

A young woman with dark hair tied back is sitting in a metal shopping cart in a supermarket. She is wearing a brown plaid shirt and dark pants. Her right foot, wearing a brown boot with a thick sole, is resting on the edge of the cart. She has her hand on her forehead, looking down with a weary expression. The background is a blurred supermarket aisle with shelves of products.

Étude Admeira

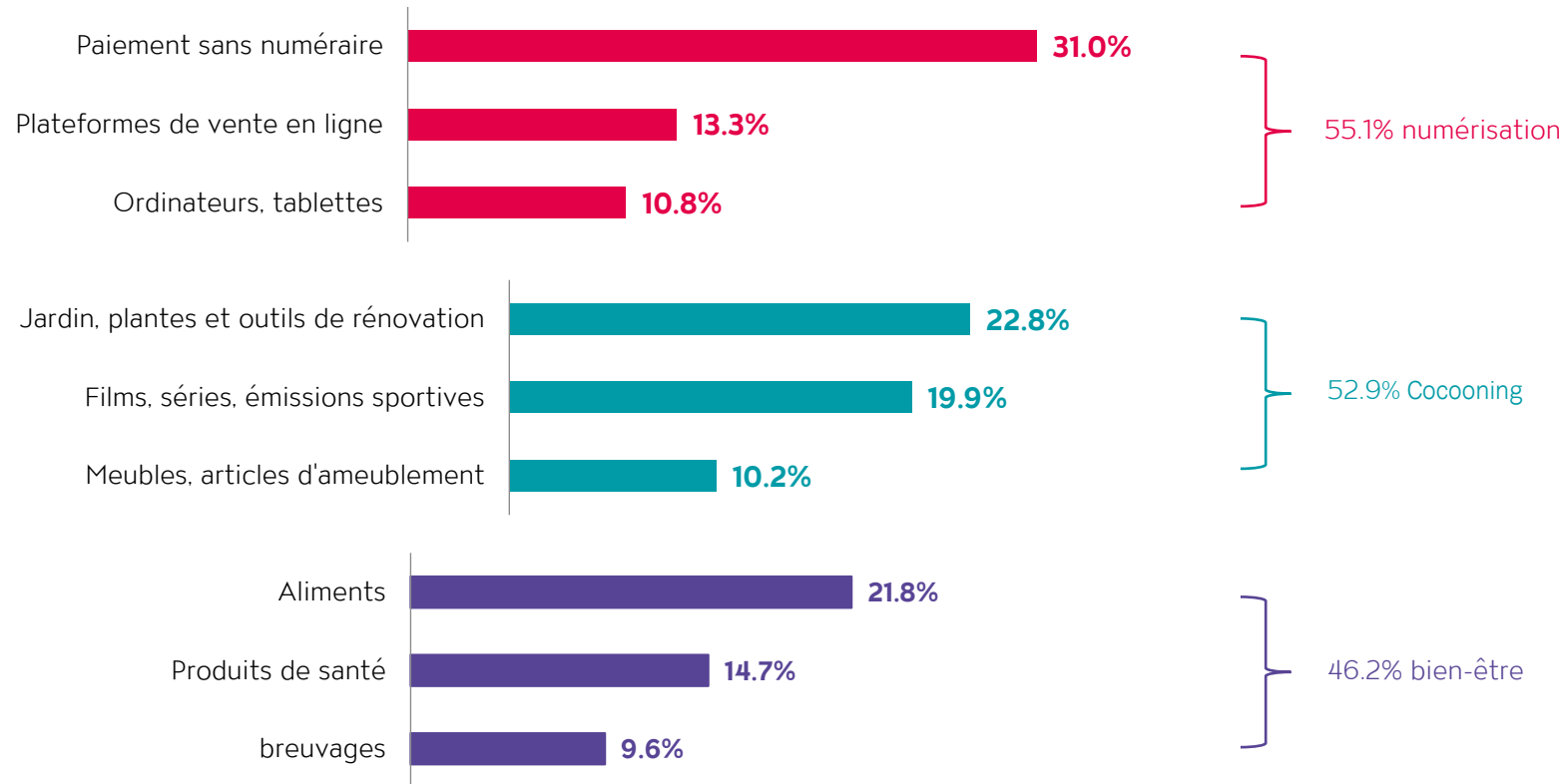
Le temps 2020_21: Changements de comportement d'achat

(en SA)

