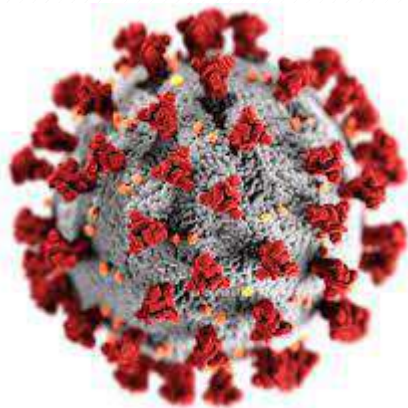


VALICON



„Korona“ ti da krila

Valiconov on-line „zajtrk“ 19.6.

Zenel Batagelj

Matjaž Robinšak

skriti gost ali dva 😊



Valicon during COVID-19 outbreak: ONGOING TRACKING STUDY

Daily – bi-weekly

Population reaction on outbreak. MAIN indicators are population's CONCERNS, MOMENT, BEHAVIOR, SECURITY, REALITY AND PRESENCE, plus media exposure and consumption

CORE INSIGHT
INTO
POPULATION
SENTIMENT

SITUATION
BEFORE
CORONA

ADD ONS,
CLIENTS
INDICATORS

On-request

Clients indicators: such as portfolio KPIs, fine-trends, specific categories developemnt.

Part of the profiles

Population behaviour prior corona outbreak. VIP Valicon platforms: Media profiles, All Finance, All Insurance, All Telco, All Retail. Possibility of before and after analysis.

CHANGE IN
CONSUMER
PURCHASE
BEHAVIOUR

Monthly

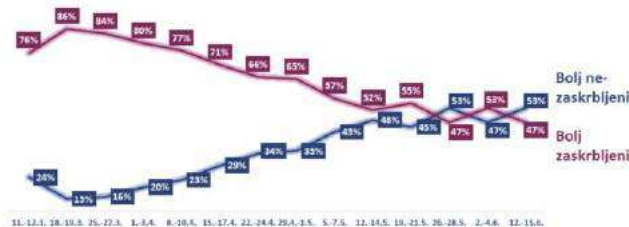
Impact on consumers. Change in purchase habits and usage of service products. Optimisation on purchase and usage. Current and estimated impact on different industries:

- retail
- FMCG
- services optimisation
- finance
- tourism

#Novanormalnost

V času po epidemiji ponujamo podroben vpogled v odzivanje in spremembe vedenja potrošnikov.

„Ste vi osebno zaskrbljeni zaradi širjenja novega koronavirusa?“



VALICON

Raziskava #Novanormalnost: spremlja odzivanje na ukrepe in izidje v epidemiji, izvedba: 12.-15.6.2020, spletno anketiranje v okviru spletnega panela izvedenih reprezentativnih vzorcev, 18-75 let, n=936. Raziskave ne financira nobeno podjetje, posameznik ali organizacija in je javno dostopna.

predstavitev rezultatov aprilske raziskave in
je: Slovenija, Hrvaška, Bosna in Hercegovina, Srbija.

Prenesi več

Redno objavljamo pregled ključnih indikatorjev
naše raziskave #Novanormalnost.

Prenesi več

Panoge



Trgovina in FMCG



Finančne storitve



Mediji in oglaševanje



Turizem

Telekomunikacije,
ICT, Energetika

analiza

Avtorja: Zenež Batagelj, Andraž Zorko,
oba partnerja v Valiconu



VALICON ADDING VALUE

POTROŠNIKI IN KORANVIRUS V SLOVENIJI

Koronavirus, kaj smo se naučili iz prvega vala in kaj postoriti pred naslednjim

Ko se bo – če se bo – začel dogajati naslednji val, ga bomo hitro zaznali in potrebno bo spet natančno pogledati, kako so se potrošniki obnašali prvič, kateri kanali so delali bolje, kateri slabše, pripraviti zaloge ipd. Ker ne vemo, kako dolgi bodo cikli med vali in ker glede na naše izkušnje traja, da se interno zaženejo aktivnosti, bi morali z analizo in “quick wini” začeti že vsaj pred mesecem dni.

Na nek način imamo srečo. V Valiconu smo skupaj z Društvom za marketing Slovenije leta 2009 ob začetku prejšnje krize začeli spremljati, kako ta vpliva na potrošnike. Razvili smo t. i. segmentacijo pričakovanega finančnega stanja in potrošnje, ki populacijo razdeli v pet segmentov (*Graf 1*), od tistih, kjer ni prišlo do nobenih sprememb, do tistih, ki so bili primorani temeljito spremeniti svoje potrošniške navade:

1. **PRESKRBLJENI** – Finančno stanje in obseg potrošnje sta nespremenjena.
2. **RAVNODUŠNI** – Pričakujejo poslabšanje finančnega stanja, a niso in

lelih, zato sodi med ključne segmentacije, ki so del Valicon profilov potrošnikov. Tudi zato strukturo segmentov redno spremljamo že od leta 2009.

Ta kriza je drugačna od prejšnje

Rezultat krize leta 2009 je bil, da smo septembra takoj “pridobili” kar 30 % potrošnikov v segmentu prikrajšanih, ki se je potem povečeval vse do 2014, ko je dosegel svoj vrh – skoraj polovica anketiranih morala z razlogom spremeniti svoje potrošniške navade. Na krilih te krize so na primer uspeli diskontni trgovci, ki jim pred krizo enostavno ni šlo. Takrat smo pravilno napovedali, da slo-

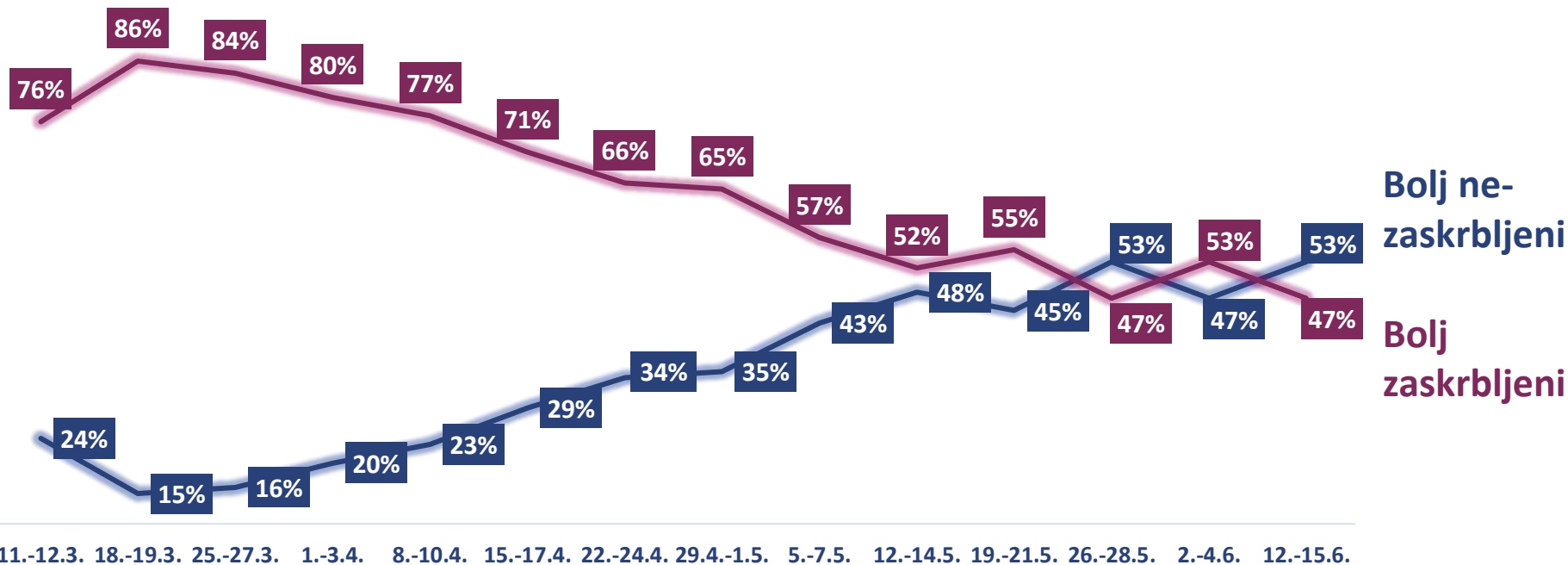
% takih, ki se uvrščajo med prikrajšane. To je očitno delež, ki je neke vrste stalnica pri nas.

Previdnost

Nato je prišla korona. Praktično čez noč se struktura segmentov popolnoma preselila na negativno stran. V drugem tednu je delež preskrbljenih padel z 41 % na 15 %, delež pozornih pa se je povečal z 17 % na 41 %. Delež se je sicer v dveh mesecih popravil na 27 %, a se je hkrati povečal delež tistih, ki so prikrajšani.

Tukaj se skriva prvi pomemben zaključek naših opazovanj. Previdnost je prva značilnost, ki zaznamuje obdobje po prvem

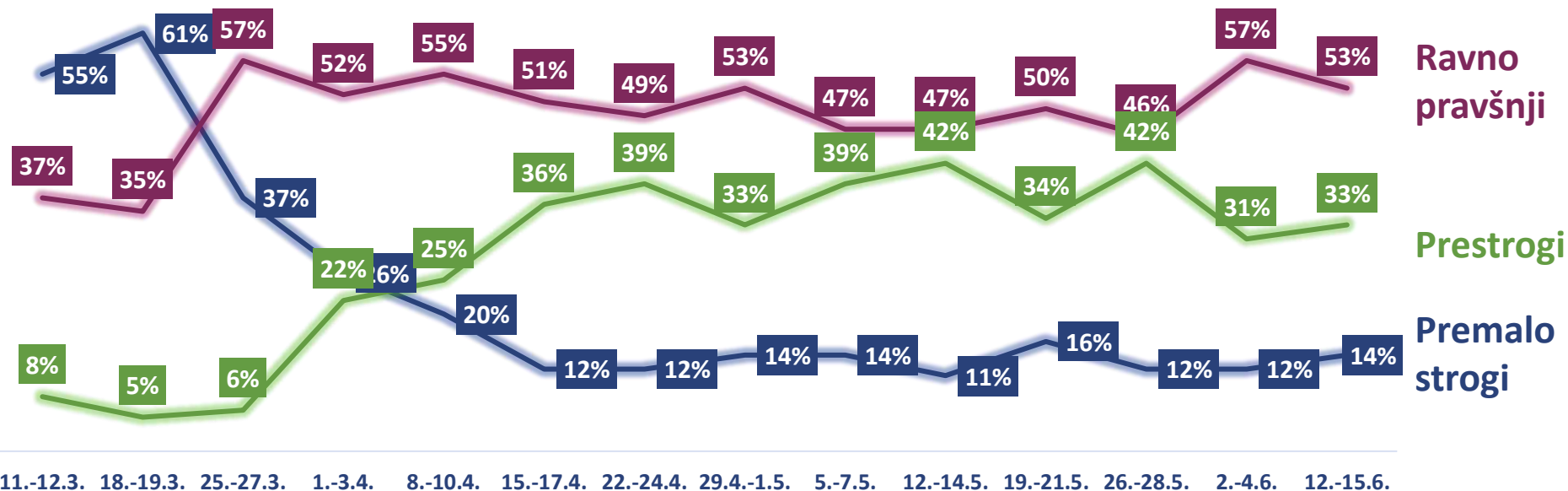
„Ste vi osebno zaskrbljeni zaradi širjenja novega koronavirusa?“



VALICON

Raziskava #Novanormalnost spremlja odziv javnosti na ukrepe in življenje v epidemiji. Izvedba: 12.-15.6. 2020.
Spletno anketiranje v okviru spletnega panela Jazvem.si, reprezentativni vzorec, 18 – 75 let, n=536.
Raziskave ne financira nobeno podjetje, posameznik ali organizacija in je javno dostopna.

„Ali so po vašem mnenju trenutno sprejeti ukrepi Vlade RS za obvladovanje širjenja virusa prestrogi, ravno pravšnji ali premalo strogi?“



VALICON

Raziskava #Novanormalnost spremlja odziv javnosti na ukrepe in življenje v epidemiji. Izvedba: 12.-15.6. 2020.
Spletno anketiranje v okviru spletnega panela Jazvem.si, reprezentativni vzorec, 18 – 75 let, n=536.
Raziskave ne financira nobeno podjetje, posameznik ali organizacija in je javno dostopna.

Dva glavna indikatorja

„Kakšno je danes vaše finančno stanje na splošno, glede na stanje izpred pol leta - pri tem upoštevajte vse vire vaših prihodkov, prihranke itd.?“

- *slabše kot pred pol leta*
- *enako, vendar pričakujem, da se bo poslabšalo*
- *enako, ne pričakujem poslabšanja*
- *boljše kot pred pol leta*

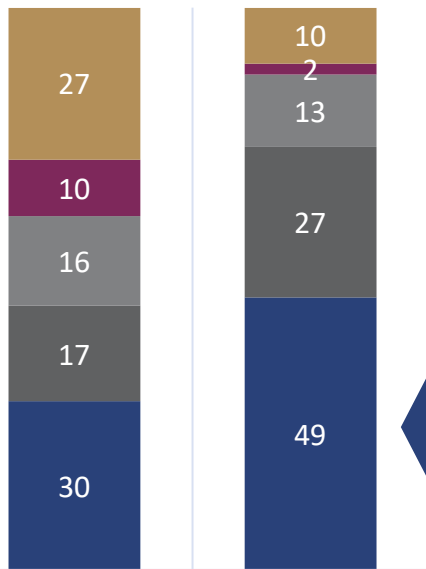
„Ali bi zase lahko rekli, da ste spremenili obseg potrošnje v zadnje pol leta?“

- *da, zdaj trošim manj*
- *ne, ampak mislim, da bom v prihodnjih mesecih trošil manj*
- *ne, in ne pričakujem nobenih sprememb*
- *da, trošim več kot prej*

Prek katerih pridemo do skupin

		Finančno stanje			
		slabša	enaka, bo slabša	enaka	bolša
Obseg potrošnje	manj	pikrajšani	pozorni	previdni	
	enako, bo manj				
	enako	ravnodušni	preskrbljeni		
	več				

