

# Co daje nam zrozumienie klientów sieci?

Segmentacja shopperów  
Strategie dotarcia i komunikacji

Lech Komendant  
Anka Łęcarska  
Krzysztof Szczerbacz  
Zofia Szwonder

NielsenIQ



# Dlaczego segmentacja?

1

Jak dzielą się polscy shopperzy?

.....

2

Jaki rodzaj doświadczenia zakupowego odpowiada najbardziej segmentom?

.....

3

Jaki rodzaj komunikacji będzie najlepiej rezonował z segmentami?

.....

4

Jak z tej wiedzy można złożyć strategię lepszą dla detalisty i producenta?

# Shopper Trends

## *Shopper Trends* Poland 2024

Hypermarkets, Supermarkets & Discounters  
E-commerce

April 2024

**NIQ**

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



## Polska

**Raport:** 26 kwietnia 2024 /  
następna edycja w styczniu 2025

### **Główne obszary:**

- Shopper Insights
- Dynamika kanałów
- Ocena sieci detalicznych

Raport dostępny na 50+ rynkach

# Segmentacja polskich shopperów



Opanowany  
minimalista

● ○ ○ ○ ○

Wydatki na zakupy

Wrażliwość na promocje



Planowanie zakupów



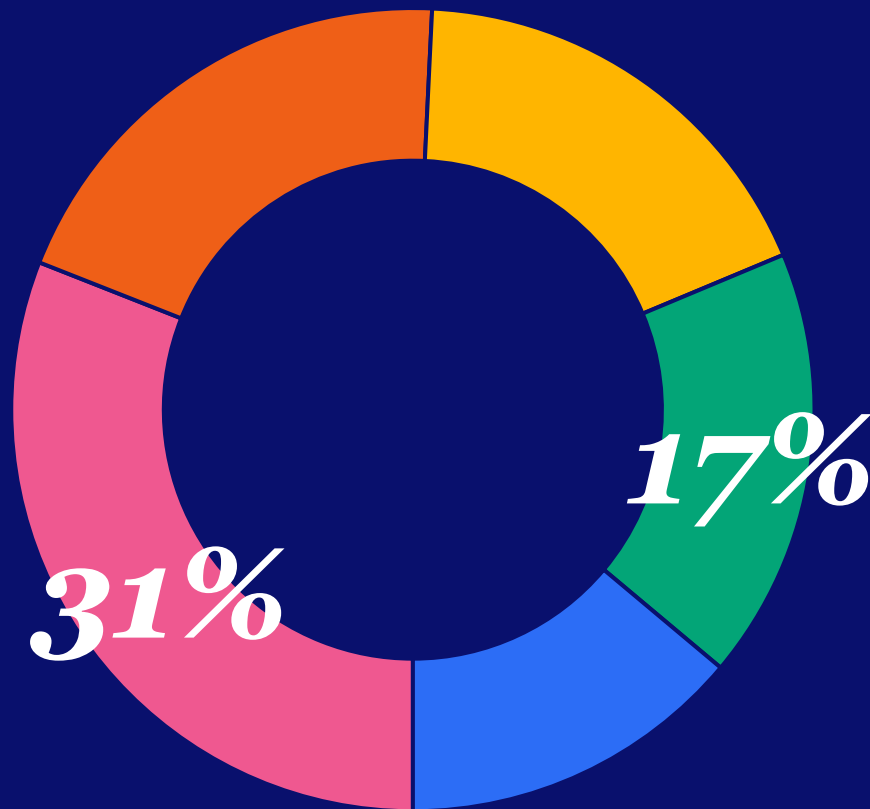
Przyjemność z zakupów



Znajomość cen



Sprawdzanie oferty online



Promo  
entuzjasta

● ● ○ ○ ○

Wydatki na zakupy

Wrażliwość na promocje



Planowanie zakupów



Przyjemność z zakupów



Znajomość cen



Sprawdzanie oferty online

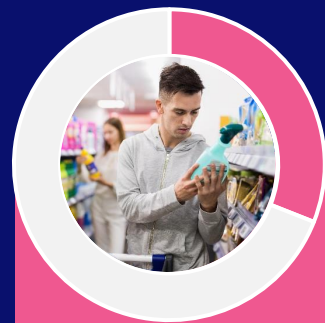


# Osobowość: Pogłębione zrozumienie cech osobowości segmentów

Pięcioczynnikowy Model Osobowości: OCEAN



# Profile osobowości



## Opanowany minimalista

*Współpracujący, przyjazny, współczujący, ufny, pomocny, empatyczny*

*Zrównoważony, pewny siebie, trudno go zdenerwować*

*Rutyna i nawyk bez nagłych zmian*

*Elastyczny, spontaniczny, wyluzowany*

Ugodowość +

Neurotyczność -

Otwartość -

Sumienność -



## Promo entuzjasta

*Analityczny, konkurujący, nie boi się wyrazić swojego zdania. Nie przyjmuje nic na wiarę.*