2020

La pandémie a déclenché diverses tendances

L'intérêt pour la «numérisation», le «cocooning» et le «bien-être» s'est accru

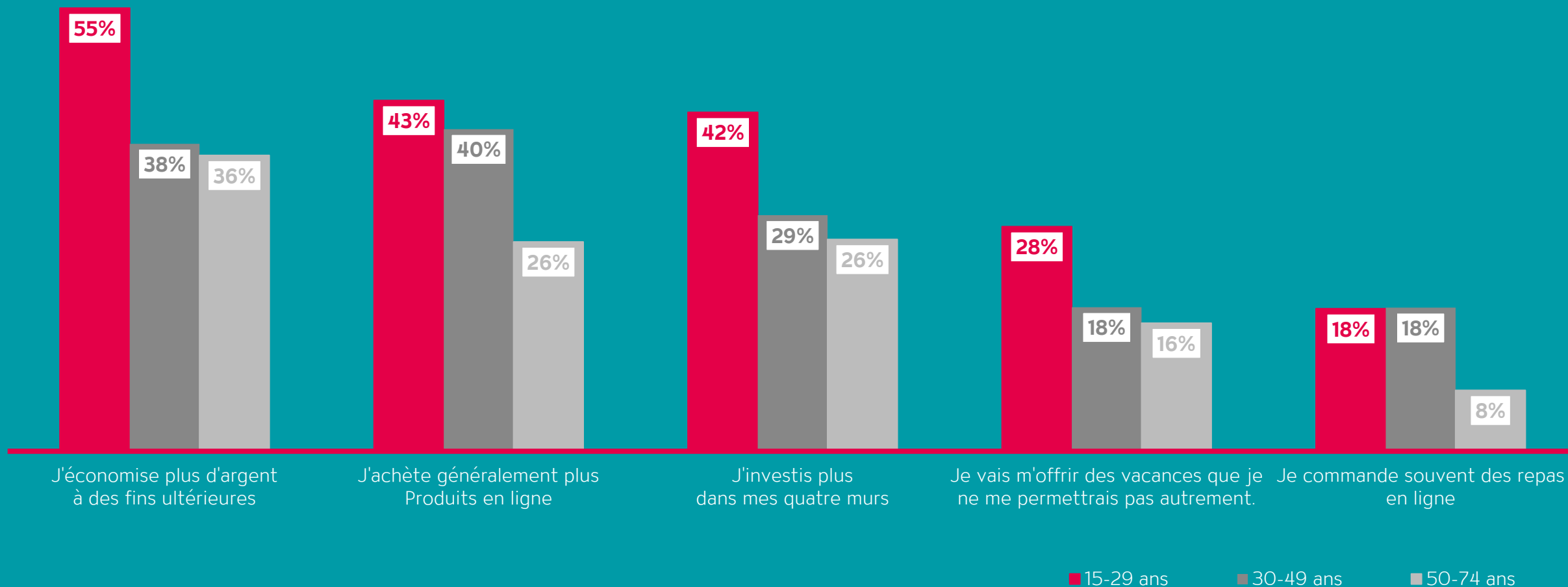


Chiffres en%: intérêt accru pour les produits | Sélection de l'expression la plus forte
Source: étude Admeira sur le comportement d'utilisation des médias pendant la pandémie corona.

À quoi ça ressemble aujourd'hui?

Les achats en ligne et le taux d'épargne ont augmenté

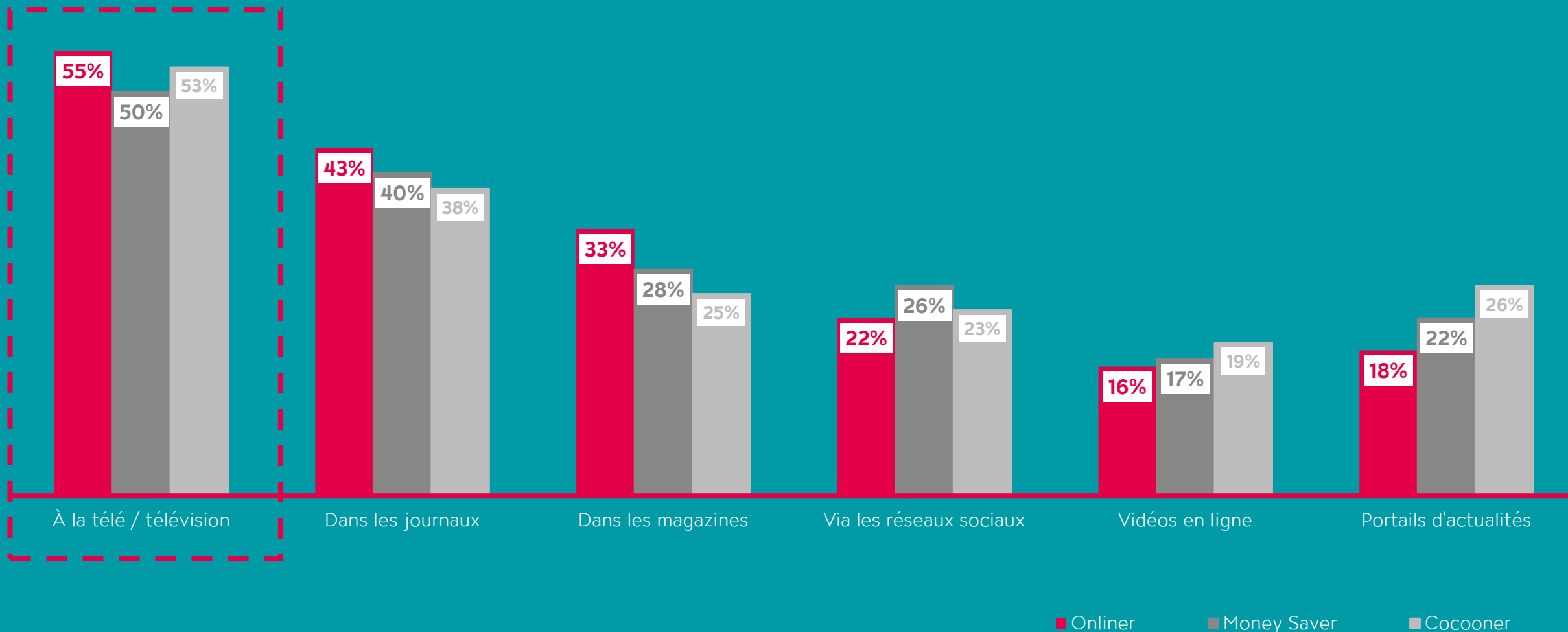
Les 12 derniers mois ont changé les habitudes. Comment évaluez-vous les affirmations suivantes?



