

«Ενημέρωση της ΕΣΕΕ πριν τις χριστουγεννιάτικες αγορές»

Ο Έλληνας καταναλωτής συνηθίζει πλέον να ενημερώνεται επαρκώς, προκειμένου να αγοράσει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία που τον ενδιαφέρει. Συνήθως, η ενημέρωση γίνεται είτε με μία βόλτα στις βιτρίνες, είτε ψηφιακά, μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων, ενώ η τελική αγορά πραγματοποιείται από φυσικά καταστήματα. Σύμφωνα μάλιστα με στοιχεία οι 7 στους 10 Έλληνες χρήστες του Διαδικτύου ψάχνουν συχνά πληροφορίες στο Internet και στη συνέχεια επισκέπτονται τα εμπορικά καταστήματα, κυρίως όταν πρόκειται για αγορές ένδυσης και υπόδησης.

Όσον αφορά το προφίλ του Έλληνα αγοραστή, οφείλουμε να αναγνωρίσουμε ότι από την προ κρίσης εποχή μέχρι τη σημερινή περίοδο της ύφεσης, η συμπεριφορά του έχει αλλάξει κατά πολύ, καθώς η συνεχής ενημέρωση και η έρευνα αγοράς έχουν πλέον, πολύ σωστά, γίνει καταναλωτικές συνήθειες. Παλαιότερα αγόραζε "πρώτα το μάτι και μετά η τσέπη", ενώ σήμερα το περιεχόμενο της τσέπης κατευθύνει αισθήσεις και επιθυμίες.

Παράλληλα, ο Έλληνας καταναλωτής είναι σε εγρήγορση, ενώ διατηρεί την αγωνία του, αναζητώντας αξιοπρεπείς λύσεις για τις οικογενειακές και κοινωνικές υποχρεώσεις του. Ο προ κρίσης αυθόρμητος και χαλαρός καταναλωτής που κινητοποιούνταν από επιθυμία και αγόραζε από ευχαρίστηση, έχει αντικατασταθεί στη κρίση από έναν αγχωμένο και απαιτητικό καταναλωτή που κινητοποιείται από ανάγκη για φθηνές αγορές.

Οι 3 στους 5 καταναλωτές στην ελληνική αγορά, λόγω μείωσης του εισοδήματός τους, κατά τουλάχιστον 35%, νιώθουν φόβο, δισταγμό και αβεβαιότητα, ενώ αναζητούν έξυπνες αγορές, που συνδυάζουν τιμή, εξυπηρέτηση και ασφάλεια. Οι καλές τιμές, το φιλικό περιβάλλον και η εξασφάλιση της ποιότητας κάνουν τον καταναλωτή να νιώθει ικανοποίηση και επιβεβαίωση ότι έπραξε το καλύτερο δυνατό, αφού διακατέχεται περισσότερο από ποτέ από κοινωνική ευαισθησία.

Η χριστουγεννιάτικη αγορά, είναι μία ξεχωριστή περίοδος για το λιανεμπόριο, αφού καλύπτει το 25% του ετήσιου τζίρου. Ακόμα και στη σημερινή δύσκολη οικονομική κατάσταση, εξακολουθεί να αποτελεί ευχάριστο διάλειμμα από την καθημερινότητά μας, πηγή ικανοποίησης, διασκέδασης, αναζήτησης, επιβεβαίωσης προς τον εαυτό μας και τις οικογένειές μας. Οι συνήθειες προτιμήσεις των καταναλωτών για αγορές χριστουγεννιάτικων δώρων είναι τα ρούχα και παπούτσια, τα αξεσουάρ, τα gadgets και κινητά, τα καλλυντικά, τα βιβλία, καθώς και εισιτήρια διασκέδασης και ταξιδιών αναψυχής. Ο εορταστικός τζίρος πραγματοποιείται το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Δεκεμβρίου και κυμαίνεται στα 7δισ ευρώ.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι προσαρμοσμένες προσφορές του Δεκεμβρίου για τις αγορές των εορτών με τη χρήση πιστωτικών καρτών. Τα μόνους των προγραμμάτων επιβράβευσης είναι έκπτωση, επιστροφή μετρητών, μετάθεση πληρωμής και άτοκες δόσεις. Προϋπόθεση, βεβαίως, όλων είναι η επάρκεια του διαθέσιμου πιστωτικού ορίου και η δυνατότητα εμπρόθεσμης μεταχρονολογημένης καταβολής των δόσεων.

Η πραγματική ανάκαμψη της Χριστουγεννιάτικης αγοράς στην Ελλάδα θα εμφανιστεί, όταν ο Έλληνας καταναλωτής νιώσει και πάλι ικανοποίηση για το εισόδημά του, όταν θα ανακουφιστεί από πρόσθετους και έκτακτους φόρους, όταν θα καλυφθούν οι προσδοκίες του, όταν ο δισταγμός αντικατασταθεί με ενθουσιασμό, όταν διατηρηθούν τα επίπεδα και η διάρκεια της εγχώριας ζήτησης.

Οι Έλληνες μικρομεσαίοι έμποροι μαζί με τους καταναλωτές-πελάτες μας, παρά τις δυσκολίες που ζούμε, θα επιμείνουμε στην αισιοδοξία και θα συνεχίσουμε να προσπαθούμε για ένα καλύτερο αύριο. Ελπίζουμε η φετινή Χριστουγεννιάτικη αγορά που ξεκινά την πορεία της, με **το εορταστικό ωράριο λειτουργίας των εμπορικών καταστημάτων**, να φέρει μία ελπιδοφόρα προοπτική σε όλους μας.

Καλές Γιορτές, με έξυπνες χριστουγεννιάτικες αγορές!