
Δελτίο τύπου

Ημερομηνία	05 Απριλίου 2016
Υπεύθυνη	Αλεξάνδρα Φιλιππάκη Τηλ: 210 6874490 Email: alexandra.filippaki@gr.pwc.com
Σελίδες	3 Περισσότερες πληροφορίες θα βρείτε εδώ Follow/retweet: @PwC_Greece

Η Κίνα οδηγεί τις εξελίξεις στο λιανεμπόριο

Περίπου 23.000 διαδικτυακοί καταναλωτές από 25 χώρες αποκάλυψαν, στην πιο ολοκληρωμένη έως τώρα έρευνα της PwC για το λιανικό εμπόριο [“Total Retail Survey 2016: They say they want a revolution”](#), τις μεταβαλλόμενες συμπεριφορές που θα οδηγήσουν στην επόμενη επανάσταση στον κλάδο. Τον ρυθμό τον δίνουν οι Κινέζοι καταναλωτές.

Τα τελευταία χρόνια, οι Κινέζοι καταναλωτές πρωτοπορούν όσον αφορά τις καταναλωτικές συμπεριφορές και ο υπόλοιπος κόσμος ακολουθεί. Για παράδειγμα, το ποσοστό του παγκόσμιου δείγματός μας που κάνει αγορές μέσω internet σε καθημερινή βάση εξακολουθεί να είναι πολύ χαμηλότερο σε σχέση με αυτό της Κίνας (από 2,9% το 2012 σε 7,1% το 2015 με το ποσοστό αυτό για την Κίνα να αυξάνεται από 4,3% το 2012 σε 19,6% το 2016).

Οι αγορές μέσω κινητού τηλεφώνου έχουν καταγράψει παρόμοια πορεία. Το ποσοστό των Κινέζων καταναλωτών που προτίθενται να κάνουν αγορές μέσω πίστωσης χρημάτων στα κινητά τους τηλέφωνα αυξήθηκε από 56% το 2014 σε 60% το 2015. Οι καταναλωτές στον υπόλοιπο κόσμο ακολούθησαν, με το αντίστοιχο ποσοστό να αυξάνεται από 30% το 2014 σε 33% το 2015.

Φαίνεται ξεκάθαρα ότι οι φορητές συσκευές θα αναδειχθούν σε αγαπημένο εργαλείο πραγματοποίησης αγορών, με τους Κινέζους καταναλωτές να πρωτοπορούν και σε αυτόν τον τομέα. Το 65% των Κινέζων καταναλωτών υποστηρίζουν ότι πραγματοποιούν αγορές μέσω των κινητών τους τηλεφώνων τουλάχιστον μια φορά το μήνα, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό του συνολικού παγκόσμιου δείγματος καταναλωτών ανέρχεται σε μόλις 28%.

Σύμφωνα με τον John Maxwell, επικεφαλής του τομέα Retail & Consumer του παγκόσμιου δικτύου της PwC: «Η Κίνα ειδικά, και οι αναδύομενες αγορές γενικά, θα συνεχίσουν να δίνουν τον ρυθμό στις αγορές μέσω φορητών συσκευών και μέσω κοινωνικής δικτύωσης αφ'ενός, λόγω έλλειψης παραδοσιακών τεχνολογιών, όπως

είναι οι προσωπικοί Η/Υ, αφ'εταίρου λόγω της ενθουσιώδους υποδοχής της εξατομικευμένης τεχνολογίας από τους καταναλωτές.

Στο λιανικό εμπόριο παίζουν ρόλο και οι δεξιότητες

Σύμφωνα με την έρευνά της PwC, οι καταναλωτές εκφράζουν όλο και πιο ξεκάθαρα την άποψη ότι οι εργαζόμενοι του λιανικού εμπορίου πρέπει να εξελίσουν τις δεξιότητές τους εάν θέλουν να κερδίσουν τους σημερινούς ενημερωμένους και ιδιαίτερα εξοικειωμένους με την τεχνολογία πελάτες.

Σύμφωνα με το 40% του παγκόσμιου δείγματος καταναλωτών, ο σημαντικότερος παράγοντας που μπορεί να βελτιώσει την εμπειρία του πελάτη στο κατάστημα είναι η εξυπηρέτηση από πωλητές που έχουν βαθιά γνώση της γκάμας των προϊόντων. Δεύτερος σημαντικότερος παράγοντας αναδείχθηκε η ικανότητα γρήγορου ελέγχου του αποθέματος σε άλλα υποκαταστήματα ή στο διαδίκτυο.

