Vilnius, 2023 m. lapkričio 3 d.

**Tyrimas: kas antras pirkėjas akcijas medžioja mobiliosiose programėlėse**

**Baltijos šalių gyventojų apklausa rodo ryškų pokytį Lietuvos gyventojų įpročiuose ieškant akcijų parduotuvėse – daugiausia žmonių pasiūlymus medžioja mobiliosiose programėlėse, antras populiariausias pasirinkimas – prekybos tinklų portalai. Vienas iš šios tendencijos variklių – didesnis jaunų žmonių polinkis apsipirkimą planuoti pagal siūlomas nuolaidas, pasakoja ekspertai.**

Šiemet vis daugiau pirkėjų Lietuvoje akcijų ieško parduotuvių mobiliosiose programėlėse – pernai programėles rinkosi 36 proc. gyventojų, o šiemet – jau 47 proc., rodo tyrimų agentūros „Nielsen IQ“ šiemet atlikto pirkėjų tendencijų tyrimo duomenys. Antras dažniausias Lietuvos gyventojų pasirinkimas ieškoti akcijų – prekybos tinklų svetainės. Čia ir pernai, ir šiemet informacijos ieško 4 iš 10 Lietuvos gyventojų.

**Skaitmeniniai kanalai padeda planuoti pirkinius iš anksto**

Kaip pastebi Edita Asakavičienė, „Nielsen IQ“ vartotojų tyrimo skyriaus vadovė Baltijos šalyse, pirkėjų įprotis akcijų vis dažniau ieškoti parduotuvių programėlėse ar kituose skaitmeniniuose kanaluose yra matomas ne tik Lietuvoje, bet ir visoje Europoje.

„Galime daryti prielaidą, kad pirkėjai dažniau planuoja pirkinius iš anksto ir informacijos jiems reikia žymiai anksčiau nei jie pasiekia parduotuves, dėl to mažėja popierinių kainų leidinių populiarumas. Mobiliosiomis parduotuvių programėlėmis besinaudojančių vartotojų skaičiaus augimas Lietuvoje nėra išskirtinis – daugelyje Europos šalių ši tendencija tokia pati. Mobilieji įrenginiai tampa pagalbininkais kiekviename žingsnyje, todėl parduotuvėms pasiūlant savo programėles, pirkėjai pasinaudoja jų teikiamais privalumais“, – sako E. Asakavičienė.

Ji priduria, kad taip pat akcijų medžiotojų skaičius itin auga jaunų žmonių tarpe, o jie yra linkę dažniau naudotis skaitmeniniais kanalais. 2020 m. akcijų ieškotojų iki 34 m. amžiaus Lietuvoje buvo 62 proc., o šiemet – jau 86 proc.

Bendrai skaitmeninių kanalų populiarumas ieškant akcijų per metus paaugo 9 proc. punktais, o kitų kanalų – sumažėjo 13 proc. punktų. Anksčiau itin populiarius popierinius kainų leidinius šiuo metu, tyrimo duomenimis, naudoja tik 27 proc. pirkėjų – 8 proc. punktais mažiau nei pernai. Kitų priemonių naudojimo paplitimas pernelyg nesikeitė, tarp jų – naujienlaiškiai, el. platformos, kuriose galima palyginti įvairių prekybos tinklų siūlomas akcijas, socialiniai tinklai, pažįstamų perduodama informacija.

**Programėlės traukia dėl funkcijų įvairovės**

„Lidl Lietuva“ korporatyvinių reikalų ir komunikacijos vadovas Antanas Bubnelis pastebi, kad prekybos tinklų programėlės masina pirkėjus dėl kelių priežasčių.

„Šiuo metu prekybos tinklų programėles galima rasti tarp populiariausių TOP 10 Lietuvoje nemokamų „Android“ ir „iOS“ programėlių. Jos itin pradėjo populiarėti prieš porą metų, kai daugiau Lietuvos gyventojų ėmė planuoti pirkinius elektroniniu būdu. Tačiau programėlės traukia ir tuo, kad jose yra įvairių kitų funkcijų. Pavyzdžiui, mūsų programėlėje galima pasitikrinti artimiausios parduotuvės užimtumą realiu laiku ir taip išvengti eilių arba rasti savo pirkinių elektroninius kvitus ir lengviau sekti savo išlaidas, nereikia nešiotis fizinės lojalumo kortelės ir t. t.“, – sako A. Bubnelis.

**Personalizavimas ir žaidimų elementai**

A. Bubnelis pažymi, kad programėlės prieš kitus kanalus yra pranašesnės galimybe gauti individualizuotų akcijų, atitinkančių pirkėjo įpročius, jo mėgstamas prekes. Be to – dažnai programėlėse pirkėjai gali dalyvauti interaktyviuose žaidimuose, kurie ir smagūs, ir padeda sutaupyti.

„Individualizavimas ir žaidybinimas – vienos didžiausių dabartinių skaitmeninių tendencijų, kurios neaplenkia ir maisto prekybos tinklų. Programėlė leidžia ne tik suteikti individualiai konkrečiam pirkėjui patraukliausią, sutaupyti leidžiantį pasiūlymą, bet ir apsipirkimo procesą padaryti malonesniu, pakviečiant pirkėją dalyvauti įvairiuose mini žaidimuose, kaip „Laimės ratas“ ar „Trink ir laimėk“. Visa tai suteikia dar daugiau naudos pirkėjui ir dar labiau prisideda prie programėlių populiarumo augimo“, – pasakoja A. Bubnelis.

*„NielsenIQ“ pirkėjų tendencijų tyrimas buvo atliktas 2023 m. vasario mėn., apklausoje dalyvavo 1,5 tūkst. 15–65 m. amžiaus respondentų, gyvenančių gyvenvietėse virš 10 tūkst. gyventojų.*

**Daugiau informacijos:**
Lina Skersytė
Korporatyvinių reikalų ir komunikacijos departamentas
UAB „Lidl Lietuva“
Tel. +370 5 267 3228, mob. tel. +370 680 53556
lina.skersyte@lidl.lt