KRIZA



PRIKRAJŠANI
ti so morali spremeniti
nakupne navade

SEP.09

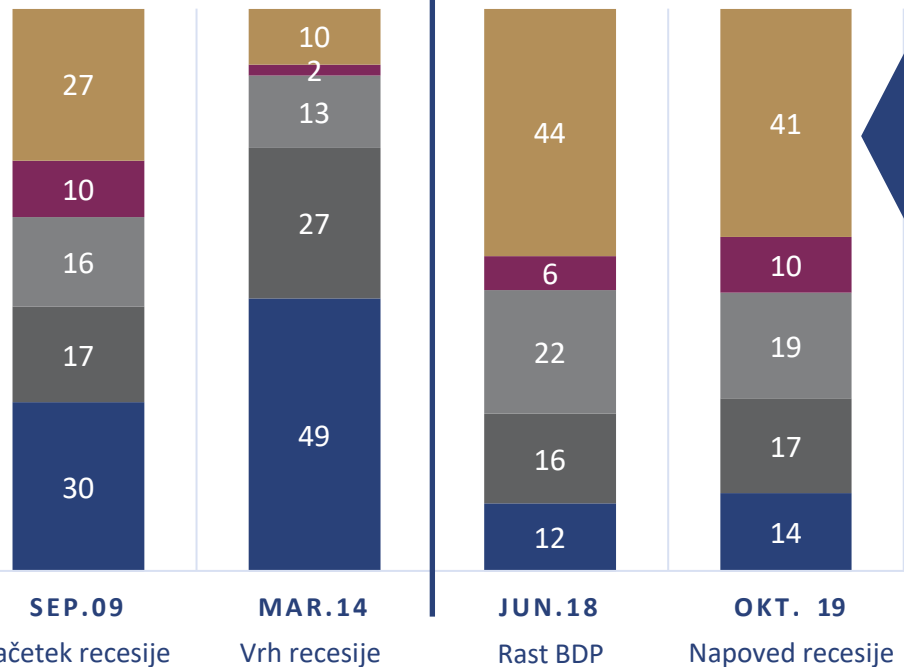
Začetek recesije

MAR.14

Vrh recesije

■ Prikrajšani ■ Pozorni ■ Previdni ■ Ravnodušni ■ Preskrbljeni

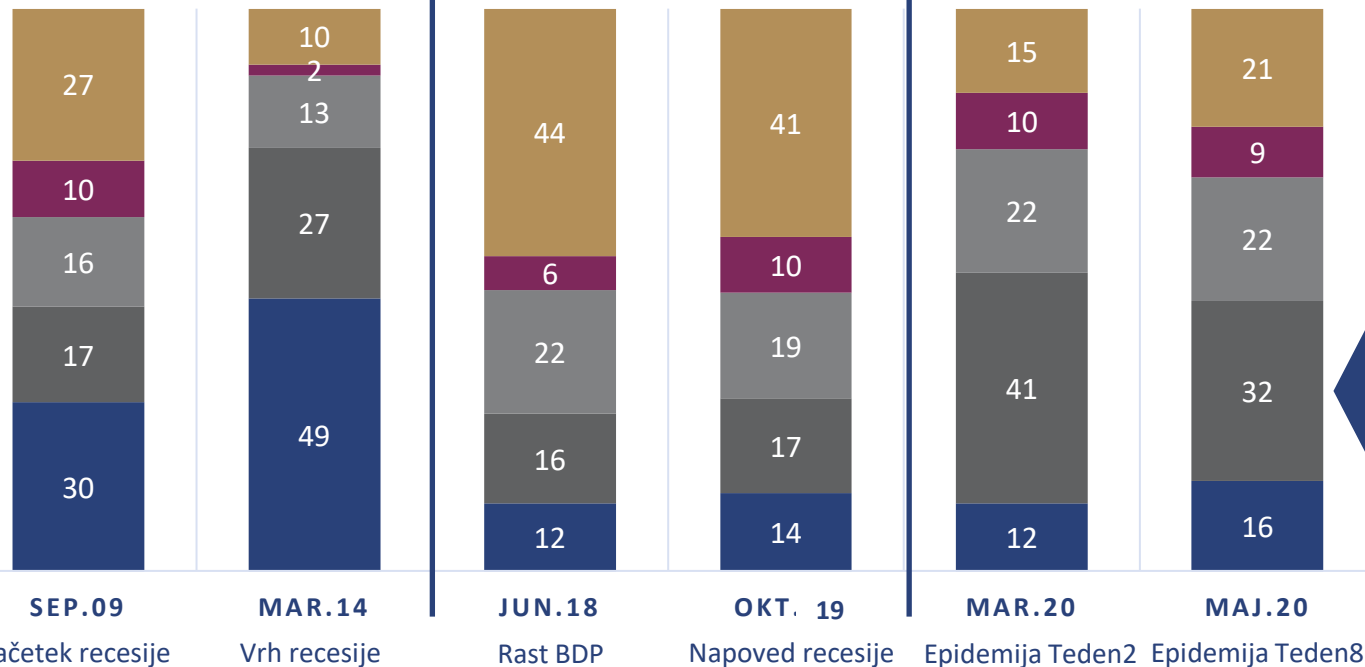
RAST



PRESKRBLJENI
na njih je
temeljila rast
in blagostanje

■ Prikrajšani ■ Pozorni ■ Previdni ■ Ravnodušni ■ Preskrbljeni

VIRUS



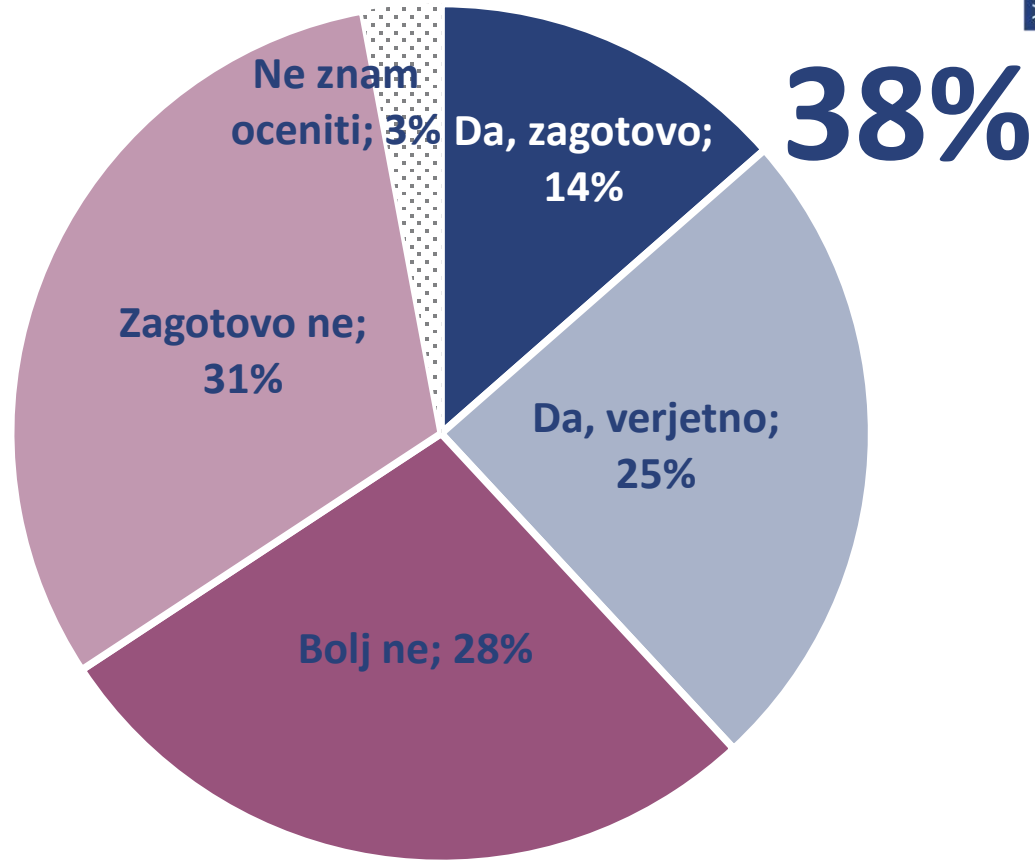
**POZORNI
negotovi**

■ Prikrajšani ■ Pozorni ■ Previdni ■ Ravnodušni ■ Preskrbljeni



NEKATERI SMO NEGOTOVI

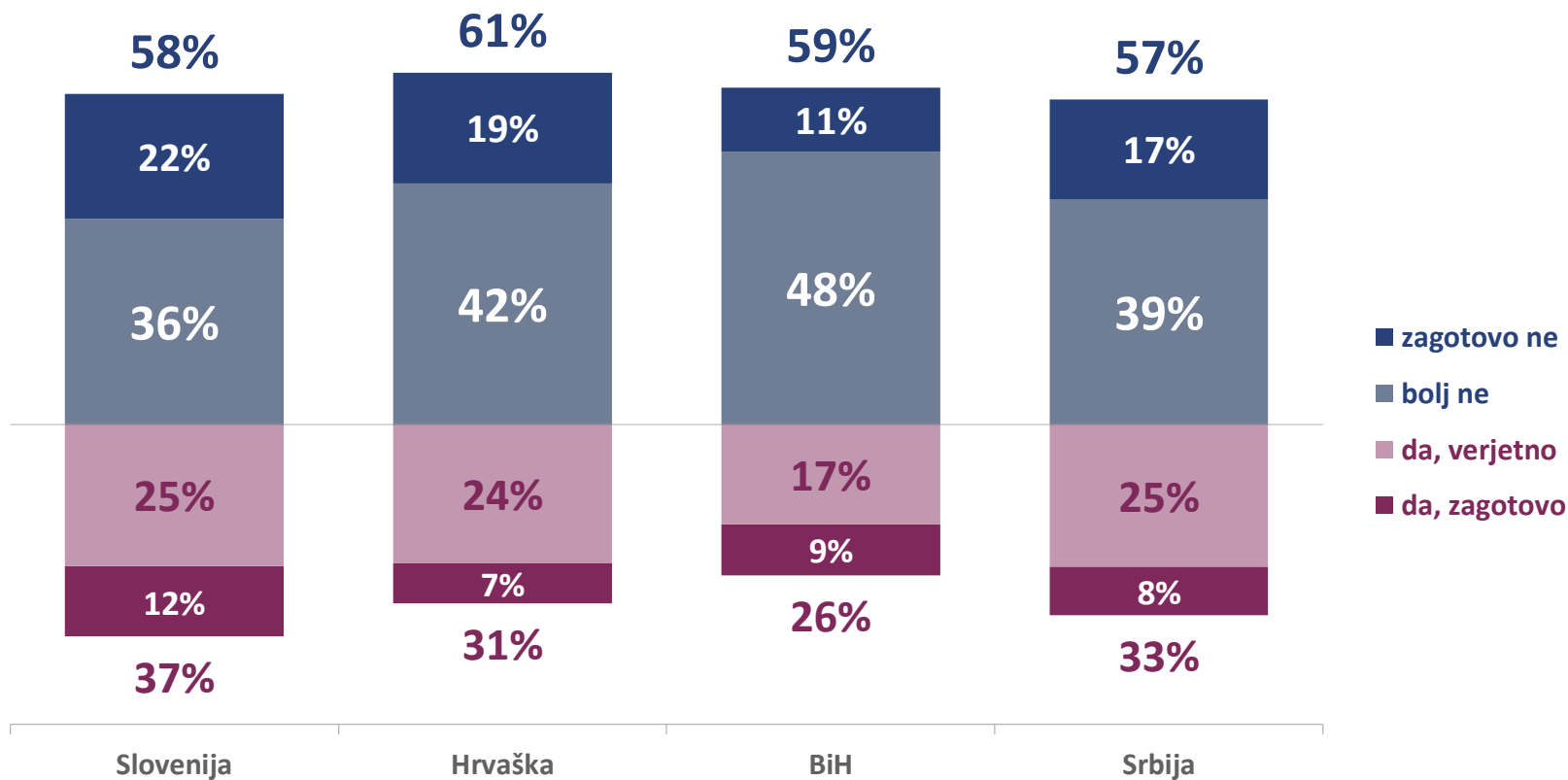
**Več kot
tretjina
se
ocenjuje
za rizične**

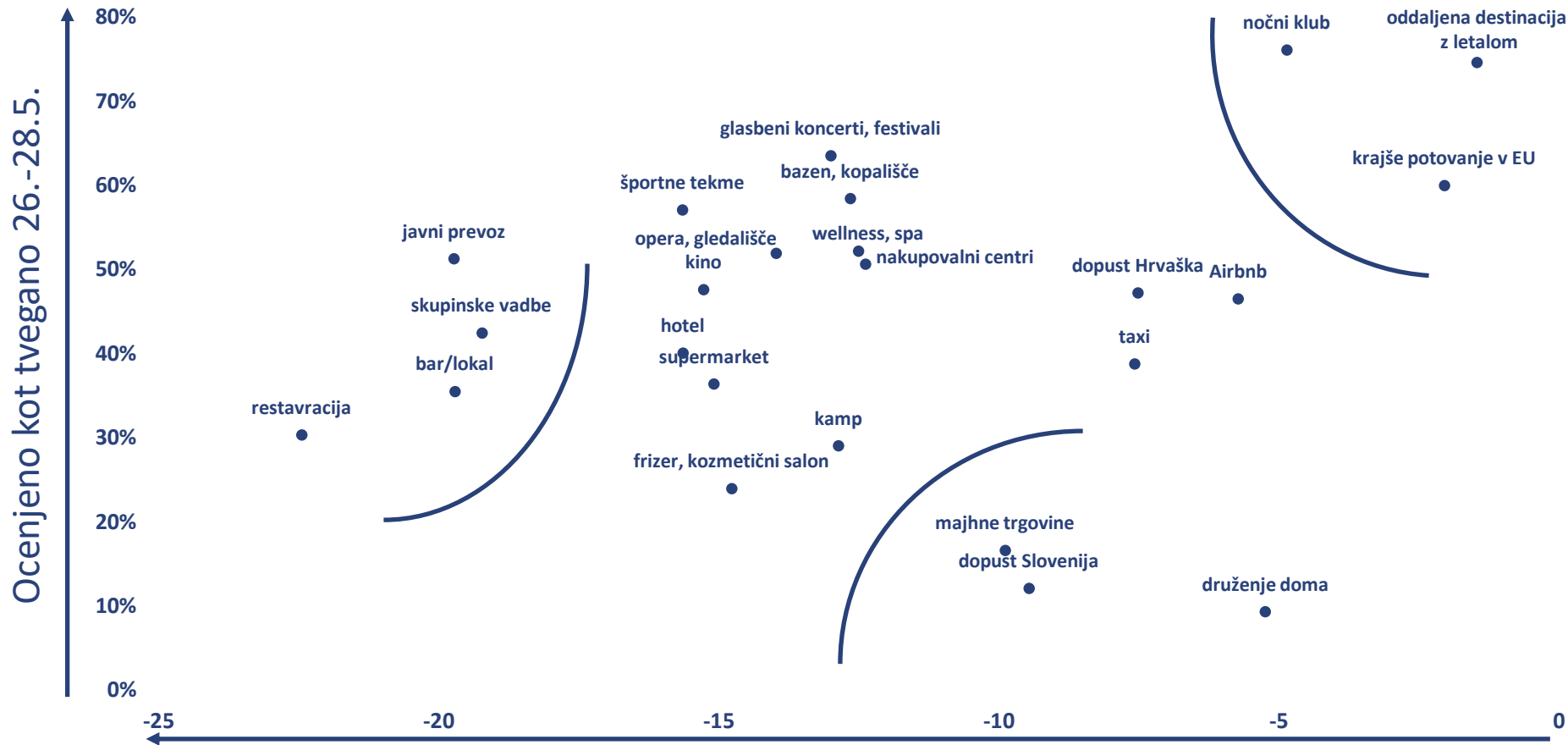


Ali sodite, oziroma ali mislite, da sodite med bolj rizične osebe za okužbo in morebitne težje posledice?

Osnova: Slovenija 18+
12.-15.6.2020

Slovenci prednjačimo... Ali sodite, oziroma ali mislite, da sodite med bolj rizične osebe za okužbo in morebitne težje posledice?





VALICON

Raziskava #Novanormalnost spremlja odziv javnosti na ukrepe in življenje v epidemiji. Izvedba: 26.-28.5. 2020
Spletno anketiranje v okviru spletnega panela Jazvem.si, reprezentativni vzorec, 18 – 75 let, n=524.
Raziskave ne financira nobeno podjetje, posameznik ali organizacija in je javno dostopna.



