



BRANDING REBRANDING₂

az FMCG szektorban

2024

Ár mindennek felett?

A márkahűség szerepe napjainkban

IDŐPONT: 2024. MÁJUS 29.
HELYSZÍN: PUBLICIS PALOTA

Csilla Zsigmond-Czikora
Diána Györvári-Aszatrjan



Márkahűség

2023-ban a hazai
fogyasztók

6%-a

állította, hogy

márkahű





**Tudatosabb
vásárlás**



**Akciók,
promóciók
keresése**

2023



**Kevesebb
vásárlás**

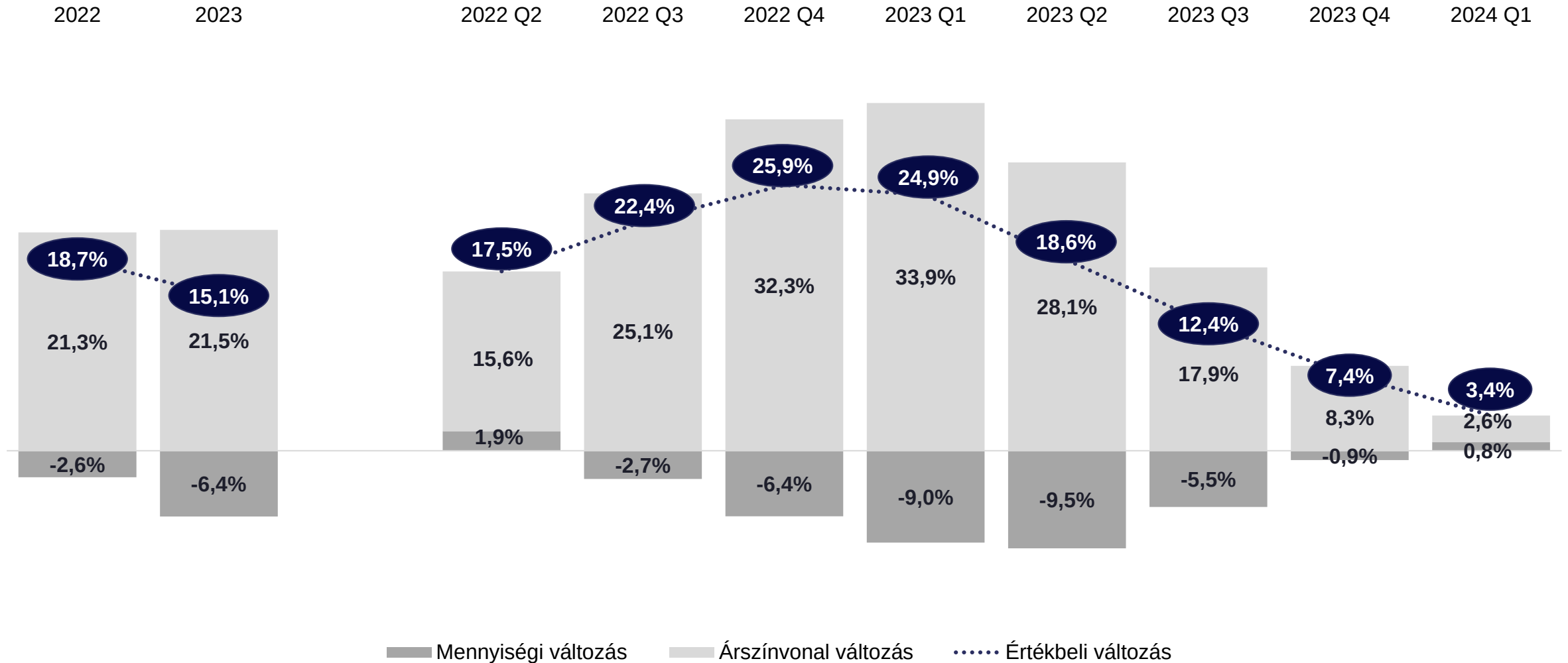


**Olcsóbb
termékekre
váltás**

Az FMCG piac másfél év után újra mennyiségbeli növekedést mutat

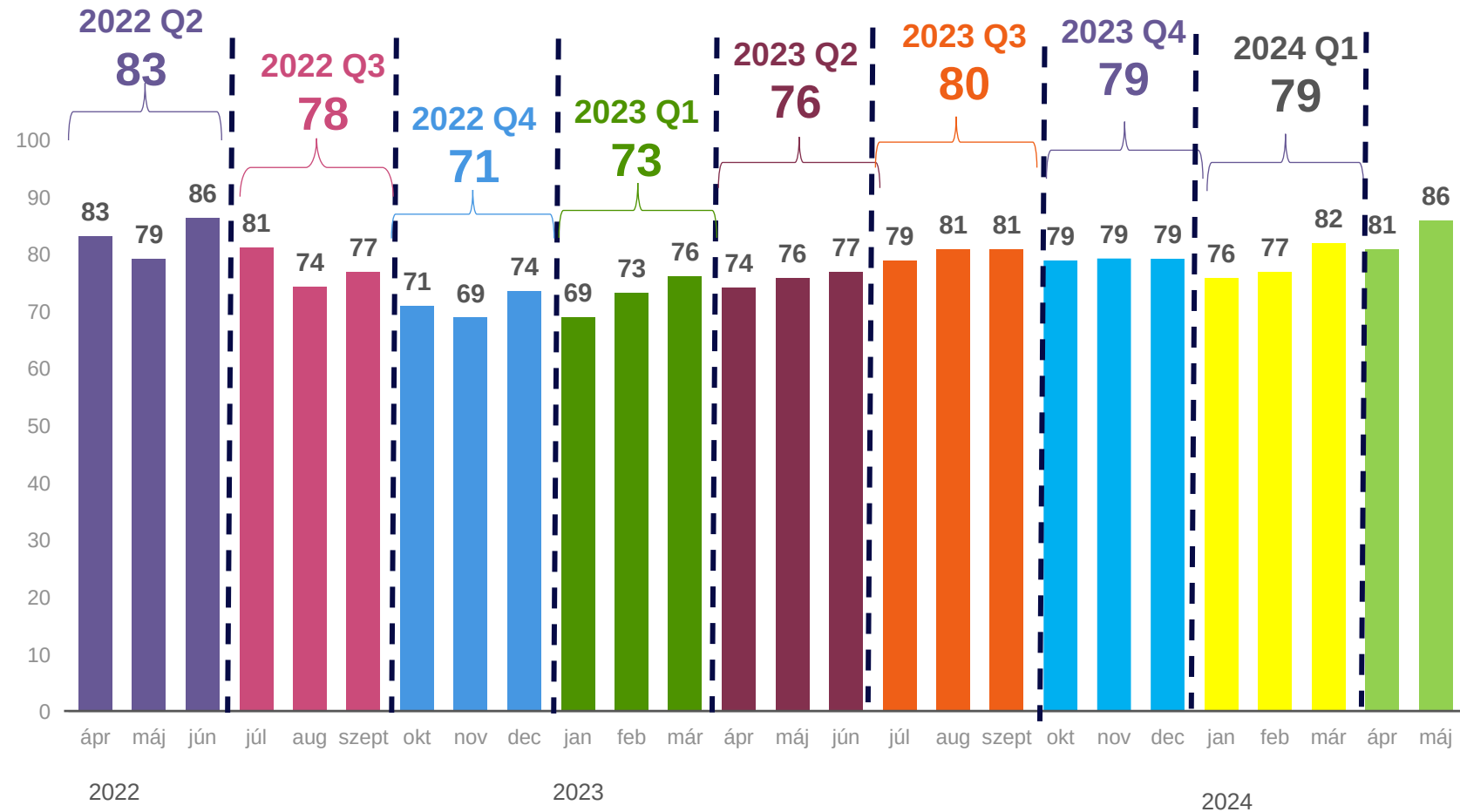