*Wrażliwy, nerwowy, emocjonalny, podatny na stres*

*Cieszy się nowymi doświadczeniami*

*Lubi porządek i planowanie*

Ugodowość -

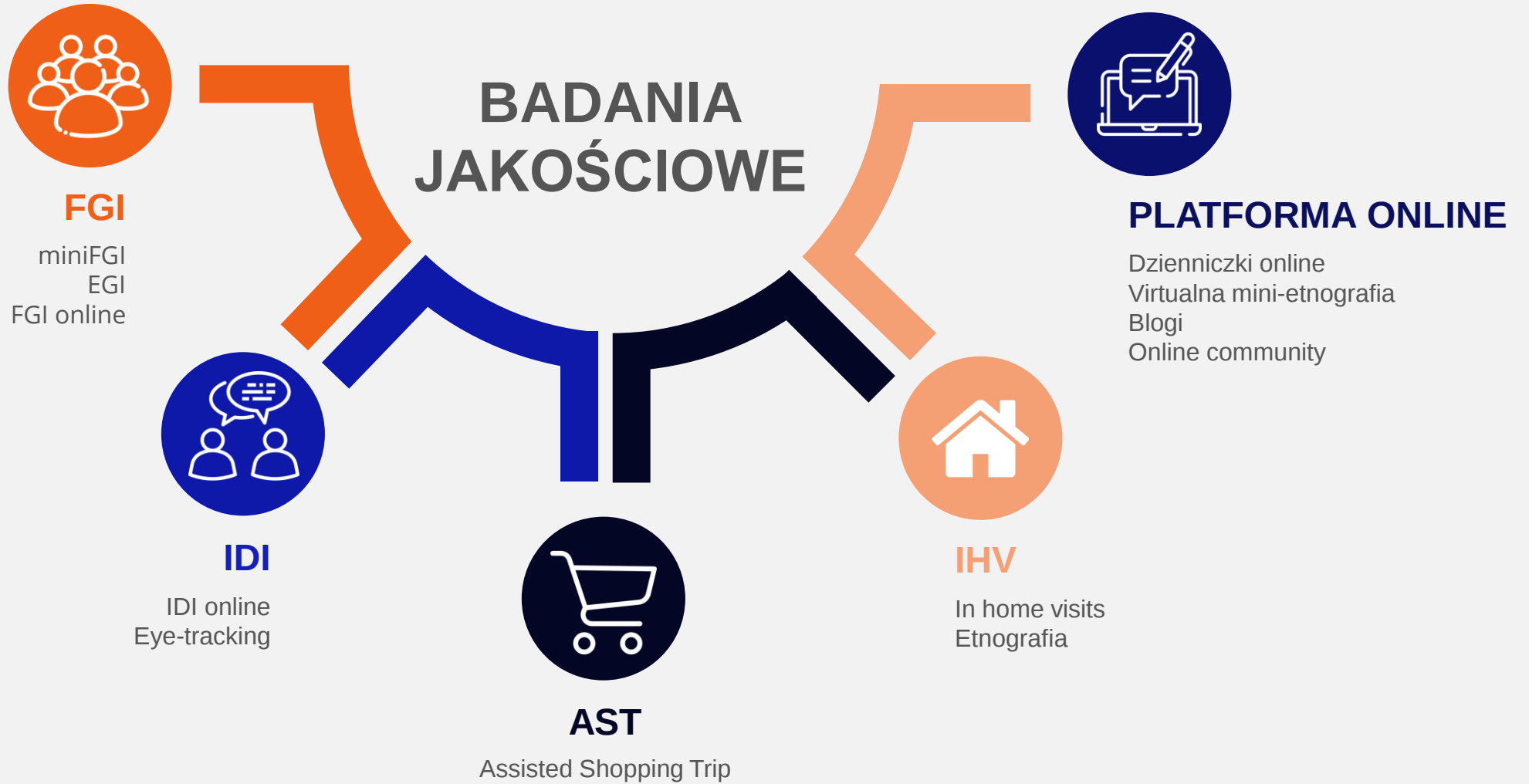
Neurotyczność +

Otwartość +

Sumienność +

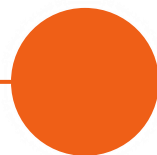
# Jak zrozumieć ich lepiej?



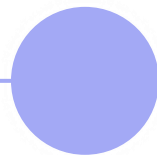




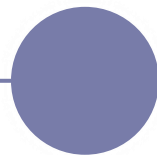
# BADANIA NA PLATFORMIE ONLINE



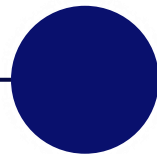
Oszczędność czasu oraz wygoda dla  
respondentów i obserwatorów platformy



Szeroki zasięg i dłuższy czas obserwacji



Elastyczność i interaktywność



Stały dostęp do danych

# Jak to wygląda w praktyce?

## DZIEŃ 3 / Podejście do zakupów

Jak wygląda Twoje podejście do zakupów? Czy planujesz je z wyprzedzeniem, czy raczej działasz spontanicznie? Co wpływa na to, czy wcześniej się przygotowujesz? W jakich sytuacjach uważasz, że planowanie jest niepotrzebne? A kiedy czujesz, że dobrze jest mieć plan? Opisz, w jaki sposób organizujesz swoje zakupy – czy tworzysz listy, sprawdzasz promocje, korzystasz z aplikacji?

Chcielibyśmy usłyszeć o Twoich nawykach!

2024-09-04 14:4

promo\_\_\_\_\_  
entuzjastka 2



Wszyscy

Zakupy muszą być dobrze przemyślane – zwłaszcza kiedy chodzi o większe zakupy dla całej rodziny. Zawsze planuję, bo to dla mnie oszczędność czasu i pieniędzy. Zanim pójde do sklepu, przeglądam aplikacje, sprawdzam aktualne promocje, no i oczywiście robię dokładną listę zakupów. Uwielbiam korzystać z okazji, szczególnie jeśli mogę kupić ekologiczne produkty albo coś specjalnego dla dzieci, jak zdrowe słodkości czy owocowe jogurty.

