

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL SHOPPER

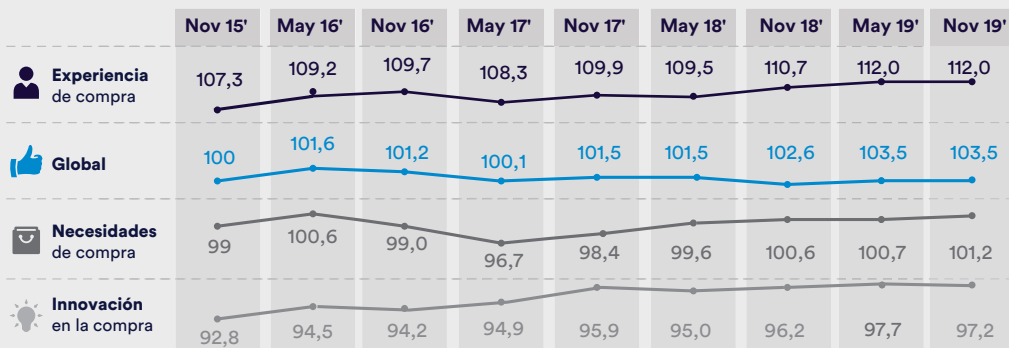


ÍNDICE DE SATISFACCIÓN POR CANALES (*)



Discount, el canal mejor valorado, seguido muy de cerca por el hipermercado

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN (*)



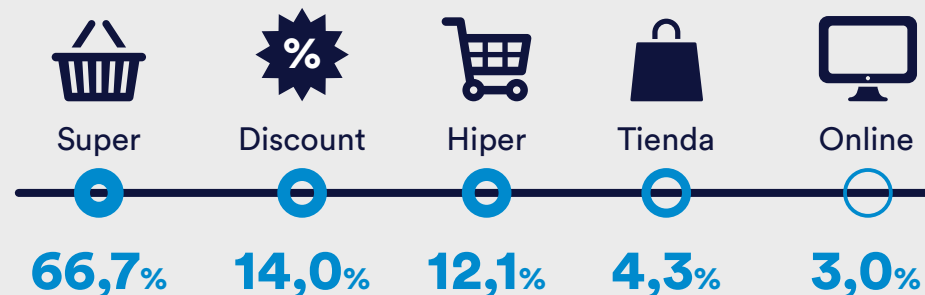
Prácticamente todas las variables se mantienen estables y mejora la satisfacción con la experiencia de compra respecto a 2015

(*) Base 100: Índice global Nov'15

CANALES



PENETRACIÓN DE CANAL DE COMPRA HABITUAL

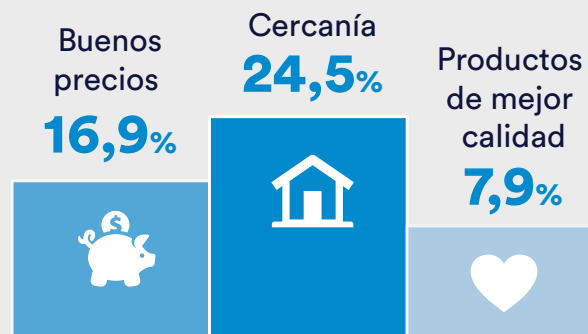


El supermercado, el canal de compra habitual más utilizado



Se visitan **3,8** establecimientos al mes

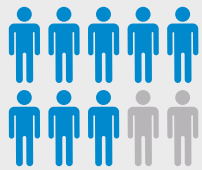
MOTIVO ELECCIÓN ESTABLECIMIENTO HABITUAL



COMPORTAMIENTO DE COMPRA



FRECUENCIA DE COMPRA



8 de cada 10
compran mínimo
1 vez a la semana

PLANIFICACIÓN DE LA COMPRA

¿Planifica su compra?

SI

NO



¿Se ciñe a la planificación?



ONLINE



PENETRACIÓN CANAL ONLINE



Canal HABITUAL	Canal SECUNDARIO	ESPORÁDICAMENTE en los últimos 6 meses
3,0% 3,0%	3,3% 3,4%	17,1% 18,8%

La penetración del canal online disminuye en el último año aunque se mantiene como canal habitual

CATEGORÍAS COMPRADAS ONLINE



INNOVACIÓN Y TENDENCIAS



DÓNDE DESCUBRE LA INNOVACIÓN



EL PRÓXIMO AÑO COMPRARÁN MÁS