NEKATERI SMO PREVIDNI



NEKATERIM JE
VSEENO

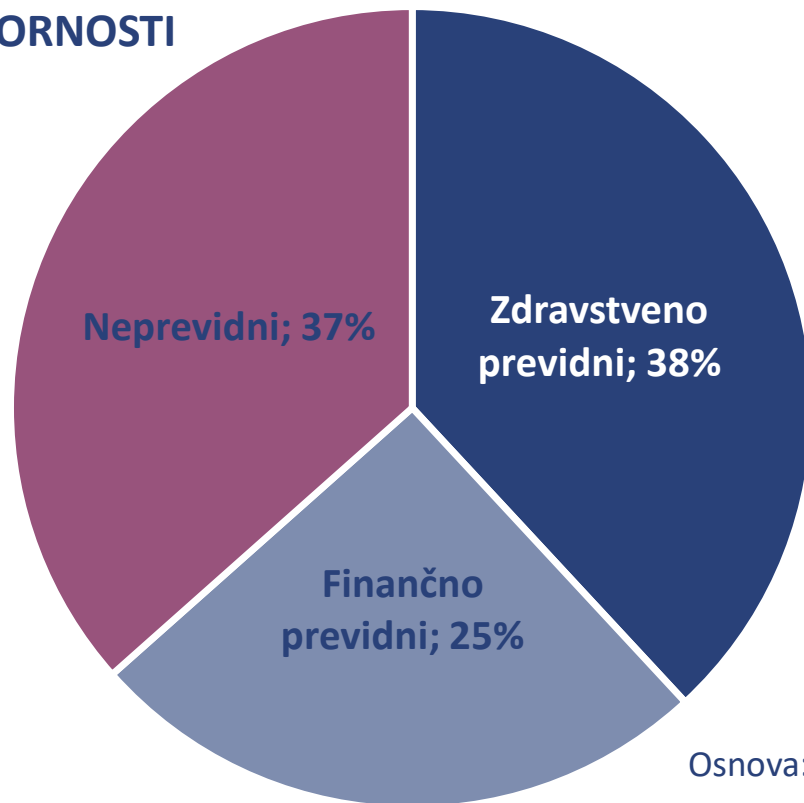
NSPlakat.com

Še nikoli tako zelo različni

*asimetrija

NEPREVIDNI MLAJŠI
MARKI BREZ
ODGOVORNOSTI

ZDRAVSTVENO PREVIDNI
STAREJŠI JANEZI



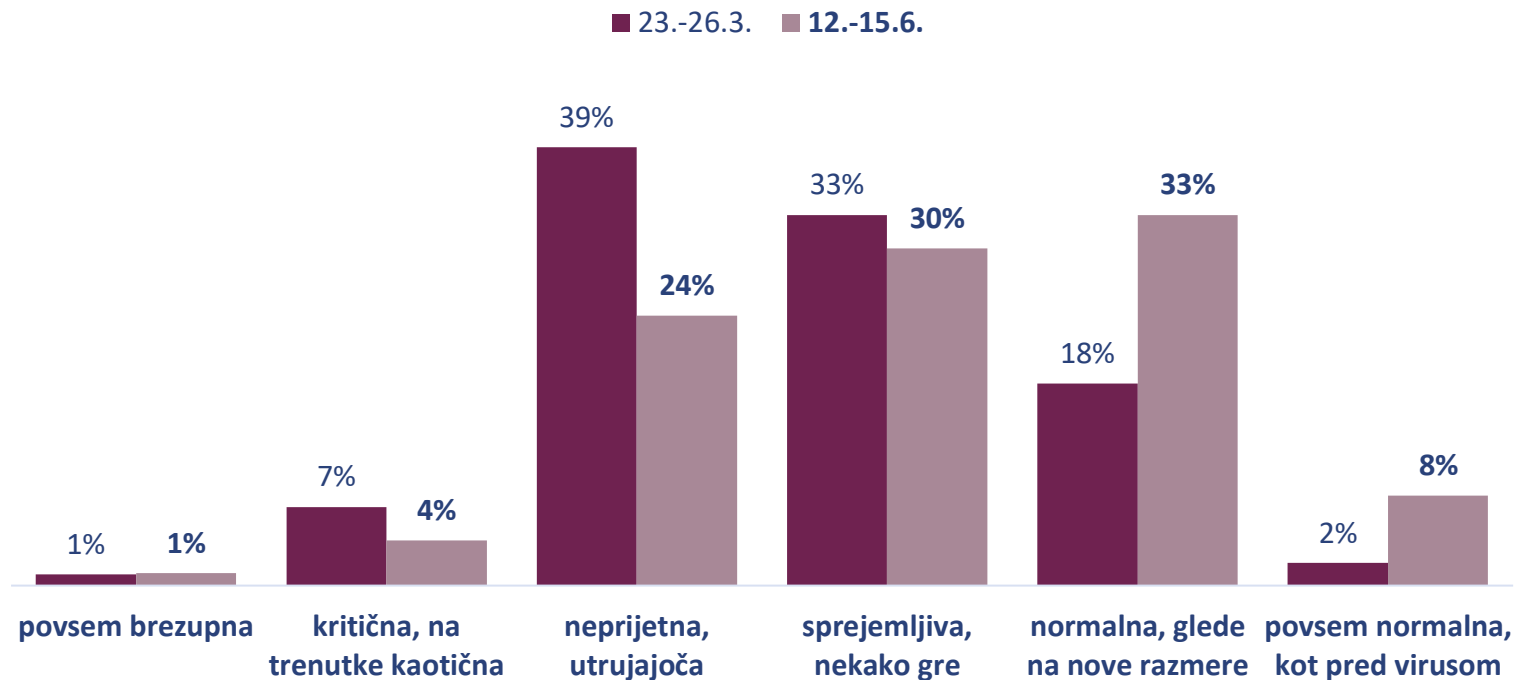
FINANČNO PREVIDNE MOJCE
DELOVNO AKTIVNE Z DRUŽINAMI

Osnova: Slovenija 18+
12.-15.6.2020





„Kako vi osebno doživljate trenutno situacijo v zvezi s širjenjem koronavirusa in življenjem v novih razmerah? Situacija je...”



VALICON









Raziskava #Novanormalnost spremlja odziv javnosti na ukrepe in življenje v epidemiji. Izvedba: 12.-15.6. 2020. Spletno anketiranje v okviru spletnega panela Jazvem.si, reprezentativni vzorec, 18 – 75 let, n=536. Raziskave ne financira nobeno podjetje, posameznik ali organizacija in je javno dostopna.

NEGOTOVOST

PREVIDNOST

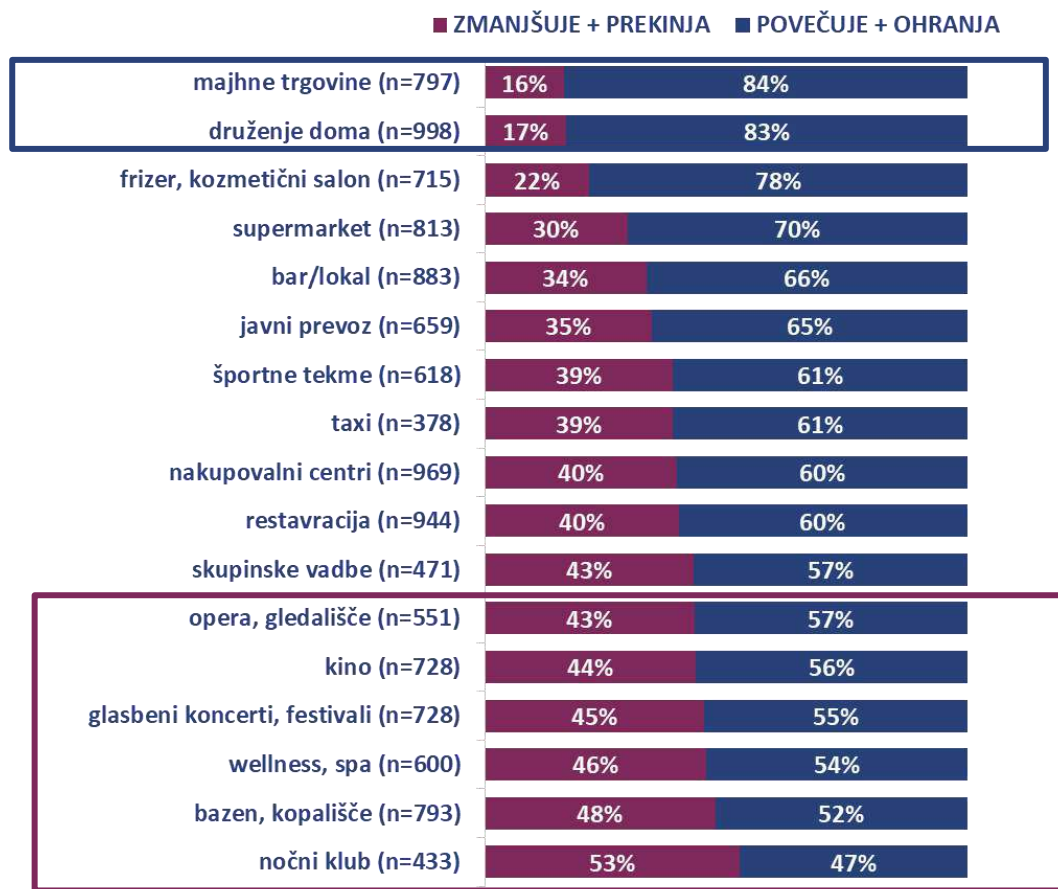
ASIMETRIJA

OPTIMIZACIJA
uporabniških navad

	Aktivnost	Interval	Prej	Zdaj	Razlika
	TELEKONFERENCE (ZOOM...)	mesečno	2x	50x	+++++
	IZLET V NARAVO Z DRUŽINO	tedensko	1x	7x	+++++
	KUHANJE DOMA	tedensko	2x	7	+++++
	ŠTEVILO SPLETNIH NAKUPOV	mesečno	2x	10x	+++++
	OBISK TRGOVINE	tedensko	6x	1x	-----
	OBISKI PRIJATELJEV	mesečno	5x	2x	-----
	FITES / TELOVADBA	dnevno	10x	50x	-----
	DELO NA "TERENU"	dni na teden	2x	0	-----



Naš nov vsakdan, po rahljanju ukrepov:



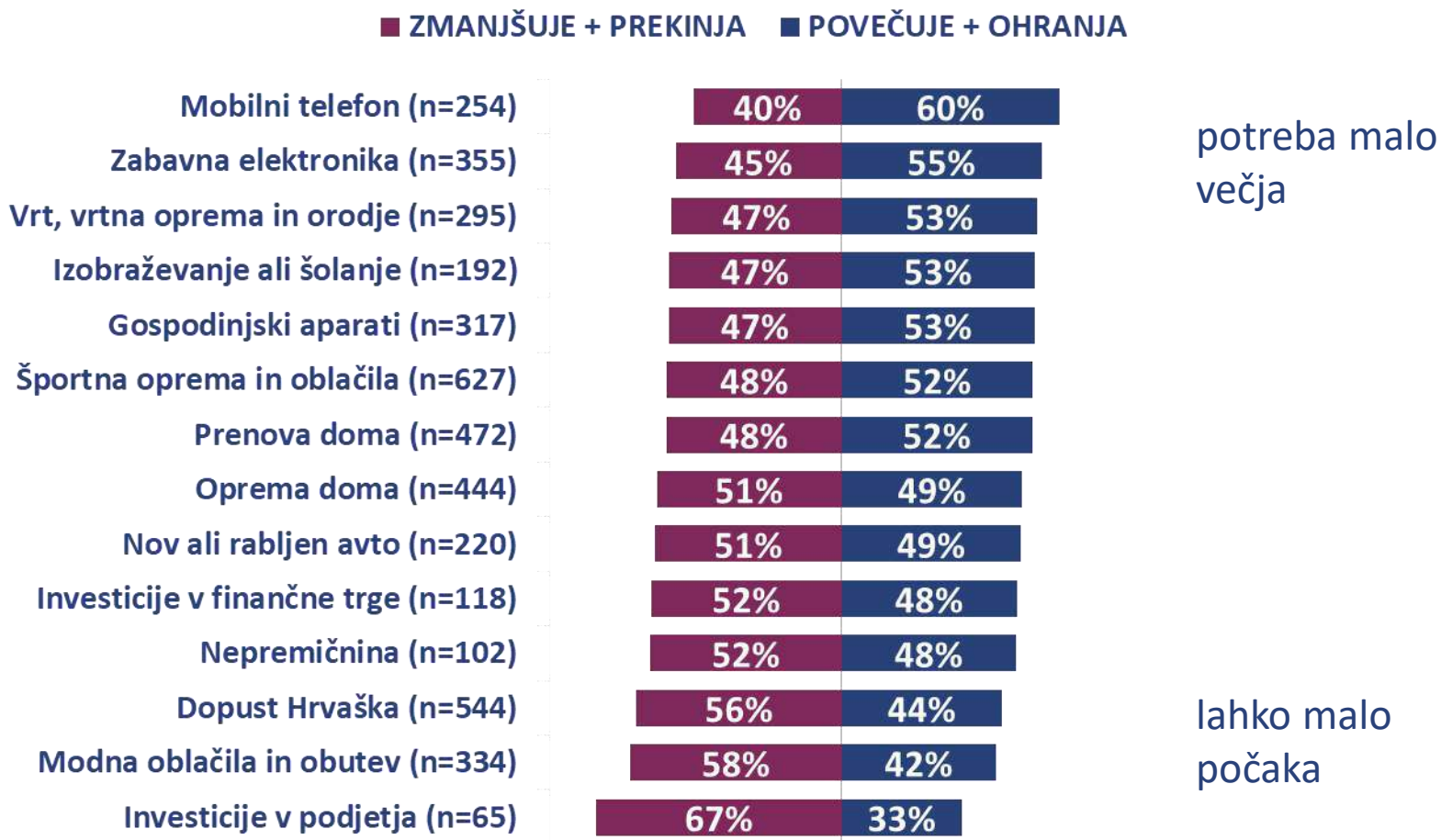
varno

bolj nujno

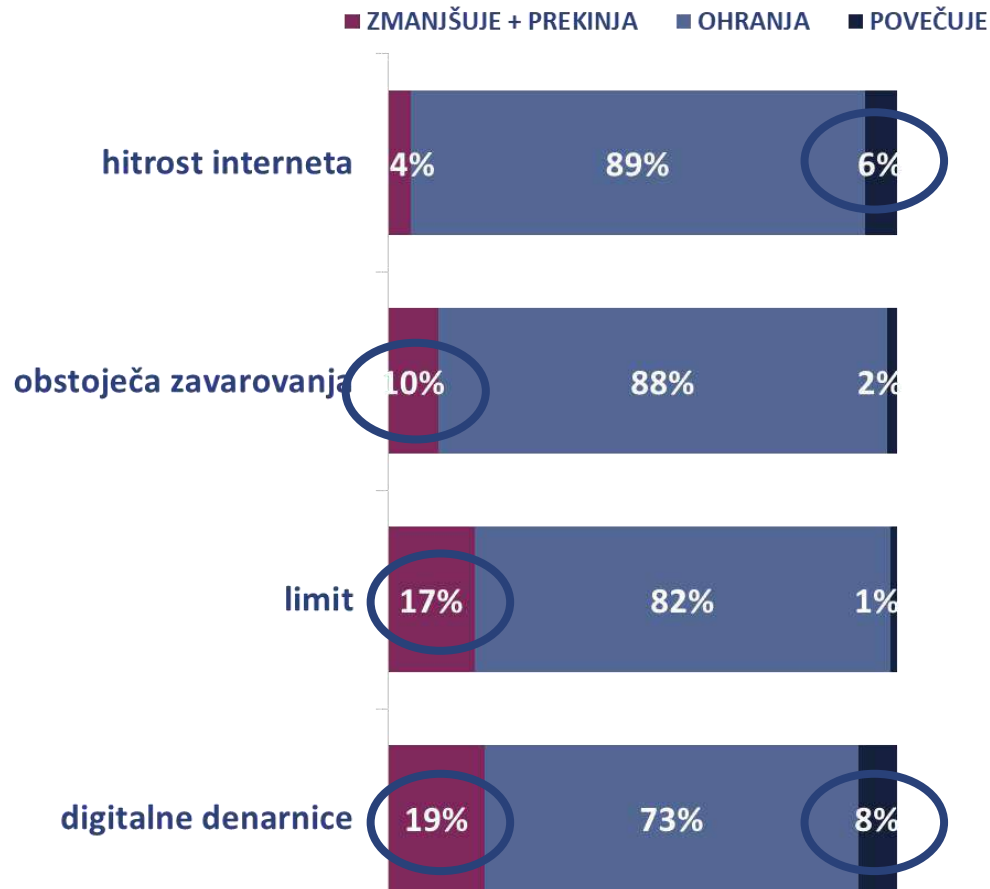
manj nujno

želja, ampak...

Takojšen učinek zaprtja in učinek na storitven sektor:



Nekaj gradnikov storitev, ki smo jih merili:



Storitve širše področje telekomunikacij in financ.



Večam
obseg uporabe

13%

MARK

Mladi v trendu

Mladi delavci

Gen Z in Y

Gospodinjstva z otroki

15 let in več



Ohranjam
obseg uporabe

54%

JANEZ

Starejši in srednje stari
aktivni

Rizična skupina in
previdni pri potrošnji

Gen X in BB

Komaj čaka, da začne
normalno živeti



Manjšam
obseg uporabe

33%

MOJCA

Že prikrajšani in pozorni

Usmerjeni v delo

Gen X

Delovno aktivno v
srednjem življ. obdobju

**Gosp. s predšolskimi in
šolo-obveznimi otroki**

... in smernice.



Večam
obseg uporabe

13%

POVEČANA POTROŠNJA
Močnejša potrošnja na
očitnih gradnikih storitev

PONUJA SE JIM VSE



Ohranjam
obseg uporabe

54%

OPTIMIZACIJA se bo
odvijala tukaj!
Niso zapravljali, niso
direktno finančno ogroženi
So **prestrašeni**
Želijo si nazaj ampak **so se**
spremenili

POTREBNO OPAZOVATI



Manjšam
obseg uporabe

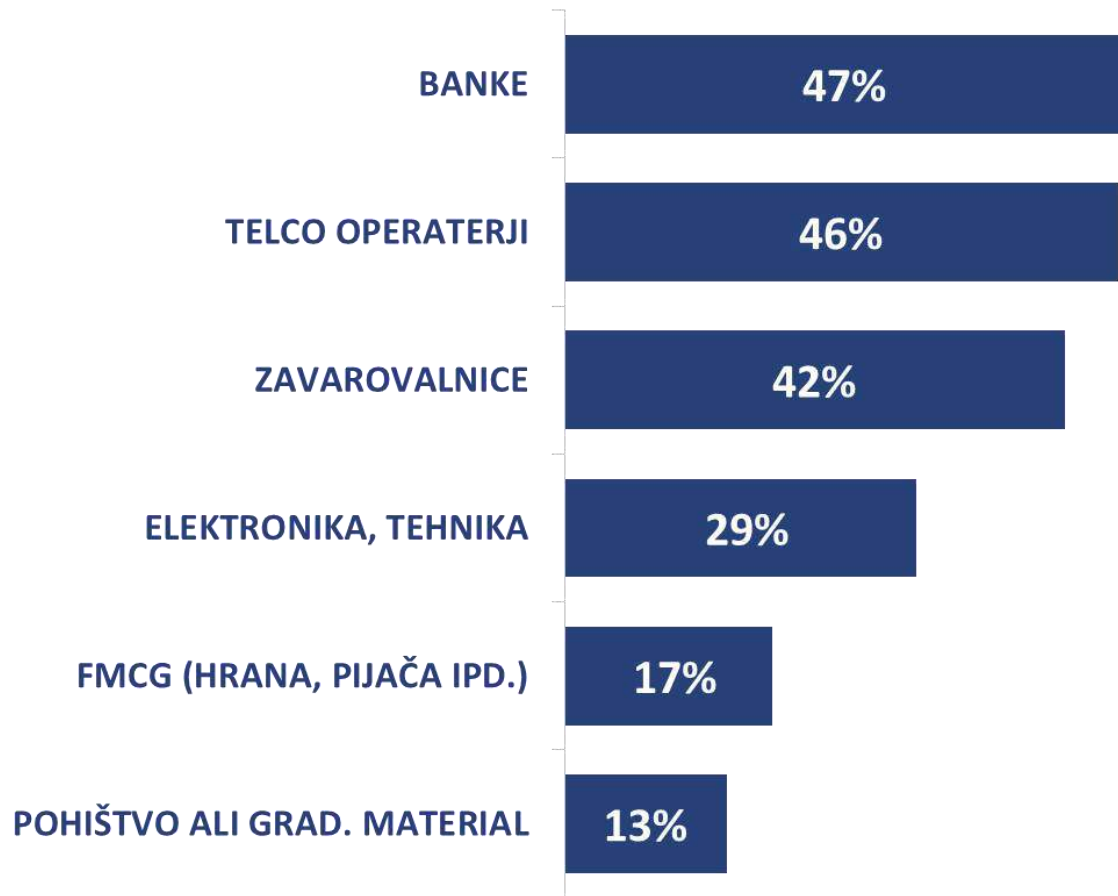
33%

NIŽJA POTROŠNJA
Zelo verjetno razdelitev v
dva dela:
(1) Prestop optimizacijo ali
(2) Varčnost /nižja
potrošnja

RAZUMEMO

Pritisk potrošnika na digitalizacijo v storitvenem sektorju bo močan!

V kolikšni meri **bi želeli** poslovanje **v celoti** opravljati na **daljavo, prek spleta** oziroma **digitalno**. VEČ prek spleta:



Vir: Valicon, #Novanormalnost, modul storitven sektor, n=1044, maj 2020



Različni signali vodijo do reakcij, ki vodijo do pretiranih reakcij



Pred
tremi
tedni



Prejšnji
teden



FOURIER TRANSFORM

SIGNAL PROCESSING

ALLSIGNALPROCESSING.COM

DESIGN

SYSTEMS

Z-TRANSFORM

FILTER

RECONSTRUCTION

POLES

QUANTIZATION

CONVOLUTION

COHERENCE

BASIS

FAST

DESCRIBED

EQUIVALENT

FREQUENCY

REGION

EXAMPLES

CHARACTERIZATION

STRUCTURED

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

PROCESSING

DESIGN

SYSTEM

FIR

ANALYSIS

ZEROS

LTI

EXPANSION

ESTIMATION

DISCRETE

SAMPLING

PROPERTIES

LIKELIHOOD

FILTERING

CONTINUOUS-TIME

SPECTRA

PARALLEL

OVERSAMPLING

TEST

DIFFERENCE

SPECTRUM

EQUATIONS

IMPULSE

REPRESENTATIONS

PARTIAL-FRACTION

INVERSION

MATRIX

CAUSALITY

DECOMPOSITION

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

PROCESSING

DESIGN

SYSTEM

FIR

ANALYSIS

ZEROS

LTI

EXPANSION

ESTIMATION

DISCRETE

SAMPLING

PROPERTIES

LIKELIHOOD

FILTERING

CONTINUOUS-TIME

SPECTRA

PARALLEL

OVERSAMPLING

TEST

DIFFERENCE

SPECTRUM

EQUATIONS

IMPULSE

REPRESENTATIONS

PARTIAL-FRACTION

INVERSION

MATRIX

CAUSALITY

DECOMPOSITION

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

PROCESSING

DESIGN

SYSTEM

FIR

ANALYSIS

ZEROS

LTI

EXPANSION

ESTIMATION

DISCRETE

SAMPLING

PROPERTIES

LIKELIHOOD

FILTERING

CONTINUOUS-TIME

SPECTRA

PARALLEL

OVERSAMPLING

TEST

DIFFERENCE

SPECTRUM

EQUATIONS

IMPULSE

REPRESENTATIONS

PARTIAL-FRACTION

INVERSION

MATRIX

CAUSALITY

DECOMPOSITION

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

PROCESSING

DESIGN

SYSTEM

FIR

ANALYSIS

ZEROS

LTI

EXPANSION

ESTIMATION

DISCRETE

SAMPLING

PROPERTIES

LIKELIHOOD

FILTERING

CONTINUOUS-TIME

SPECTRA

PARALLEL

OVERSAMPLING

TEST

DIFFERENCE

SPECTRUM

EQUATIONS

IMPULSE

REPRESENTATIONS

PARTIAL-FRACTION

INVERSION

MATRIX

CAUSALITY

DECOMPOSITION

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

PROCESSING

DESIGN

SYSTEM

FIR

ANALYSIS

ZEROS

LTI

EXPANSION

ESTIMATION

DISCRETE

SAMPLING

PROPERTIES

LIKELIHOOD

FILTERING

CONTINUOUS-TIME

SPECTRA

PARALLEL

OVERSAMPLING

TEST

DIFFERENCE

SPECTRUM

EQUATIONS

IMPULSE

REPRESENTATIONS

PARTIAL-FRACTION

INVERSION

MATRIX

CAUSALITY

DECOMPOSITION

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

PROCESSING

DESIGN

SYSTEM

FIR

ANALYSIS

ZEROS

LTI

EXPANSION

ESTIMATION

DISCRETE

SAMPLING

PROPERTIES

LIKELIHOOD

FILTERING

CONTINUOUS-TIME

SPECTRA

PARALLEL

OVERSAMPLING

TEST

DIFFERENCE

SPECTRUM

EQUATIONS

IMPULSE

REPRESENTATIONS

PARTIAL-FRACTION

INVERSION

MATRIX

CAUSALITY

DECOMPOSITION

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

PROCESSING

DESIGN

SYSTEM

FIR

ANALYSIS

ZEROS

LTI

EXPANSION

ESTIMATION

DISCRETE

SAMPLING

PROPERTIES

LIKELIHOOD

FILTERING

CONTINUOUS-TIME

SPECTRA

PARALLEL

OVERSAMPLING

TEST

DIFFERENCE

SPECTRUM

EQUATIONS

IMPULSE

REPRESENTATIONS

PARTIAL-FRACTION

INVERSION

MATRIX

CAUSALITY

DECOMPOSITION

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

PROCESSING

DESIGN

SYSTEM

FIR

ANALYSIS

ZEROS

LTI

EXPANSION

ESTIMATION

DISCRETE

SAMPLING

PROPERTIES

LIKELIHOOD

FILTERING

CONTINUOUS-TIME

SPECTRA

PARALLEL

OVERSAMPLING

TEST

DIFFERENCE

SPECTRUM

EQUATIONS

IMPULSE

REPRESENTATIONS

PARTIAL-FRACTION

INVERSION

MATRIX

CAUSALITY

DECOMPOSITION

STABILITY

PHASE

FOUR

TRANSFORM

ANALOG

CROSS

POWER

APPROXIMATION

DISCRETE-TIME

RESPONSE

INTRODUCTION

ALGORITHM

MULTIRESOLUTION

WAVELET

INTERPRETATION

CONVERGENCE

THEOREM

RANDOM

SIGNALS

MODELS

RATIO

RATE

FILTERS

ALL

SIGNAL

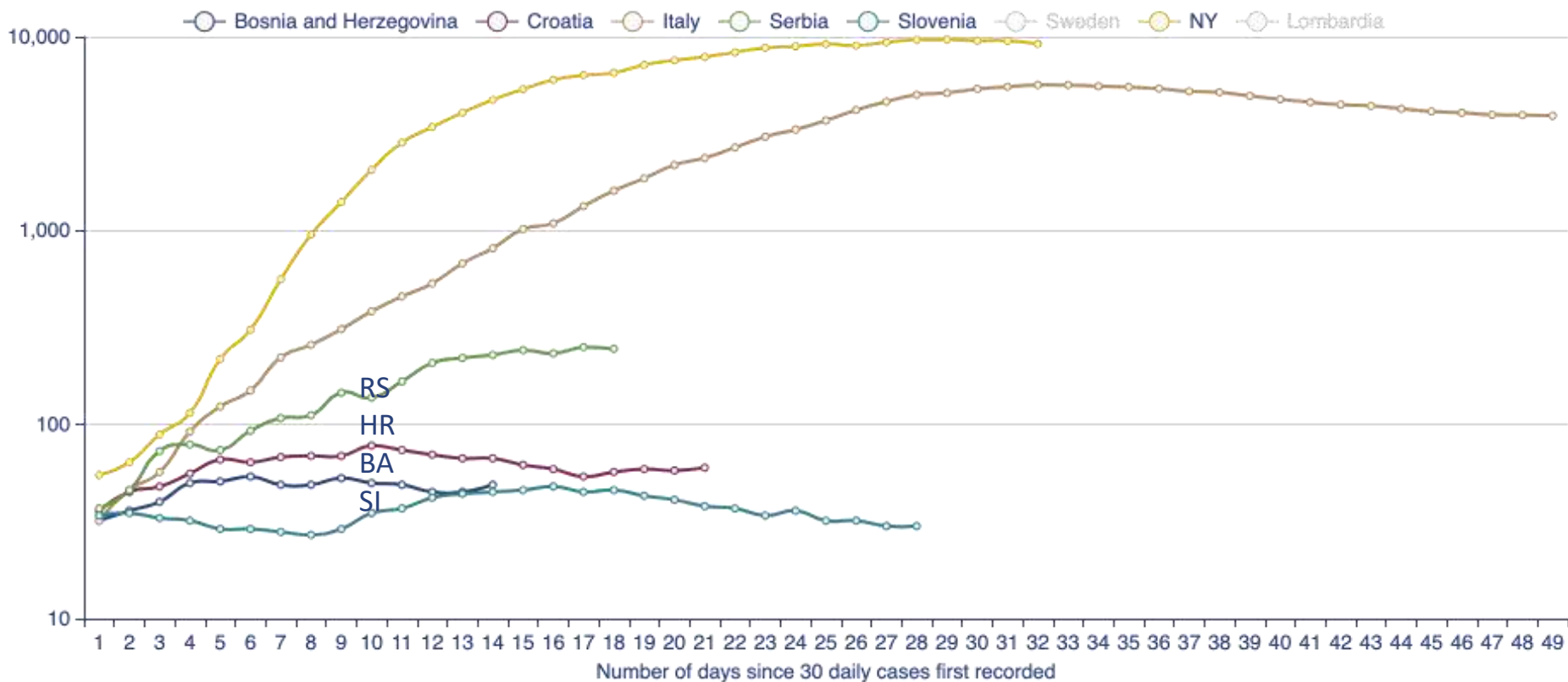
PROCESSING

DESIGN

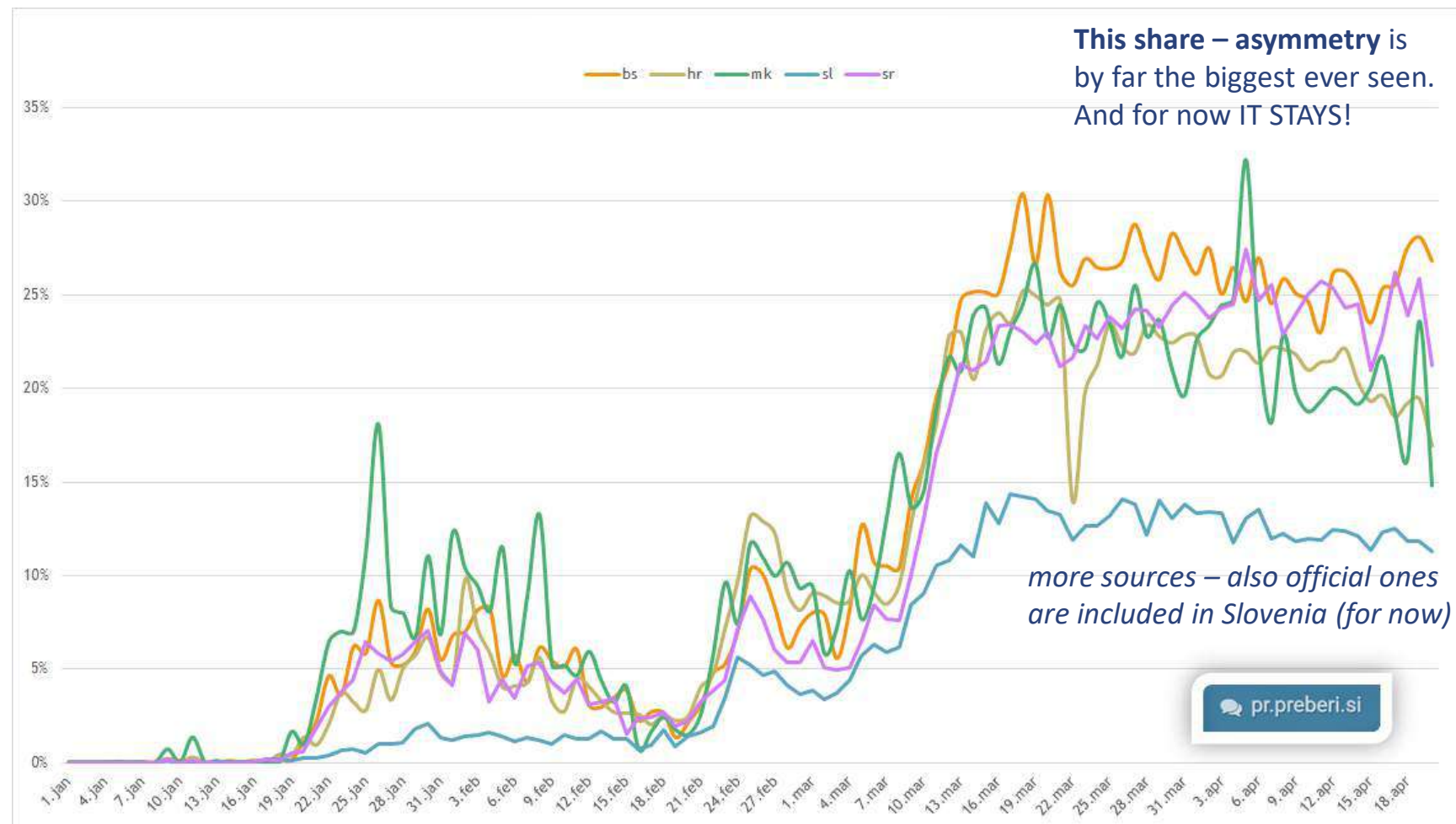
SYSTEM

FIR</

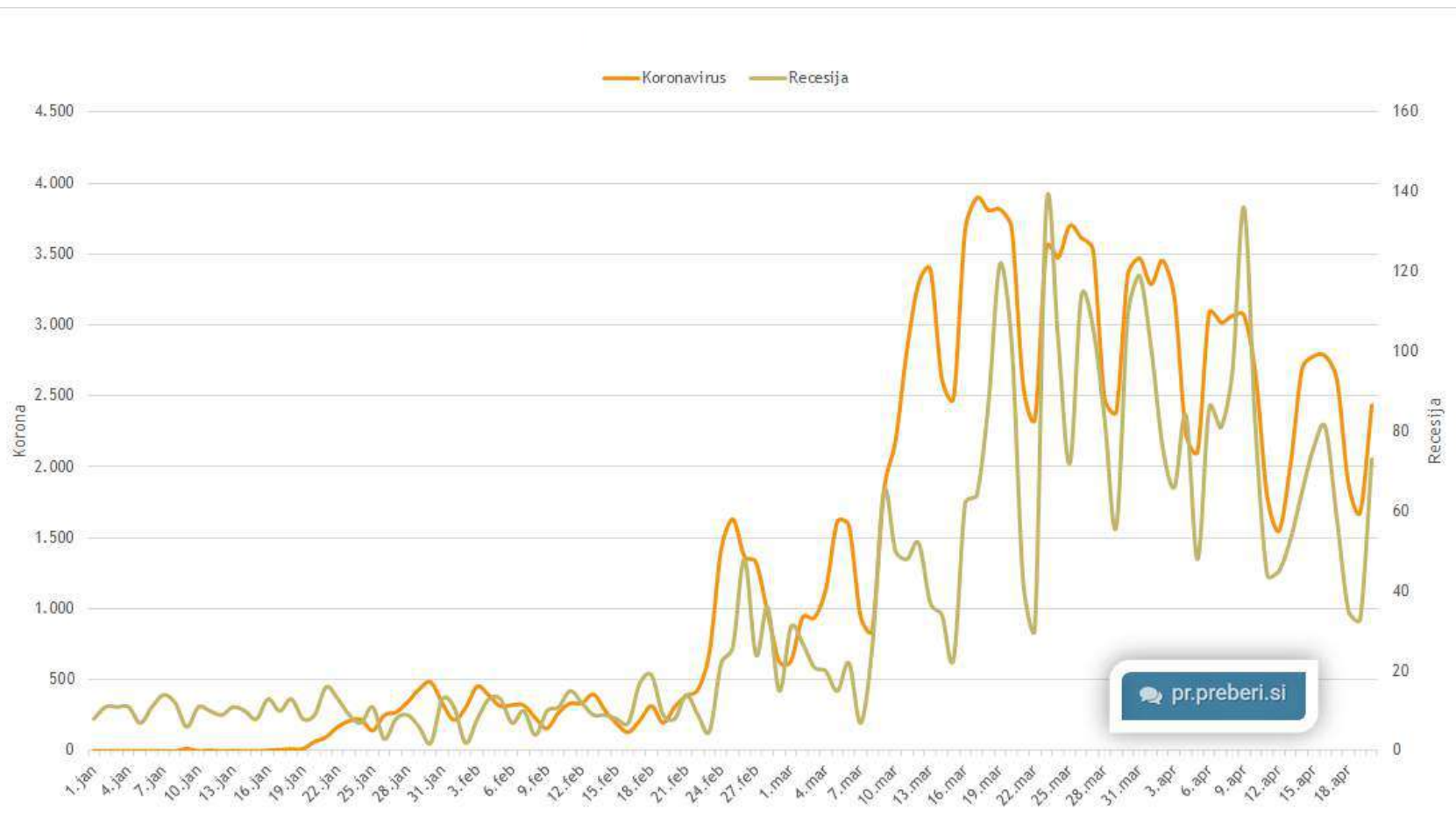
Epidemiološke številke



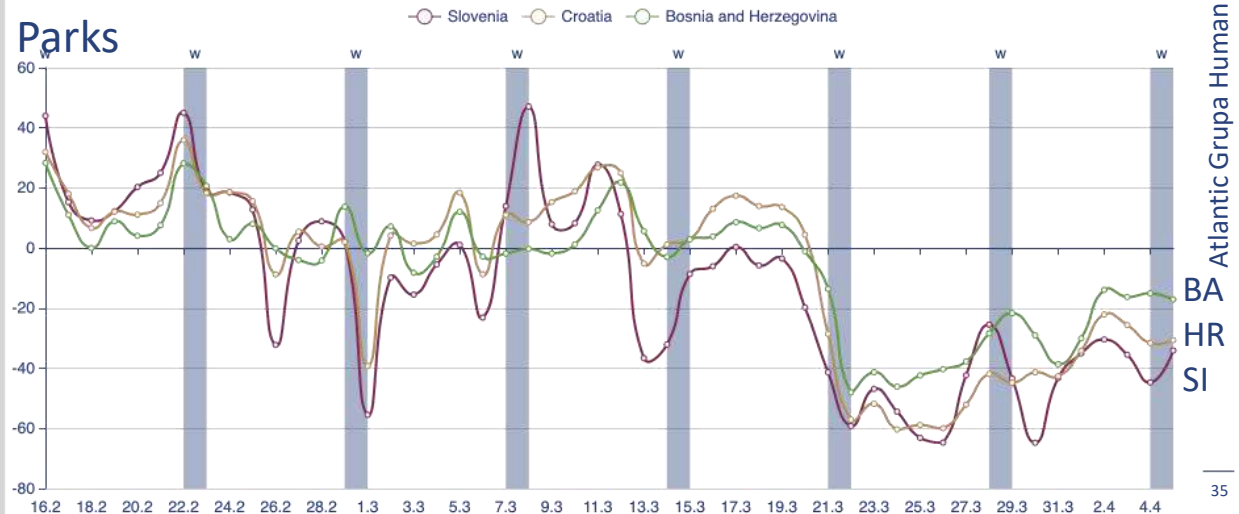
Zajem novic prek preberi.si



Inm to različnih besed: 0.88 korelacija z „recession“



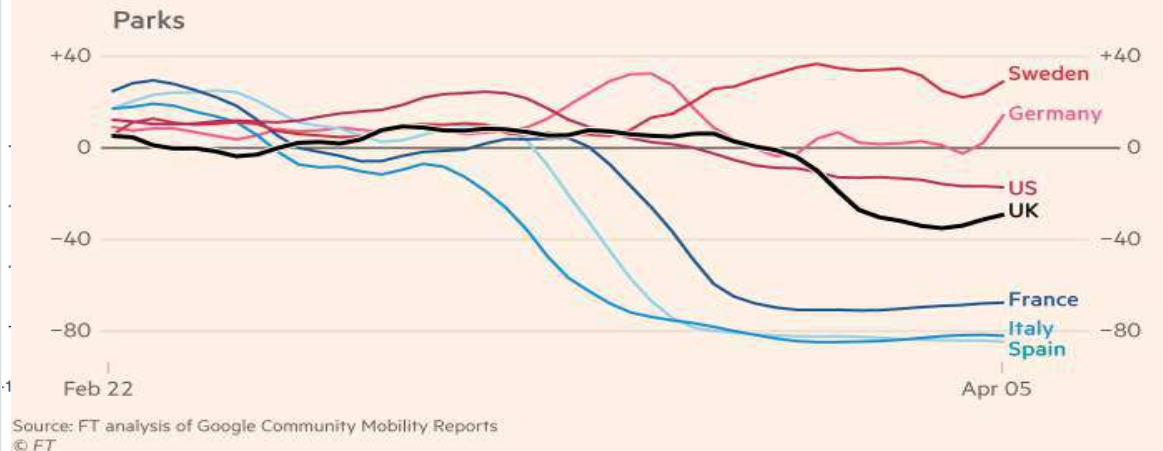
Google data



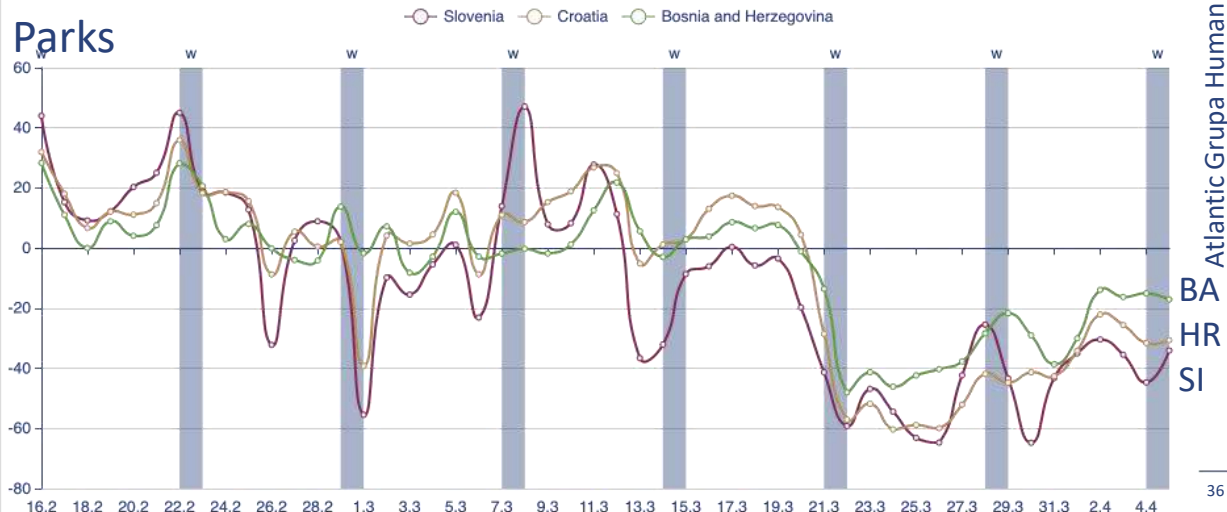
Ki jih
primerjamo z
relevantnimi

Britons began returning to parks in early April's warm and sunny weather

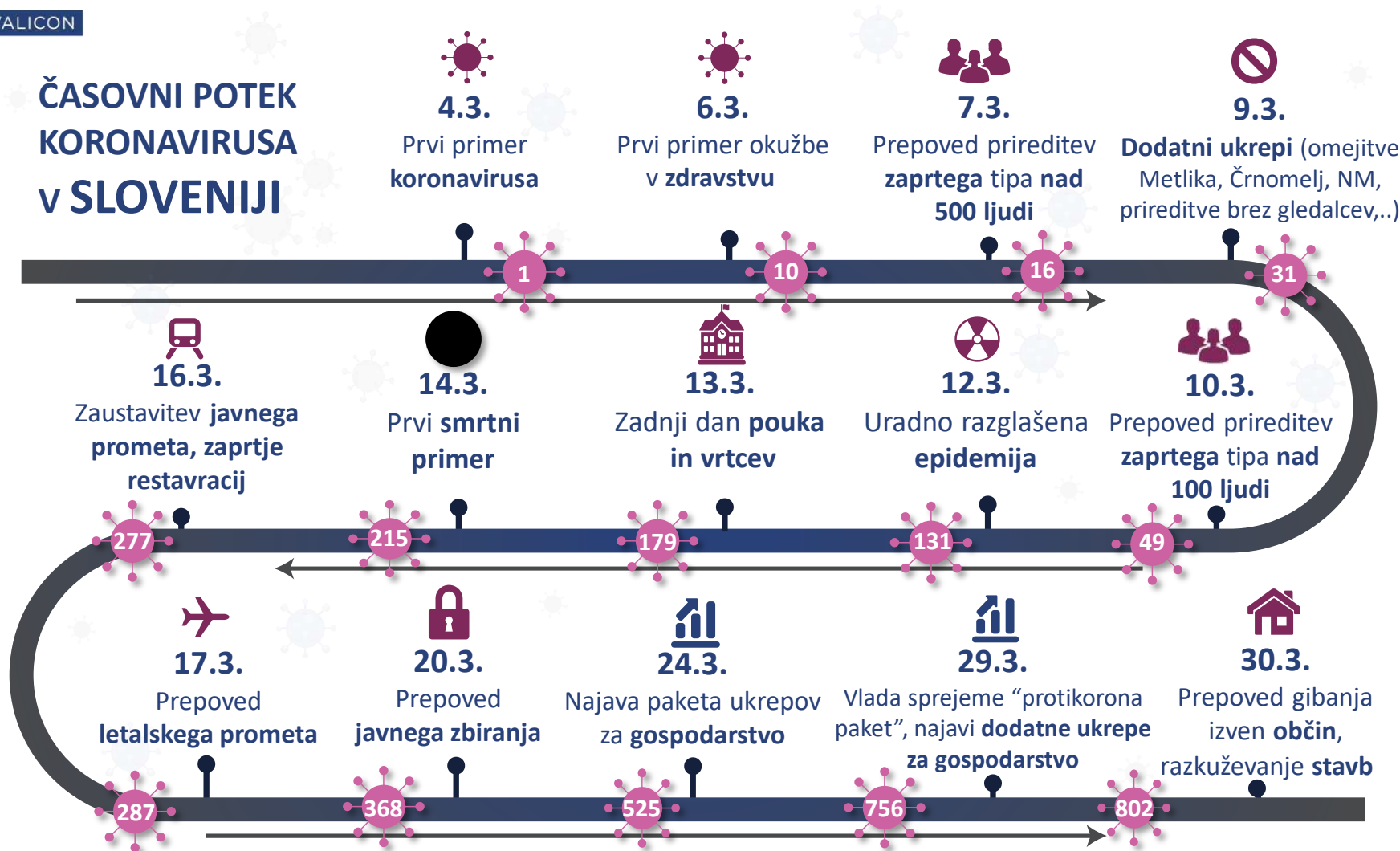
Google mobility index, change from baseline level (%)



Parks



ČASOVNI POTEK KORONAVIRUSA v SLOVENIJI

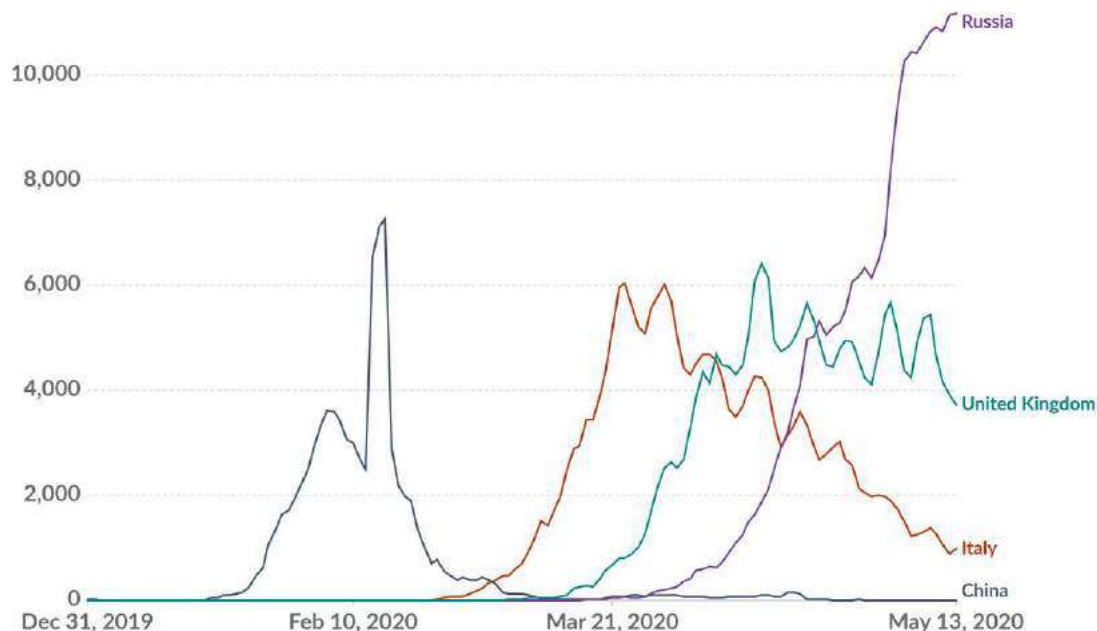


Govorimo o
pandemiji, pri
kateri
„valovi“
globalno niso
usklajeni,
meje pa se
bodo odpirale

Daily confirmed COVID-19 cases, rolling 3-day average

The number of confirmed cases is lower than the number of total cases. The main reason for this is limited testing.