Remarque: réponses possibles Top2
Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

Les tendances arrivent, l'attention portée à la publicité reste stable

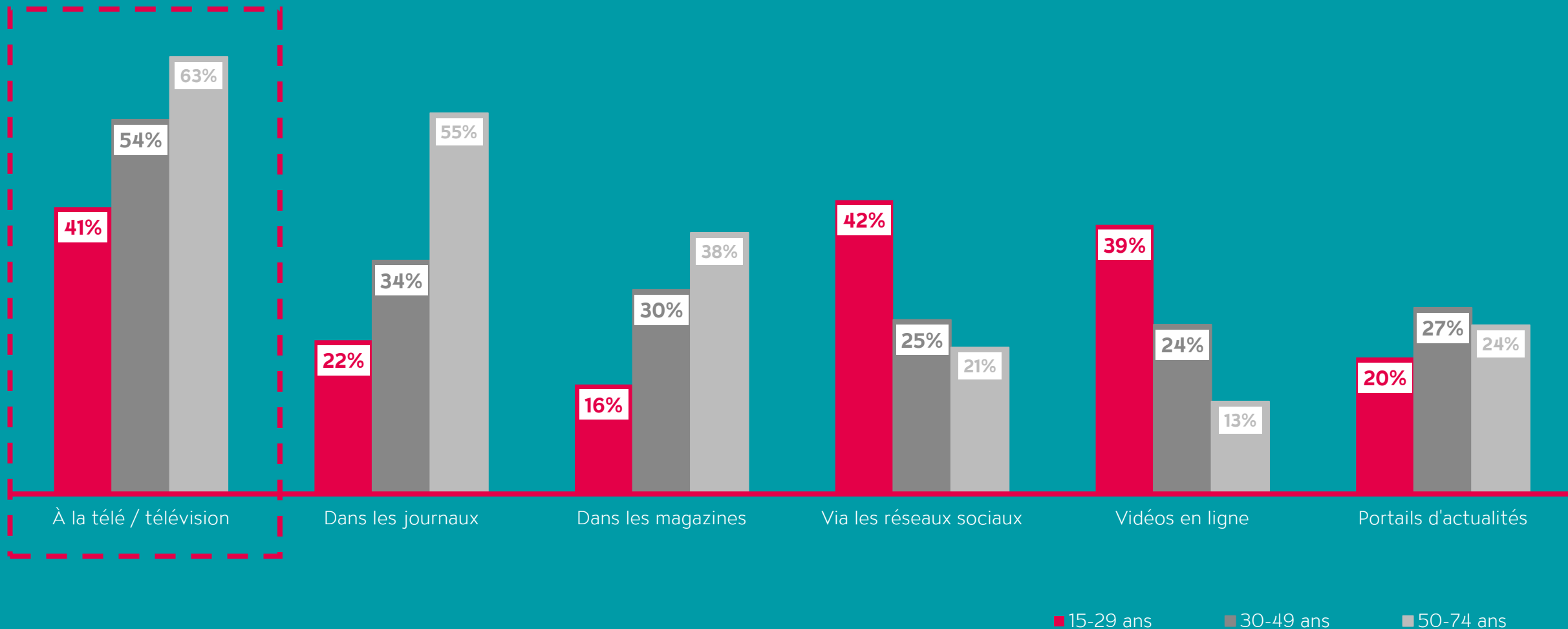
Comment prenez-vous principalement connaissance des produits / services qui vous intéressent pendant la pandémie corona?



Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

Grande attention publicitaire en TV dans tous les groupes cibles

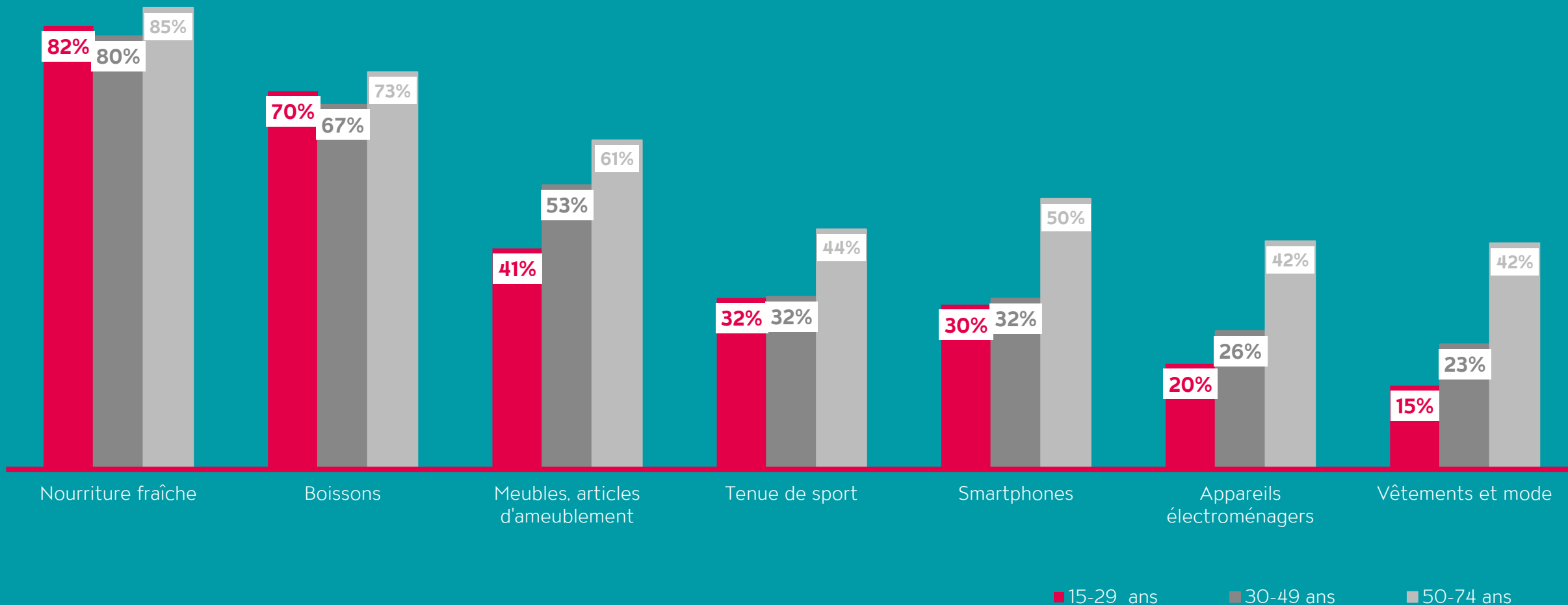
Comment prenez-vous principalement connaissance des produits / services qui vous intéressent pendant la pandémie corona?



Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

Le commerce stationnaire reste un point de contact important

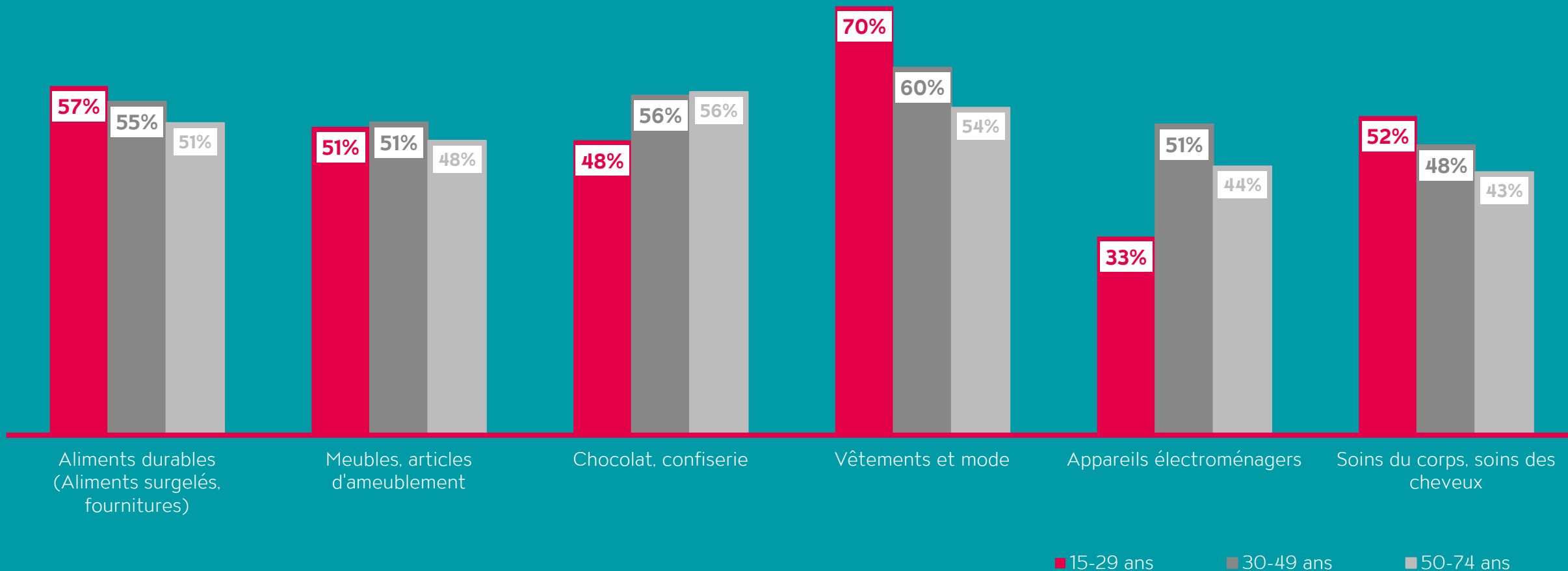
Comment allez-vous acheter les produits / services suivants à l'avenir? (Chiffres en%: dans le commerce de détail stationnaire)



