



«ПЕРЕКРЁСТОК» УЛУЧШИТ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗОЖ-ТОВАРОВ В МАГАЗИНАХ ПО ИТОГАМ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Торговая сеть «Перекрёсток» провела опрос среди покупателей на тему «Здоровый перекус», в нем приняли участие более 600 человек по всей России, из которых 68% женщин и 32% мужчин.

Данное исследование было проведено среди узкой аудитории покупателей «Перекрёстка», которые во время покупок делают выбор в пользу здоровых перекусов. Цель заключалась в том, чтобы выявить ключевые предпочтения целевой аудитории и внести позитивные изменения в ассортимент ЗОЖ-сегмента.

По результатам исследования здоровому перекусу чаще отдают предпочтение покупатели в возрасте от 26 до 40 лет, число таких респондентов составило 38% от общего количества опрошенных, второе место занимают покупатели от 41 до 55 лет – 16%, реже выбор в пользу здоровых перекусов делают люди старше 55 лет – 14%, замыкает рейтинг молодежь в возрасте от 15 до 25 лет – 11%.

Согласно опросу, основными критериями выбора магазина для покупки ЗОЖ-товаров у клиентов являются широкий ассортимент – 38%, доступные цены – 26%, сервис доставки – 14% и удобная навигация – 11%. Для 6% респондентов среди опрошенных важно наличие собственного производства ЗОЖ-продукции в торговой сети.

В ходе онлайн-анкетирования аналитическая служба «Перекрёстка» также отметила, что большинство покупателей акцентируют внимание на состав и информацию о продукте, указанную на этикетке, а также удобном расположении товаров на полках.

Как показало исследование, более 79% клиентов сети покупают ЗОЖ-товары на регулярной основе, при этом 55% из них не планируют список полезных продуктов для здорового перекуса заранее, поэтому им важно, чтобы в супермаркетах были выделены отдельные стеллажи с полезными товарами, желательно ближе к кассе.

Самым популярным ЗОЖ-продуктом у клиентов «Перекрёстка» являются орехи, их для полезного перекуса покупают на регулярной основе более 25% клиентов сети. Выбор в пользу сухофруктов делают 22% покупателей, 15% из опрошенных чаще покупают здоровые хлебцы и цельнозерновые чипсы. Среди фаворитов также были отмечены фруктовые чипсы – 10%, фруктово-ореховые батончики – 9%, протеиновые батончики – 7% и детское питание - 5%, как одна из разновидностей полезного перекуса. 34% опрошенных также отметили, что им хотелось бы видеть больше фруктовых снеков без сахара и смесей орехов на полках в магазинах сети.

На основе тщательного анализа потребительских предпочтений торговая сеть усовершенствовала выкладку ЗОЖ-товаров и расширила ассортимент в категории здоровый перекус. Теперь ассортимент в 470 супермаркетах разделен на отдельные стеллажи, исходя из ключевых потребностей клиентов. В магазинах появились две дополнительные полки с орехами и сухофруктами, отдельная полка с фруктовыми чипсами, снеками и протеиновыми батончиками, а также две дополнительные полки с цельнозерновыми и натуральными картофельными чипсами, хлебцами и попкорном на кокосовом масле.

Олеся Бугременко, руководитель отдела по обратной связи и покупательской аналитики торговой сети «Перекрёсток»:

«Последние несколько лет «Перекрёсток» позиционирует себя как «супермаркет полезных привычек», фокусируясь на ЗОЖ-сегменте и регулярно развивая различные инициативы в этом направлении. Сейчас мы особенно тщательно уделяем внимание ассортименту в категории ЗОЖ и в том числе развиваем ассортимент для людей с определенными пищевыми ограничениями. В наших супермаркетах также есть «Маршрут полезных привычек», благодаря которому покупатели могут легко найти специальную ЗОЖ-зону, где представлен довольно обширный ассортимент продуктов для правильного питания. На основе онлайн-опросов и исследований мы регулярно совершенствуем выкладку, увеличиваем ассортимент и количество поставщиков для того, чтобы в



полной мере закрыть потребности наших покупателей и предлагать только лучшие товары исходя из их предпочтений».

[Ссылка на публикацию](#)