



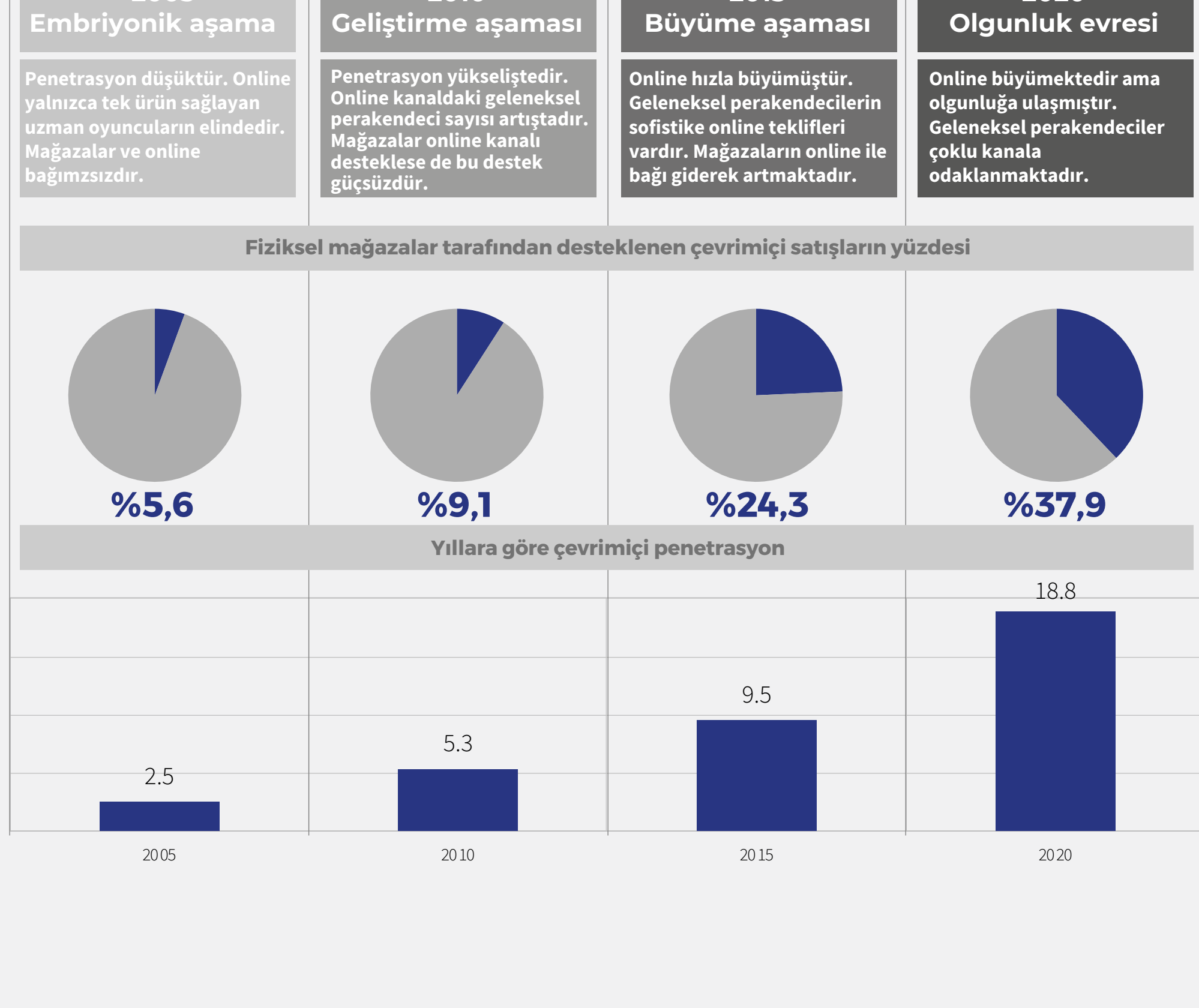
ÇOK KANALLI PERAKENDE VE COVID-19

TUSİAD

2020'DE PERAKENDE Çoklu kanalın gelişimi

Online penetrasyon ve mağazaların desteklediği satışların yüzdesi

2005, 2010, 2015 ve 2020'de ABD

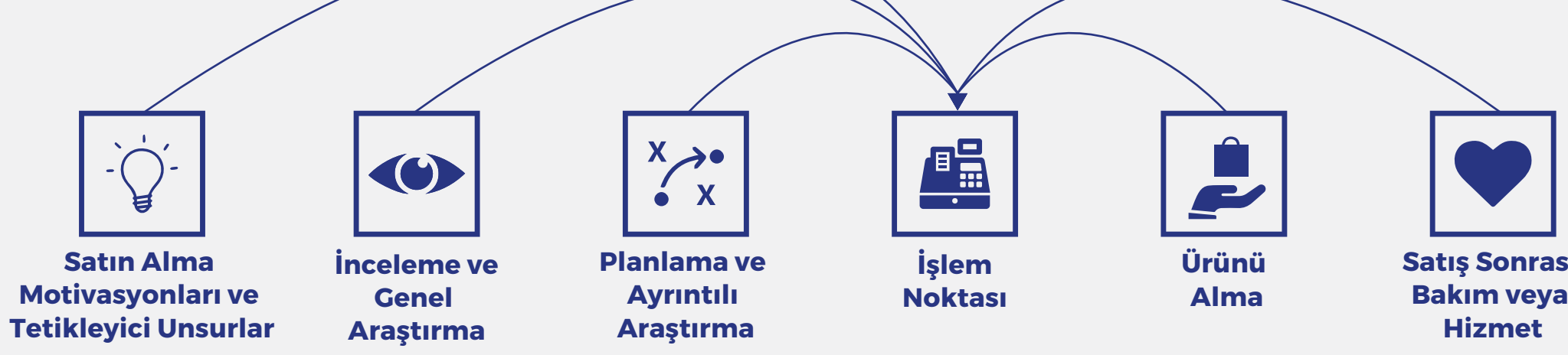


2020'DE PERAKENDE Çok kanallı perakendeyi anlamak

Satışları ölçmenin geleneksel yönteminde yalnızca satış noktasına odaklanılır; ancak bu, alışveriş yolculuğunun yalnızca bir parçasıdır ve bu yaklaşım, diğer tüm kısımları görmezden gelir.

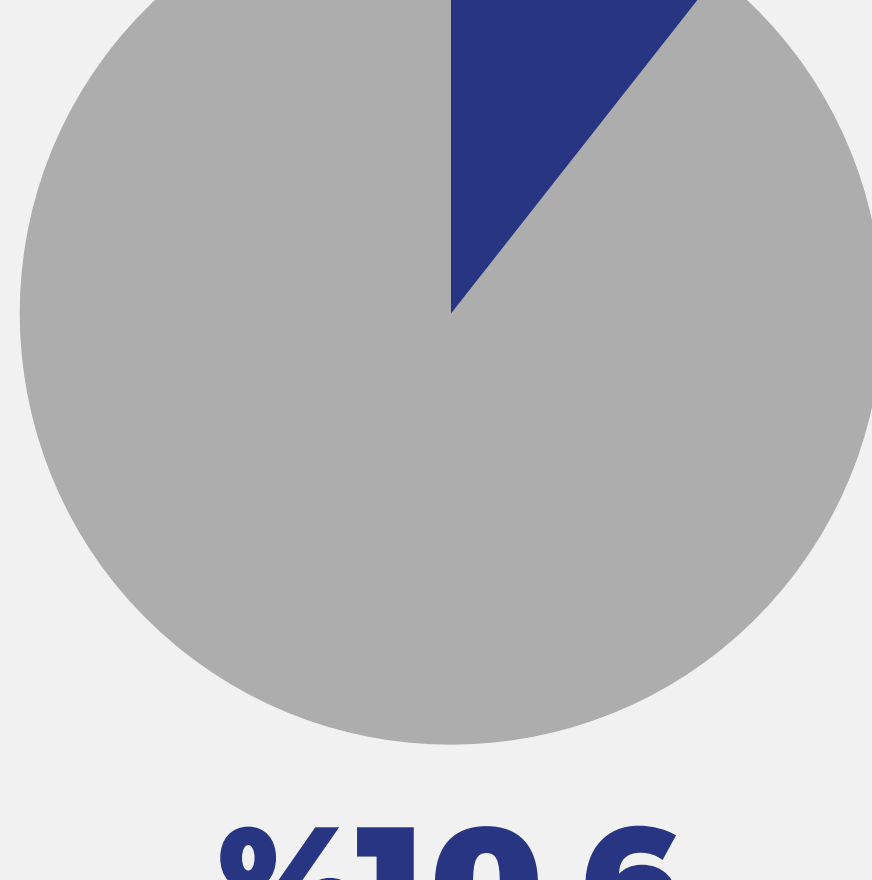


Alışveriş yolculuğunun tüm bileşenlerinin işlem noktasını nasıl etkilediğini ve desteklediğini incelemek satışları anlamanın daha doğru bir yolu olacaktır.