Uważam, że dobra organizacja to klucz do udanych zakupów, zwłaszcza że przy dwójce dzieci muszę mieć pewność, że niczego nie zabraknie. Kiedy jednak idę po coś na szybko, bez większych zakupów, czasem odpuszczam planowanie i biorę, co akurat potrzebuję. Ale nawet wtedy staram się pamiętać o promocjach i okazjach – bo czemu by nie zaoszczędzić, jeśli można?



opanowany.....  
minimalista 3



Nie zawsze planuję zakupy, chyba że szykuje się większe wyjście do sklepu, to wtedy wolę mieć listę. Najważniejsze jest dla mnie, żeby nie przepłacać, więc często korzystam z promocji, ale nie śledzę ich jakoś bieżąco. Jak już to patrzę na gazetkę w sklepie. Nie będę ukrywać, cen jest ważna, wszystko drożeje, więc staram się nie rozsądnie robić zakupy, zwłaszcza jeśli chodzi o chemię do domu. Proszki do prania, kapsułki do zmywarki – te rzeczy są drogie, więc kupuję je wtedy, gdy są na promocji. Kiedy idę po spożywcze rzeczy, jak chleb czy mleko, to raczej nie robię wcześniej listy. Po prostu biorę, co mi się przypomniało. Nie wydaję dużo na jedzenie. Przy większych zakupach zdarza mi się przygotować, ale najczęściej po prostu idę do sklepu, kupuję najważniejsze rzeczy i staram się trzymać budżetu

2024-09-25 22:41



# Jak to wygląda w praktyce?

## DZIEŃ 5 / Zadanie

Wybierz się do swojego ulubionego sklepu na zakupy i udaj się do działu ze słodkimi przekąskami, interesuje nas szczególnie regał z batonami. Tym razem postaw na coś nowego! **Wybierz produkt, którego nigdy wcześniej nie próbowałeś/aś.** Co to będzie? Co przyciągnęło Twoją uwagę i dlaczego właśnie ten produkt? Pamiętaj, aby zrobić zdjęcie swojego wyboru oraz całego regału z batonami – chcemy zobaczyć, jak wygląda w Twoim sklepie! 😊

promo  
entuzjastka 2



Zawsze mam ochotę spróbować czegoś nowego, zwłaszcza jeśli chodzi o słodycze! Kiedy podeszłam do regału z batonami, od razu przyciągnęły mnie batony z ciemną czekoladą i orzechami, to zdecydowanie moje smaki. Po drodze też widziałam, że moje ulubiona czekolada jest teraz na promocji więc przy okazji wrzuciłam do koszyka dwie tabliczki. Ale wracając do batonów, w oczy rzuciła mi się nowość – baton owsiany z suszoną figą i gorzką czekoladą. To znaczy widziałam to opakowanie gdzieś już wcześniej, chyba polecała go jedna z osób które obserwuje na instagramie, ale pierwszy raz widziałam w sklepie. To zdecydowanie coś dla mnie, bo lubię czasem zdrowsze alternatywy, takie to mniej grzeszne wtedy jest. Wybrałam ten baton, na opakowaniu jest zaznaczone, że jest bez dodatku cukru więc teraz to taka bardziej przekąska a nie słodycz. Takie nowości zawsze mnie interesują, a jeśli coś jest akurat w atrakcyjnej cenie, to dlaczego tego nie spróbować – zawsze warto skorzystać z okazji



2024-09-26 09:18

Zosia NIQ GfK

Dziękuję za odpowiedź



Wspomniałaś o instagramie - czy pamiętasz co to był za profil? W ogóle często zdarza Ci się korzystać z takich polecajek? Masz jakieś sprawdzone profile, które potrafią Cię zachęcić do spróbowania nowości?

