



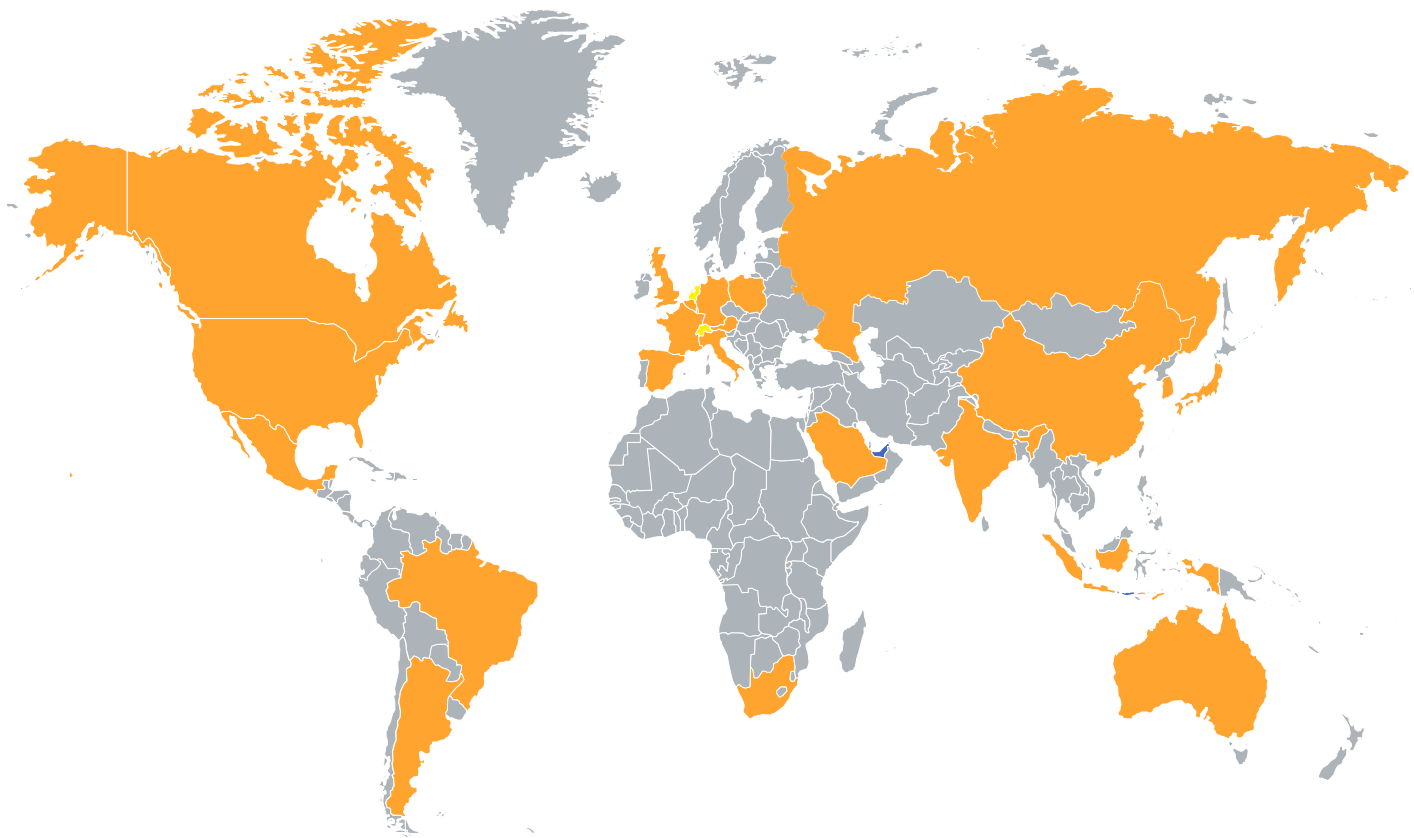
Polskie Zetki kontra reszta świata



ANNA BAŃKA

GFK – AN NIQ COMPANY

Największe oraz najdłużej trwające badanie konsumentów



Źródło danych: GfK Consumer Life®



Zbadane kraje 2023

25 rynków



Wielkość próby

~ 40 000

populacja osób w wieku 15+



Długość badania

Od 1997 roku

Czym kierują się Zetki w życiu?