Chiffres en%: dans le commerce de détail stationnaire
Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

La volonté de changer demeure avec l'âge

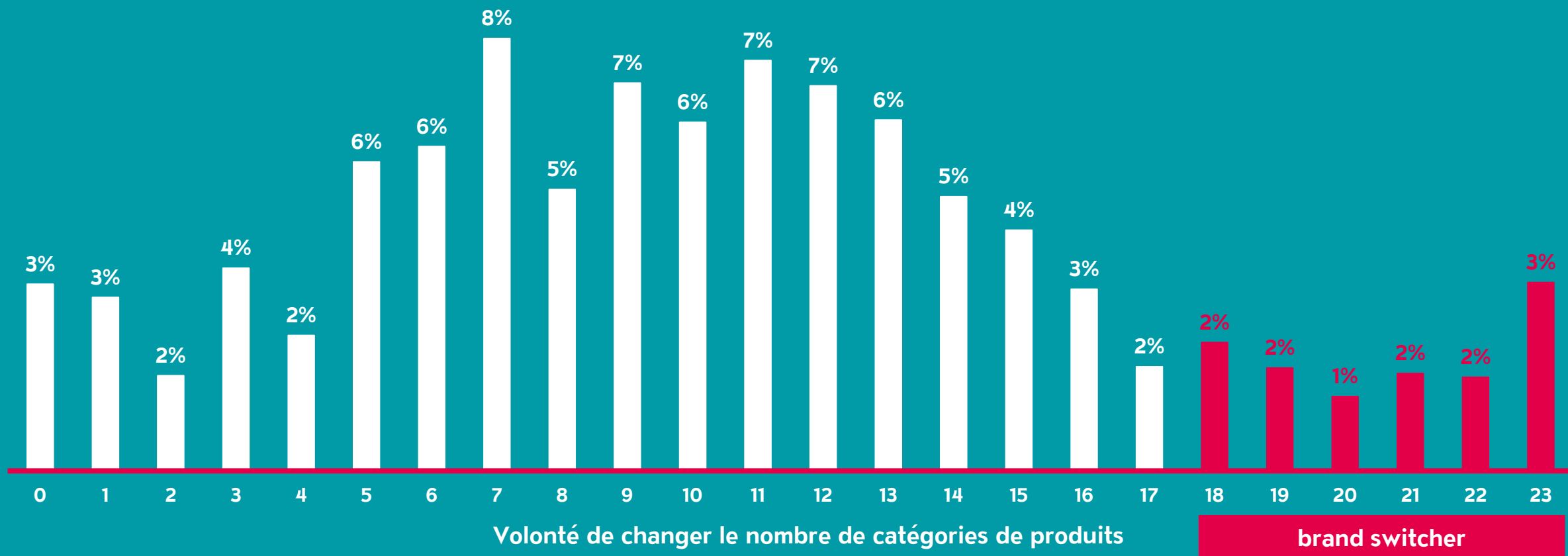
Dans les domaines de produits suivants, j'aime changer de marque plus souvent au lieu de toujours acheter la même.



Remarque: réponses possibles Top2
Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

Déloyauté des marques jusqu' aux «brand switcher»

Répartition de la volonté des gens de changer de marque dans 23 catégories de produits différentes