MODERATOR

2024-09-26 09:23



promo  
entuzjastka 2

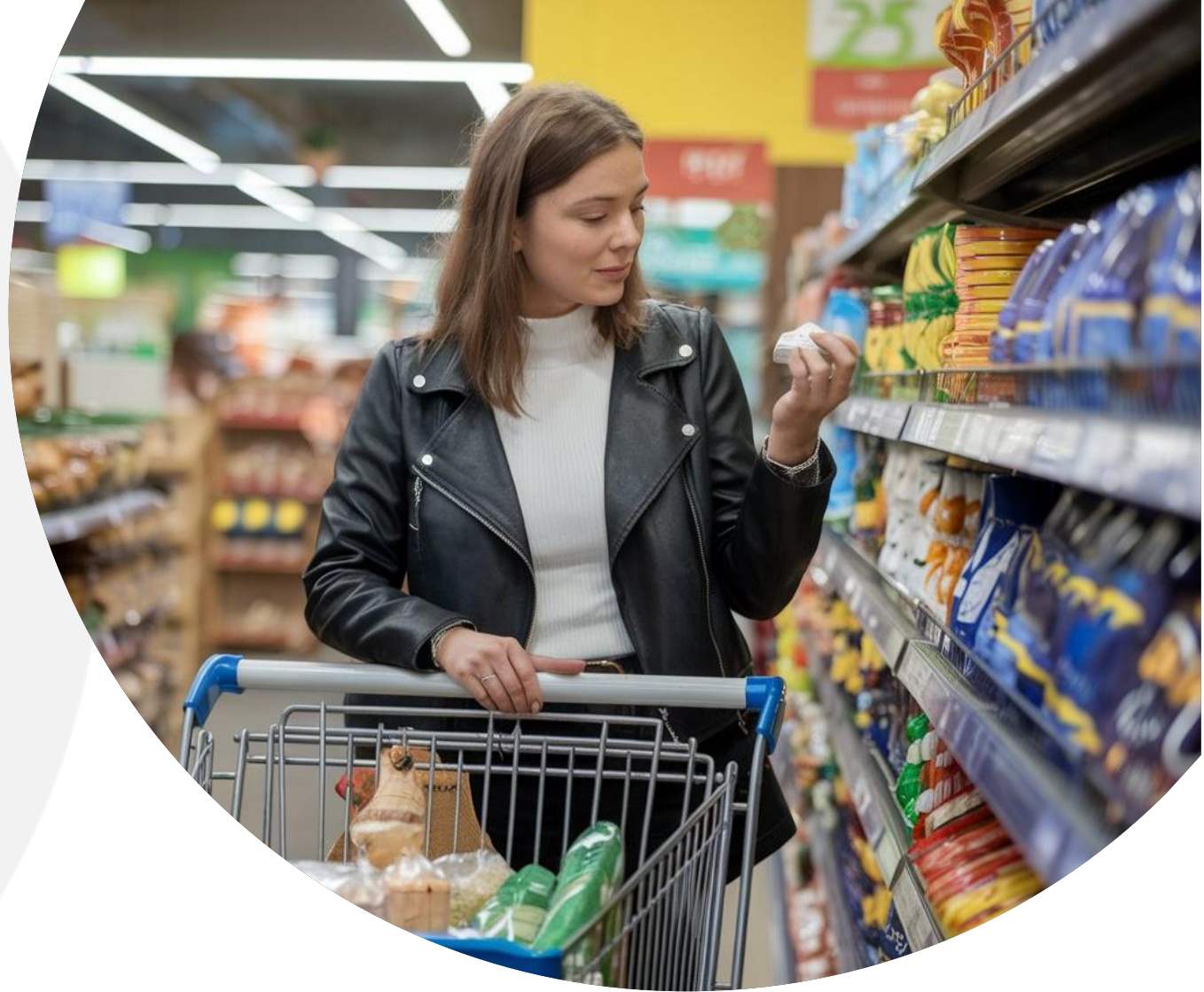


Wszyscy

Widziałam go na profilu @zdrowe\_słodkie. Czasem jak zobaczę coś w relacjach i potem zwrócę uwagę na to, że dany produkt jest w sklepie to chętnie go przetestuję, ale żeby specjalnie iść po coś co zobaczyłam u kogoś, to raczej nie. No chyba, że ktoś wrzuci info o fajnych promocjach, to zdarza mi się podjechać do sklepu. Najbardziej lubię @deal.zycia i @matkapromocja