Az FMCG-piac változásai Magyarországon



Javuló tendencia a fogyasztói kilátásokban

Fogyasztói Optimizmus Index



Munkahelyi
kilátások

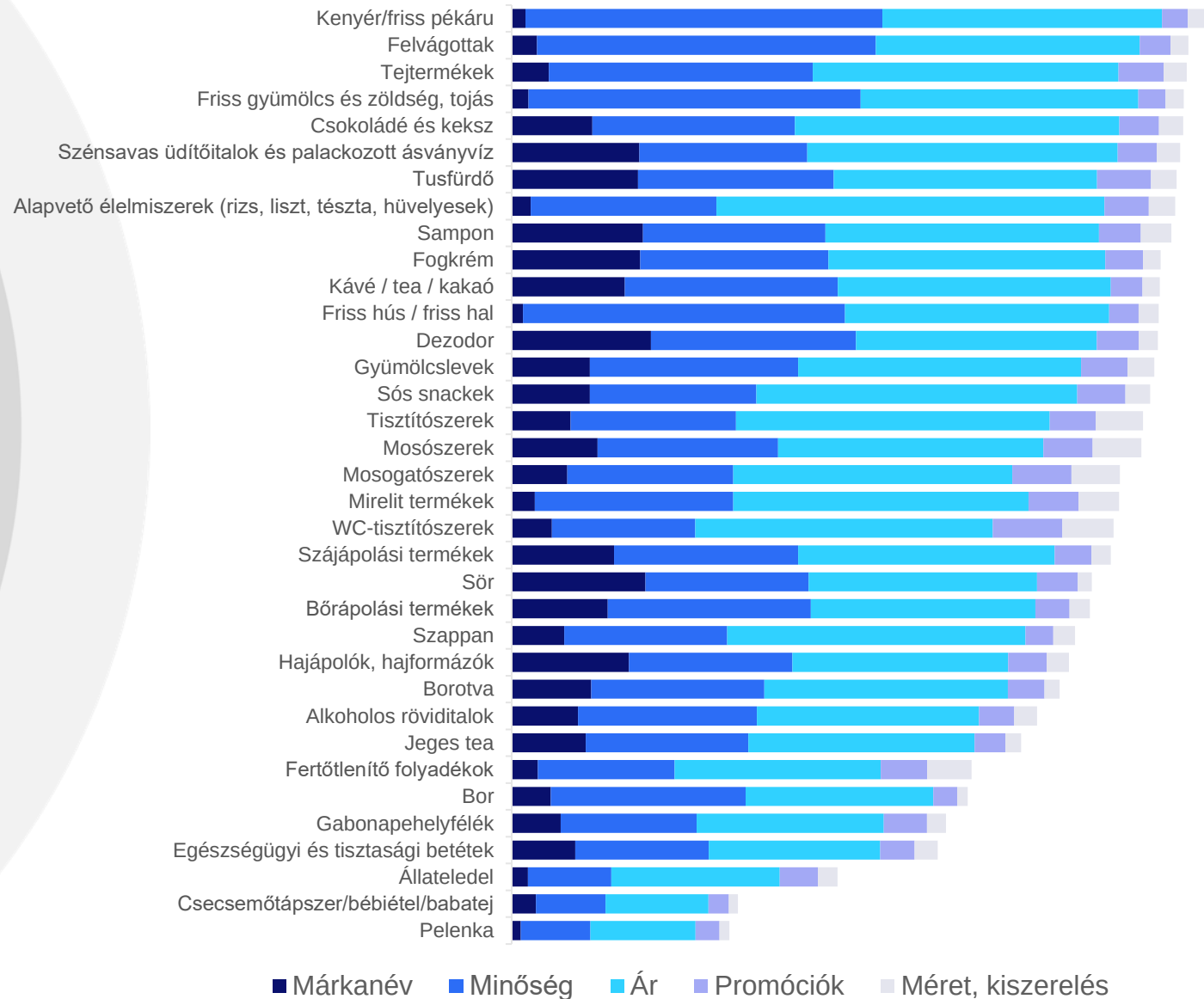


Saját anyagi
helyzet



Vásárlási
hajlandóság

Az ár még mindig felülírja a minőségi szempontokat, de...



