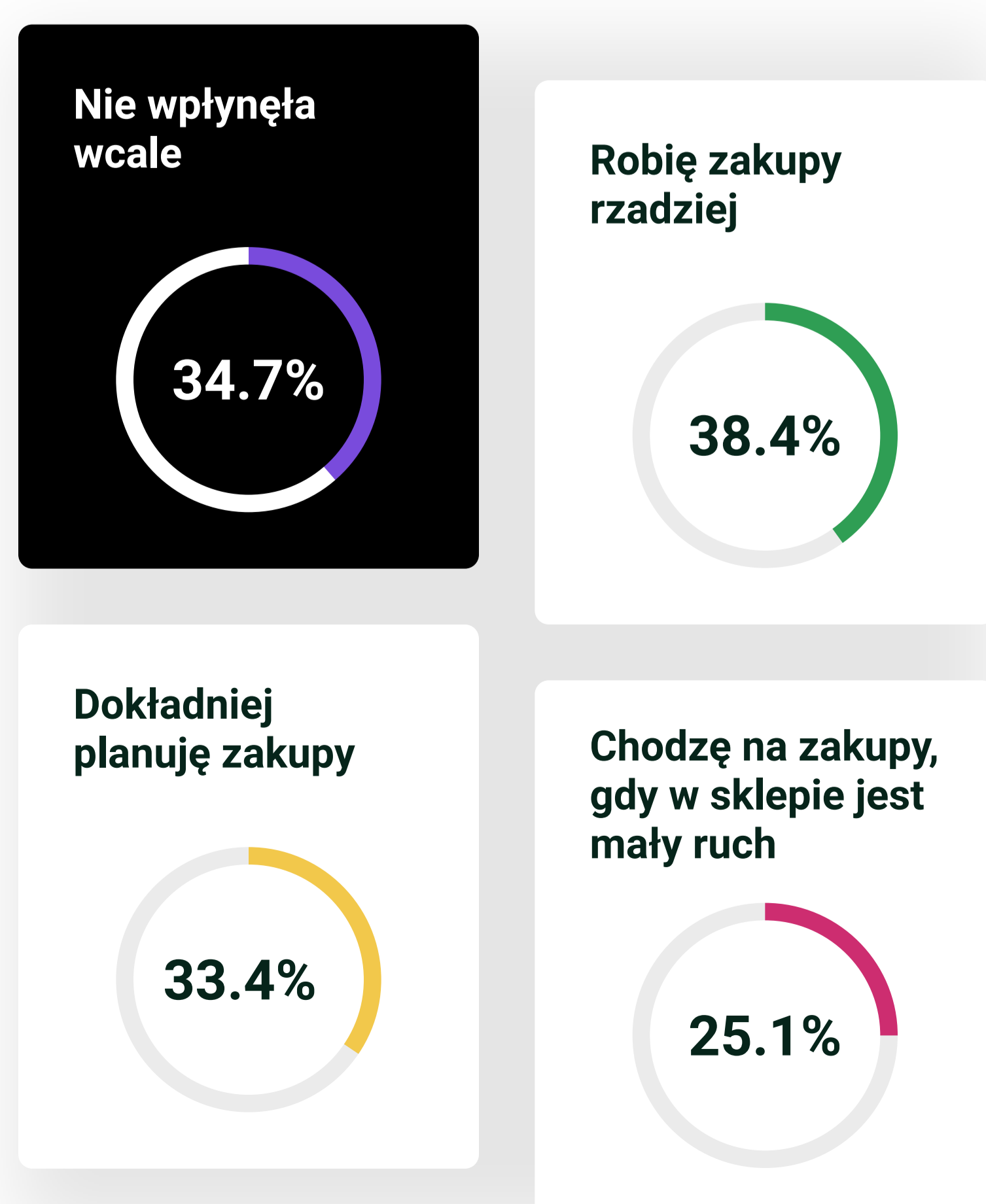
Jeśli chodzi o wpływ pandemii na preferencje zakupowe Polaków, największą popularnością cieszyły się 4 odpowiedzi:

Nie wpłynęła wcale – 34,7%

Robię zakupy rzadziej – 38,4%

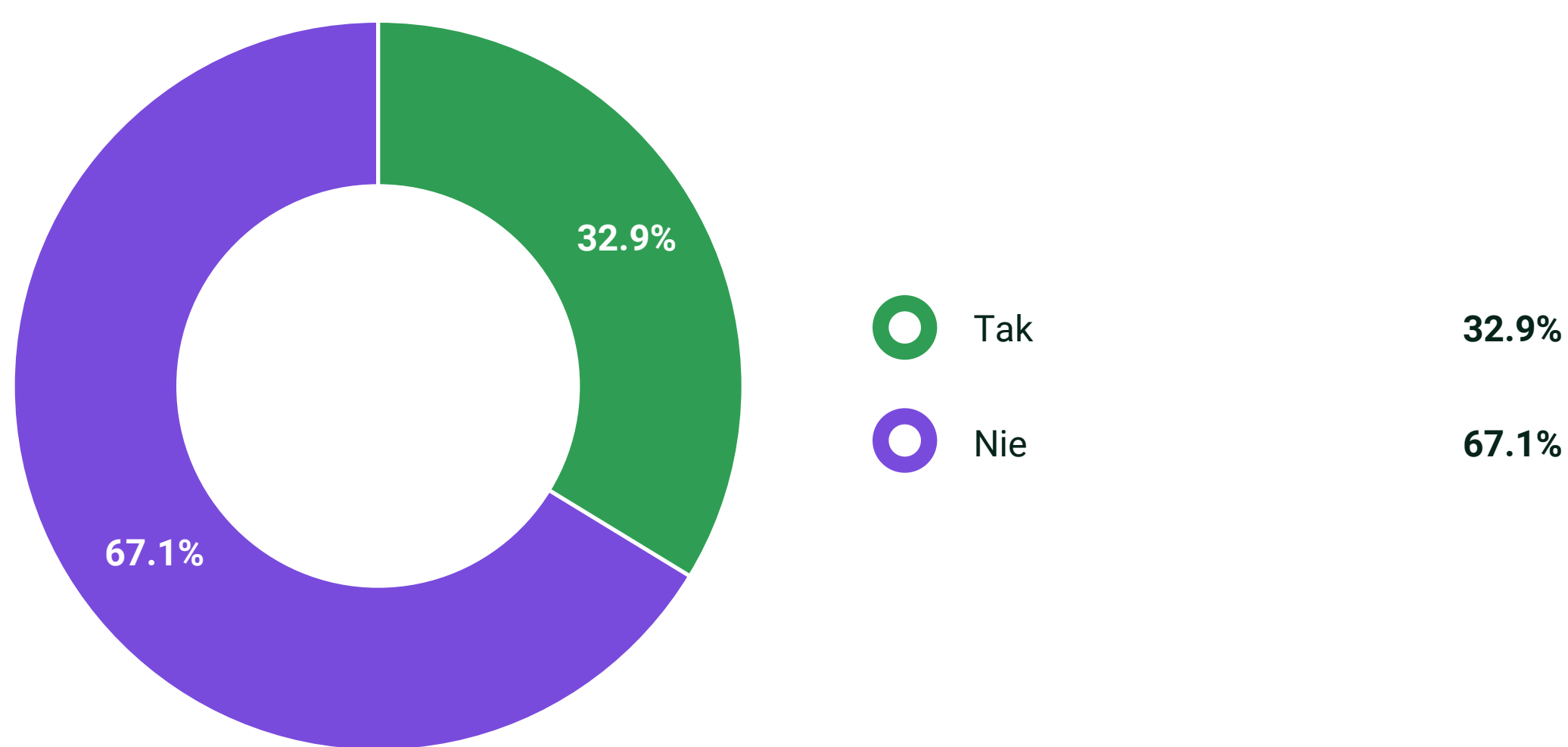
Dokładniej planuję zakupy – 33,4%

Chodzę na zakupy, gdy w sklepie jest mały ruch – 25,1%



Czy w pandemii częściej robimy zakupy online?

67,1% badanych zaprzecza, a 32,9% potwierdza, że od roku robi zakupy online częściej.



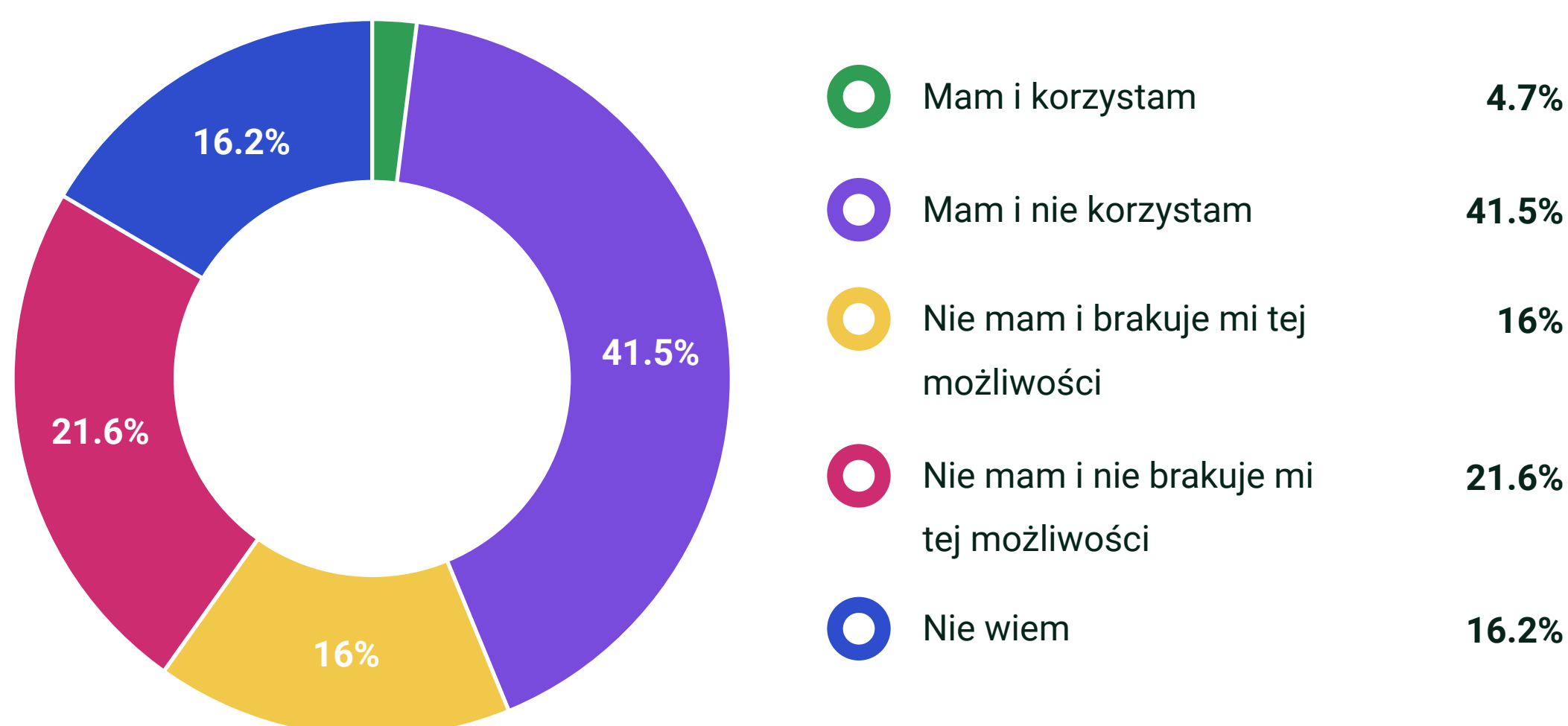
A jak wygląda kwestia dostępu do zakupów spożywczych z dostawą lub odbiorem w sklepie?

41,5% badanych przyznało, że ma dostęp do takiej formy zakupów, ale z niej nie korzysta. 21,6% nie ma do niej dostępu, ale go nie potrzebuje.

Z kolei 16% nie ma takiej możliwości, a chciałoby ją mieć. 43,12% tych osób mieszka w miejscowościach poniżej 50 tys. mieszkańców.

