18 марта 2022

Маркетолог Птуха объяснила последствия отмены скидок и промоакций в продуктовых магазинах

По мнению собеседницы Лайфа, сейчас наступило время "рынка продавца", когда люди охотятся за товаром. Однако она убеждена, что этот период скоро закончится и всё вернётся на круги своя.

Отказ поставщиков российского ретейлера X5 Group от скидок и промоакций — это вариант повышения цен, который, скорее всего, больше почувствуют покупатели экономкласса, рассказала Лайфу член совета гильдии маркетологов Анастасия Птуха.

Она объяснила, что торговые сети регулярно обновляют скидки и различные промоакции, чтобы удержать своих покупателей. Если в экономике всё хорошо, то категория людей, которые охотятся за дисконтом, небольшая. Но если ситуация ухудшается, то число таких покупателей растёт.

"В России очень сильно по отношению к другим странам повышена лояльность покупателей. То есть многие привязаны к своим маркам. Если человек покупает колбасу какого-то производителя, то он её и покупает. Он её скорее купит меньше, но своего производителя. У нас миграция не в свой класс. Скажем, он продукцию среднего класса покупал, а потом перешёл в

эконом, она у нас меньше, чем в других странах. Поэтому, скорее всего, повышение цен почувствуют покупатели экономкласса", — сказала эксперт.

По её словам, сейчас наступило время "рынка продавца". То есть люди охотятся за товаром. Однако, как только ситуация стабилизируется, наступит типичный для России "рынок покупателя". Тогда вернутся и акции, и скидки, считает Птуха. Она отметила, что сейчас всё же существует некоторый дефицит, так как люди запасаются впрок товарами, которые, по их мнению, зависят от импорта. По мнению маркетолога, к этой кризисной ситуации страна и морально, и физически готова. Правительство России и магазины контролируют происходящее. Люди запасутся впрок, и на этом всё закончится.

https://life.ru/p/1479985