



Mi vemo, kdaj se bo vse končalo

Lejla Poturović, GfK Slovenija

Mediji, mediji, mediji... kaj bi mi brez vas?

avg 07: Prve objave o krizi v ZDA

dec 07: Začetek Ameriške recesije?

"Recesija pred vrati?"

jan 08 → Ameriško gospodarstvo uradno v krizi. Evropa še optimistična!

jul 08: Recesija v Evropi?

"Nemško gospodarstvo v zadnjih mesecih upada."

avg 08: Napoved recesije v Evropi!

"V Sloveniji previdno, vendar še ne pesimistično."

sep 08: Sloveniji grozi recesija

"Domine padajo."

okt 08: Posledice krize se kažejo v slovenskem gospodarstvu

"Recesija je tu, kaj pa zdaj."

"Kriza kot je še nismo videli!"

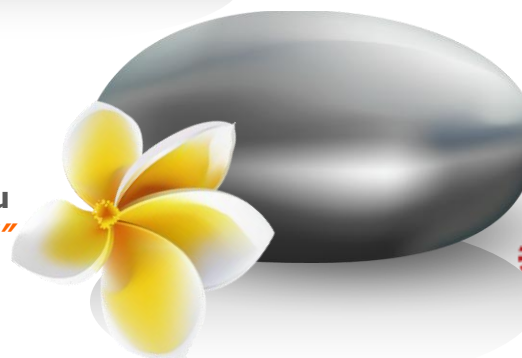
nov 08: Uradno kriza v evro območju

mar 09 → Slovenija tudi formalno v recesiji

"Uresničujejo se najbolj črne napovedi."

maj 09: Napovedana rast gospodarstva ZDA še v letošnjem letu

"Recesija še leta 2010!"



Vse nas skrbi, najbolj pa...?



pesimistični → **najhujše šele pride**

zaskrbljeni glede prihodnosti

negotovi in v strahu

jezni in nezaupljivi

žalostni, sočutni

še distancirani



V Adriatik regiji nam je skupna skrb dvig cen in poslabšanje življenjskega standarda.



Slovenci smo najbolj samozavestni, ko gre za varnost naše zaposlitve, kriminal pa nas tudi ne skrbi tako kot druge!

Slovenci znamo z denarjem ...

"Bolje v roki kot



na strehi."

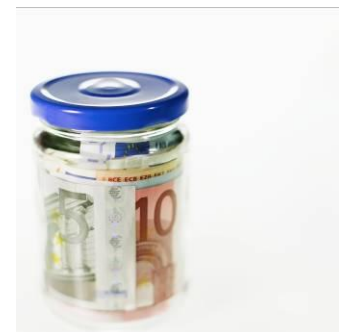
samo **četrtna Slovencev se deklarira** za
drzne naložbenike

samo **četrtna Slovencev se raje**
zadolži kot odreče zelenemu

z denarjem **dobro**
upravljam (56%)



pri varčevanju sem
previden (52%)

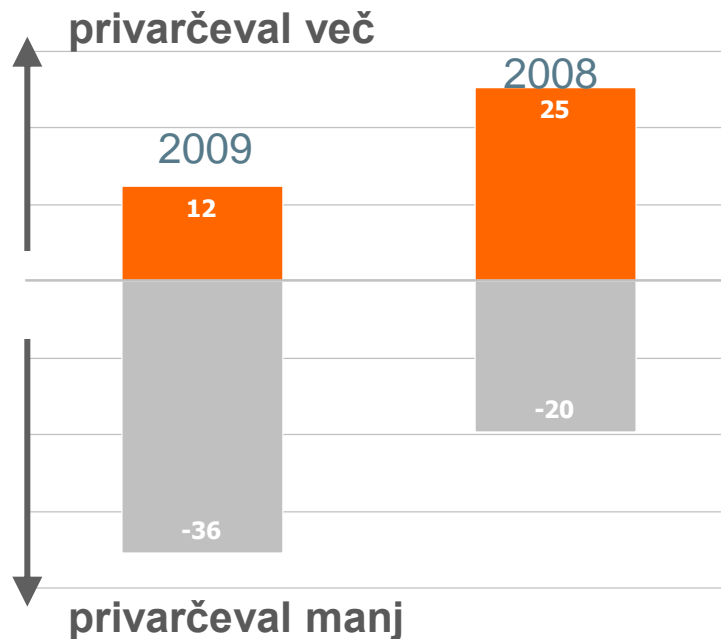


pomembno je imeti
prihranke (61%)

raje varčujem, kot si
sposojam (59%)

Trend 1: Varčevali bomo bolj?

