
Το 1/3 των Ελλήνων καταναλωτών ζητά καλύτερες υπηρεσίες online παράδοσης

2021/03/05 05:00 στην κατηγορία ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Οι Έλληνες καταναλωτές προσαρμόστηκαν στον ψηφιακό τρόπο λειτουργίας των καταστημάτων και στο click away και click n'collect, όπως διαπιστώνει παγκόσμια έρευνα της KPMG, με τίτλο "Me, My life, My Wallet" που διενεργήθηκε σε περισσότερους από 18.000 καταναλωτές σε 16 χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα.

Ενας στους δύο καταναλωτές (44%) σημειώνει ότι χρησιμοποιεί περισσότερες (και διαφορετικές) τεχνολογίες, όπως εφαρμογές κινητών ή ψηφιακούς βοηθούς, σε σύγκριση με την προ COVID περίοδο.

Σύμφωνα με την έρευνα, το 55% των καταναλωτών θέτει την προστασία των δεδομένων τους σε σημαντική προτεραιότητα και το 1/3 ζητά καλύτερες υπηρεσίες online παράδοσης.

Μάλιστα, ένας στους δύο (47%) περιμένει ότι οι εταιρείες δεν θα χρησιμοποιήσουν - διαμοιράσουν τα δεδομένα τους με τρίτους.

Σύμφωνα με την έρευνα, το 90% των καταναλωτών στην Ελλάδα εκτιμά τις εταιρείες, οι οποίες προάγουν την εταιρική υπευθυνότητα και των οποίων οι ενέργειες ευθυγραμμίζονται με τις δικές τους πεποιθήσεις και αξίες.

Μάλιστα, το 80% προτιμά να αγοράζει από εταιρείες των οποίων οι δράσεις συμπίπτουν με τις απόψεις και τις αξίες τους.

Ακόμη πιο εντυπωσιακό είναι το εύρημα ότι **το 90% των καταναλωτών είναι πρόθυμο να αγοράσει ακριβότερα το ίδιο προϊόν από εταιρείες που συνεισφέρουν στην κοινωνία.**

“Στον αγώνα για την ανάπτυξη, το να γνωρίζεις τον πελάτη σου - σε βάθος, προσωπικά και ολιστικά - είναι αυτό που ξεχωρίζει τους νικητές απ' όλους τους υπόλοιπους. Οι πελάτες, πλέον, ζητούν την καλύτερη εμπειρία και το προϊόν καθαυτό δεν επηρεάζει τόσο πολύ την επιλογή τους.

Η σε βάθος γνώση των πελατών και των αναγκών θα είναι κρίσιμης σημασίας για τις επιχειρήσεις, προκειμένου να ανταποκριθούν με στα νέα δεδομένα”, αναφέρει η

εταιρεία.