2020'DE PERAKENDE Mağaza etkisi

Fiziksel mağazaların desteklediği online satışların oranı
2020 boyunca, %



%10,6

geçen yıla göre %
puanlık değişim

+6.0

Online harcamalar salgın sırasında güçlü büyüme sergilese de bir şekilde fiziksel mağazalarla ilişkili dijital satışların oranı da artmıştır.

Salgın boyunca tüketicilerin büyük çoğunluğu daha çok sosyal mesafeyi korumanın ve başkalarıyla etkileşime girmemenin bir yolu olarak ürünlerin eve teslim edilmesini tercih etmiştir. Yine de salgının etkisi azaldıkça daha fazla insanın yeni çoklu kanal hizmetlerinden faydalanması muhtemeldir.

GIDA & MARKET PERAKENDECİLİĞİ

Kanal seçimleri

COVID-19 döneminde gıda ve market alışverişleri

2020 Mart ayında salgının başlamasının ardından gıda ve market alışverişleri için aşağıdaki yöntemlerden hangisini kullandınız?



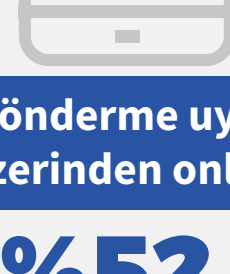
Fiziksel
mağaza/süpermarket

%84,3%



Süpermarket web sitesi veya
uygulaması üzerinden online

%60,6



Yemek gönderme uygulaması
üzerinden online

%52,1

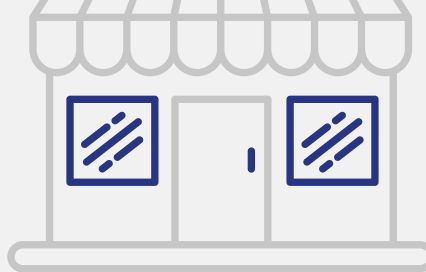
COVID-19 döneminde gıda dışı alışverişler

Salgının Mart 2020'de başlamasından bu yana gıda dışı ürün satın alırken aşağıdaki kanallardan hangilerini kullandınız?



Online

%71,0



Fiziksel mağaza

%56,2



Posta/katalog ile sipariş

%14,1

GIDA & MARKET PERAKENDECİLİĞİ

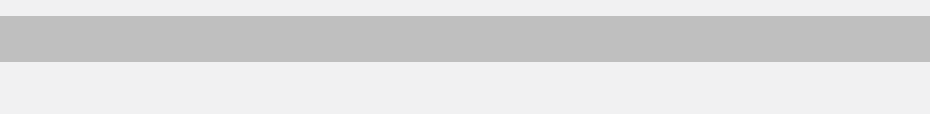
Perakende ihtiyacını karşılama tercihleri

Salgın döneminde online market alışverişi ihtiyacını karşılama yöntemleri

Market siparişlerinizi almak/karşılama için aşağıdaki yöntemlerden hangilerine başvurduunuz?



TESLİMAT - EV



%89,2



TESLİMAT - İŞ YERİ



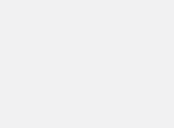
%18,7



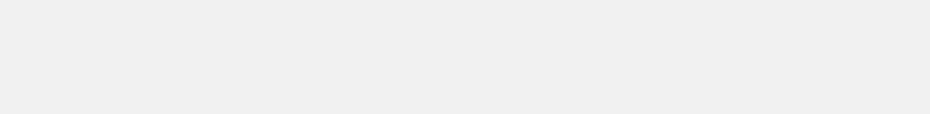
MAĞAZADAN TESLİM ALMA



%9,7



ARABAYLA TESLİM ALMA



%5,5



DOLAPTAN TESLİM ALMA



%5,0

GIDA DIŞI PERAKENDE Coğrafi analiz

COVID-19'un gıda dışı ürünler için online alışverişlere etkisi

Salgın döneminde gıda dışı ürünler için yaptığınız online harcamalar salgın öncesi döneme göre nasıl değişmiştir?



- Fazla sayıda tüketici daha fazla online harcama yapmaya başlamıştır
- Ortalama düzeyde tüketici daha fazla online harcama yapmaya başlamıştır
- Daha az sayıda tüketici daha fazla online harcama yapmaya başlamıştır

GIDA DIŞI PERAKENDE Coğrafi analiz

Gelecekte gıda dışı ürünler için online harcamalar

COVID-19 kısıtlamaları kaldırıldıktan ve hayat normale döndükten sonra gıda dışı ürün harcamalarınız sizce nasıl değişecek?



- Fazla sayıda tüketici daha çok online harcama yapmayı planlıyor
- Ortalama düzeyde tüketici daha çok online harcama yapmayı planlıyor
- Az sayıda tüketici daha çok online harcama yapmayı planlıyor