

Shopper Marketing'de yeni trendler

Sahada pazarlamanın tüm paydaşları olarak son yıllarda "alışverişçi"ye odaklandık. Onu tanımak, ihtiyaçlarını ve davranışlarını anlamak için çabalıyoruz. Planlamalarımızı yaparken bunlara odaklanıyor ve bu alandaki trendleri takip ediyoruz. TMC, 2015'e dair belirlediği Alışverişçi Pazarlaması trendlerini 10 başlıkta topluyor:

1. Perakendede globalleşme ve konsantrasyon süreci devam edecek.
2. Private Label ürünler hızlı tüketim sektöründeki markalar için tehdit olacak.
3. Alışverişçiler internette araştırma yapıp, satın almayı sahadan yapmayı sürdürecekler. DigitasLBi Global'in yaptığı bir araştırmaya göre insanlar %88 oranında internette araştırma yapıp, alışverişi sahada yapıyor. 12 ülkeden 11'inde ve 10 kişiden 9'unda bu davranış gözlemleniyor.
4. POPAI'nin 2014 yılında yaptığı Tüketici Alışkanlıkları araştırmasına göre ise; kategoriye bağlı olarak %30 - 80 arasında değişen bir oranda son satın alma kararı rafta veriliyor ve bu oran aktif yaşam tarzları, mağaza içi promosyonlar, sunulan çeşitlilik sebebiyle her gün artıyor.
5. Ev dışı tüketim sıklığı artıyor (Restoran, sinema, seyahat vs).
6. Kolaylık her şeyin önünde geliyor. Özellikle mutfakta harcanan zaman azalınca hazır yiyecek ve içecekler ön plana çıkıyor.
7. Alışverişçiler sağlık ve fiyat konusunda artık daha duyarlılar.
8. Aktif alışverişçiler sosyal ticarete. Arkadaşla alışveriş konsepti artık değişti. Fırsat siteleri sadece fiyat odaklı olmaktan çıktı, paylaşım ön planda.
9. Büyük Veri, Büyük Sınav. Şüphesiz alışverişçi ile ilgili her türlü veri artmaya devam edecek, alışverişçiler onlar için karşılığında bir değer yaratıldığı sürece verilerini paylaşmaya devam edecek.
10. Alışverişçi pazarlamasına ayrılan bütçe toplam pazarlama bütçesindeki payını artıracak. Bu oran Amerika'da tüketici ürünlerinde ilk 10 endüstride %50-60 civarında. Latin Amerika'da ise biraz daha geride (%40-50) ama hızla artıyor.