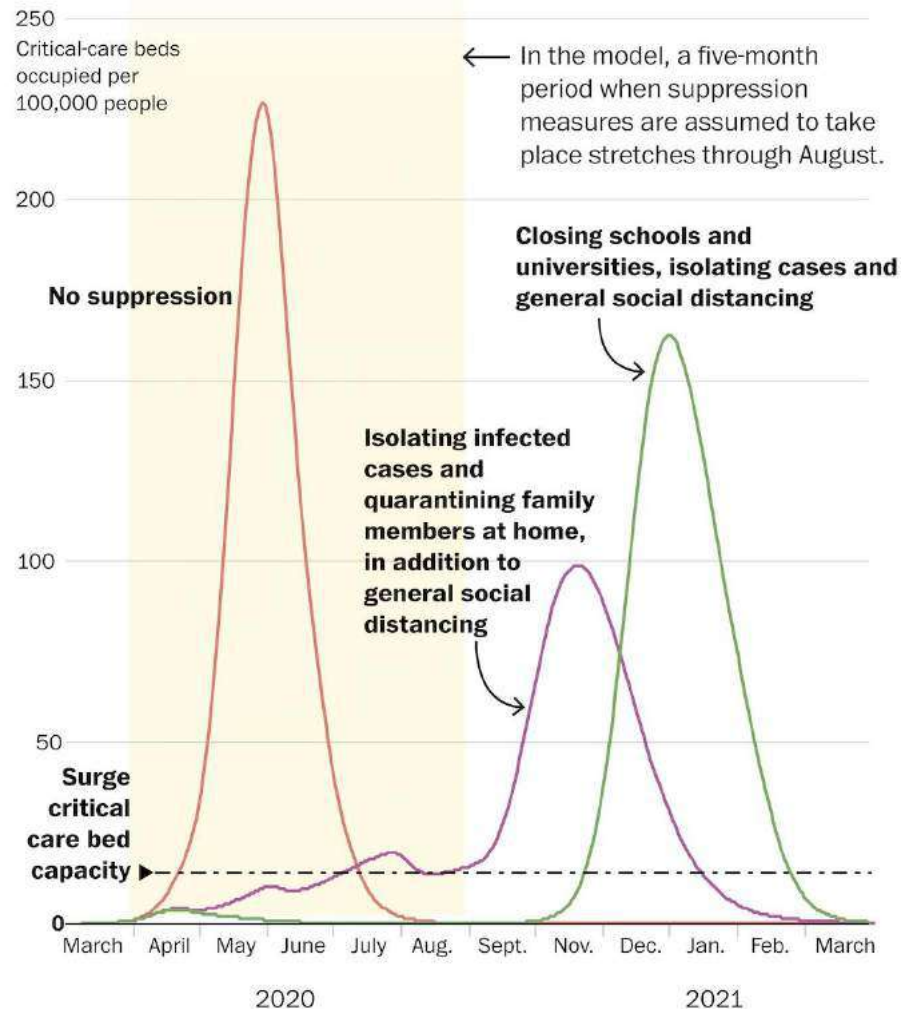
Our World
in Data



Source: European CDC - Situation Update Worldwide - Last updated 13th May, 11:15 (London time) OurWorldInData.org/coronavirus • CC BY

Note: The rolling average is the average across three days - the confirmed cases on the particular date, and the previous two days. For example, the value for 27th March is the average over the 25th, 26th and 27th March.

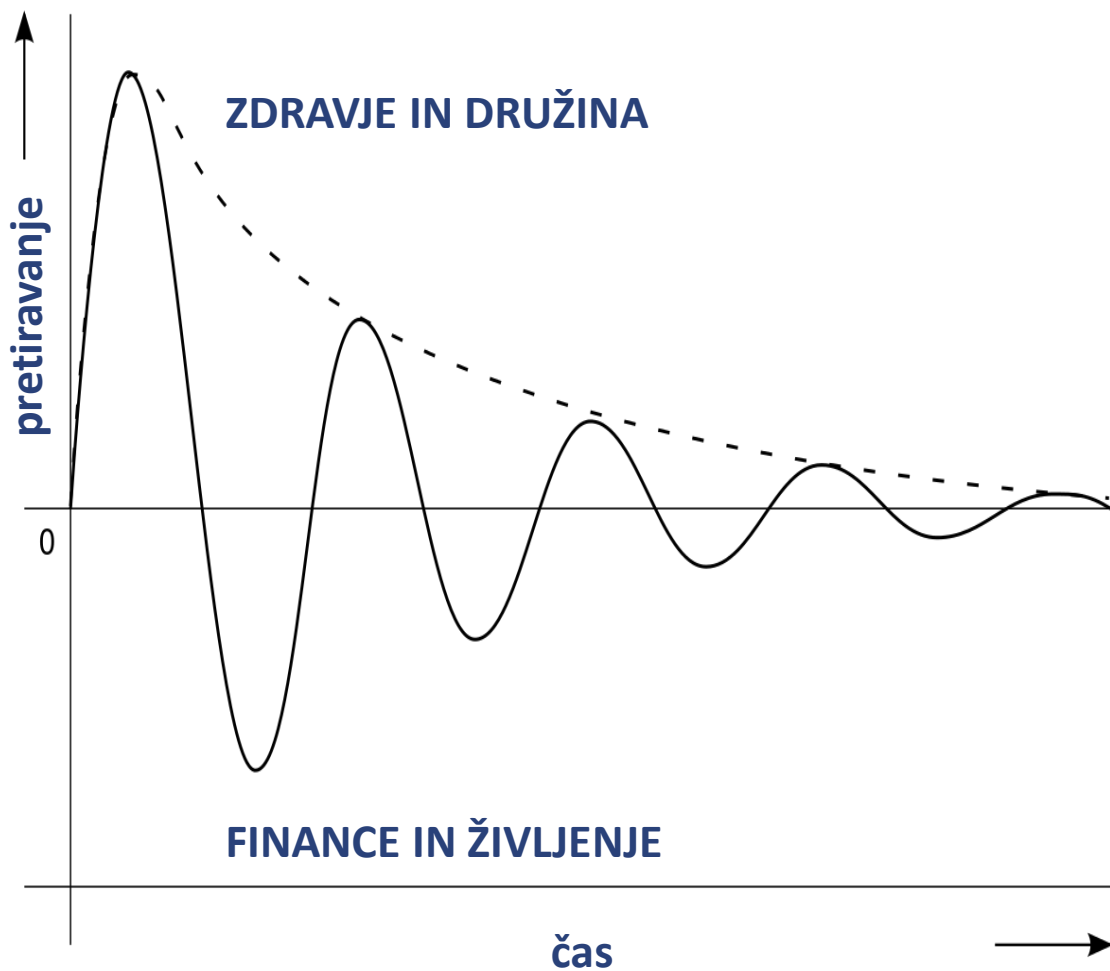
Večina strokovnjakov meni, da bo pandemija po državah prihajala v valovih



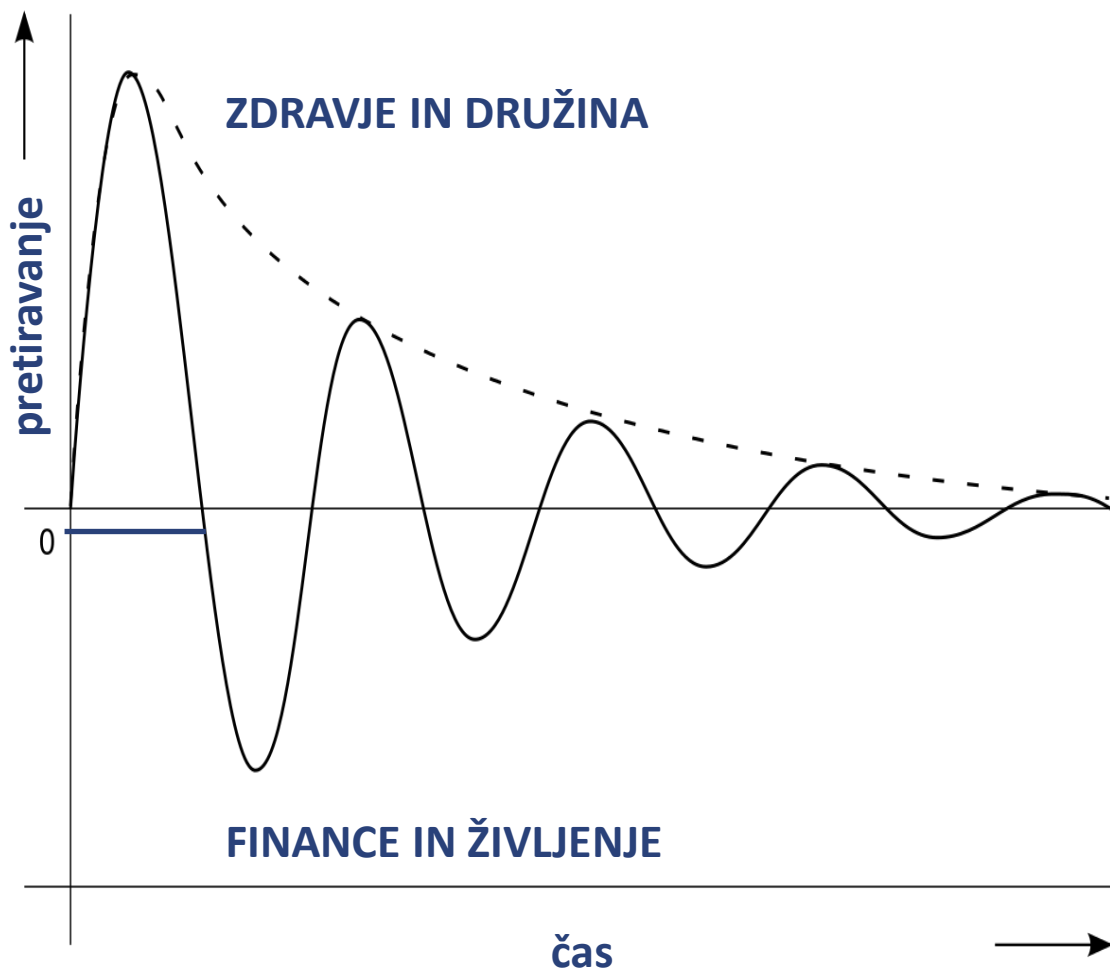
Source: Imperial College London

TIM MEKO/THE WASHINGTON POST

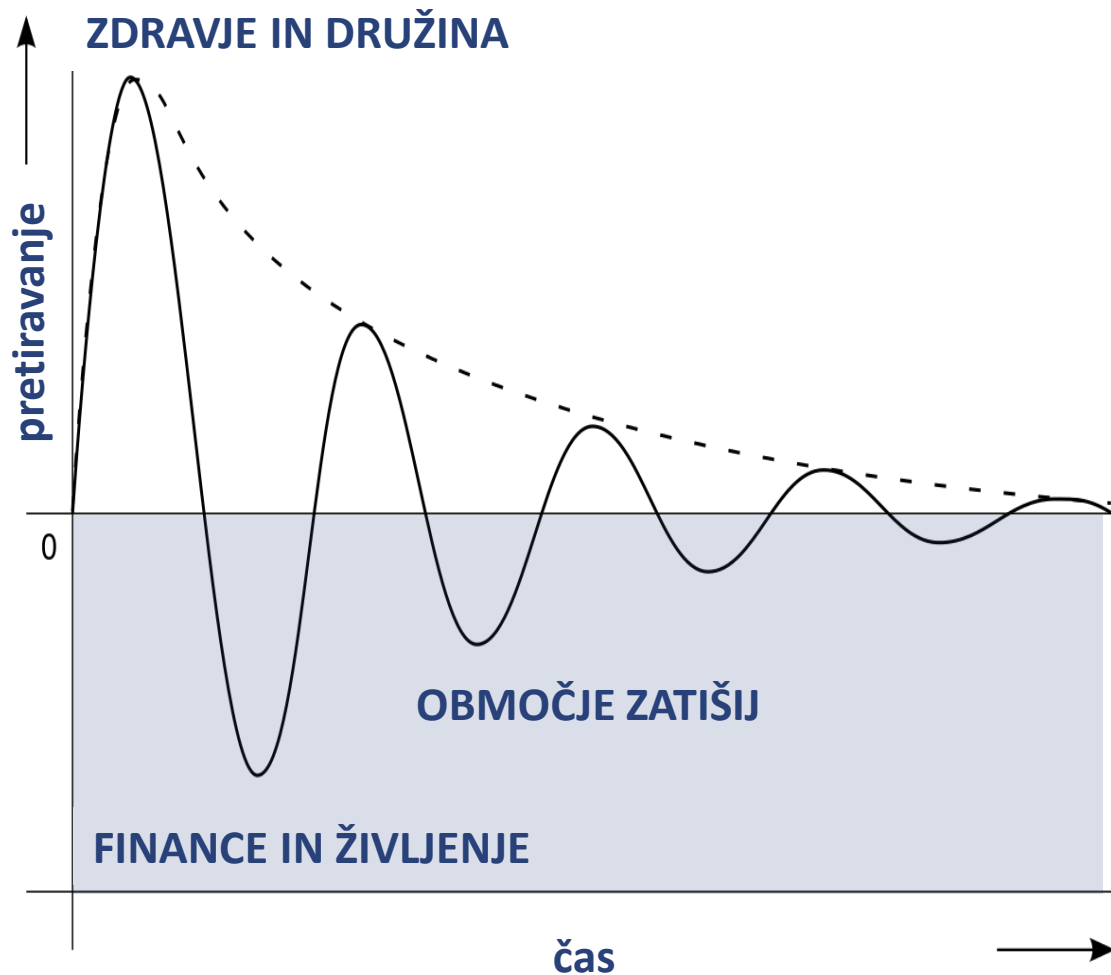
Nas bolj zanima
potrošniški
vidik:
najverjetnje nas
čaka **obdobje**
nihanj