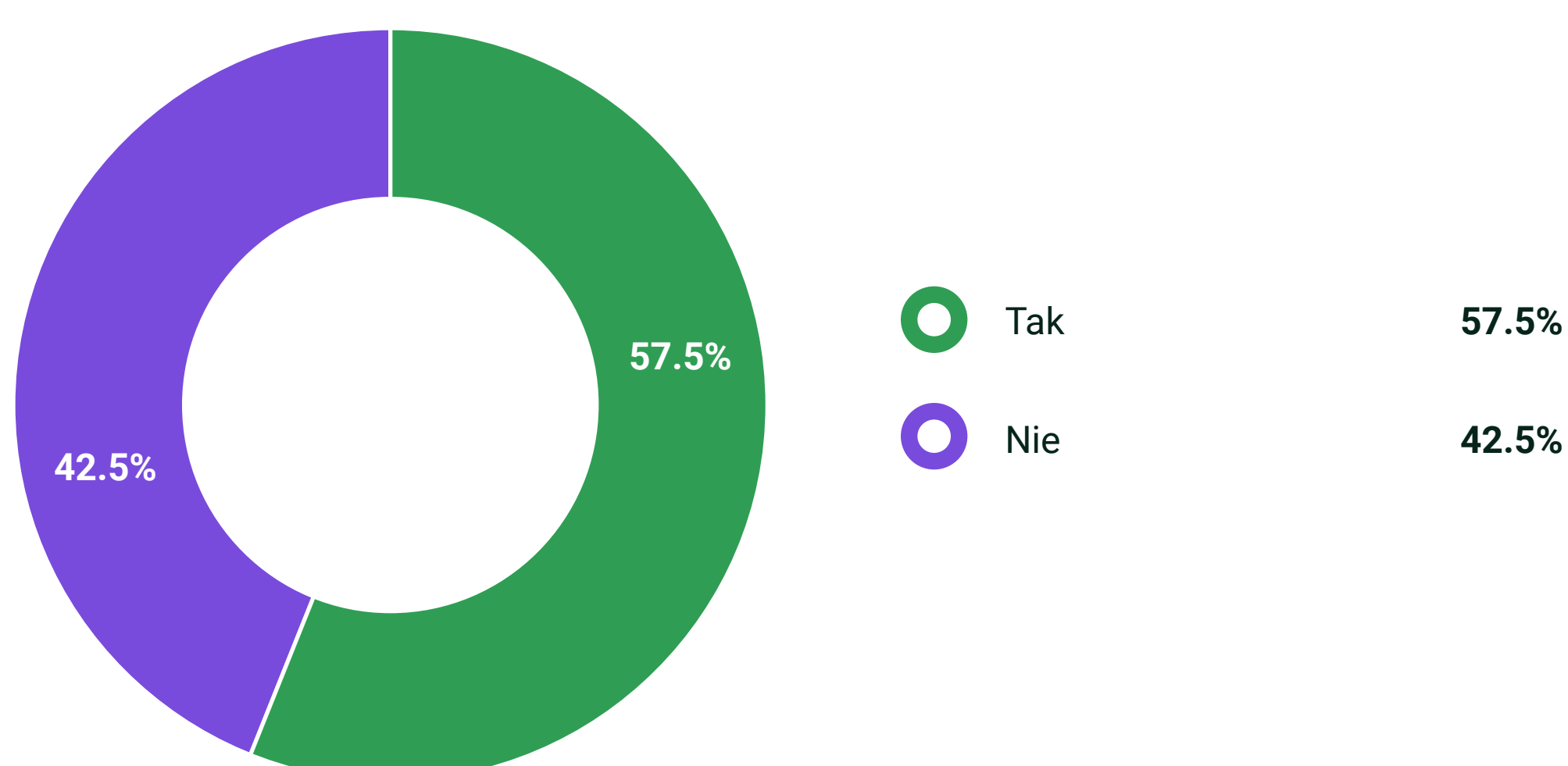
Największą dostępność do zakupów z dowozem lub z odbiorem mają mieszkańcy miast powyżej 500 tys. – 75%, a najmniejszą mieszkańcy miejscowości poniżej 10 tys. – 27%.

Tylko 4,7% korzysta z zakupów spożywczych online z dostawą lub odbiorem osobistym.



Czy w czasie pandemii pomagamy z zakupami innym osobom?

57,5% badanych deklaruje, że w czasie pandemii zdarzało im się robić zakupy dla bliskich, sąsiadów, itp. Najczęściej były to osoby w wieku 25-44 lat (58,27%).



W których sklepach kupujemy najczęściej?

W tej części raportu możecie sprawdzić, które sklepy cieszyły się wśród badanych największą popularnością w 2020 roku.

W ankiecie uwzględniliśmy następujące kategorie sklepów: spożywcze, dom i ogród, drogerie, meble, moda i tekstylia oraz elektronika.

Warto mieć na uwadze, że popularność sklepów nie musi zależeć od osobistych sympatii konsumentów, ale też od tego, do jakiego sklepu mają najbliżej.

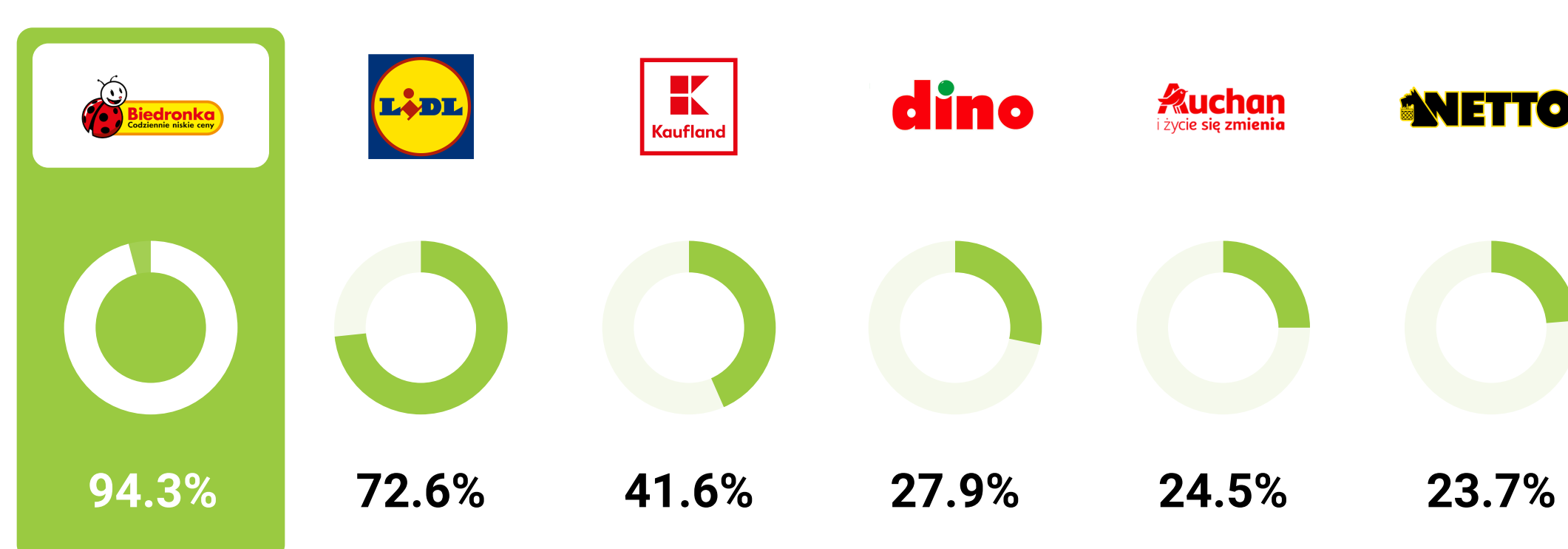
Wyniki w tych kategoriach nie sumują się do 100%, ponieważ każdy mógł zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź.