Ali pričakujete, da boste v naslednjih 12 mesecih privarčevali več ali manj kot v zadnjih 12 mesecih?



1/3 Slovencev bo **tudi letos uspelo privarčevati** nekaj denarja, a so **pričakovanja** glede "nakopičenega" zneska **bistveno nižja kot v 2008!**

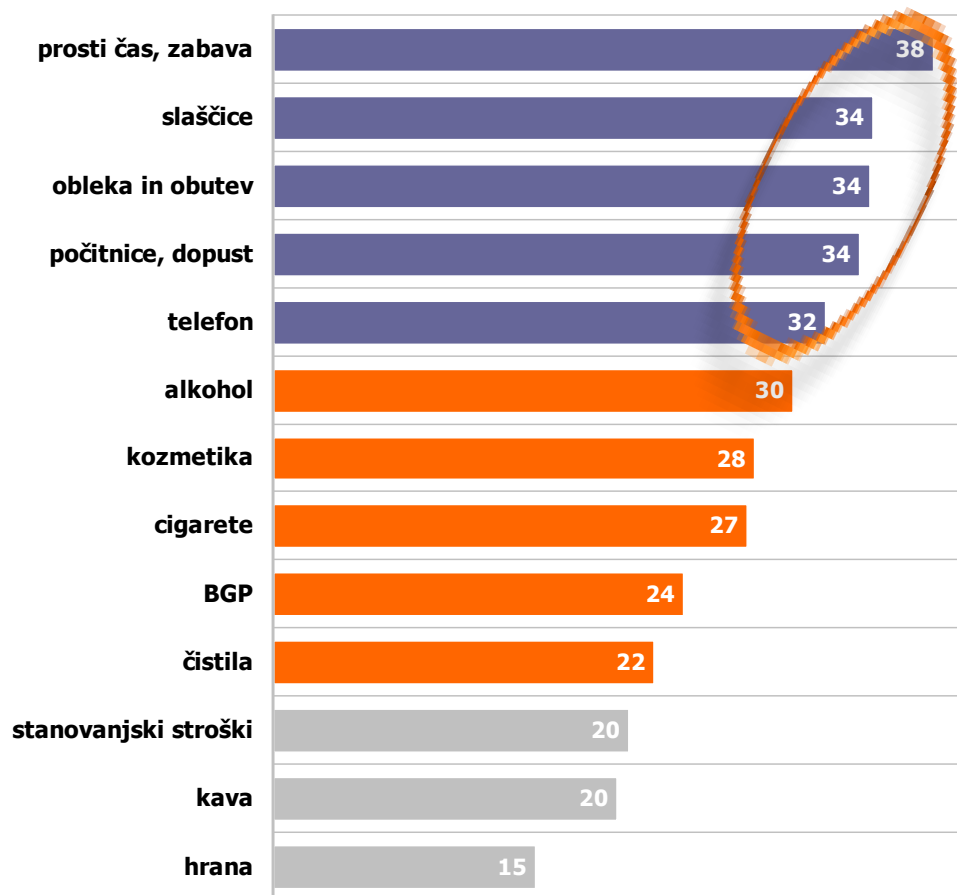
Adriatik regija je **bistveno bolj pesimistična** glede (z)možnosti varčevanja v 2009 (slaba 1/5 Srbov in 1/4 Hrvatov)

- Že leta Slovenci v največji meri varčujejo **za hude čase, starost in otroke**. V primerjavi z letom 2008 nas bo **bistveno več varčevalo za otroke!**



Trend 2: Ali se bomo odrekli luksuzu?

Katere **kategorije** so **najbolj na udaru?**



Letos se bomo Slovenci v največji meri odrekli "luksuzu".