Za zdaj izgleda,
da se bodo v
Evropi cikli
ponavljali na
približno 10
tednov

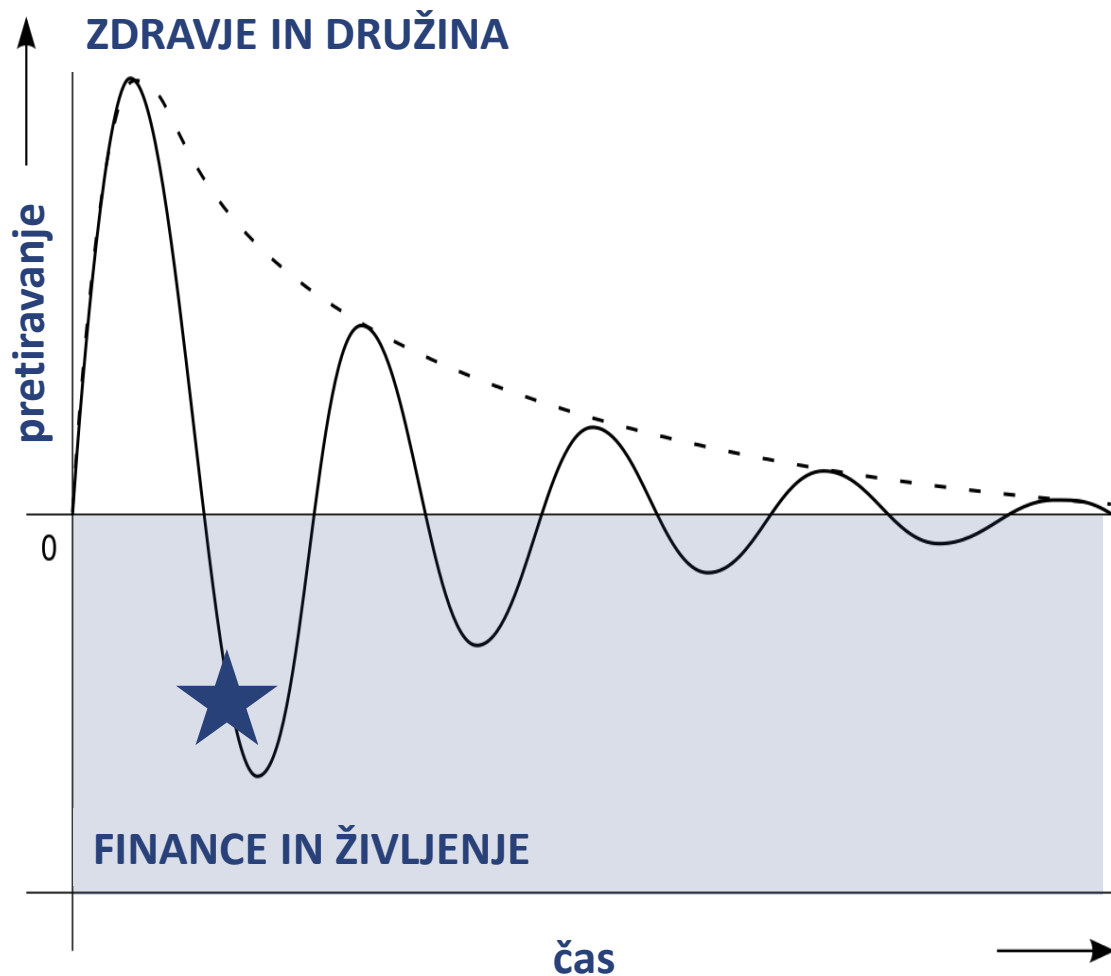


Ključna so
obdobja
zatišij, ki jih
je potrebno
izkoristiti za
F2F del posla

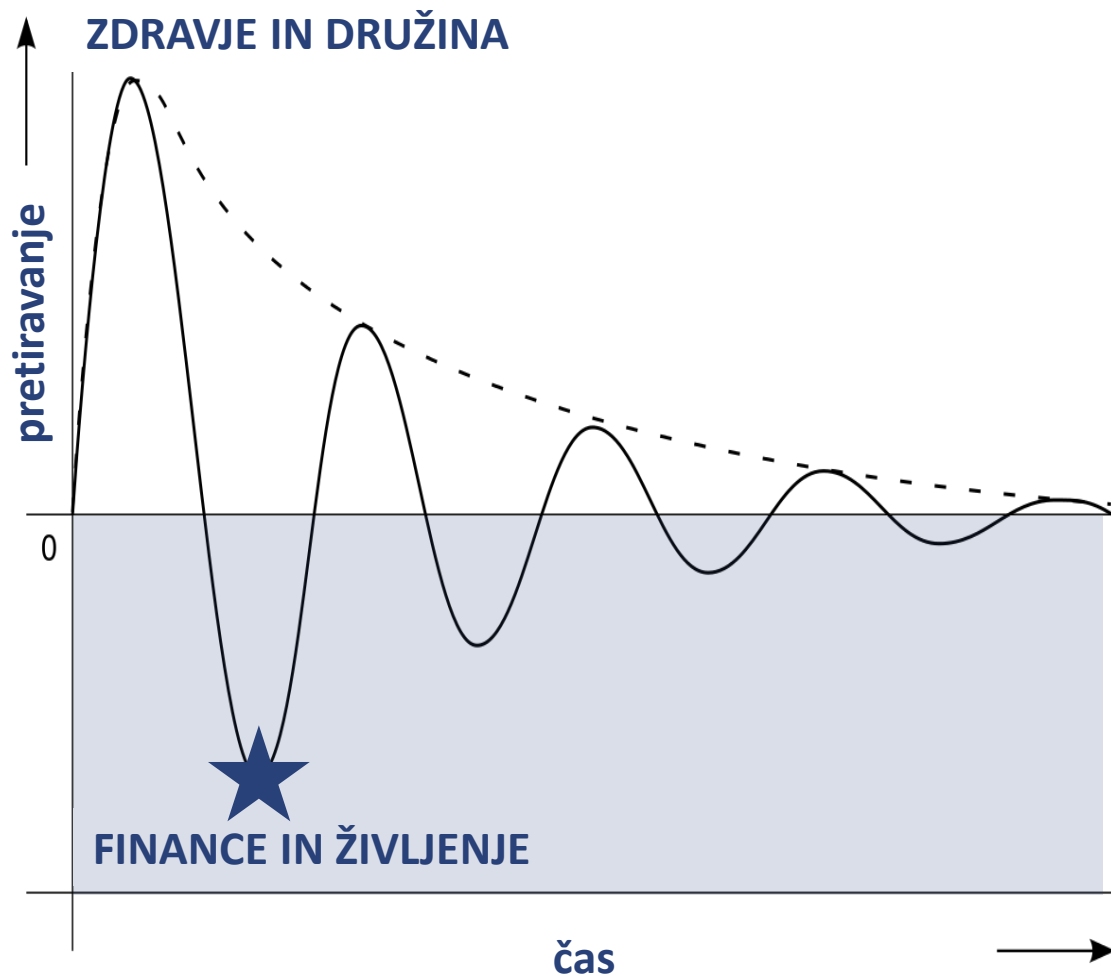


Danes 19.6.
se
najverjetnje
nahajamo
tukaj.

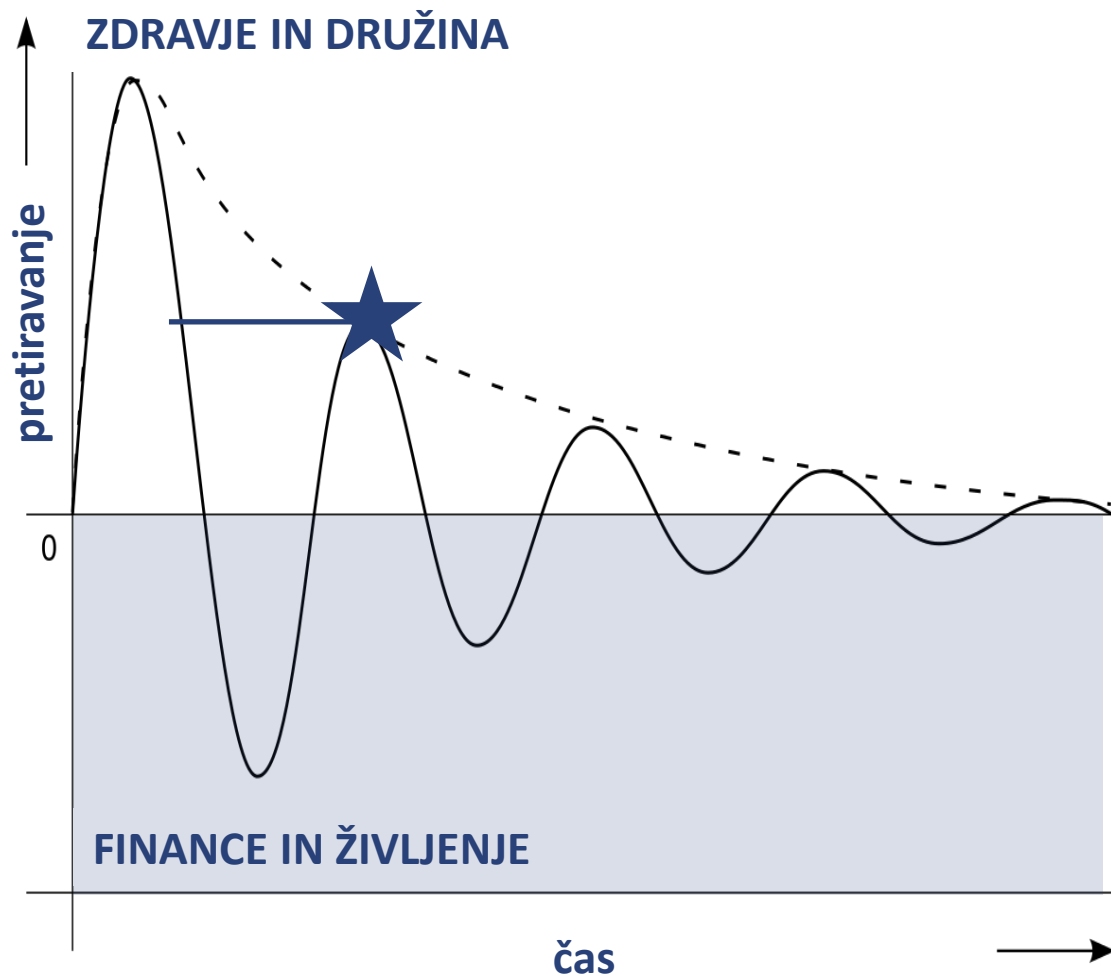
Uživamo.



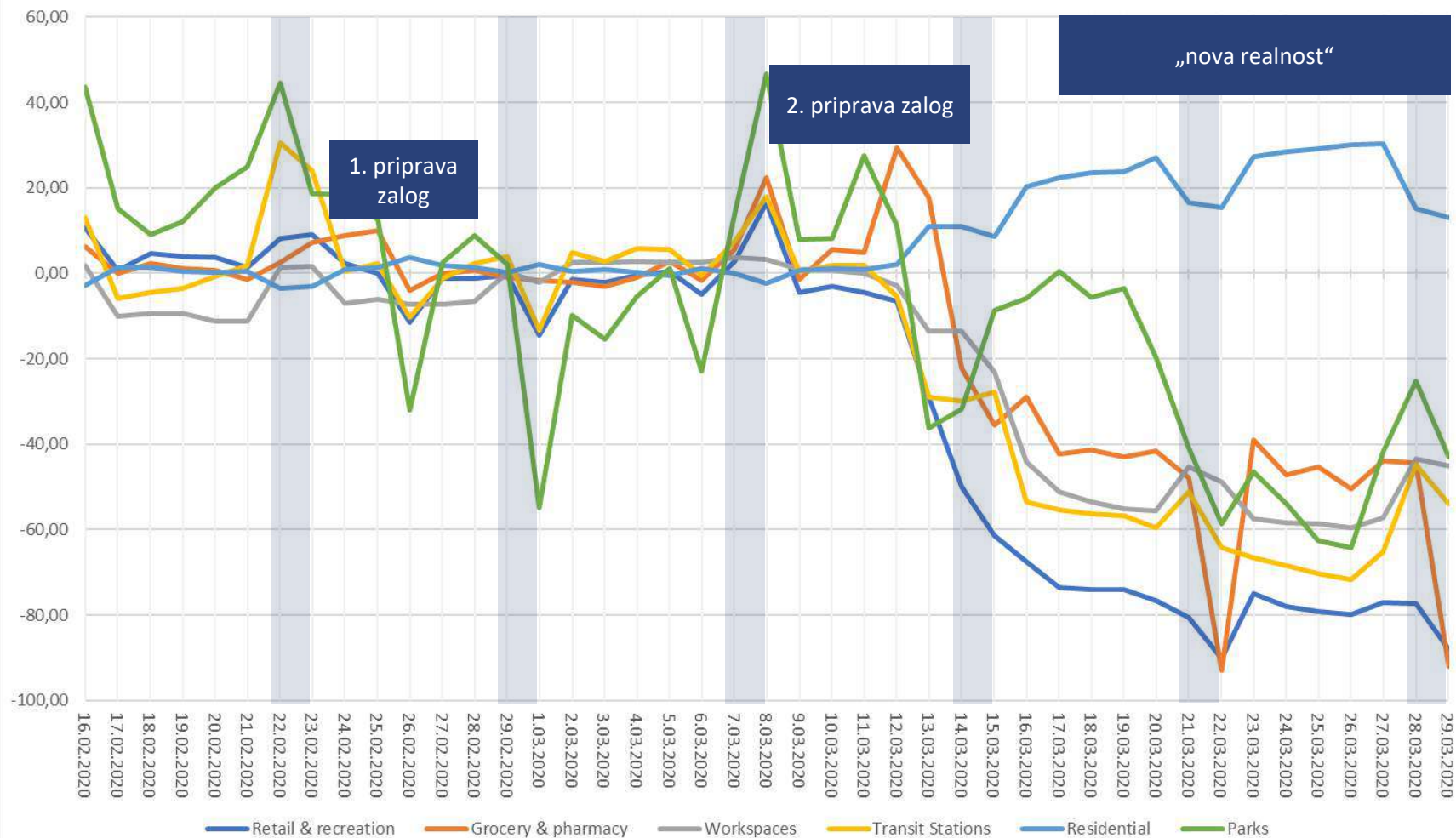
Danes 19.6.
se
najverjetnje
nahajamo
tukaj –
ekstrem
zatišja.



Danes 19.6.
bi morali biti
pripravljene
za naslednji
val oboroženi
z izkušnjami
iz prvega.

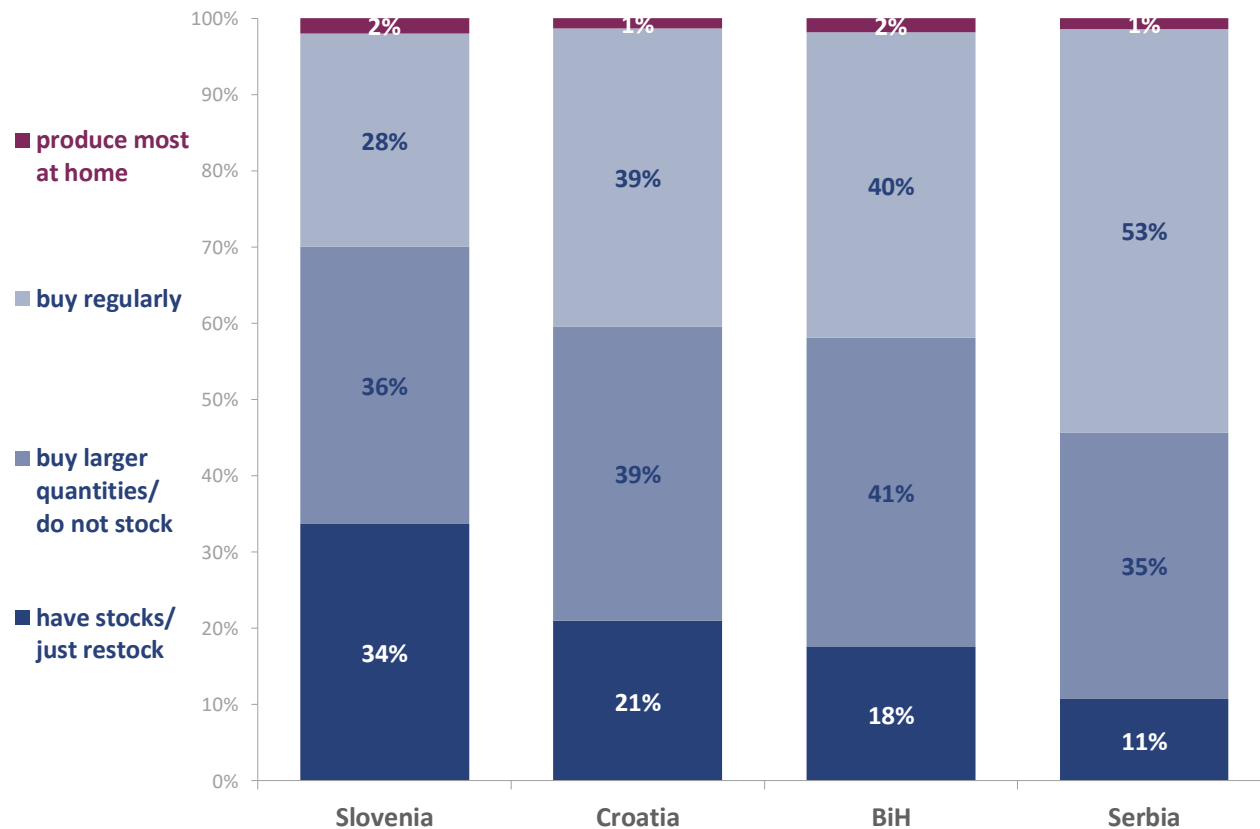


Slovenia Mobility



1. Vrnile se bodo zaloge

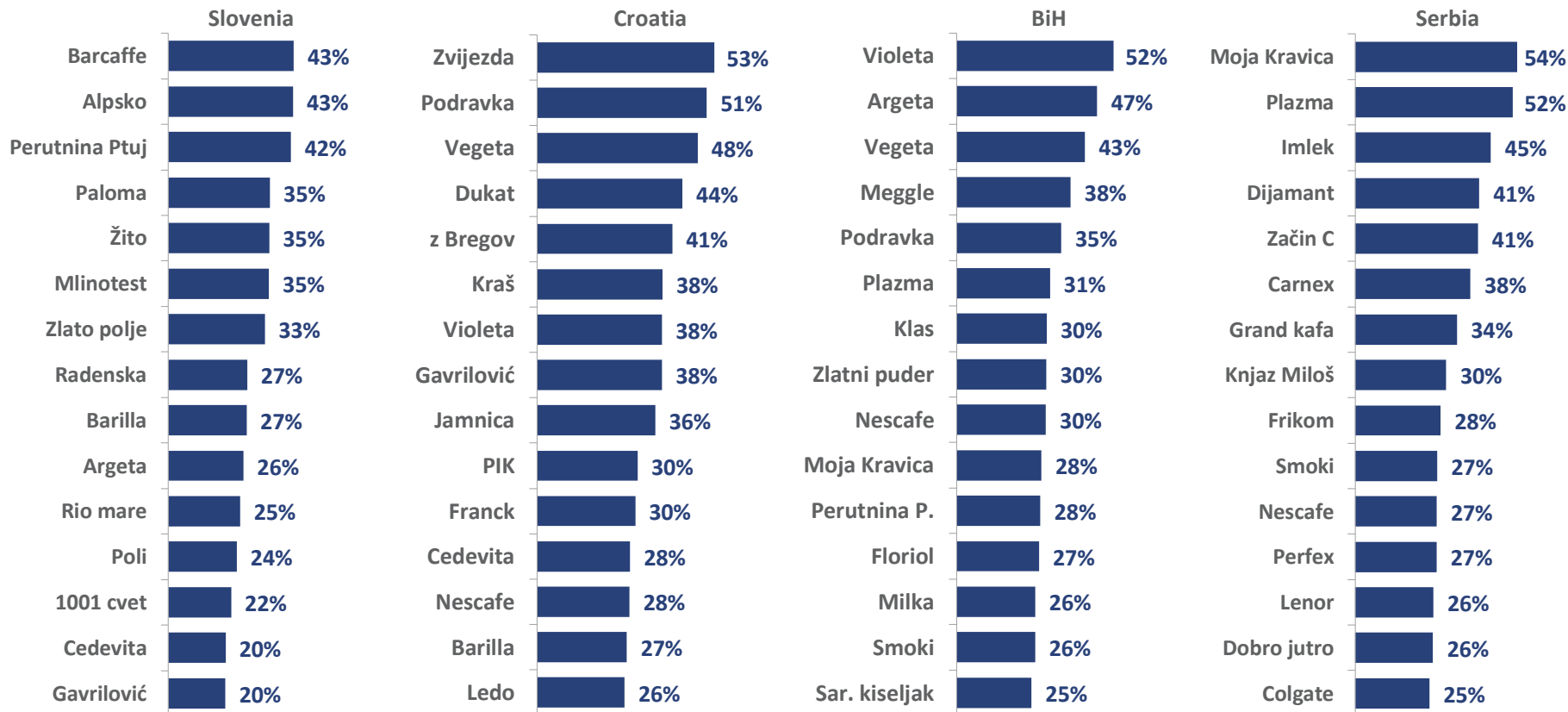
Shopping experience during COVID-19 related measures



Coronavirus related measures affect shopping habits as well. Which of the following best describes your shopping experience during this time of measures?