2024-09-26 09:31





# PERSONA: *Opanowany Olek*

**Demografia:** 52 lata, singiel, dochód: < 6 000 pln miesięcznie, wykształcenie: wyższe, miejsce zamieszkania: Włocławek

**Cechy charakteru:** spokojny, opanowany, ostrożny, minimalista, pragmatyczny

**Zachowania zakupowe:** stara się oszczędzać na codziennych wydatkach, ale kiedy widzi przecenę na swoje ulubione produkty, robi zakupy „na zapas”, nie szuka nowości – chętnie wraca do tego, co już zna i ufa

**Technologie i zakupy online:** umiarkowana otwartość na technologie, rzadko korzysta z aplikacji zakupowych czy narzędzi ułatwiających robienie list zakupów, jest nieufny wobec zakupów online

**Motywacje i potrzeby:** oszczędność, prostota i wygoda, stabilność, poczucie bezpieczeństwa

**Strategia marketingowa:** jasny przekaz, oferta promocyjna, oszczędność i wartość za pieniądze

**Media i kanały komunikacji:** tradycyjne media, sklepy stacjonarne, gazetki promocyjne



# PERSONA: *Entuzjastyczna Emilia*

**Demografia:** 37 lata, zamężna, dwójka dzieci w wieku 5 i 10 lat, dochód: <7 000 pln miesięcznie, wykształcenie: wyższe, miejsce zamieszkania: Otwock

**Cechy charakteru:** energiczna, ciekawa świata, zaangażowana, zorganizowana

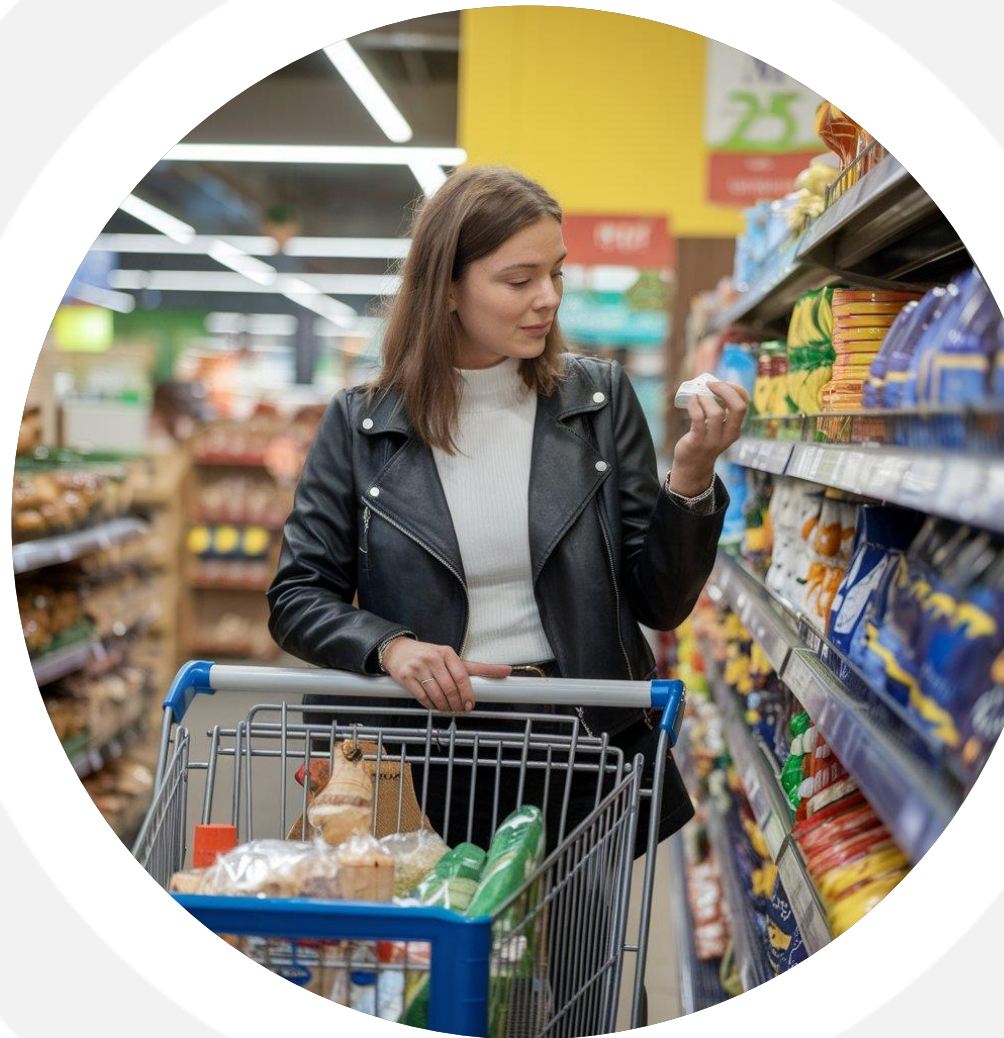
**Zachowania zakupowe:** silne zainteresowanie promocjami, szeroki repertuar produktów, ceni jakość, otwarta na nowości, regularnie zmienia miejsce zakupów, w zależności od ofert promocyjnych i dostępności produktów