Sklepy spożywcze

W kategorii sklepów spożywczych – podobnie jak rok temu – króluje Biedronka, która jest ulubionym sklepem 94,3% badanych.

Zaraz za nią plasują się Lidl (72,6%), Kaufland (41,6%), Dino (27,9%), Auchan (24,5%) i Netto (23,7%).

Z pierwszej szóstki zniknęły Carrefour i Żabka (patrz: Raport o preferencjach zakupowych Polaków za 2019 rok).

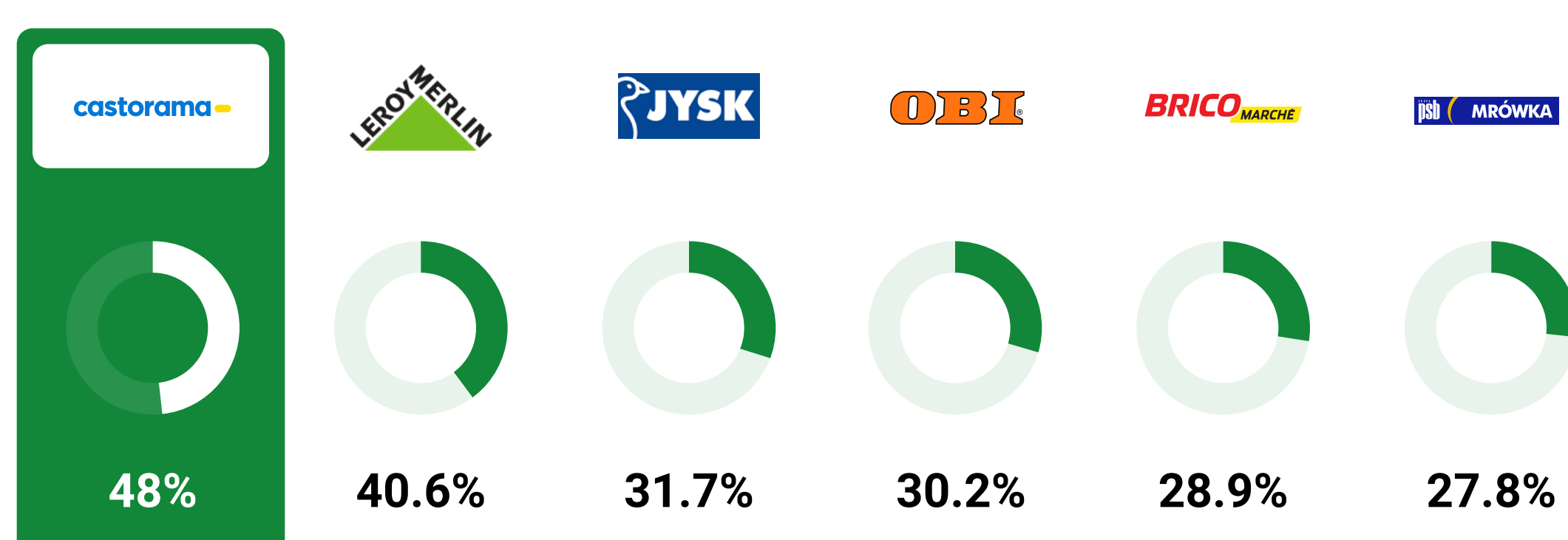


Dom i ogród

W kategorii sklepów ogrodniczo-domowych prym wciąż wiodzie Castorama z wynikiem 48%, jednak ze stratą względem zeszłego roku, gdy wskazało ją 56,2% badanych (patrz: Raport o preferencjach zakupowych Polaków za 2019 rok).

Na kolejnych miejscach znalazły się Leroy Merlin (40,6%), Jysk (31,7%), Obi (30,2%), Brichomarche (28,9%) oraz PSB Mrówka (27,8%).

Tutaj gusta respondentów okazały się niezmiennie – kolejność pierwszej szóstki w 2019 roku była taka sama.

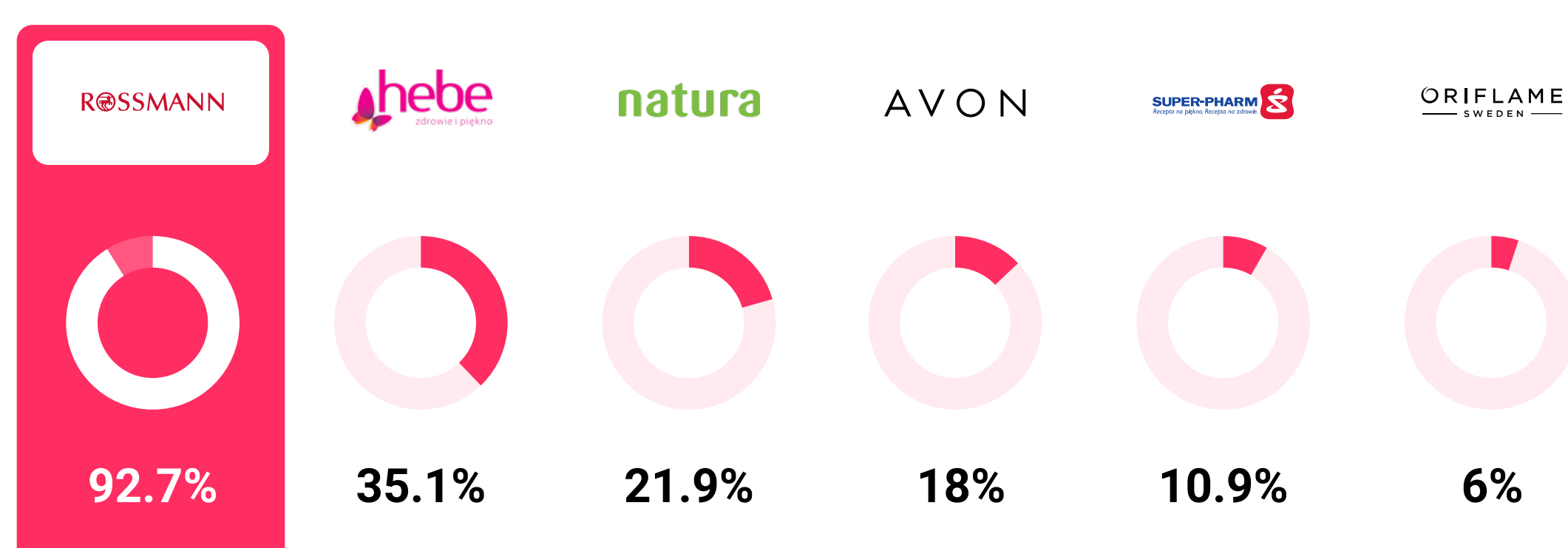


Drogerie

Ulubioną drogerią Polek i Polaków pozostaje Rossmann – zakupy w tej sieci robi aż 92,7% badanych.