Bosanci sledijo trendu: najprej zabava in prosti čas, potem počitnice, alkohol, slaščice. **Vztrajali bodo pri kavi.**

Hrvati bolj hedonistično razpoloženi: bolj bodo varčevali pri hrani kot pa pri osebni negi, **veliko težje** se bodo odrekli **zabavi in prostemu času ter počitnicam.**

Srbi bodo neprimerljivo **bolj posegli** v nadzor stroškov za **hrano in pijačo.**

Trend 3: (Veliki) nakupi bodo odloženi?



prodaja novih avtomobilov v letu 2009

↓25%

strategija:

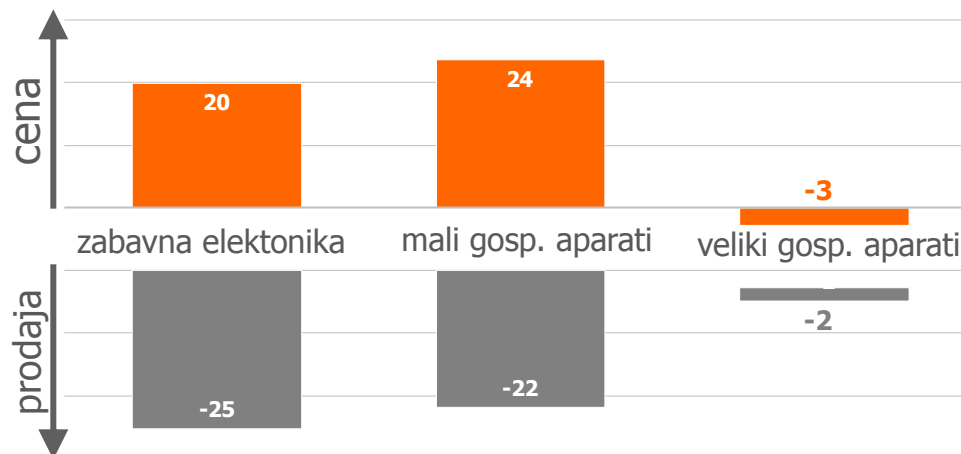
racionalna uporaba, vzdrževanje & število avtomobilov v SLO gospodinjstvih



sklenjena kasko zavarovanja

↓4%

slaba 1/3 Srbov in Hrvatov ter 1/5 Bosancev namerava v manjši meri uporabljati avtomobil!



Še vedno smo za dobro kupčijo? Ali se zabava seli domov?

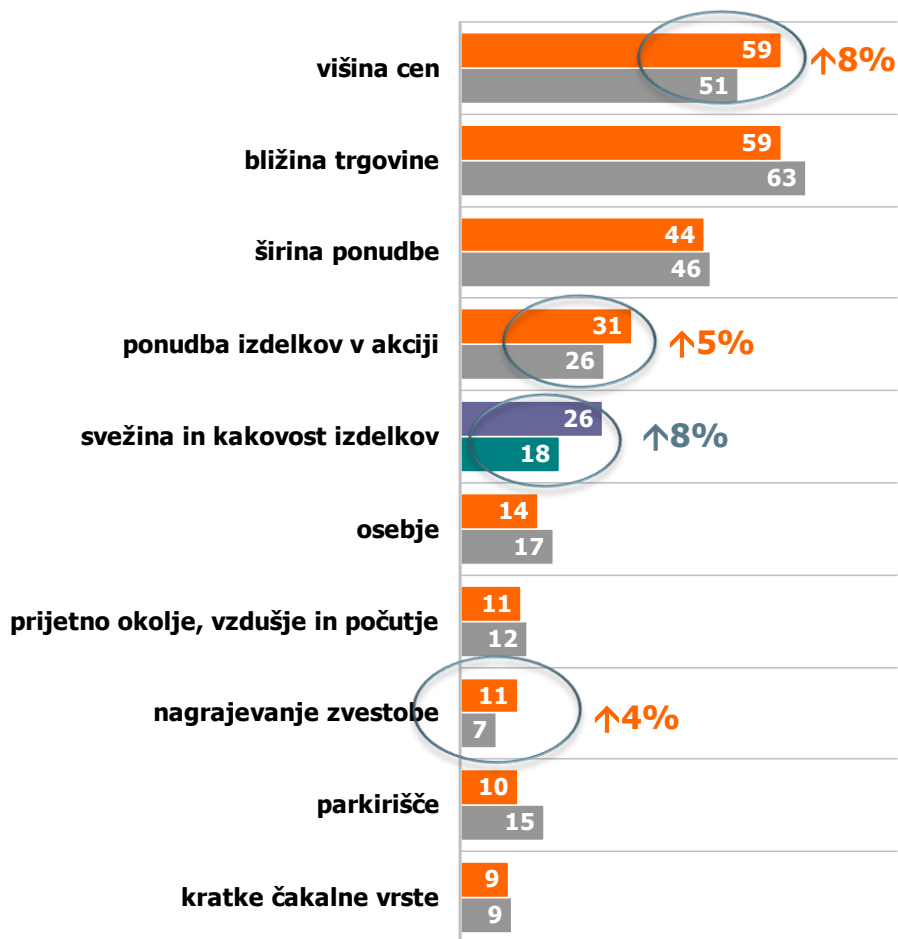
mar 2008/mar 2009: cena plasma in LCD TV padla za 26%, prodaja narasla za 47%!



mar 2008/mar 2009: cena sesalnikov padla za 9%, prodaja narasla za 19%!

