

Raport



Radość Merkurego

Reklamy hipermarketów kuszą na każdym kroku. „Wszystko i tanio” – zachęca Geant. „Zbijamy ceny zawodowo” – informuje Auchan. „Powinni tego zabronić” – dopowiada grupa Metro AG. Podobnie jak w zeszłym roku postanowiliśmy sprawdzić, ile w tych zapewnieniach prawdy, a ile marketingowych sztuczek. Która sieć naprawdę jest najtańsza, a która najbardziej przyjazna? W szczycie gorączki świątecznych zakupów przedstawiamy nasz drugi ranking hipermarketów.

PIOTR STASIAK, PAWEŁ WRABEC

Tak jak w zeszłym roku do akcji wkróczyli „tajemniczy klienci”. To ankieterzy instytutu badawczego GfK Polonia, który na co dzień zajmuje się m.in. badaniem sieci handlowych. W piątek 5 listopada br. pomiędzy godziną 17 a 19 odwiedzili 24 losowo wybrane sklepy w największych polskich miastach (po 3 z każdej sieci). Dzień i godzina badania nie były przypadkowe – to właśnie w piątkowy wieczór, hipermarkety przeżywają największe obłożenie. „Tajemniczy klienci” zachowywali się jak prawdziwi – z wózkiem przebijali się przez zatłoczone alejki, sprawdzali ceny, świeżość warzyw i owoców, mierzyli czas, który stracili w kolejkach. Na podstawie przygotowanych na zlecenie „Polityki”

Klasyfikacja ostateczna (sklep najtańszy + przyjazny)

Auchan	197
E.LECLERC	172
Carrefour	170
Géant	166
TESCO	161
Kaufland	160
hypernova	146
real	120

ankiet ułożyliśmy ranking, który wyłonił sieć najtańszą i najbardziej przyjazną. Ale to nie wszystko. Poszukiwaliśmy też odpowiedzi na pytanie, co zmieniło się przez ostatni rok w hipermarketach. Jak będzie wyglądała ich przyszłość? Co robią, żeby nas do siebie przywiązać i jakich używają ostatnio zachęt?

Cenny koszyk

W hipermarkecie Polak zwraca uwagę przede wszystkim na ceny. Ale – co wynika z badań firmy Kinoulty Research – tylko co trzeci zna je z dokładnością do kilku groszy. – *Niewielkie zmiany pozostaną niemal na pewno niezauważone przez 90 proc. konsumentów* – twierdzi Zbigniew Tyszkiewicz,

Tygodnik

Śr. nakład 338000 egz.

Zasięg ogólnopolski