Mniejszą, ale wciąż dużą popularnością cieszą się kolejno Hebe (35,1%), Natura (21,9%), Avon (18%), Super-Pharm (10,9%) i Oriflame (6%).

Tu także nie zaszła zmiana w kolejności ulubionych sklepów względem badania za rok 2019.

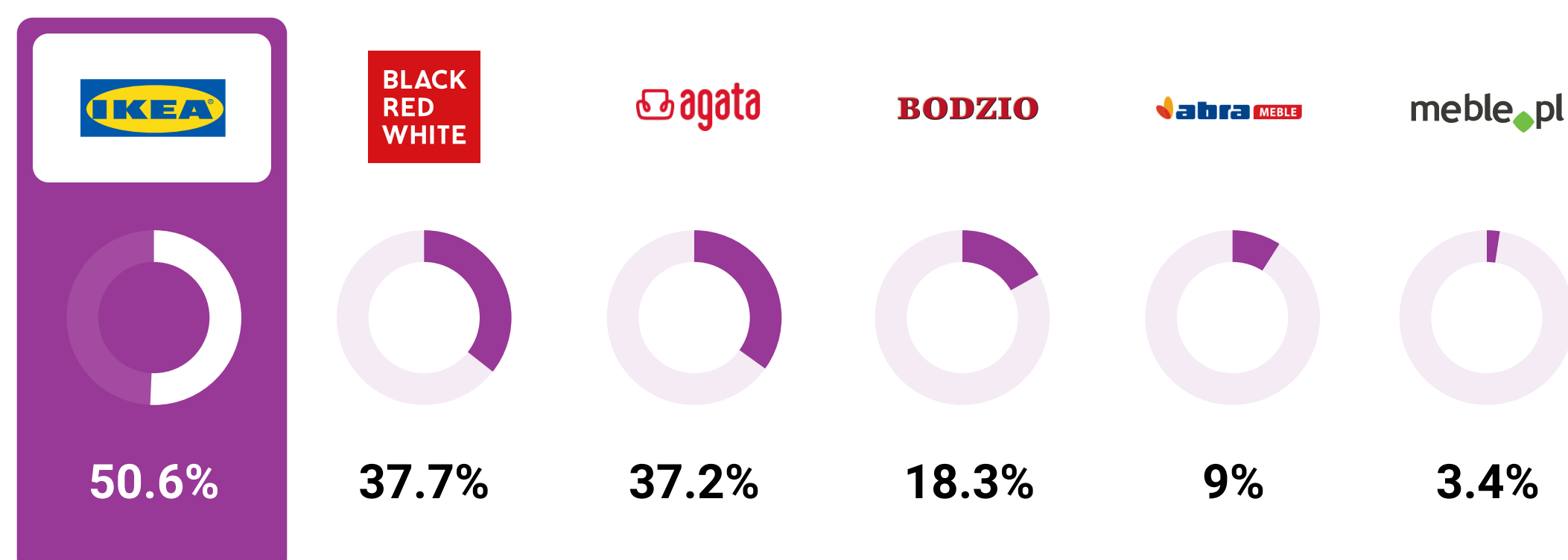


Meble

IKEA to miejsce, gdzie najczęściej kupuje meble 50,6% ankietowanych.

Poza szwedzką siecią popularnością cieszą też Black Red White (37,7%), Agata (37,2%), Bodzio (18,3%), Abra (9%) oraz meble.pl (3,4%).

Pierwsze 5 miejsc zajmują te same sklepy, co rok wcześniej.

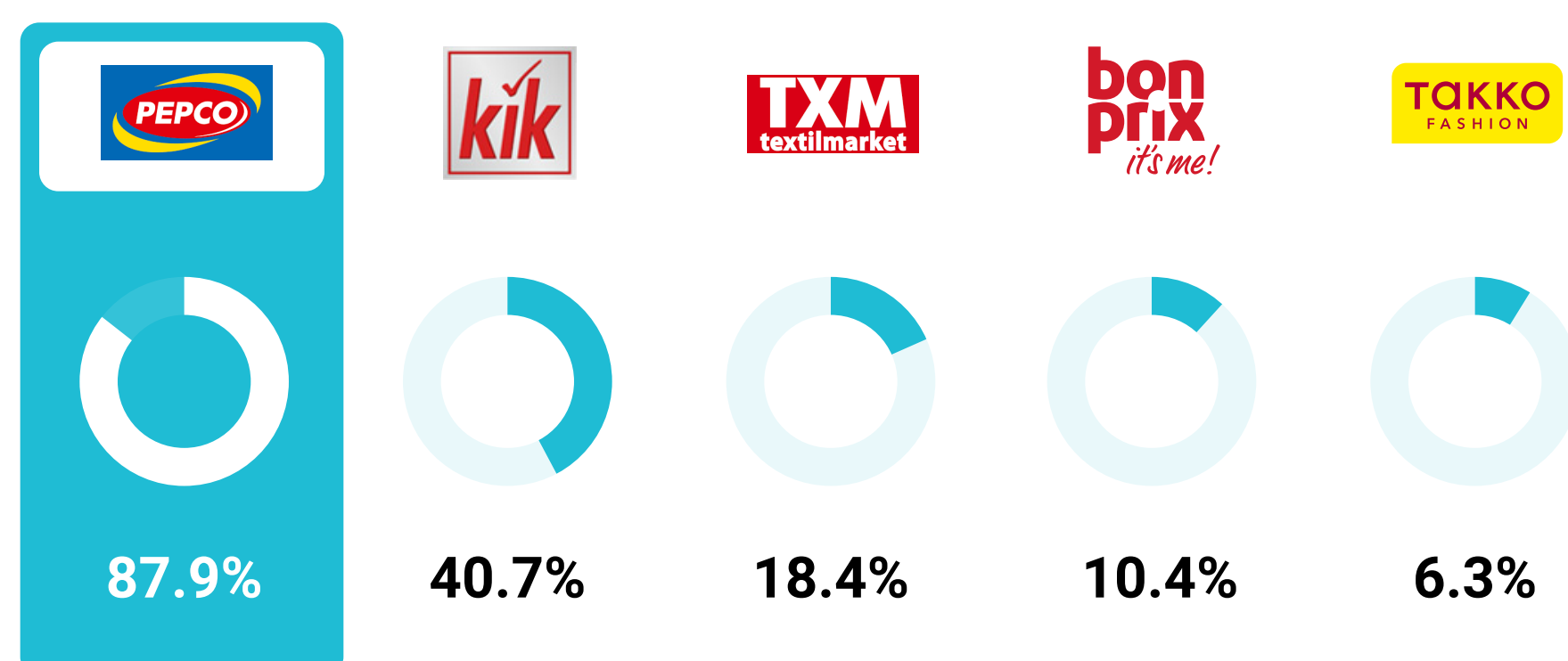


Moda

W kategorii tekstylia króluje Pepco, wskazane przez 87,9% respondentów.

Polki i Polacy zaopatrują się w ubrania także w sklepach Kik (40,7%), Textil Market (18,4%), Bonprix (10,4%), Takko (6,3%).

Tu także pierwsze 5 miejsc zajmują te same sklepy, co rok wcześniej.

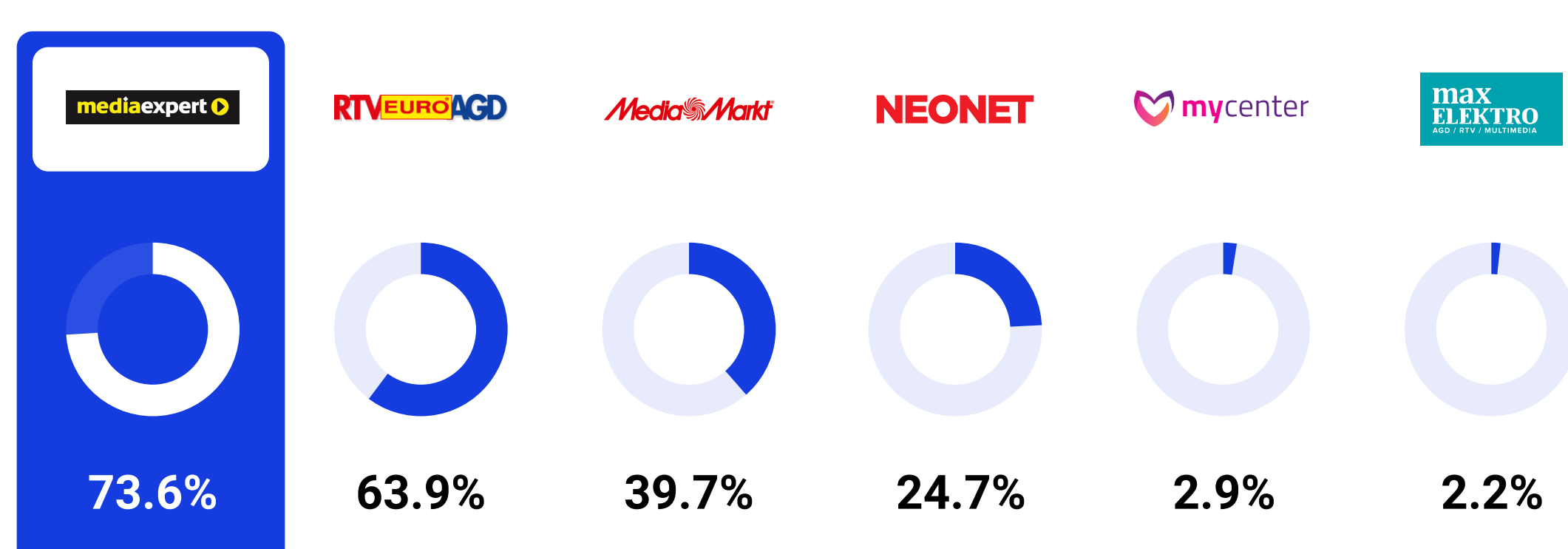


Elektronika

Elektronikę najczęściej kupujemy w Media Expert – 73,6% badanych robi tam zakupy.

Tylko trochę mniejszą popularnością cieszy się RTV Euro AGD (63,9%). Na dalszych miejscach znajdują się Media Markt (39,7%), Neonet (24,7%), My Center (2,9%) i Max Elektro (2,2%).

To kolejna kategoria, gdzie kolejność wyników nie zmieniła się od poprzedniego badania.

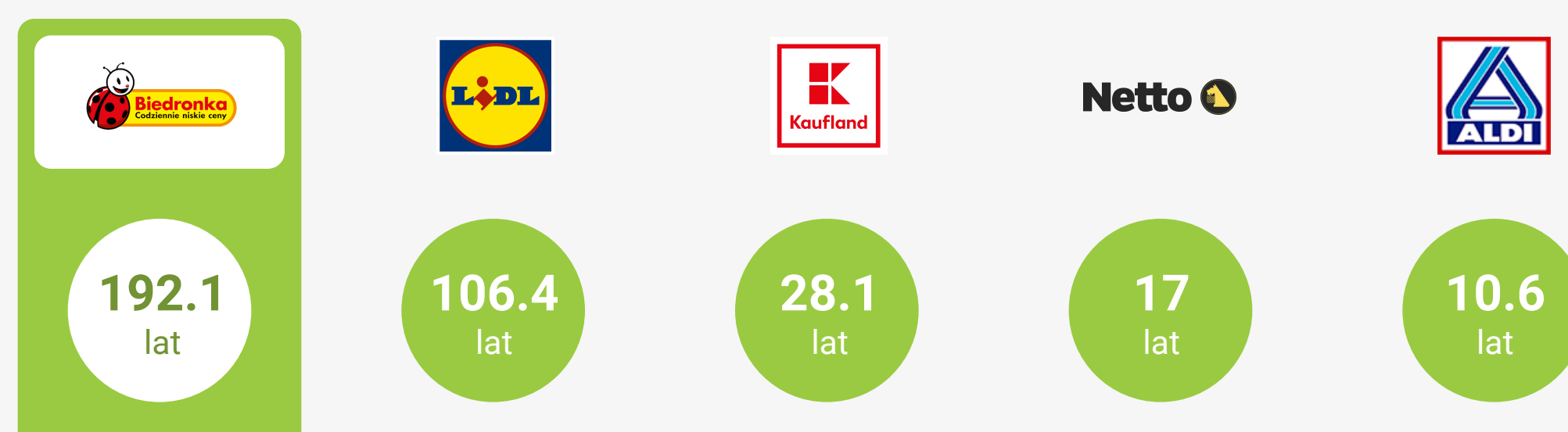


Przeglądanie gazetek w latach

Użytkownicy najwięcej czasu poświęcili na przeglądanie gazetek sieci Biedronka. Sumaryczny czas wyniósł w tym przypadku ponad 192,1 lat. Wyniki najpopularniejszych sieci handlowych w poszczególnych kategoriach prezentują się następująco:

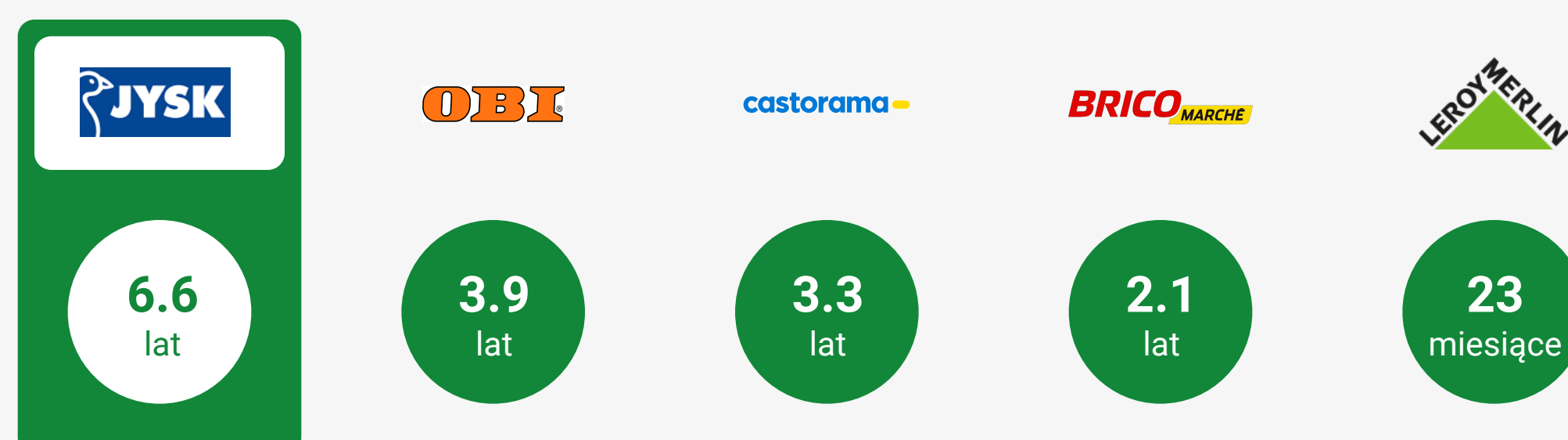
Sklepy spożywcze

Pierwsza piątka nie zmieniła się w porównaniu z rokiem 2019, ale sieć Carrefour, dzięki dynamicznemu wzrostowi, jest na drodze, aby się znaleźć w tym gronie.



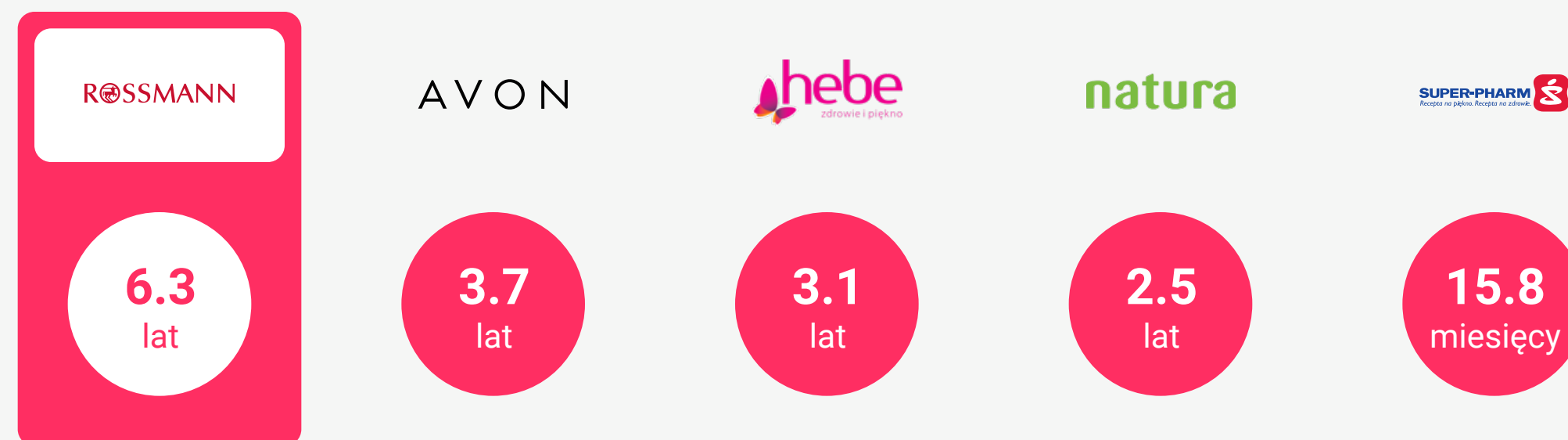
Dom i ogród

Sieć Castorama awansowała z 5 pozycji na 3, z kolei Leroy Merlin spadł z pozycji 2 w roku 2019 na pozycję 5.



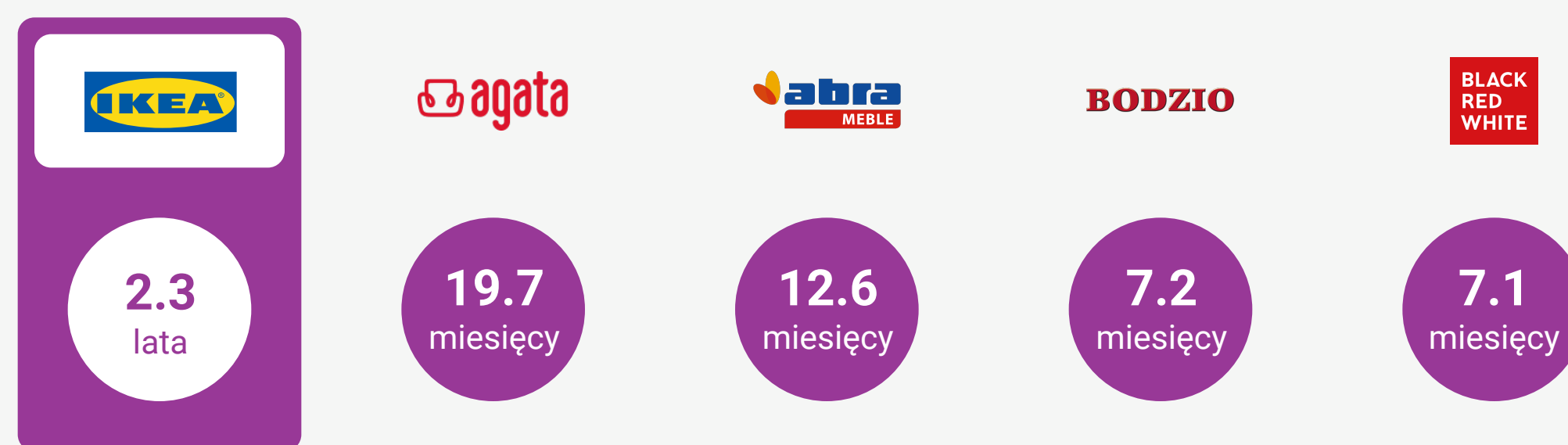
Drogerie

Pierwsza piątka nie zmieniła się, a największe drogerie jeszcze umocniły swoją pozycję.