Trend 4: Seveda je pomembna (tudi) cena...

Najpomembnejši razlogi izbire trgovine?



- Diskonti pridobivajo na moči (07/08) → ↑6%
- V diskonte zahaja **vedno več kupcev** (07/08) → ↑16% več nas zahaja v diskontne trgovine, 9% več mesečno.
- 61% kupcev kupuje v diskontnih trgovinah, samo ali najbolj zato, **ker je ceneje**

■ 2008
■ 2007

- 4% več Slovencev kot lani **izbira trgovino, ki nagrajuje njihovo zvestobo!**

Kdaj bo konec?

Kako dolgo **bo še** trajala finančna kriza **v Sloveniji?**

do 1 leta → 34%
več kot 2 leti → 57%

Še vedno veliko bolj optimistični od Hrvatov in Bosancev, primerljivi s Srbi!



Kaj lahko še pričakujemo v prihodnosti?



- povečanje brezposelnosti
- znižanje dohodkov
- širitev na druge sektorje gospodarstva, na druge segmente populacije
- odlog nakupov, bolj previdna poraba denarja, povečana cenovna občutljivost...
- nemiri, vojne... bolezni, depresija, samomori... upad natalitete

- tesnejši in bolj pristni medosebni odnosi +
- orientiranost na nematerialistične dobrine +
- večje spoštovanje imetja +

Kaj pa lahko naredite... Široko odprite oči... Pozorno prisluhnite... Ponudite več kot od vas pričakujejo



- 1** **POZABITE VEČINO STVARI**, KI STE JIH DO SEDAJ VEDELI O POTROŠNIKU. ČAS RECESIJE JE ČAS SPREMENB. IN ZAGOTOVO SE BO SPREMENIL TUDI VAŠ POTROŠNIK → **PRISLUHNITE POTROŠNIKU IN GA SPOZNAJTE V NOVI LUČI**
- 2** **NE DELAJTE SI UTVAR, DA CENA NI (NAJBOLJ) POMEMBNA**, RAJE SE VPRAŠAJTE, **KAJ BOLJŠEGA OD TEKMECEV PONUJATE ZA CENO. PONUDITE VEČ. NAJDITE NAČIN ZA DIFERENCIACIJO.**
- 3** **SEGMENTIRAJTE!** NE GRE ZA KRATKOROČNO INVESTICIJO. **NOVI VEDENJSKI VZORCI NE BODO KAR IZGINILI.** KAR JE DANES SAMOUMEVNO, BO LAHKO JUTRI POGREŠLJIVO.
- 4** **ZAGOTOVO ZDAJ NI ČAS ZA NOJEVSKO STRATEGIJO!** ČE BOSTE SAMO ČAKALI, BO NEKDO DRUG IZKORISTIL PRILOŽNOST ODGOVORITI NA **NOVE POTREBE POTROŠNIKOV.** A ŠE PREDEN VLOŽITE DENAR V NOVOST, **PREPRIČAJTE SE, DA SI TEGA NE ŽELITE LE VI.**
- 5** **CILJ NAJ BO ZADRŽATI OBSTOJEČE KUPCE!** ČE JIM ŽELITE PONUDITI RAZLOG, DA OSTANEJO Z VAMI, MORATE **NAGRAJEVATI NJIHOVO ZVESTOBO. KAJ JE USTREZNA NAGRADA, PA JIH BOSTE MORALI VPRAŠATI.**
- 6** **ŠE NEKAJ ZA VAŠE "ŠEFE".** ZDAJ ZAGOTOVO NI ČAS ZA ZMANJŠANJE VAŠEGA BUDGETA!!! ČE POTREBUJEJO ARGUMENT VEČ - TAKO PRAVI TUDI **MARKETING SCIENCE INSTITUTE** → **POVEČANJE VLOŽKA V PROMOCIJO V ČASU RECESIJE, IMA VEČJI UČINEK NA USPEŠNOST PODJETJA KOT PA V ČASU PRESEŽKOV.**