... több
kategóriánál már
fontosabb az árral
szemben a
minőség, mint
tavaly

2024
minőség > ár



Kereskedelmi láncok a hűség
jegyében

Átlagosan
3 láncot
látogatunk



NIQ



Az árral kapcsolatos szempontok továbbra is a legmeghatározóbbak, de...



A legtöbb terméknek alacsony az ára



Jó ár-érték arány



Kedvező promóciókat és ajánlatokat kínál



Mindenből rendelkezik saját márkával

... az élményvásárlás és a minőségi szempontok nőttek



Élvezetes vásárlói élmény nyújtása



Kellemes bolti környezet



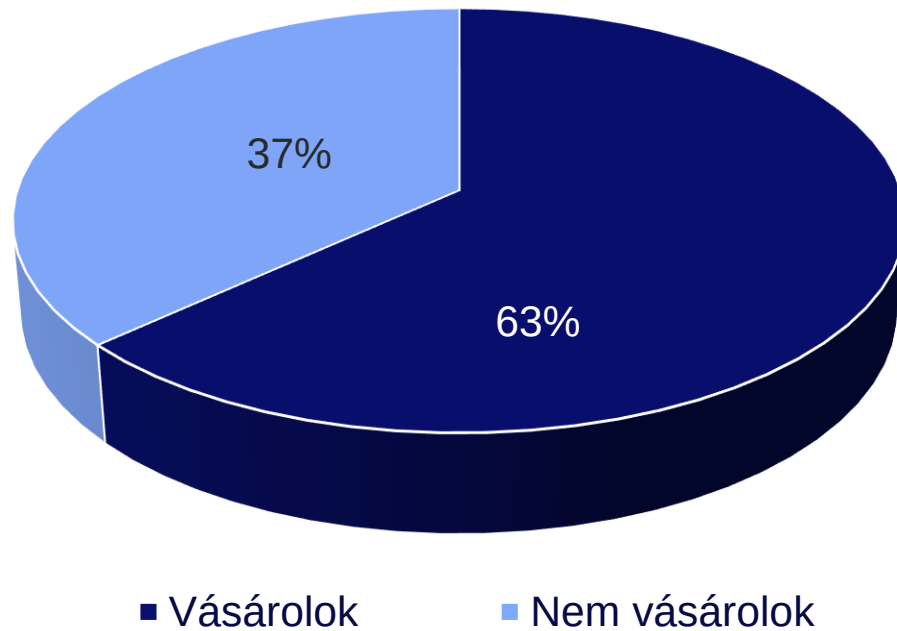
Kiváló minőségű friss élelmiszerek



**A személyzet kiváló
ügyfélszolgálatot nyújt**

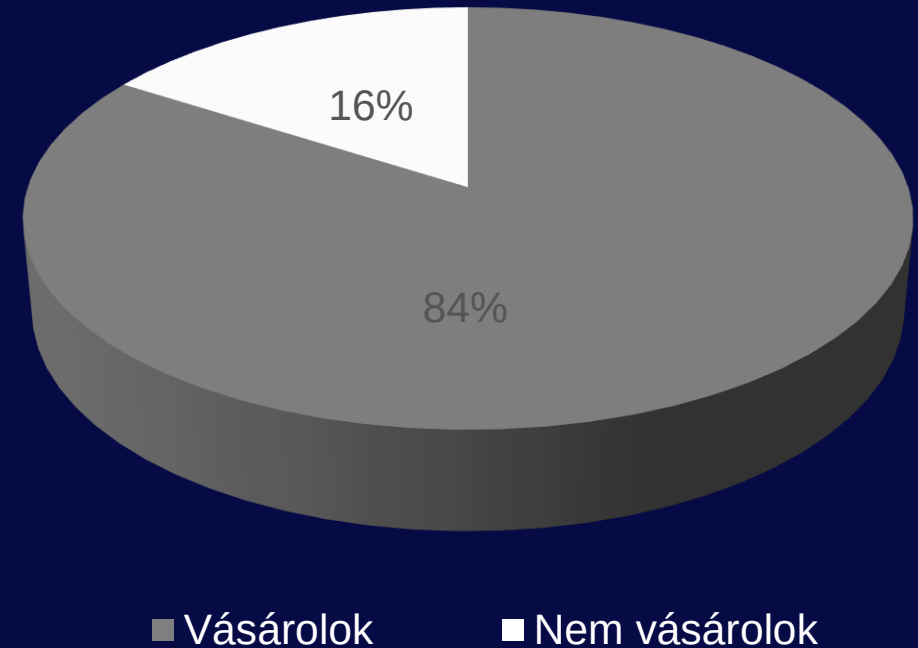
Vásárolunk sajátmárkákat,

Vásárol-e saját márkás terméket?
(Válaszok %, saját percepció alapján)



még ha nem is mindig tudatosan

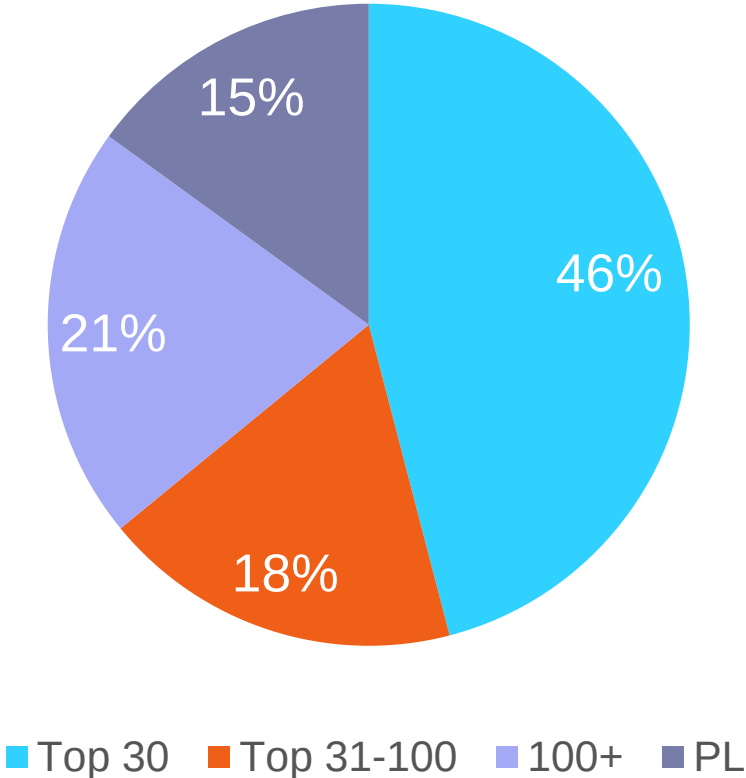
Vásárol-e saját márkás terméket?
(Összesített válaszok %, tényleges márkavásárlás alapján)