Ακόμη, όταν ρωτήσαμε το παγκόσμιο δείγμα μας τι θα μπορούσε να ενισχύσει την προτίμηση των καταναλωτών για τα συνολικά καταστήματα, οι τέσσερις στις πέντε δημοφιλέστερες απαντήσεις αφορούσαν το προσωπικό των καταστημάτων: καλύτερη εξυπηρέτηση μετά την πώληση (31%), εξυπηρετικό προσωπικό (29%), εξατομικευμένη εξυπηρέτηση (28%) και αύξηση της απασχόλησης της τοπικής κοινωνίας (29%).

Υπάρχει χώρος για εταιρείες λιανικού εμπορίου που θέλουν να επενδύσουν στην καινοτομία

Παρ' όλο που πάνω από το 60% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η αγαπημένη του εταιρεία στο λιανικό εμπόριο καινοτομεί, μόνο το 17% αυτών δήλωσε ότι εταιρεία αυτή ηγείται της καινοτομίας στις εννέα κατηγορίες για τις οποίες ρωτήθηκαν. Σε δύο βασικές κατηγορίες – τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την αειφορία – μόνο το 10% των καταναλωτών απέδωσε στην αγαπημένη του εταιρεία τον τίτλο του ηγέτη στην καινοτομία.

Τι θέλουν οι καταναλωτές: Κοινότητα και σύνδεση

Εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι το 91% του παγκόσμιου δείγματός μας δήλωσαν ότι είναι μέλη κάποιου προγράμματος επιβράβευσης πελατών. Παρ' όλο που οι εκπτώσεις μόνο για μέλη, οι πόντοι επιβράβευσης και η δωρεάν αποστολή εκτιμώνται δεόντως από τους ερωτηθέντες (70%, 61% και 58% αυτών αντίστοιχα θεωρούν τα πλεονεκτήματα αυτά σημαντικά), στις απαντήσεις άλλων ερωτηθέντων εκφράζεται η επιθυμία για μεγαλύτερη εξατομίκευση. Το 23% των ερωτηθέντων επέλεξαν τις εξατομικευμένες προσφορές και το 18% την πρόσβαση σε εκδηλώσεις που γίνονται αποκλειστικά για τα μέλη ως τα πλεονεκτήματα που θα εκτιμούσαν περισσότερο σε ένα πρόγραμμα επιβράβευσης πελατών. Και τα δύο αυτά στοιχεία αναδεικνύουν το γεγονός ότι υπάρχει χώρος για καινοτομία.

Και εδώ οι Κινέζοι καταναλωτές οδηγούν τις εξελίξεις, καθώς αξιολόγησαν την πρόσβαση σε εκδηλώσεις μόνο για μέλη (32%) και τις εξατομικευμένες προσφορές (36%) πολύ υψηλότερα σε σχέση με τους ομολόγους τους άλλων εθνικοτήτων.



Σημειώσεις για τους συντάκτες

Η PwC διεξήγαγε μιας ετήσια παγκόσμια διαδικτυακή έρευνα στην οποία έλαβαν μέρος 23.000 διαδικτυακοί καταναλωτές από 25 χώρες και 5 ηπείρους. Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ Αυγούστου και Σεπτεμβρίου του 2015.

Σχετικά με την PwC

Στην PwC, στόχος μας είναι η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης στην κοινωνία και η επίλυση σημαντικών προβλημάτων. Είμαστε ένα δίκτυο εταιρειών σε 157 χώρες με περισσότερα από 208.000 στελέχη που δεσμεύονται να παραδίδουν ποιοτικό έργο στις ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες που αναλαμβάνουν. Πείτε μας τι έχει αξία για σας και μάθετε ακόμα περισσότερα στην ιστοσελίδα μας www.pwc.gr.

Η επωνυμία 'PwC' αναφέρεται στο δίκτυο των εταιρειών μελών και/ή σε μία ή περισσότερες από τις εταιρείες μέλη, κάθε μία από τις οποίες αποτελεί μια ξεχωριστή νομική οντότητα. Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλούμε επισκεφθείτε το www.pwc.com/structure.

© 2016 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων