



► “ You need to know me  
before you love me”

**Ξένια Κούρτογλου, MSc.**

Ιδρύτρια Focus Bari, e-satisfaction, MEX  
Business Coach & Mentor, Συγγραφέας

6 Οκτωβρίου, 2022

---

focusbari.gr

 FocusBari

| YouGov® 

# Ευχαριστώ! 😊

---

Θα δούμε σήμερα μαζί «Surveys Tips» :

Έλληνες & Τεχνολογία



Τι σημαίνει «Brand Health»



Η αξία της πληροφορίας

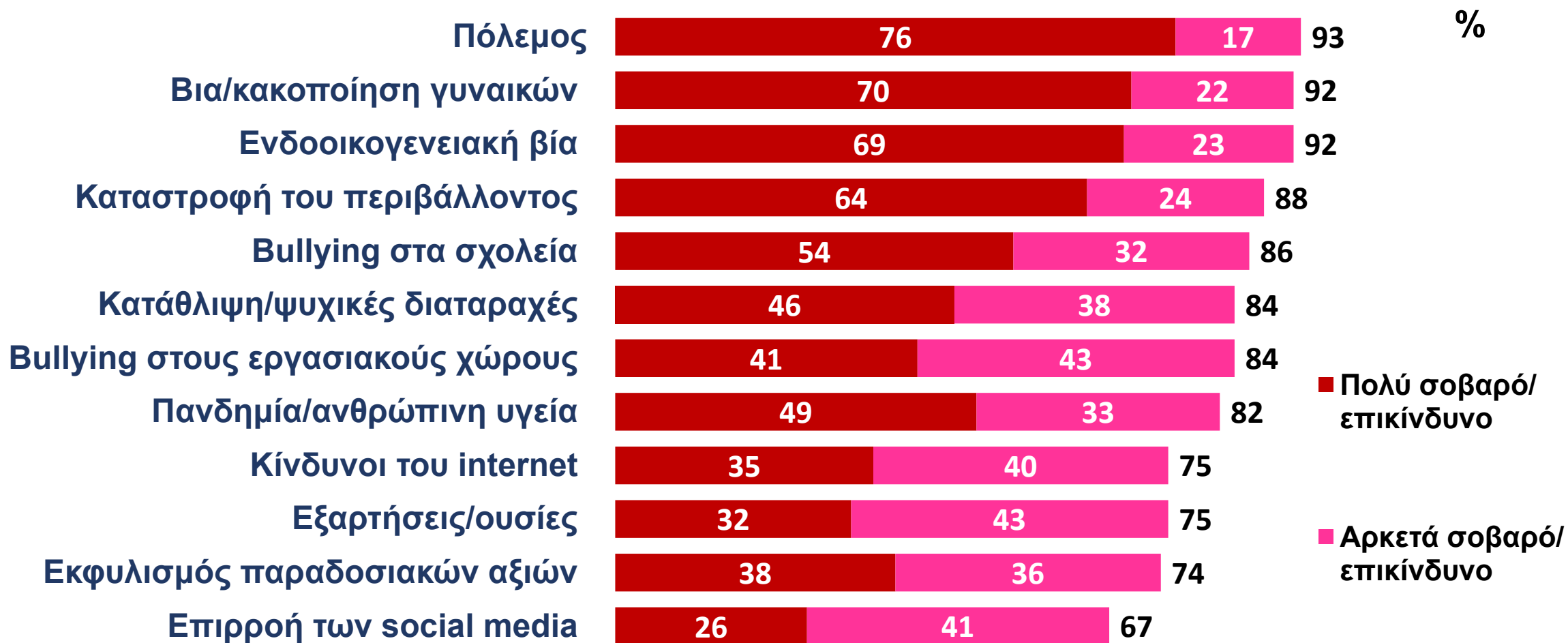


Σαν εισαγωγή...

**“You need to know me  
before you love me”**

- ✓ **Ποια θέματα απασχολούν σήμερα τους Έλληνες, δηλαδή...**
- ✓ **...το κοινό στο οποίο όλοι απευθυνόμαστε;**

## Όλοι απευθυνόμαστε σ' ένα σοβαρά προβληματισμένο κοινό:

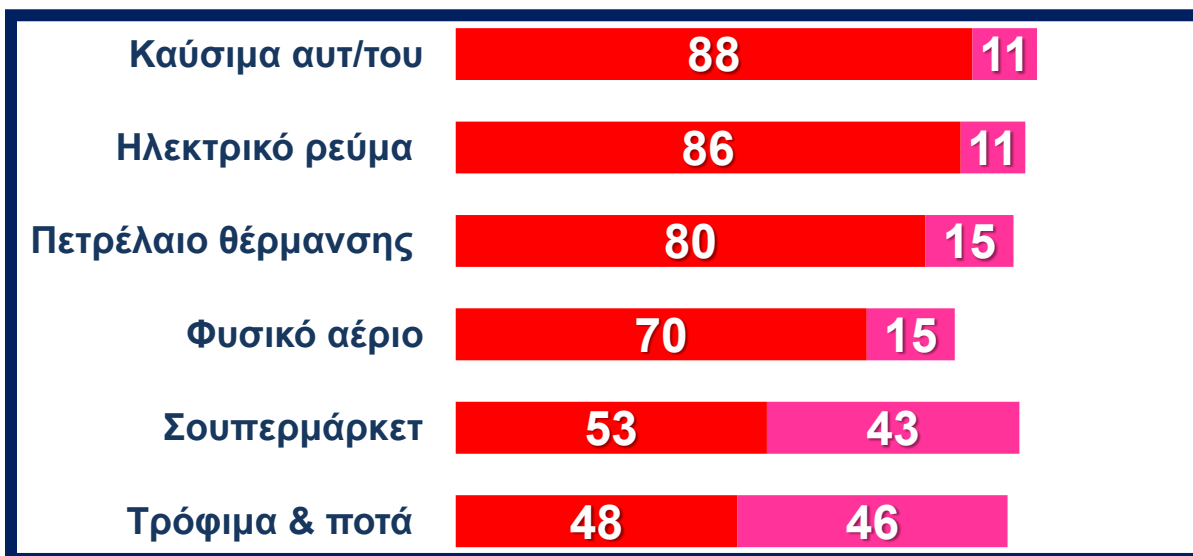


# ...που αντιμετωπίζει το θέμα της ακρίβειας στην καθημερινότητά του

\*Επιλογές: η τιμή έχει ανέβει υπερβολικά, αρκετά, έχει μείνει ίδια, ΔΓ

■ Υπερβολικά ■ Αρκετά

%



Διασκέδαση έξω 19 54

Ταξίδια/διακοπές 16 38

Τεχνολογία/ηλεκτρικά 13 35

Έπιπλα/είδη σπιτιού 12 33

Ένδυση/υπόδηση 10 39

Τηλεπικοινωνίες 10 28

Σχολικά/χαρτικά/βιβλία 9 30

Καλλυντικά/μακιγιάζ 9 26

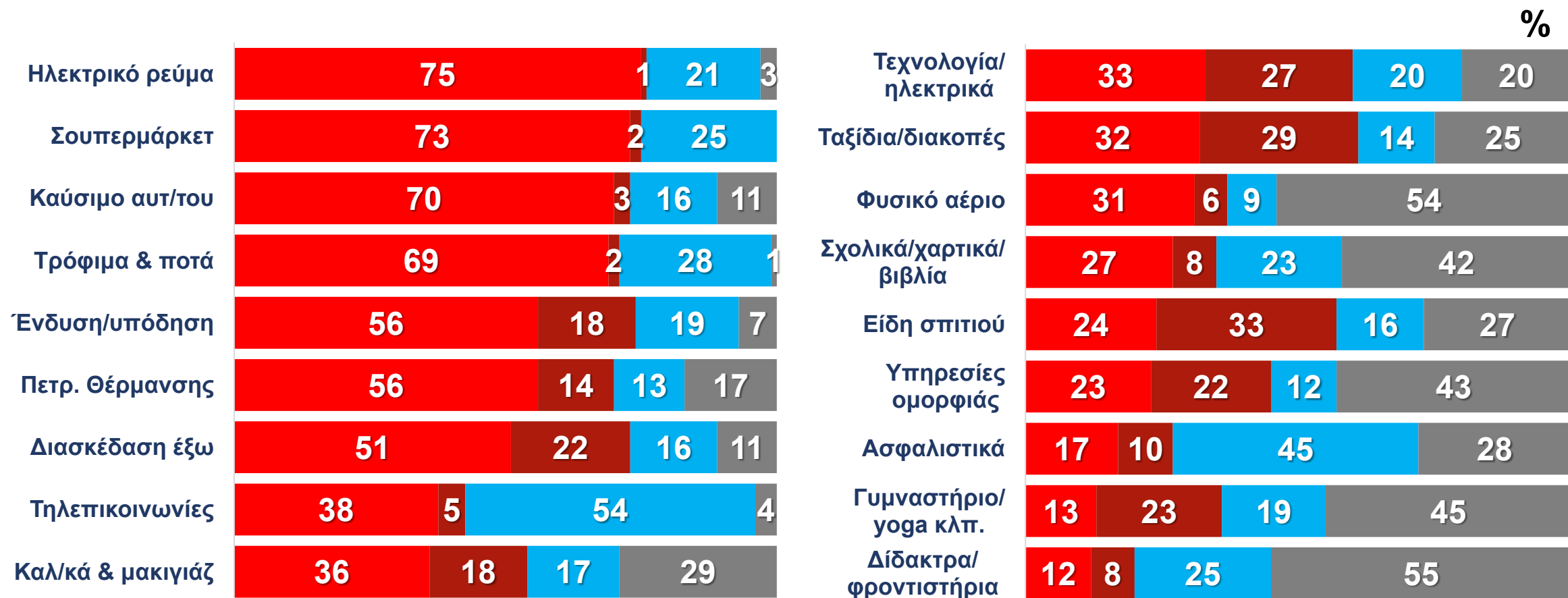
Δίδακτρα/φροντιστήρια 8 21

Ασφαλιστικά 7 21

Υπηρεσίες ομορφιάς 7 20

Γυμναστήρια/yoga κλπ. 6 17

# ...και έχει αναγκαστεί να περικόψει ακόμα και είδη πρώτης ανάγκης!



■ Μείωσα κατανάλωση 
 ■ Σταμάτησα τελείως 
 ■ Δεν άλλαξα συνήθειες 
 ■ Δεν ισχύει για μένα

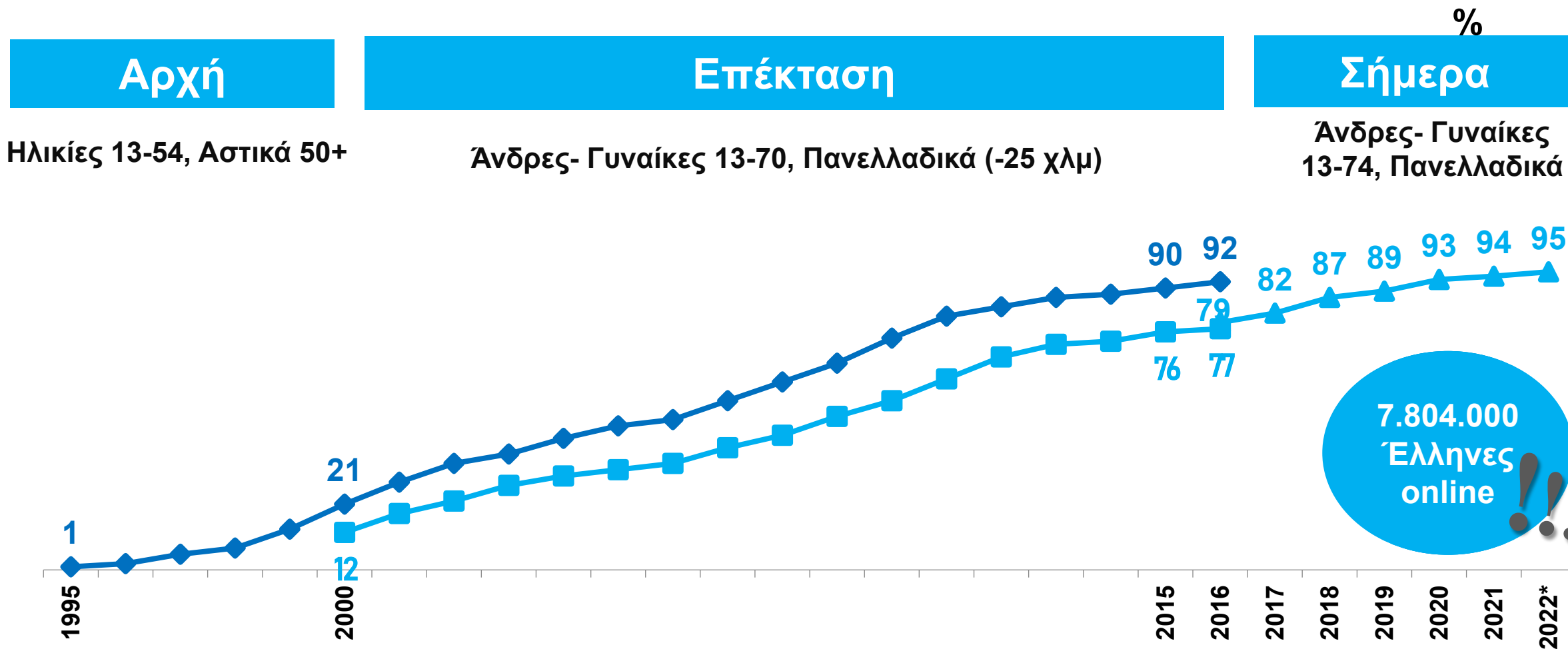
# #1. Takeaway

- ✓ **Οποιαδήποτε επιχείρηση κι αν «τρέχουμε»,...**
- ✓ **...σε οποιονδήποτε κλάδο κι αν είναι η δραστηριότητά μας,...**