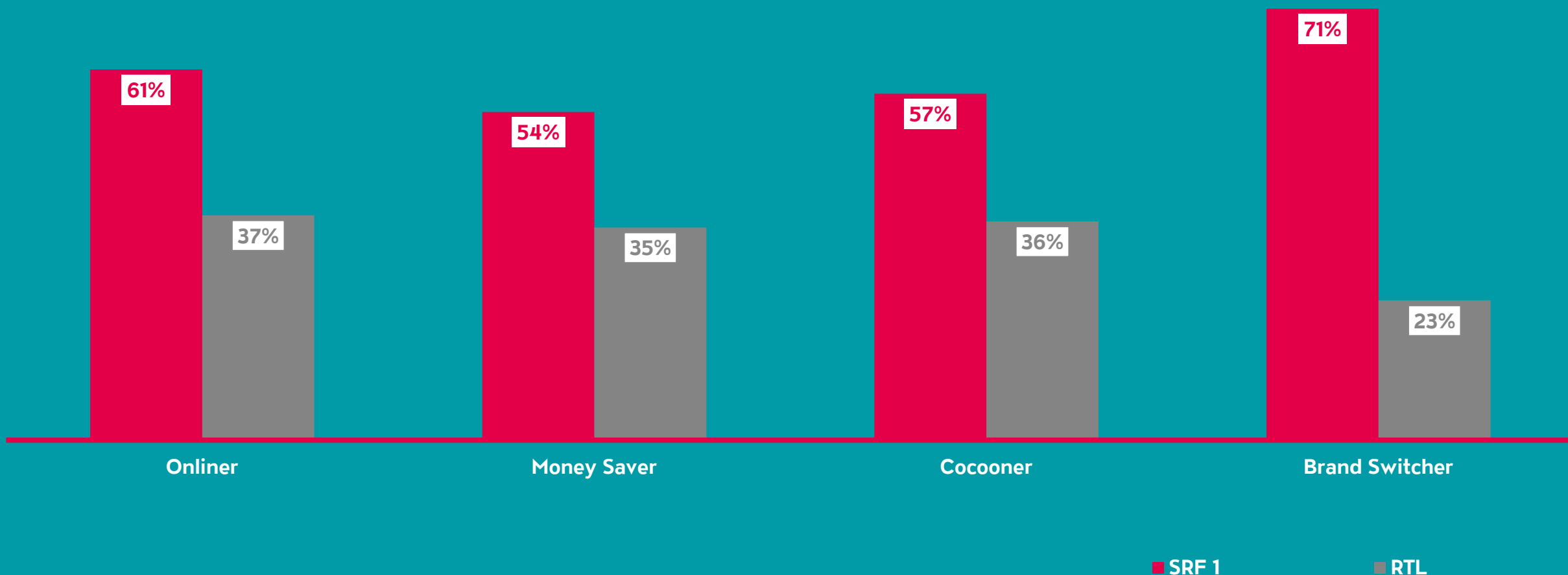


Remarque: réponses possibles Top2

Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

Profitez de l'opportunité du marché avec SRF 1

Atteignez un potentiel de groupe cible passionnant que vous pouvez inspirer pour vos produits
(utilisation media par jour)



Chiffres en%: utilisation quotidienne des médias
Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

Conclusion

Les tendances persistent

**Les consommateurs ont tendance à
changer de marque
La publicité est importante pour
fidéliser les clients et en gagner de
nouveaux**

**Les gens consomment aujourd'hui et
économisent pour des achats
ultérieurs
= une publicité constante est
importante**

**Les acheteurs en ligne accordent le
plus d'attention aux publicités
télévisées**

**Cependant, la vente au détail
stationnaire reste importante**

**Atteignez la plus grande notoriété
publicitaire à la télévision /
«sélecteur de marque» avec SRF 1**

Profil de l'étude AdPanel

Type d'examen GfK-Online-Bus

Objectif: Dans le cadre de l'étude AdPanel, le changement de comportement d'achat et l'attention portée à la publicité de certaines catégories de produits ont été testés.

Procédure d'échantillonnage: Représentatif de la population selon les caractéristiques sociodémographiques, méthode des quotas aléatoires

Quotes: Sexe, âge (3 groupes)

L'échantillon: Interviews en SA n=754

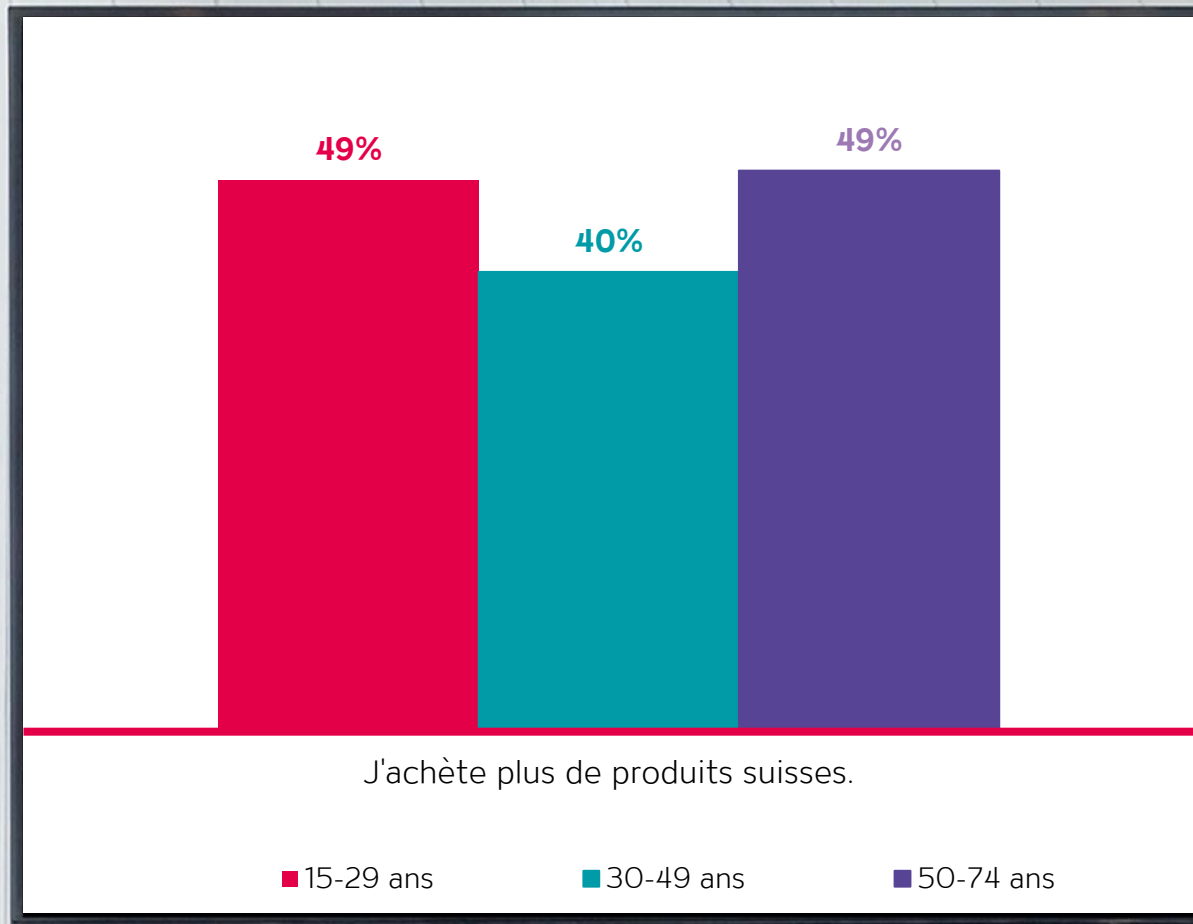
Temps: semaine 12, 2021

Pondération: Les données ont été pondérées selon les critères suivants: sexe x âge (4 groupes), emploi (4 groupes), scolarité (2 groupes), colocation (7 groupes en SA), type d'établissement (2 groupes). Avec la pondération, les données sont adaptées de manière optimale aux structures de la population.

Institut: GfK Switzerland AG, Rotkreuz

Les produits suisses sont plus achetés

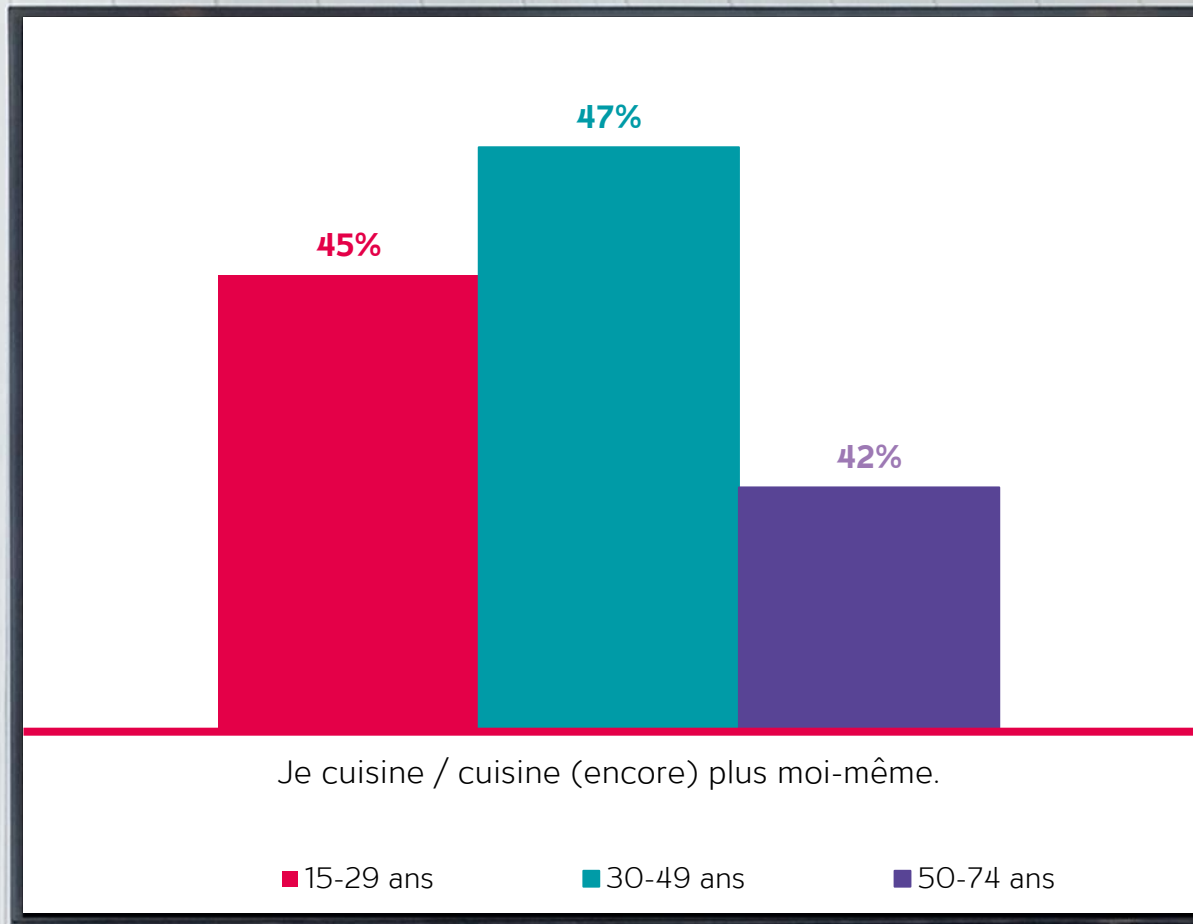
Les 12 derniers mois ont changé les habitudes. Comment évaluez-vous les affirmations suivantes?



Remarque: réponses possibles Top2
Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

Les gens cuisinent plus eux-mêmes

Les 12 derniers mois ont changé les habitudes. Comment évaluez-vous les affirmations suivantes?

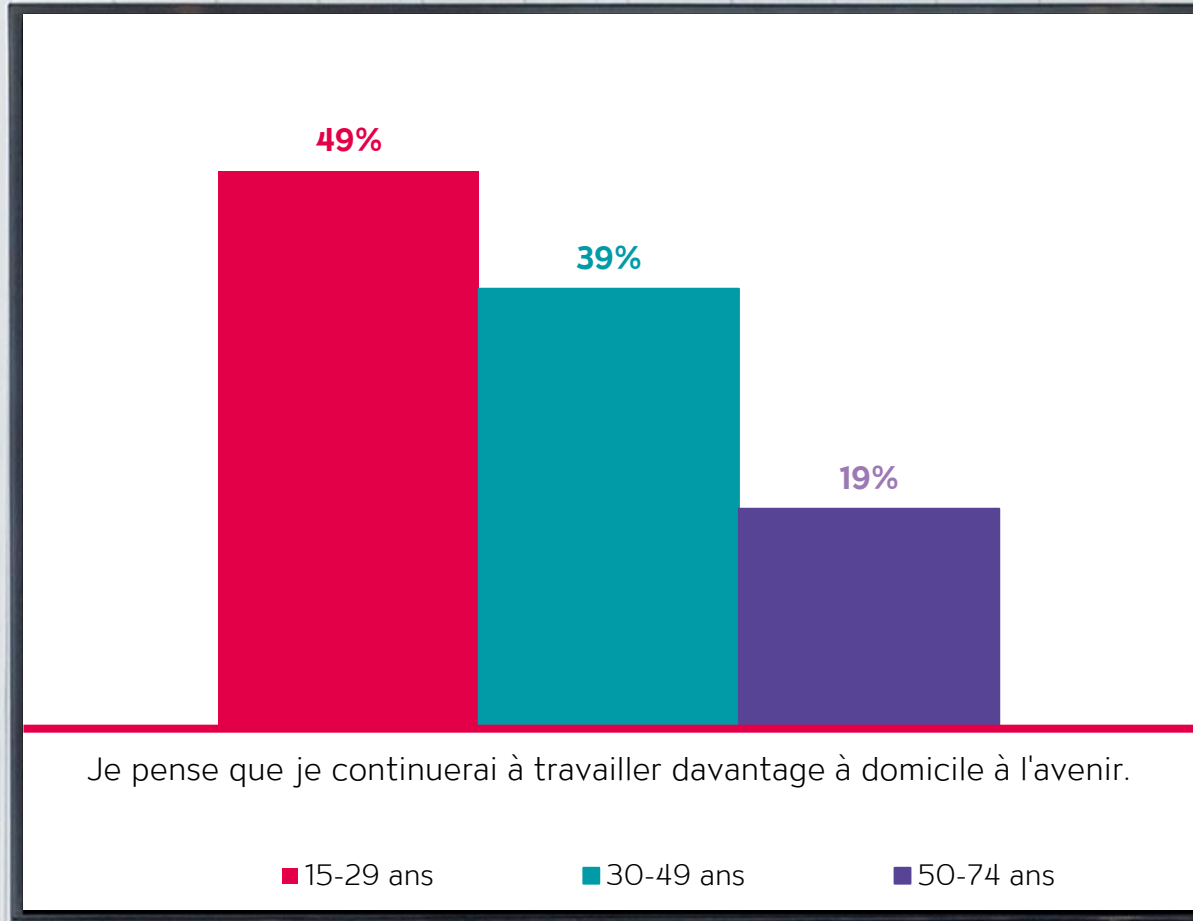


Remarque: réponses possibles Top2

Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes

La majorité du bureau à domicile restera en place

Les 12 derniers mois ont changé les habitudes. Comment évaluez-vous les affirmations suivantes?



Remarque: réponses possibles Top2

Source: étude AdPanel Adhoc «Changement de comportement d'achat» 2021, 754 personnes