Régiósan a sajátmárkák a forgalom 15 százalékaért felelnek,

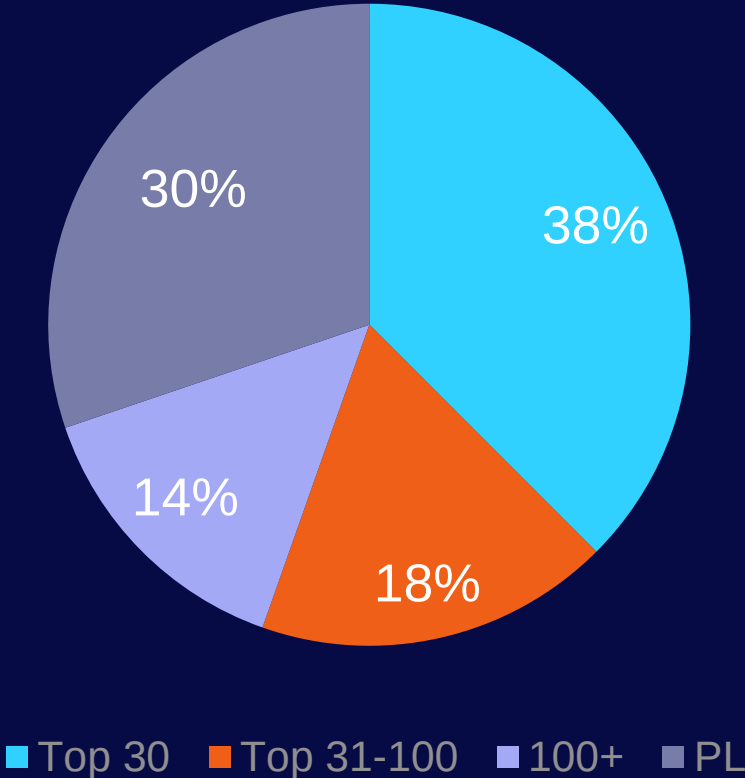
Gyártói csoportok értékbeli részesedése

Kelet-Európa



míg nálunk ennek dupláját teszik ki

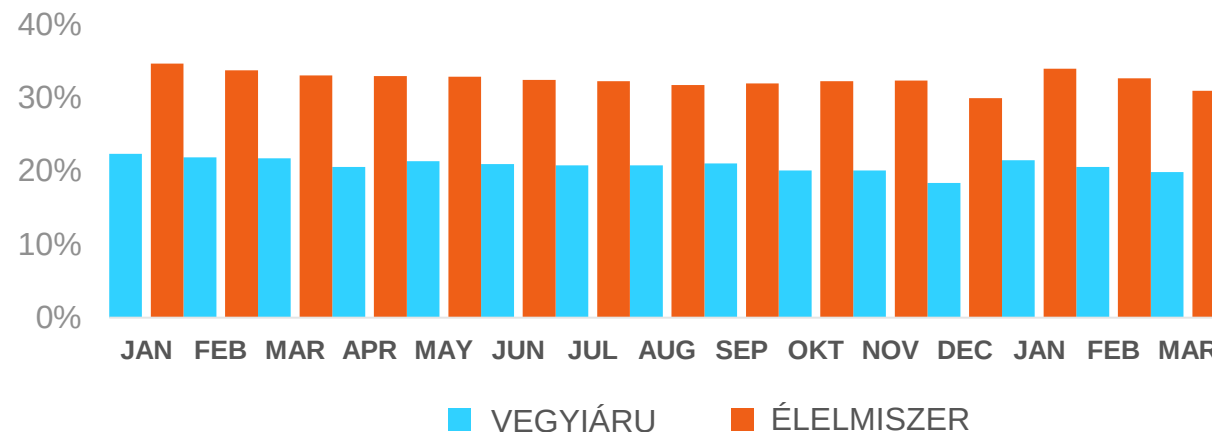
Magyarország



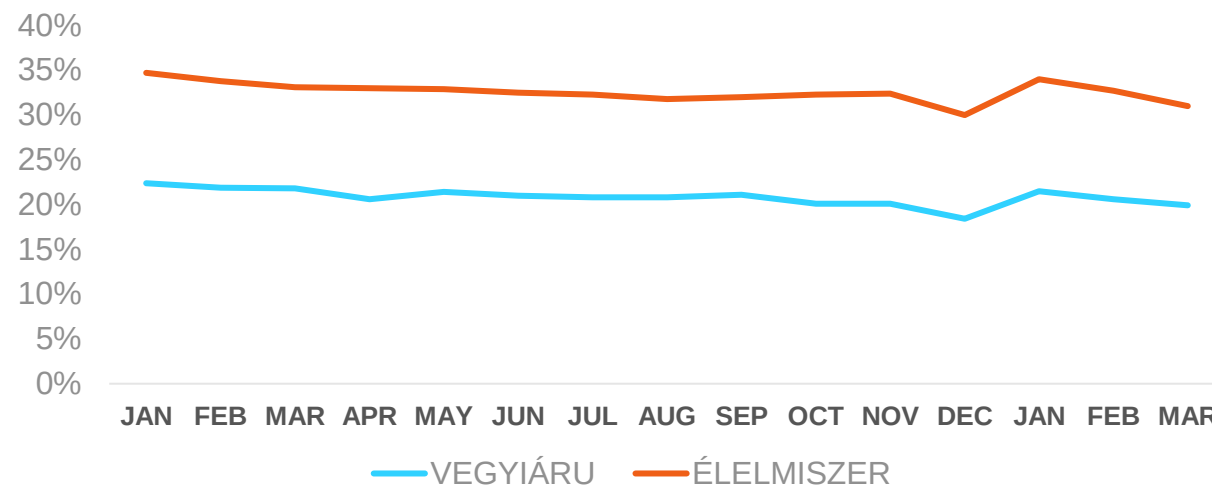
A sajátmárkák részesedése a karácsonyi időszakban enyhén visszaesik



