
Δελτίο Τύπου

Ημερομηνία **27 Μαρτίου 2019**

Υπεύθυνοι
Επικοινωνίας: **Κάλλια Μυλωνάκη**
Τηλ.: **+210 8114386**
Email: **kallia.mylonaki@pwc.com**

Σελίδες **2 σελίδες**



Global Consumer Insights: Οι καταναλωτές απομακρύνονται από τις παραδοσιακές μορφές ψυχαγωγίας και μέσα ενημέρωσης

Το smartphone, η πιο δημοφιλής συσκευή για τις διαδικτυακές αγορές

- *Σχεδόν το 40% των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσαν ότι απομακρύνονται από τις παραδοσιακές μορφές ψυχαγωγίας και χρησιμοποιούν πλέον υπηρεσίες ροής δεδομένων (streaming) τουλάχιστον μία φορά ημερησίως*
- *Πάνω από το 50% των καταναλωτών της γενιάς Z κάνουν χρήση των υπηρεσιών streaming*
- *Το 25% των καταναλωτών στρέφονται πρωτίστως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωση τους σχετικά με την επικαιρότητα*

Οι καταναλωτές χρησιμοποιούν πλέον την ψηφιακή τεχνολογία για πολύ περισσότερες χρήσεις από τις αγορές τους. Αντιπροσωπευτικό στοιχείο αποτελεί η επανάσταση που έχει συντελεστεί στον τρόπο πρόσβασης των καταναλωτών στην ψυχαγωγία και στα μέσα ενημέρωσης. Συγκεκριμένα, το 38% των καταναλωτών παγκοσμίως χρησιμοποιούν υπηρεσίες streaming για την ψυχαγωγία τους σε καθημερινή σχεδόν βάση, ενώ για τη γενιά Z (έχουν γεννηθεί μεταξύ 1995-2005) το ποσοστό της ψυχαγωγίας πέραν της καλωδιακής τηλεόρασης ξεπερνά το 50%.

Τα ευρήματα δημοσιεύονται στην έρευνα [PwC's Global Consumer Insights](#), η οποία διερευνά τις καταναλωτικές συμπεριφορές, τις συνήθειες και τις προσδοκίες περισσότερων από 21.000 καταναλωτών σε 27 χώρες. Η έρευνα της PwC αποκαλύπτει τους ραγδαίους ρυθμούς με τους οποίους αλλάζει η καταναλωτική συμπεριφορά σε μια σειρά από τομείς πέραν της ψυχαγωγίας και των μέσων ενημέρωσης.

Όσον αφορά στην ενημέρωση, το 25% των καταναλωτών στρέφονται κατά προτεραιότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωση τους σχετικά με την επικαιρότητα. Αυτό, βέβαια, δεν προκαλεί εντύπωση αν αναλογιστεί κανείς τον υψηλό βαθμό διεξόδου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που επιτρέπουν την αλληλεπίδραση των καταναλωτών με τα brands, κατέχουν πλέον την τρίτη θέση σε όρους αποτελεσματικότητας, ενώ για τους millennials αποτελούν την πιο δημοφιλή μορφή, ξεπερνώντας τις καθιερωμένες τηλεοπτικές διαφημίσεις.

Όσο πιο καλή είναι η εμπειρία, τόσο μεγαλύτερη η δαπάνη των καταναλωτών

Από την έρευνα προκύπτει ότι οι καταναλωτές -οι οποίοι βομβαρδίζονται με μια σειρά από επιλογές- αναζητούν τα εργαλεία που θα τους βοηθήσουν να απλοποιήσουν τις αποφάσεις των αγορών τους. Εκτός από τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών, οι καταναλωτές εμπιστεύονται αξιόπιστες κοινότητες και εξειδικευμένες γνώσεις:

- Τρία χαρακτηριστικά μπορούν να βελτιώσουν την εμπειρία στο κατάστημα: α) εύκολη πλοήγηση, β) καλά πληροφορημένο προσωπικό και γ) επιλογή εύκολης πληρωμής
- Το 61% των καταναλωτών επηρεάζονται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για τις αγορές τους, καθώς είτε εμπνέονται από αυτά είτε ενθαρρύνονται από τα θετικά σχόλια. Κάτω από το 20% των καταναλωτών, αντιθέτως, δηλώνουν ότι είναι πιθανό να αγοράσουν ένα προϊόν επηρεασμένοι από κάποιον επώνυμο ή influencer
- Σχεδόν το 50% των συμμετεχόντων παραδέχονται ότι επηρεάστηκαν από συγγενείς και φίλους κατά την επιλογή ταξιδιωτικού γραφείου για τις διακοπές τους

«Σύμφωνα με τον John Maxwell, επικεφαλή του Τμήματος Διεθνών Καταναλωτικών Αγορών της PwC: «Οι εταιρείες, χρησιμοποιούν ένα μείγμα φυσικών και ψηφιακών προσεγγίσεων για την ικανοποίηση των καταναλωτών οι οποίοι πλέον αναζητούν ένα άρτιο και εύκολο ταξίδι αγορών. Το αποτέλεσμα είναι μια εμπειρία υψηλότερης απόδοσης για τον πελάτη με μακροπρόθεσμα οφέλη για τις επιχειρήσεις».

Περισσότεροι από τους μισούς καταναλωτές (51%) που συμμετείχαν στην έρευνα χρησιμοποιούν smartphone για την ηλεκτρονική πληρωμή λογαριασμών και τιμολογίων, ενώ το ίδιο ποσοστό πραγματοποιεί μεταφορές χρημάτων διαδικτυακά. Για πρώτη φορά στα 10 χρόνια που διενεργείται η συγκεκριμένη έρευνα, το smartphone κατατάσσεται στην πρώτη θέση για την υλοποίηση διαδικτυακών αγορών, με το 24% των καταναλωτών να το χρησιμοποιούν για αγορές σε εβδομαδιαία βάση. Ειδικά για τον κλάδο της υγείας, τα 2/3 των καταναλωτών είναι πλέον πιο ανοιχτοί σε μη συμβατικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου. Σε ποσοστό 75% έχουν εγκαταστήσει εφαρμογές υγείας, με πιο δημοφιλείς όσες έχουν λειτουργία παρακολούθησης φυσικής άσκησης και υγείας.

Στις αναδυόμενες χώρες, οι πληρωμές μέσω κινητού τηλεφώνου αυξάνονται, με το Βιετνάμ να καταγράφει τους υψηλότερους ρυθμούς (61%) σε ετήσια βάση, και τη Μέση Ανατολή να ακολουθεί στη δεύτερη θέση (45%). Παγκοσμίως, σημειώθηκε συνολική αύξηση 24% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Τέλος, τα ασιατικά κράτη είναι πιθανότερο να υιοθετήσουν αυτή τη συμπεριφορά ταχύτερα από τα δυτικά κράτη.

Μπορείτε να βρείτε αναλυτικά την έκθεση στο www.pwc.com/consumerinsights

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 158 χώρες με περισσότερα από 250.000 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.com. 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.