



Preço e a variedade são o que mais interessa aos portugueses na hora de comprar

Conclusão é de um estudo do Observatório Shopper Experience, elaborado em Portugal pela in-Store Media



A grande maioria dos portugueses (85%) tem no preço o principal factor de escolha do local onde faz compras.

A conclusão é de um estudo do Observatório Shopper Experience, elaborado em Portugal pela in-Store Media.

Segundo o estudo, com a mesma importância, o conforto e a experiência de compras (77%) e o sortido dos produtos que encontram no supermercado/hipermercado (também com 77%) são os segundos aspectos mais valorizados pelos portugueses na escolha do local

onde vão fazer as suas compras.

O estudo da in-Store Media revela ainda que a maioria dos inquiridos (86%) prefere pagar menos por um produto e que valoriza a insígnia com as melhores promoções nas marcas da sua preferência ou onde encontra a generalidade dos produtos mais baratos (85%). Poupar sem ter que renunciar às marcas de que gosta (83%) e encontrar facilmente as promoções (82%) são outras qualidades que os portugueses prezam no supermercado/hipermercado onde fazem as suas

compras.

Nuno Saraiva de Ponte, director-geral da in-store Media, salienta que "este estudo reforça o conhecimento do shopper, permitindo à in-Store Media continuar a aconselhar com mais acuidade o tipo de comunicação a desenvolver pelos anunciantes nas cadeias de distribuição".

Já no que concerne ao conforto e à experiência no ponto de venda, o consumidor português quer, acima de tudo, encontrar sempre o que procura de forma fácil e célere (85%); quer

fazer as compras rapidamente e sem filas (83%) e comprar tudo num único sítio (81%), assim como ter empregados amáveis e prestáveis (81%).

No caso da importância dos atributos ligados ao sortido, as duas variáveis mais importantes são "encontrar nas cadeias de supermercados produtos frescos, tão bons como os do mercado ou das lojas de bairro" (76%) e "comprar as marcas e a variedade de que mais gostam" (73%).

Por último, o estudo identifica que é dada importância à responsabilidade social, com 70% dos portugueses a quererem, em primeiro lugar, perceber como as cadeias de supermercado tratam os empregados e se se preocupam com o seu bem-estar. Querem também comprar em pontos de venda que estão atentos às questões do meio ambiente (67%) e sentir que a compra que fazem ajuda a economia local da sua zona/região/país (66%).

Apenas 9% dos portugueses faz compras de supermercado online. Neste tipo de compra, quase todos os atributos da loja online têm praticamente o mesmo peso para o consumidor português.

Do top 5 de argumentos apontados pelos inquiridos para a decisão de comprar online constam: receber todos os produtos em bom estado (89%); o website ser fácil e intuitivo (86%); encontrar na loja online as mesmas promoções que existem na loja física (86%); receber os produtos pontualmente (84%) e receber produtos com data de validade alargada (84%).