**Technologie i zakupy online:** aktywnie korzysta z aplikacji zakupowych, przegląda gazetki promocyjne online i zapisuje się na newslettery z ofertami

**Motywacje i potrzeby:** oszczędność czasu, możliwość wyboru, dobra jakość w atrakcyjnej cenie, poczucie bycia sprytną, satysfakcja z odnalezienia promocji

**Strategia marketingowa:** personalizowane oferty, promocje na produkty premium, wszelkie mechanizmy usprawniające zakupy

**Media i kanały komunikacji:** kanały cyfrowe (aplikacje, gazetki online, newsletter)





# Strategie dotarcia i komunikacji



# Zachowania pro-ekologiczne



37%

Opanowany  
minimalista



63%

Promo  
entuzjasta

Kupowanie  
produktów  
przyjaznych  
dla  
środowiska  
ma dla mnie  
duże  
znaczenie

Source: Shopper Trends

# Udział trendsetterów



Opanowany minimalista



Promo entuzjasta

Source: Shopper Trends

Uwielbiam  
wypróbować  
nowe  
produkty –  
nieustannie  
szukam nowych  
marek i  
produktów



# Przywiązanie do marki



Opanowany  
minimalista



Promo  
entuzjasta

Source: Shopper Trends

## Zawsze kupuję dobrze znane marki



# Planowanie asortymentu

**Asortyment:** Zapewnij produkty z segmentu mainstream i ekonomicznego w ramach kategorii podstawowych, zadbaj o ich dobrą cenę.

**Nowości:** Do nowych produktów zachęcaj społecznymi dowodami słuszności.



**Asortyment:** Oferuj szeroki wybór, zapewnij asortyment czołowych marek, eksponuj nowe produkty, zaskakuj. Wygospodaruj miejsce na eko produkty i ułatw ich znalezienie.



# Strategie oszczędnościowe



Opanowany minimalista



Promo entuzjasta

Kupuję tylko **produkty niezbędne** i ograniczam wydatki na dobra luksusowe



**Aktywnie wyszukuję** i kupuję produkty po obniżonych cenach



Ogólnie kupuję mniej



Wybieram **tańsze marki**



Kupuję w **dużych hurtowych ilościach**, aby uzyskać za to niższą cenę



Source: Shopper Trends

W jaki sposób reaguje Pan/i na rosnące ceny żywności? Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje Pana/i zachowanie?

