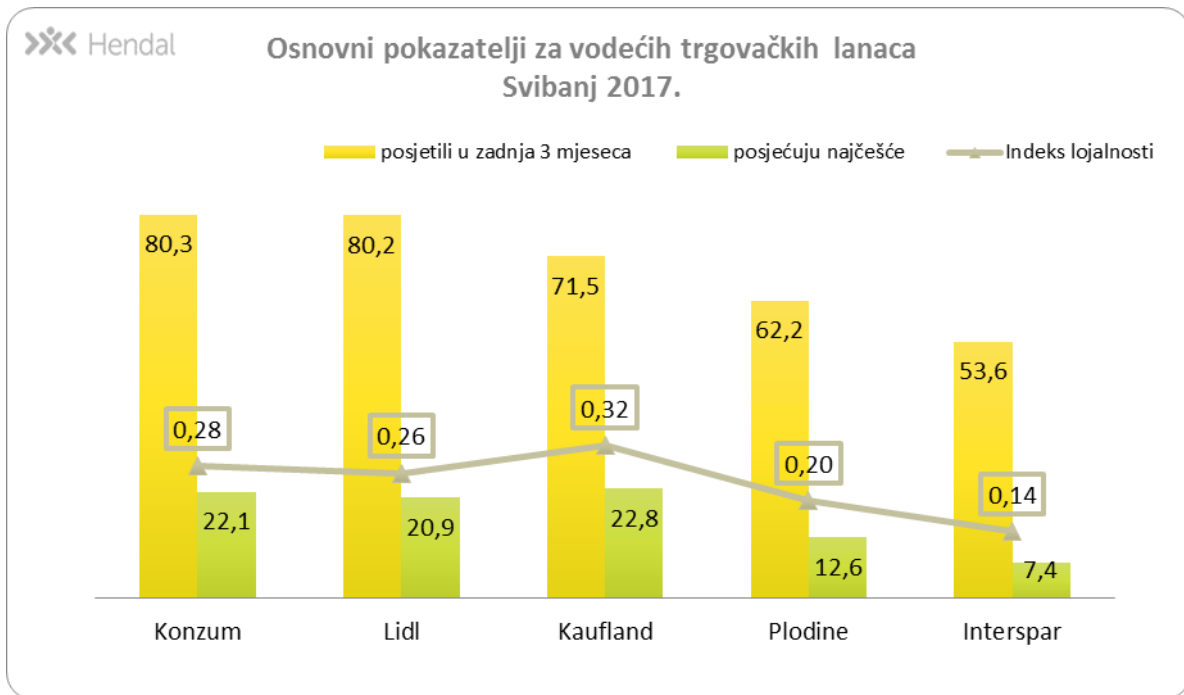


ZADOVOLJSTVO TRGOVAČKIM LANCIMA AGENCIJE HENDAL
Lipanj 2017.

Agencija Hendal kontinuirano provodi istraživanje zadovoljstva trgovačkim lancima na nacionalno reprezentativnom uzorku. U svibnju 2017. ukupan postignuti uzorak obuhvaća 400 građana starijih od 15 godina.



Posjećenost u zadnja 3 mjeseca je najveća za Lidl i Konzum koje je u tom razdoblju posjetilo 80% svih ispitanika, na trećem mjestu je Kaufland kojeg je posjetilo 71% ispitanika. Nešto manji broj kupaca je posjetio Plodine (62%) i Interspar (54%)

Kaufland je zajedno s Lidlom i Konzumom najčešće posjećen trgovački lanac, Plodine najčešće posjećuje 13% hrvatskih kupaca, dok Interspar najčešće posjećuje manje od 7% kupaca. S obzirom na nedavna događanja i akvizicije na tržištu maloprodaje očekujemo stanovite promjene.

Uspoređujući navedena dva parametra dobivaju se podaci o lojalnosti kupaca. U ovoj mjeri najbolji rezultat je vidljiv za Kaufland 0,32. Nešto manji indeks lojalnosti imaju Konzum i Lidl, dok najniži indeks lojalnosti ima Interspar.

Gledajući razloge izbora pojedinog trgovačkog lanca može se zamijetiti da je kod većine trgovačkih lanaca glavni razlog odabira blizina. Kod Lidla i Plodina, uz blizinu, podjednako je važan čimbenik sniženje cijena. Kod Interspara i kvaliteta proizvoda trgovačke marke, dok kod Kauflanda, uz čimbenike vezane uz cijenu važna je i širina asortimana.

	Konzum	Lidl	Kaufland	Plodine	Interspar
Blizina	80	54,9	51,8	47,2	47,6
Izbor robe	30,5	29,5	64	30,9	34,4
Akcije/ sniženje cijena	41,4	55	54,6	58,6	44,1
Niže osnovne cijene	5,6	49,5	62,5	20,8	23,9
Ponuda svježeg voća i povrća	21,7	30,4	23,5	39,5	23,3
Ponuda mesa	11,6	7,6	15,6	18,2	27,5
Ponuda pekarskih proizvoda	3,5	29,3	12	2,3	15,2
Kvaliteta proizvoda trgovačke marke	9,5	40,7	29,7	14,6	49
Loyalty program	36,6	0,2	2,4	0	13,5