Polska



Europa



USA



Azja



Radość z życia

#1



Wolność

#2



Bezpieczeństwo materialne

#3



Satysfakcjonująca praca

#4



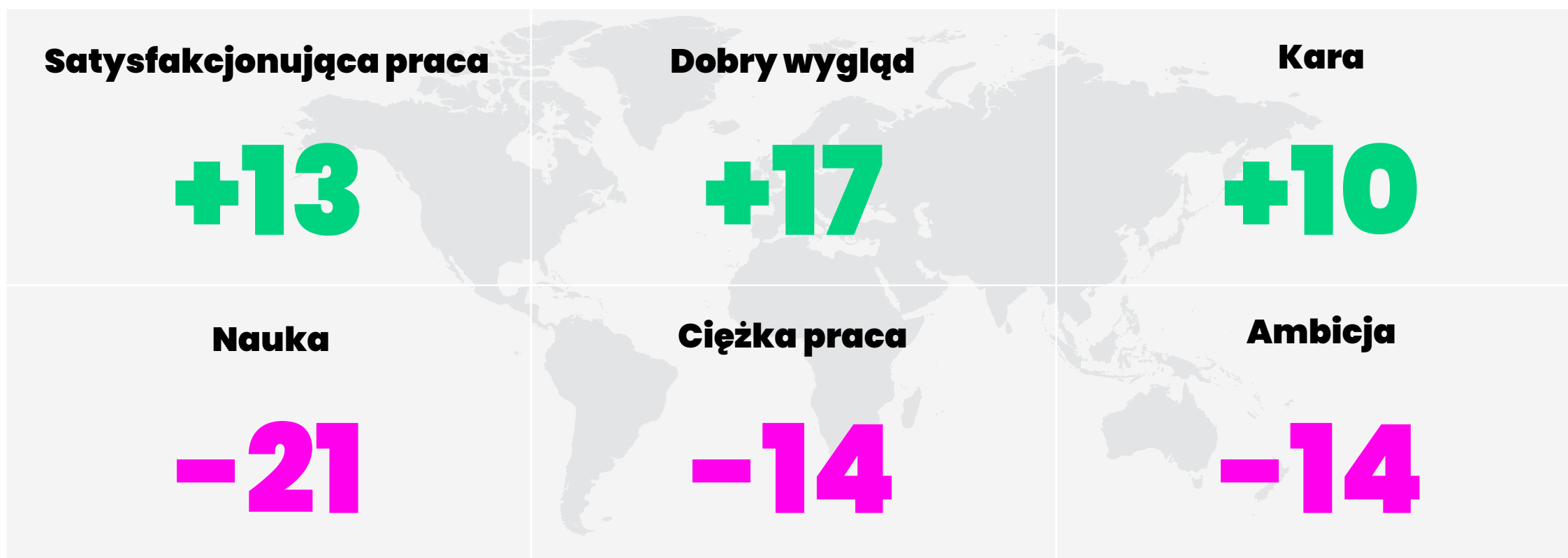
Bezpieczeństwo bliskich

#5



Zetki polskie vs europejskie

+ / - miejsc w rankingu PL vs EU



Let's be real

INSTAGRAM vs. REALITY



Zawsze szukam nowości i rozrywki, nawet w produktach codziennego użytku

34%



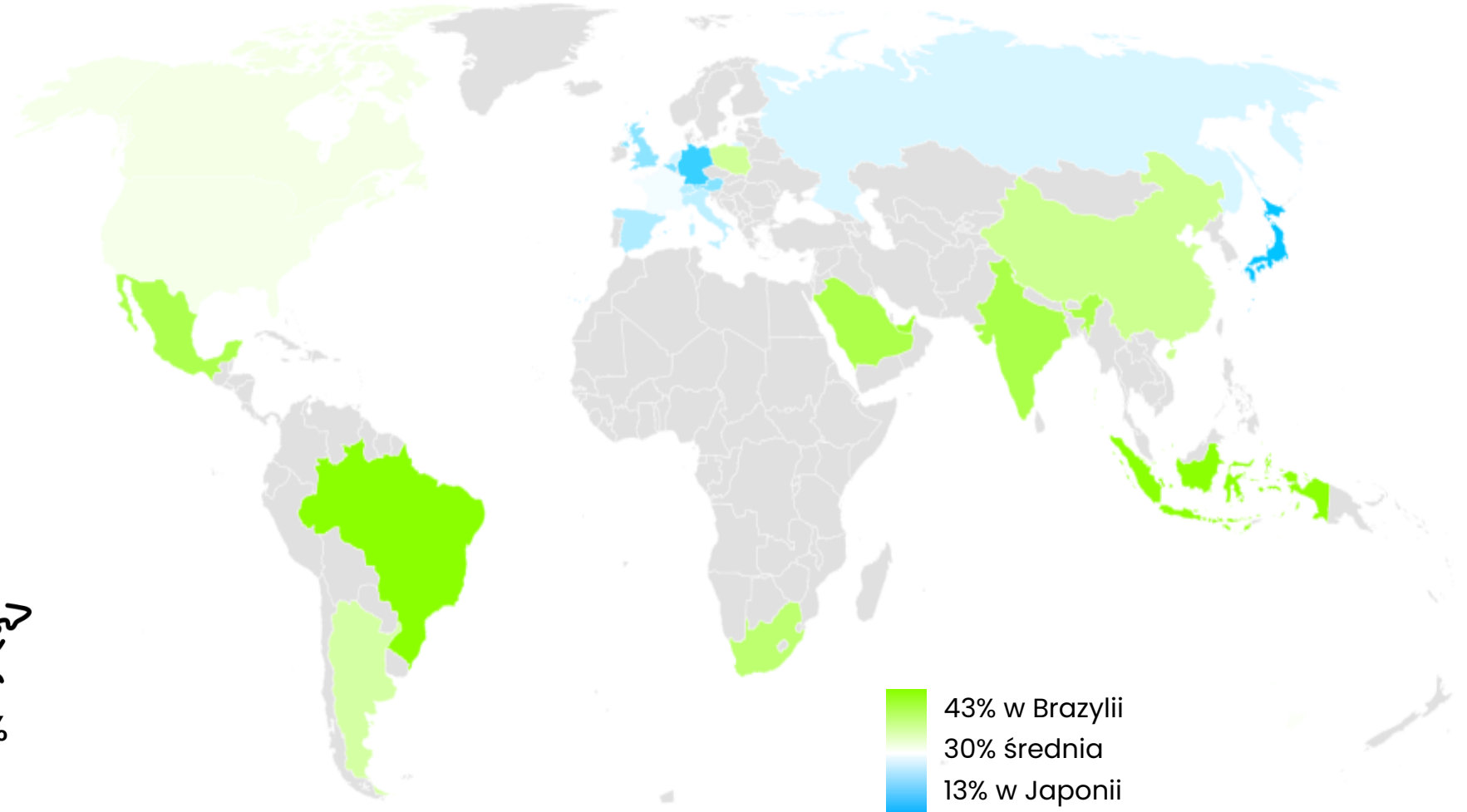
23% ↓



29%



37%



43% w Brazylii
30% średnia
13% w Japonii

Me, me, me...

54% Polskich Zetek twierdzi, że

„Lubię kupować produkty, które mogą być dopasowane do moich potrzeb”



36% ↓



31% ↓



46%

38%

“Mój indywidualny styl wyraża się w tym, jak wyglądam i co kupuję”



27% ↓



28%



35%



Preferowanie wysokiej jakości wcale nie oznacza polegania wyłącznie na znanych markach

44% Polских Zetek twierdzi, że
Wolę posiadać mniej
przedmiotów, ale chcę,
aby były wyższej jakości



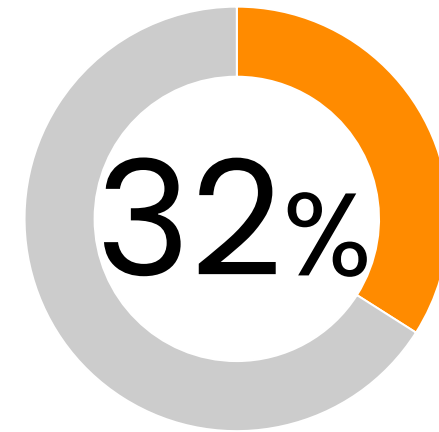