# Dobra jakość, za którą chcę zapłacić



Opanowany  
minimalista



Promo  
entuzjasta

Source: Shopper Trends

Ważna jest dla  
mnie dobra  
jakość  
produktów i  
jestem  
skłonny/a  
zapłacić  
za nią  
więcej



# *Cena i promocja*



**Promocje:** Atrakcyjne, komunikowane w miejscu zakupu, oferty dla multipaków, proste mechanizmy 1+1 etc.

**Podkreślanie korzyści:** Duże opakowania, komunikuj oszczędność w budżecie.

**Promocje:** Dynamiczne, pozwalające na zakupową zabawę, spersonalizowane

**Podkreślanie jakości:** Oferty ograniczone w czasie, markowe produkty w obniżonych cenach



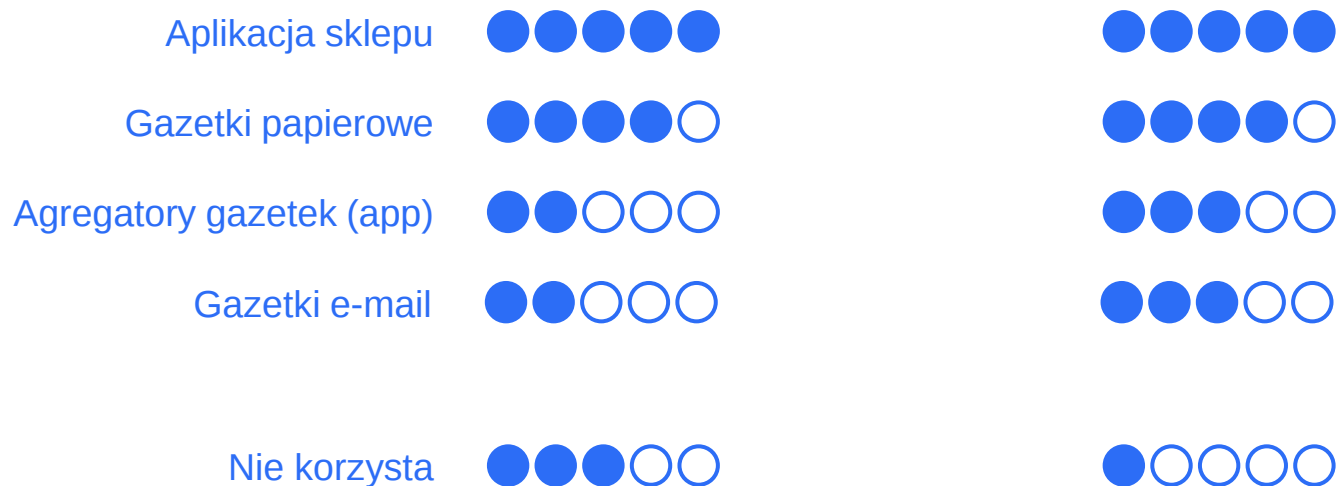
# Punkty styku



Opanowany minimalista



Promo entuzjasta



Source: Shopper Trends

Z jakich źródeł informacji o nowościach / promocjach korzystał/a Pan/i w ciągu ostatnich 4 tygodni?

# *Kanał komunikacji*



**Komunikacja in-store:** Czytelne oznakowanie, minimalizacja wysiłku podczas wizyty.

**Komunikat:** Bezpośredni, praktyczny, odwołujący się do korzyści

**Komunikacja pre-store:** e-mail, aplikacja, gazetka online, social media.

**Komunikat:** spersonalizowany. Odwołuj się do ich wartości. Używaj danych i logiki na potwierdzenie. Bądź transparentny.





Aktywacja Twojego targetu

Traf do shoppera...

Zrozumienie potrzeb

...oferując mu to, czego  
potrzebuje...

Wsparcie marki

... i rośnij!

# Dziękujemy!



**Zofia Szwonder**  
Project Manager  
Dział Badań Jakościowych



**Anka Łekarska**  
Team Manager  
CMI



**Lech Komendant**  
Research Consultant  
Dział Badań Ilościowych



**Krzysztof Szczerbacz**  
Team Manager  
CMI