SLO: n=561 BiH: n=673
CRO: n=919 SER: n=629

2. Velike domače znamke so dobila krila



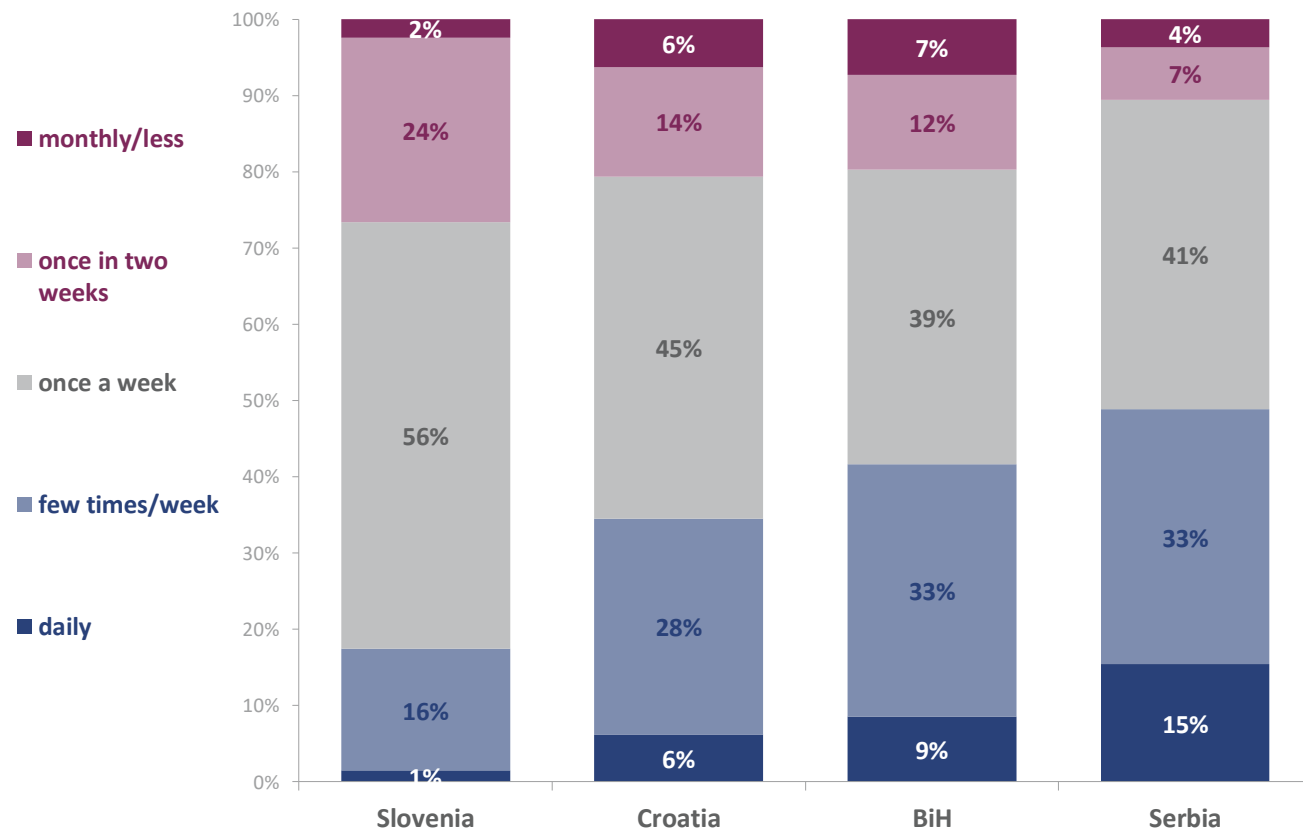
You will see the list of the most recognizable brands on our market. Please choose the ones that are, by your opinion, MANDATORY PART of your main, bigger purchase in these changes circumstances. Top 15 mandatory brands for the main bigger purchase by country.

SLO: n=561 BiH: n=673
CRO: n=919 SER: n=629

3.

Frekvenca nakupov bo spet manjša

Purchase frequency during COVID-19 situation



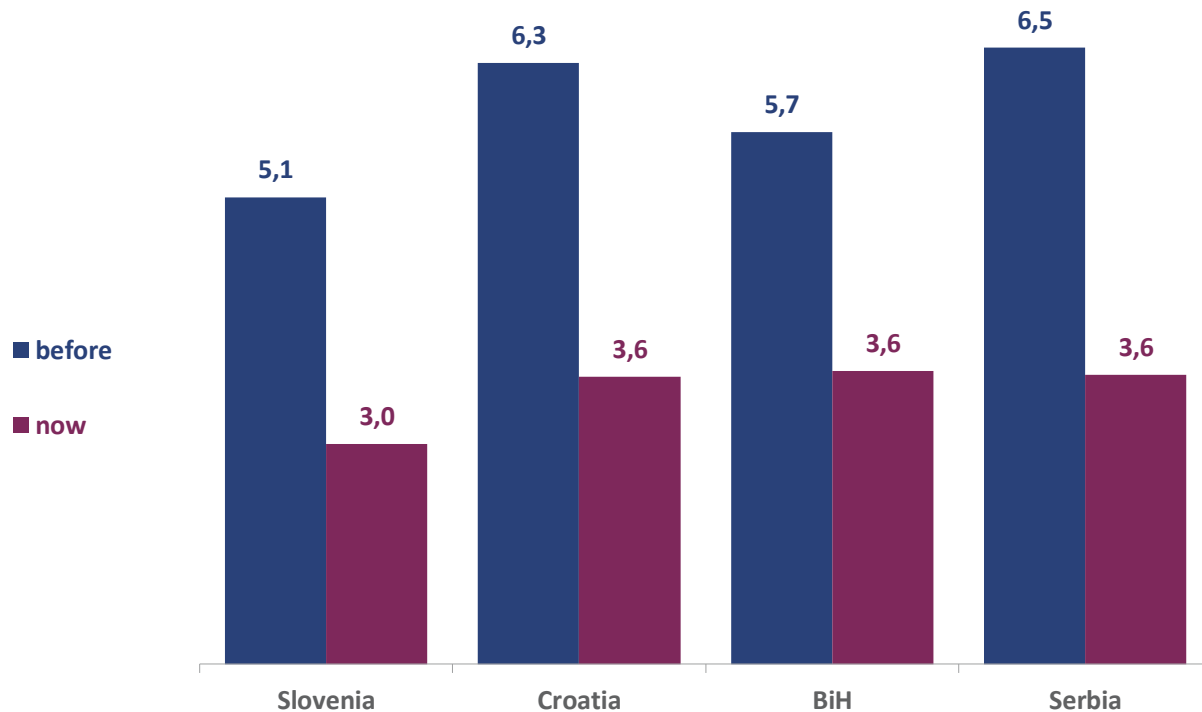
How often do you now purchase the everyday products?

SLO: n=561 BIH: n=673
CRO: n=919 SER: n=629

Number of different store types visited now and before COVID-19

4.

Število trgovin bo manjše, nakup bo mission



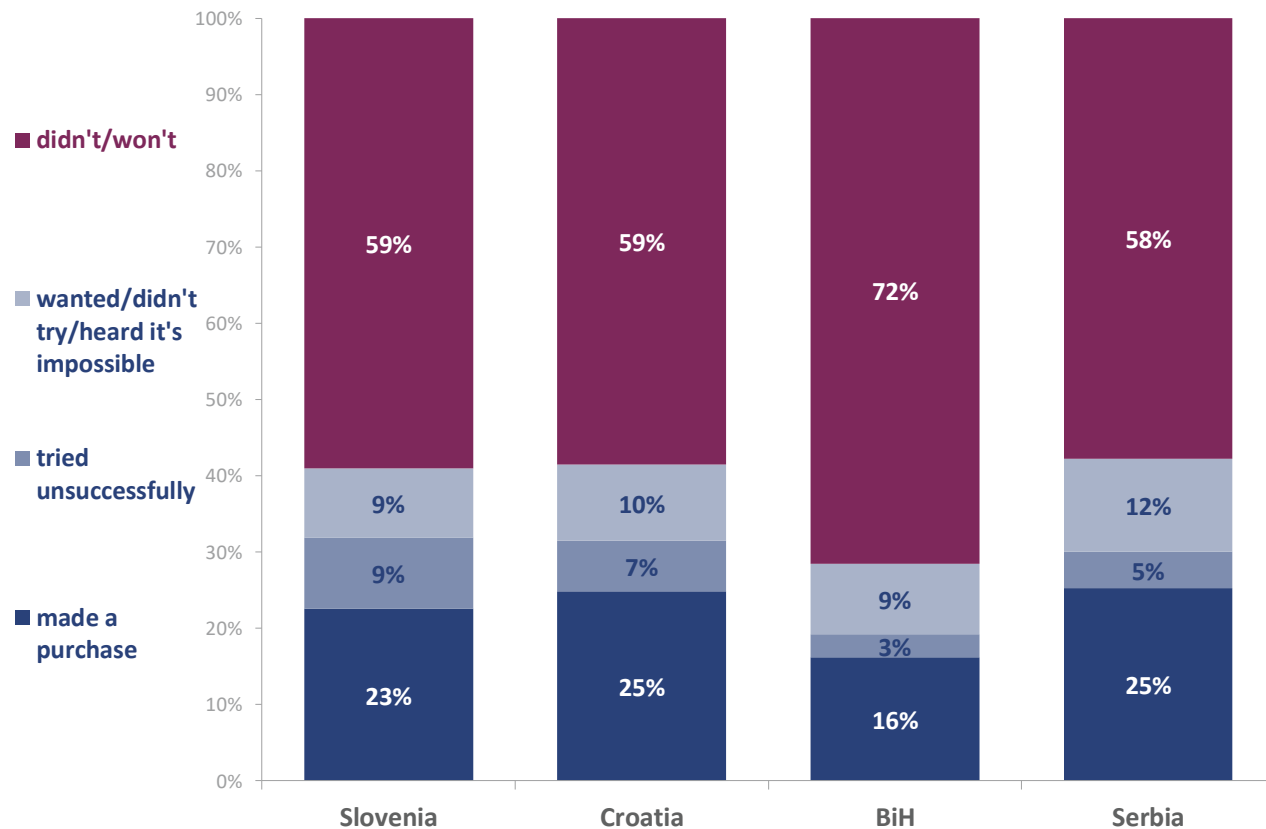
*In which types of stores do you now, in these changed circumstances, buy everyday products?
In which types of stores were you buying everyday products BEFORE the current measures?*

SLO: n=561 BiH: n=673
CRO: n=919 SER: n=629

5.

Corona je dala
krila on-line
trgovinam,
skoraj
polovica je
neuspešno
poskusila
opravit nakup

Online purchase of everyday products

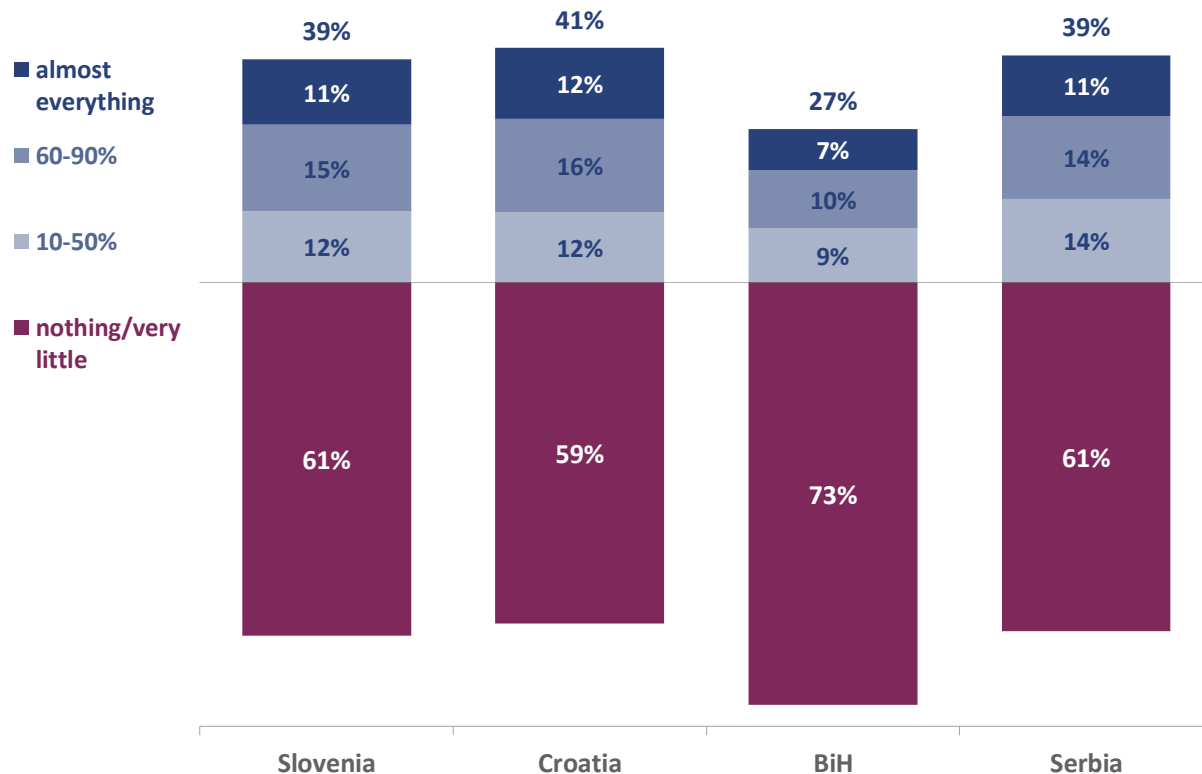


Have you or other members of your household try to make an online purchase of everyday goods?

SLO: n=561 BiH: n=673
CRO: n=919 SER: n=629

6.

Na on-line se
je pripravljeno
premaknit
40%
potrošnikov
(30% volumna
nakupov)



Imagine that online ordering from your favorite retailer was flawless and that you would receive the ordered items in two days at the latest. In this case, what part of your weekly purchase would you make online?

SLO: n=561 BiH: n=673
CRO: n=919 SER: n=629





VALICON

ESOMAR
member



Authorized IBM Cloud
Solution Provider - IBM SaaS
Solution Provider - IBM SaaS

**Authorized
Software Value Plus**
Business Analytics

VALICON MA

VAS



VALICON Ljubljana

Kopitarjeva 2
1000 Ljubljana
T: +386 1 420 49 00
F: +386 1 420 49 60
info@valicon.si

VALICON Zagreb

Baruna Trenka16
10000 Zagreb
T: +385 1 640 99 55
F: +385 1 640 99 56
info@valicon.hr

VALICON Sarajevo

Branilaca Sarajeva 20
71000 Sarajevo
T: +387 33 258 655
F: +387 33 258 656
info@valicon.ba

VALICON Beograd

Gavrila Principa 16/2
11000 Beograd
T: +381 11 32 86 978
F: +381 11 30 30 444
info@valicon.rs

