

## Raport opisujący postawy i zachowania nabywców

### RAPORT OBEJMUJE NASTĘPUJĄCE OBSZARY:

- ➔ Sposób zakupu poszczególnych kategorii
- ➔ Przenikanie się wzajemnie kanałów offline i online
- ➔ Doświadczenia i postawy wobec dokonywania zakupów online oraz w sklepach tradycyjnych
- ➔ Zmiana zachowań konsumenckich w ciągu ostatnich 5 lat
- ➔ Zakupy przez telefon
- ➔ Zakupy przez Social Media
- ➔ Polska na tle Europy i świata
- ➔ Wyniki w podgrupach wiekowych i w podziale na płeć
- ➔ Prognoza rozwoju danych trendów zakupowych

### W raporcie opisany jest sposób zakupu 18 kategorii m.in.:

#### FMCG

- Produkty do sprzątania gospodarstwa
- Żywność pakowana i napoje
- Uroda i pielęgnacja
- Pielęgnacja niemowląt
- OTC

#### Trwałe dobra konsumpcyjne

- Elektronika użytkowa
- Telefony komórkowe
- Drobne AGD
- Duży sprzęt AGD

#### Inne

- Zabawki
- Odzież/moda

#### Usługi

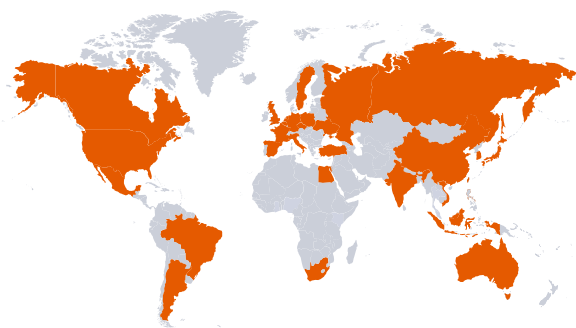
- Usługi finansowe

#### Metodologia i próba

- 22 000+ konsumentów w pomiarze
- 700–1000 wywiadów na każdym rynku
- Badamy rynki, reprezentujące 84% światowego PKB
- 27 krajów

#### Polska

- CAWI, wywiad online do samodzielnego wypełnienia
- N ~700 respondentów
- Konsumenti w wieku 15+



Raport dostępny będzie w grudniu 2019 w polskiej i angielskiej wersji językowej.

**Cena raportu: 12 000 PLN**