Marzec 2024 r.

Informacja prasowa

**Na co klienci zwracają uwagę podczas zakupów stacjonarnych? O tych rzeczach warto pamiętać**

**Aż 71 proc. konsumentów na całym świecie deklaruje, że obecnie robi zakupy w sklepach stacjonarnych równie często lub nawet częściej niż przed pandemią – tak wynika z najnowszych badań[[1]](#footnote-1). Co trzecia osoba jest zdania, że angażujące treści cyfrowe i spersonalizowane doświadczenia mają największy wpływ na decyzje zakupowe konsumentów. Jak zatem przyciągnąć klientów? Kluczową rolę w procesie zakupowym odgrywa reklama i przekaz generowany przez markę.**

Choć pandemia już dawno za nami – nadal wiele firm mierzy się z jej skutkami, wpłynęła ona bowiem na postrzeganie świata przez konsumentów, a także na ich decyzje zakupowe. Po pierwotnym „boomie” na zakupy online obecnie coraz więcej klientów wraca do sklepów stacjonarnych, głównie w celu robienia zakupów spożywczo-chemicznych. Dlaczego? 45 proc. konsumentów wskazuje, że docenia fakt, iż zakupy może odebrać od razu po ich zrealizowaniu – nie musi czekać na kuriera i dostawę. Drugim elementem istotnym dla konsumentów jest to, iż mogą zainspirować się w sklepie stacjonarnym i poszukać nowych produktów, które są reklamowane.

**Jak dotrzeć do klientów za pomocą reklamy w sklepie?**

Reklama odgrywa kluczową rolę w procesie zakupowym – co potwierdzają ww. badania. Konsumenci lubią być inspirowani nietuzinkowym przekazem i chcą eksperymentować z produktami, które dotychczas nie były im znane. Istotne jest, by sklepy dobierały odpowiedni przekaz reklamowy i zaciekawiły swoich odbiorców.

 – *Reklama w sklepie to nie tylko komunikat informacyjny, to przede wszystkim pierwsze wrażenie, jak klient odbiera dany produkt. Odpowiednio skonstruowane treści reklamowe mają moc nie tylko informowania o produktach czy promocjach, ale także budowania relacji z klientem. Poprzez trafne treści, marka może wzbudzać zainteresowanie, budować zaufanie, a nawet inspirować do zakupu. To nie tylko kwestia przekazu, lecz także sposobu, w jaki prezentuje swoje wartości, dba o estetykę i komunikuje się z otoczeniem. Dlatego właściwe dobieranie treści reklamowych staje się kluczowym elementem strategii biznesowej, który nie tylko wpływa na wyniki sprzedażowe, ale także kształtuje postrzeganie marki i buduje lojalność klientów* – wyjaśnia Robert Dąbrowski, CEO Recevent.

A jaki powinien być przekaz marki? Coraz więcej konsumentów wymaga, by firmy działały w sposób zrównoważony i z poszanowaniem środowiska naturalnego. Fakt, że dwie trzecie (66%) z kupujący oceniają zrównoważone praktyki i sprzedaż zrównoważonych produktów jako jeden z kluczowych elementów to ważny sygnał dla firm.

 – *Obserwujemy bardzo silny trend w kierunku zrównoważonego rozwoju. Obecnie sklepy reklamują nie tylko swoje produkty i nie tylko mówią o promocjach. Coraz częściej pokazują to, w jaki sposób dbają o środowisko naturalne, prezentują klientom akcje ekologiczne, w jakich biorą udział, a tym samym wyróżniają się na tle konkurencji* – dodaje Robert Dąbrowski.

Co jeszcze jest istotne dla osób, które robią zakupy stacjonarnie? Konsumenci zwracają uwagę na to, czy dany sklep korzysta z odnawialnych źródeł energii, czy oszczędza ją, a także jakie rodzaje opakowań dostępne są w sklepie, np. czy do pakowania warzyw można skorzystać z papierowych woreczków zamiast plastikowych torebek. Dotarcie do współczesnego klienta wymaga dokładnego przeanalizowania rynku i odpowiedniego doboru reklamy.

Kontakt do mediów:

Martyna Stefańska

biuro.prasowe@recevent.pl

Opis firmy:

RECEVENT to agencja reklamy zewnętrznej, która jest pionierem w branży i jednym z największych zleceniobiorców w zakresie outdooru w Polsce.

Realizuje kampanie reklamy zewnętrznej holistycznie – od analizy rynku i potrzeb klientów przez projektowanie komunikacji, produkcję billboardów i poligraficzną po aplikację reklam na nośniki. Realizacja zleceń in house (własna drukarnia wielkoformatowa, sieć monterów reklam, system do zarządzania kampaniami) pozwala sprawnie koordynować prowadzone kampanie oraz proponować klientom atrakcyjne ceny.

W zakres usług RECEVENT wchodzi: planowanie i zarządzanie kampaniami OOH, wynajem nośników, wielkoformatowy druk ekologiczny, wyklejanie tablic reklamowych, budowa sieci nośników outdoorowych, wyklejanie witryn, projektowanie graficzne.

1. <https://us.moodmedia.com/charting-in-store-trends/> [↑](#footnote-ref-1)