Nielsen: „Consumatorii joacă în ambele echipe”

16 Jan 2020 | de Progresiv



[1]

Cine câștigă în lupta pentru decizia de cumpărare: clickul sau conversația? Conform unui studiu realizat de compania globală de măsurare Nielsen, 93% dintre consumatori încă preferă conversația verbala în detrimentul celei online atunci când vine vorba de a-și împărtăși propriile experiențe în materie de brand sau când caută recomandări în legătura cu un produs.

Raportul Nielsen ”Digital vs. Real Life” arată că deși consumatorii se angrenează în mod activ pe platformele online, recomandările personale („word of mouth”) sau conversațiile din viața reală au o influență mai puternică asupra minților consumatorilor, așadar și asupra deciziilor de cumpărare. Mai mult de jumătate dintre respondenți (58%) confirmă că discuțiile personale îi influențează într-o mai mare măsură (versus 46% rețele de socializare) și 71% indică faptul ca atunci când sunt purtate în viața reală, conversațiile au un impact puternic asupra

deciziilor de cumpărare.

”Este mai ușor pentru noi să avem încredere în persoanele pe care le cunoaștem – prieteni, parteneri, colegi – decât în personalități necunoscute de pe rețele de socializare. Deci pentru a fructifica această oportunitate în afaceri, trebuie depus mai mult efort pentru a oferi o experiență pozitivă clienților, ceea ce îi va încuraja să o împărtășească în cadrul rețelei lor personale” susține Sue Temple, Vicepreședintele Global Consumer Insights Nielsen.

O analiză la nivel regional arată că Australia, Germania și Coreea sunt înaintea trendului în ce privește preferință pentru discuțiile personale versus social media, indicând-o ca pe cel mai influent factor asupra minților consumatorilor și a deciziilor de cumpărare, în detrimentul rețelelor de socializare.

Totodată, producătorii și distribuitorii ar trebui să fie conștienți de diferență dintre „clickuri” și „conversații atunci când își aloca bugetul de marketing și publicitate, având în vedere ca nivelul de încredere diferă de la țară la țară: Mexic (71%), Indonezia (65%) și Turcia (61%) tind să aibă scoruri mai mari pentru rețelele de socializare, pe când Australia și Germania tind sa aibă scoruri de încredere mai mici (ambele 34%).
Motivele folosirii mediului digital diferă de la regiune la regiune, dar această variantă este în principal aleasa de consumatori atunci când caută recomandări (46%), când găsesc ceva interesant de citit online (42%) sau când doresc să își împărtășească propria experiență (38%). În același timp, cei mai mulți consumatori care își exprimă opiniile în conversații directe fac asta pentru că doresc să își împărtășească experiența (45%), să discute despre oferte exclusive (42%) sau să recomande produse de calitate (42%).

În același timp, mai mulți consumatori preferă să discute despre branduri decât să posteze despre ele online. În țările în care predomină generațiile mai în vârstă (Australia, Germania, Coreea de Sud) predomină preferință pentru conversații, spre deosebire de Indonezia și Thailanda, unde consumatorii preferă să posteze mai mult online despre experiențele lor legate de un brand. „Aceste diferențe regionale au un impact direct asupra eficienței campaniilor de marketing. A ști care sunt cei mai probabili factori de influență va ajuta la îmbunătățirea campaniilor de marketing pe rețelele de socializare” conchide Sue Temple.

Metodologie

Studiul Nielsen “Digital vs Real Life” a fost realizat pe un eșantion de peste 3.300 de consumatori din 11 țări – Australia, China, Germania, India, Indonezia, Mexic, Arabia Saudită, Coreea de Sud, Thailanda și Turcia. Panelul a fost selectat folosind parteneri externi și include utilizatori de internet reprezentativi pentru țara de origine din punct de vedere al vârstei și genului. Datele au culese în perioada 23 Sept - 4 Oct 2019 și au fost revizuite la nivel național de către statisticieni. Studiul Nielsen se bazează exclusiv pe comportamentul consumatorilor care au acces la internet.

Articole Asemănătoare

Source URL: https://revistaprogresiv.ro/articole/nielsen-consumatorii-joaca-ambele-echipe

Legături
[1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/consumatori_shutterstock_617699339.jpg