Meble

Tutaj liderem została sieć IKEA, zastępując sklep meblowy Agata. Sieć abra awansowała na pozycję 3.



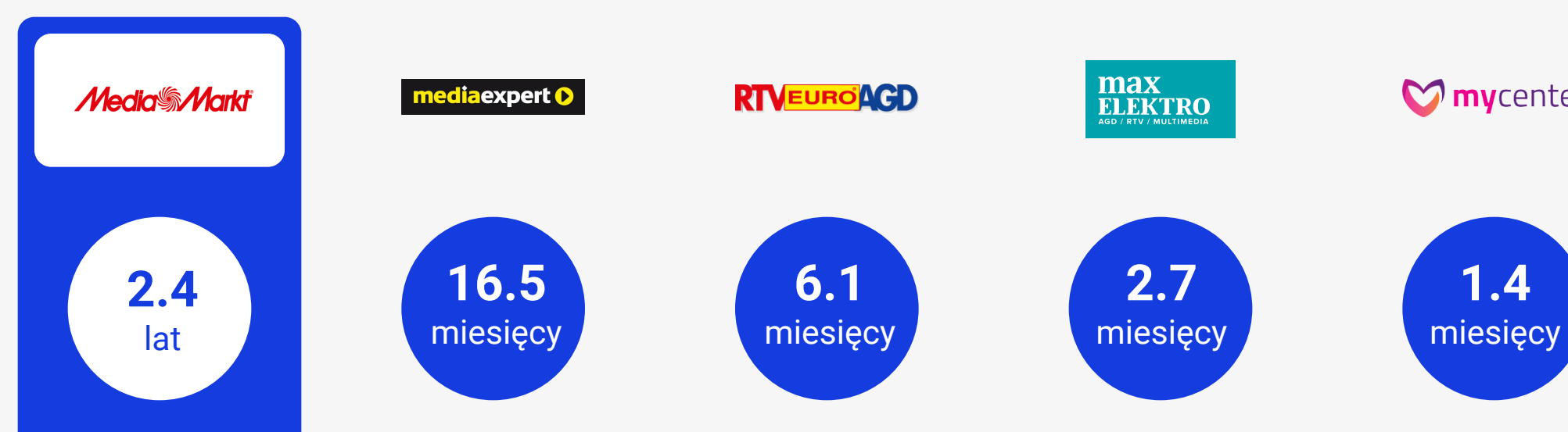
Moda

Zdecydowanym liderem pozostaje PEPCO, które jeszcze wzmocniło swoją pozycję. Bardzo mocno rośnie Textil Market, który awansował na drugą pozycję.



Elektronika

W tej kategorii nic się nie zmieniło w porównaniu z rokiem poprzednim.



Dodatkowe spostrzeżenia

3977 lata

to czas spędzony w aplikacji

Liczba godzin, jaką nasi użytkownicy spędzili w aplikacji w 2020 roku, sumuje się do 3977 lat – o 673 lat więcej, niż rok wcześniej. Na ten wynik składa się nie tylko przeglądanie gazetek, ale też korzystanie z innych funkcji aplikacji: tworzenia list zakupów, zarządzania kartami lojalnościowymi czy wyszukiwanie produktów.

Warte uwagi są wzrosty i spadki zainteresowania (mierzone liczbą wejść do gazetek) gazetkami poszczególnych sieci. W porównaniu z zeszłym rokiem można zauważyć takie zmiany:

Największe sieci spożywcze umocniły swoją pozycję – **Biedronka +36%**, **Lidl +31%**, **Kaufland +11%**, **Netto +29%**. Bardzo duży wzrost zanotowała sieć **Carrefour +41%**.



+36% ↑



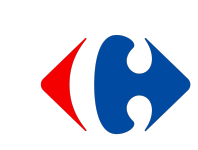
+31% ↑



+11% ↑

Netto

+29% ↑



+41% ↑

Bardzo dynamiczny wzrost zainteresowania gazetkami – **Dino +98%**, **POLomarket +62%** oraz **Stokrotka +56,2%**. Prawie 20% spadek zainteresowania gazetkami sieci **Auchan**.



+98% ↑



+62% ↑



+56% ↑



-20% ↓

Spadek zainteresowania gazetkami marketów elektronicznych – **Media Markt -15%**, **Media Expert -10%**



-15% ↓



-10% ↓

Wzrost zainteresowania gazetkami budowlanymi i meblowymi – **Castorama +50%**, **Bricomarche +22%**, **PSB Mrówka +13%**, **Abra +64%**, **IKEA +14%**, **Black Red White +12%**



+50% ↑



+22% ↑



+13% ↑



+64% ↑



+14% ↑



+12% ↑

Duży wzrost zainteresowania gazetkami sieci drogerii – **Rossmann +80%**, **Hebe +20%**, **Natura +17%**



+80% ↑



+20% ↑



+17% ↑

Większe zainteresowanie ofertami sklepów typu convenience – **Żabka +30%**, **Carrefour Express +60%**



+30% ↑



+60% ↑

Demografia badanych

25.4% / **74.6%**
mężczyźni / kobiety

Bardzo podobnie do badania z roku poprzedniego, 74,6% ankietowanych to kobiety, 25,4% to mężczyźni.

13,4% / **31%**
powyżej 500 tys. / miasto do 10 tys.

Najwięcej ankietowanych mieszka w miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (31%) a najmniej w dużych miastach powyżej 500 tys. mieszkańców (13,4%).

59,2%
to osoby w wieku 25 - 44 lat

Najwięcej użytkowników to osoby w wieku 25-44 lata, którzy stanowią 59,2% badanych.

Aplikacja Moja Gazetka

Moja Gazetka to polska aplikacja do przeglądania gazetek promocyjnych. Każdego miesiąca publikujemy w niej kilkaset gazetek, które przegląda 500 tys. użytkowników.

W naszej bazie znajduje się ponad 100 sklepów z 15 kategorii. W samej Polsce zanotowaliśmy już ponad 2 mln instalacji.

Pobierz Moją Gazetkę i miej oferty swoich ulubionych sklepów zawsze pod ręką!