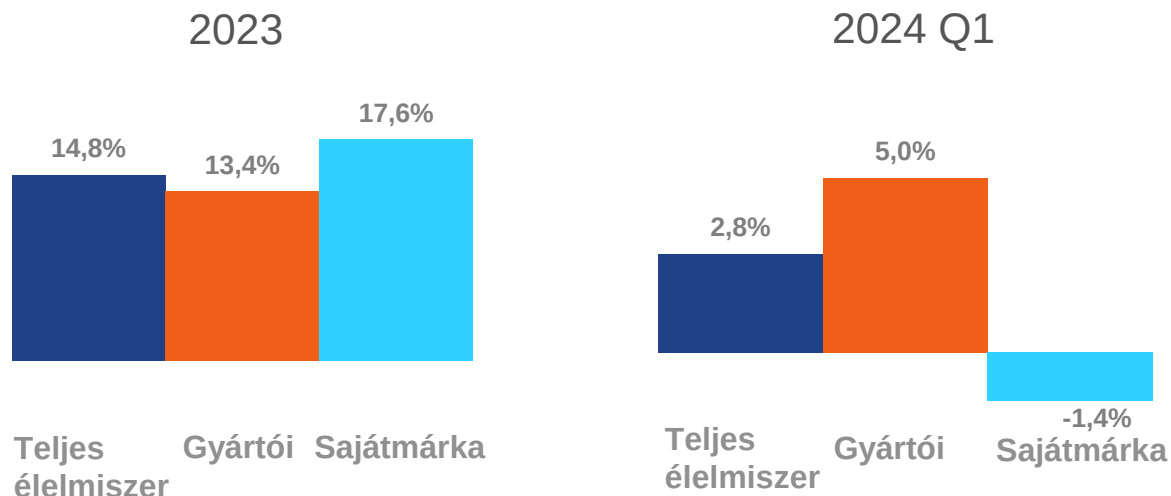
Sajátmárkák értékbeli részesedése



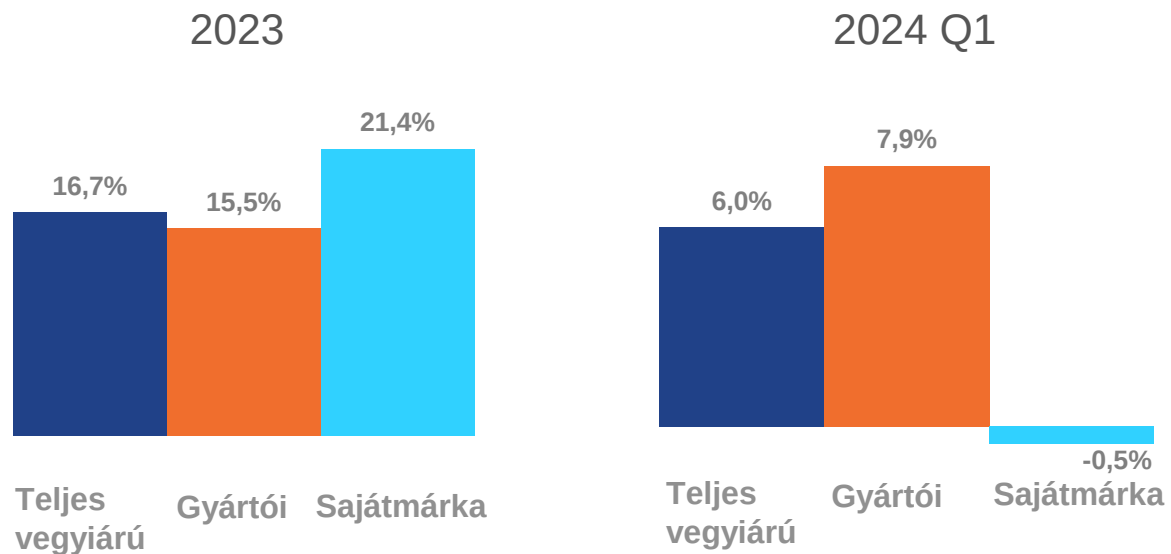
Sajátmárkák értékbeli részesedése



Értékbeli növekedés, ÉLELMISZER



Értékbeli növekedés, VEGYIÁRU



A sajátmárkák átlag feletti növekedési üteme 2024 első negyedévében megtorpant

**Az alacsony ár
mellett az ár-érték
arány és a jó
minőség is a
vásárlási okok
között vannak**

Motiváló tényezők saját márkás termékek vásárlása esetén