30% ↓



28% ↓



48%



Lepiej jest kupować dobrze
znane marki, ponieważ
można polegać na ich jakości



25% ↓



27% ↓



41%

Wyważone i zaufane marki



Stosunek jakości do ceny

51%

Najważniejszą rzeczą w marce jest dla mnie to, aby była warta swojej ceny



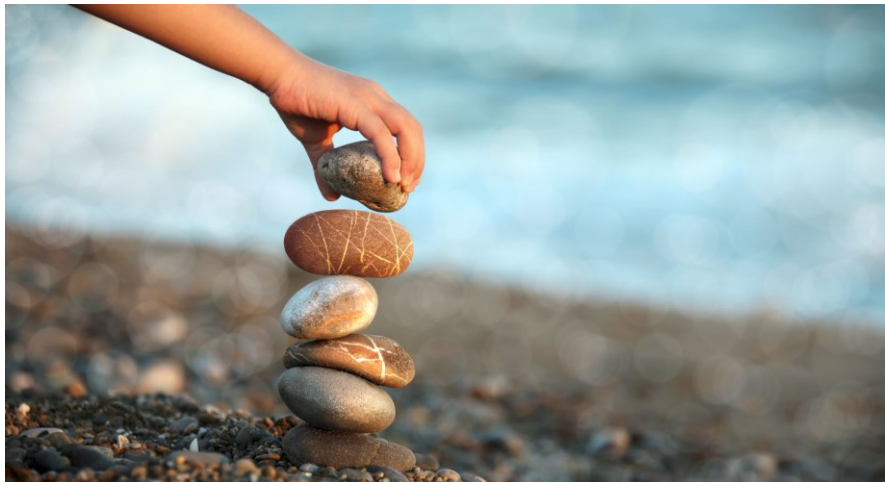
38% ↓



40%



49%



Zaufanie jest istotne

Kupuję tylko produkty lub usługi marek, którym można zaufać

36%



27% ↓



32%



41%

Zetki = ambasadorzy

% Polskich Zetek, które zgadzają / wyjątkowo się zgadzają

35%

„Dokładam specjalnych starań, aby powiedzieć innym o produktach i usługach, które bardzo mi odpowiadają”



30% ↓



28% ↓



48%

35%

„Interesuję mnie opinie i rekomendacje innych osób dotyczące nabywania produktów i usług”



26% ↓



33%



36%



#1 DO YOUR HOMEWORK

#2 NAWIĄŻ DO WARTOŚCI ZETEK

#3 POSTAW NA WARTOŚĆ, NIE CENĘ

**#4 TRAKTUJ ZETKI JAK PARTNERÓW,
A NIE ZWYKŁYCH KONSUMENTÓW**



Dziękuję!