Olcsóbb, mint a gyártói márkák	52%
--------------------------------	-----



Ár-érték arányban megfelelőek	45%
-------------------------------	-----



A minősége olyan jó, mint a gyártói márkáknak	49%
---	-----



PIROS praktikák

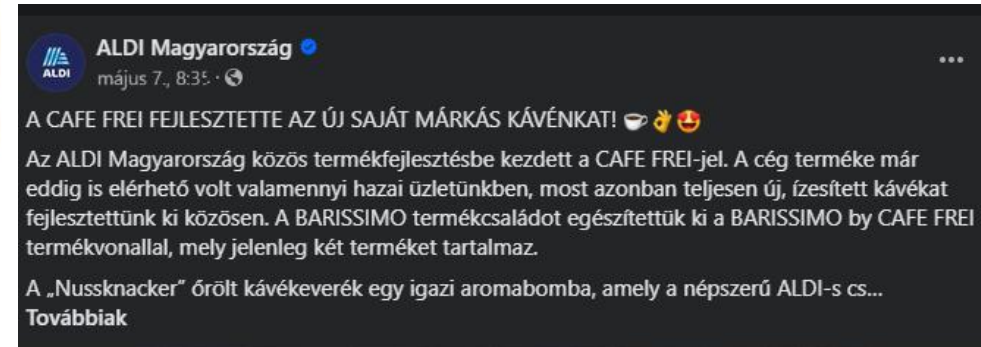
[View full playlist](#)



Street Kitchen receptek

[SPAR Magyarország · Playlist](#)

[View full playlist](#)



NIQ



Lesz még megújulóLojalitás?

Köszönjük a figyelmet!