- ✓ **...οι άνθρωποί μας (οφείλουν να) είναι στο επίκεντρο!**

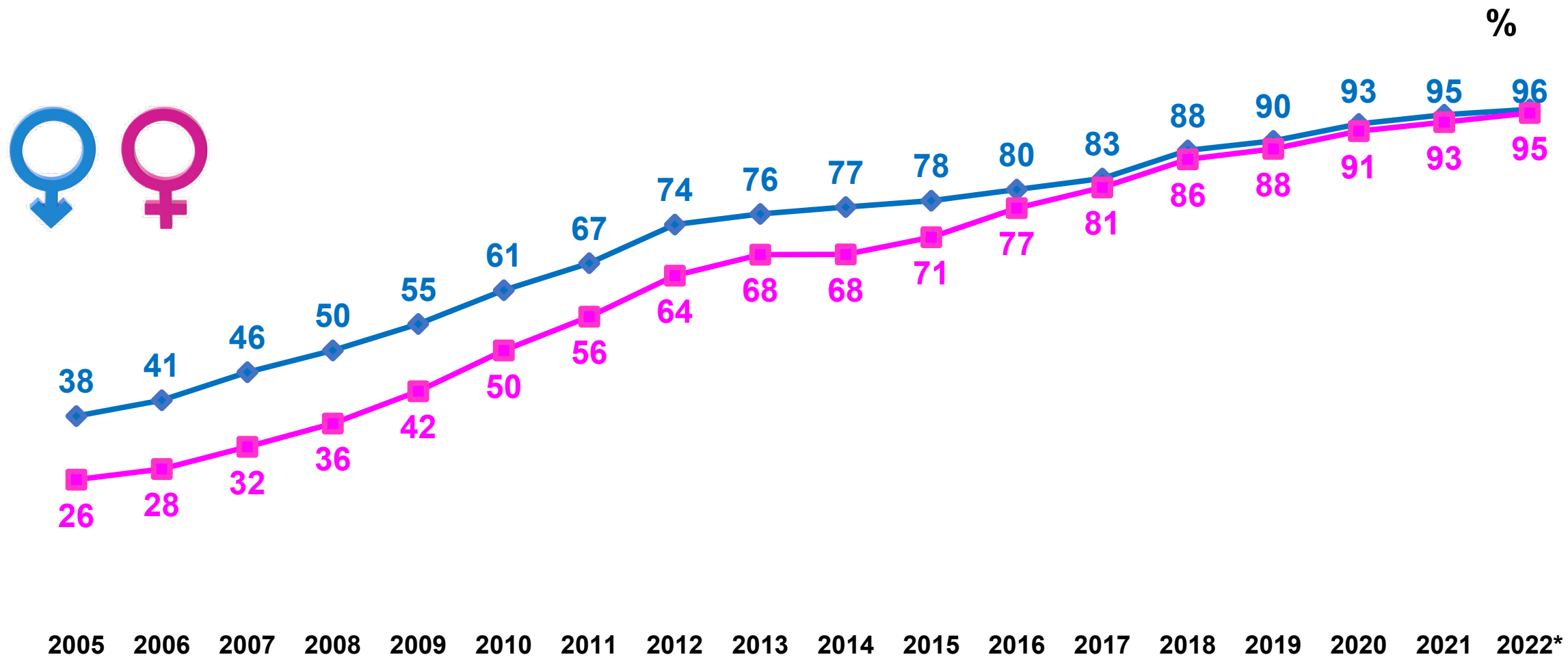
**Ενσυναίσθηση  
(«empathy»)**

**Από το «ego»  
στο «we go»!**

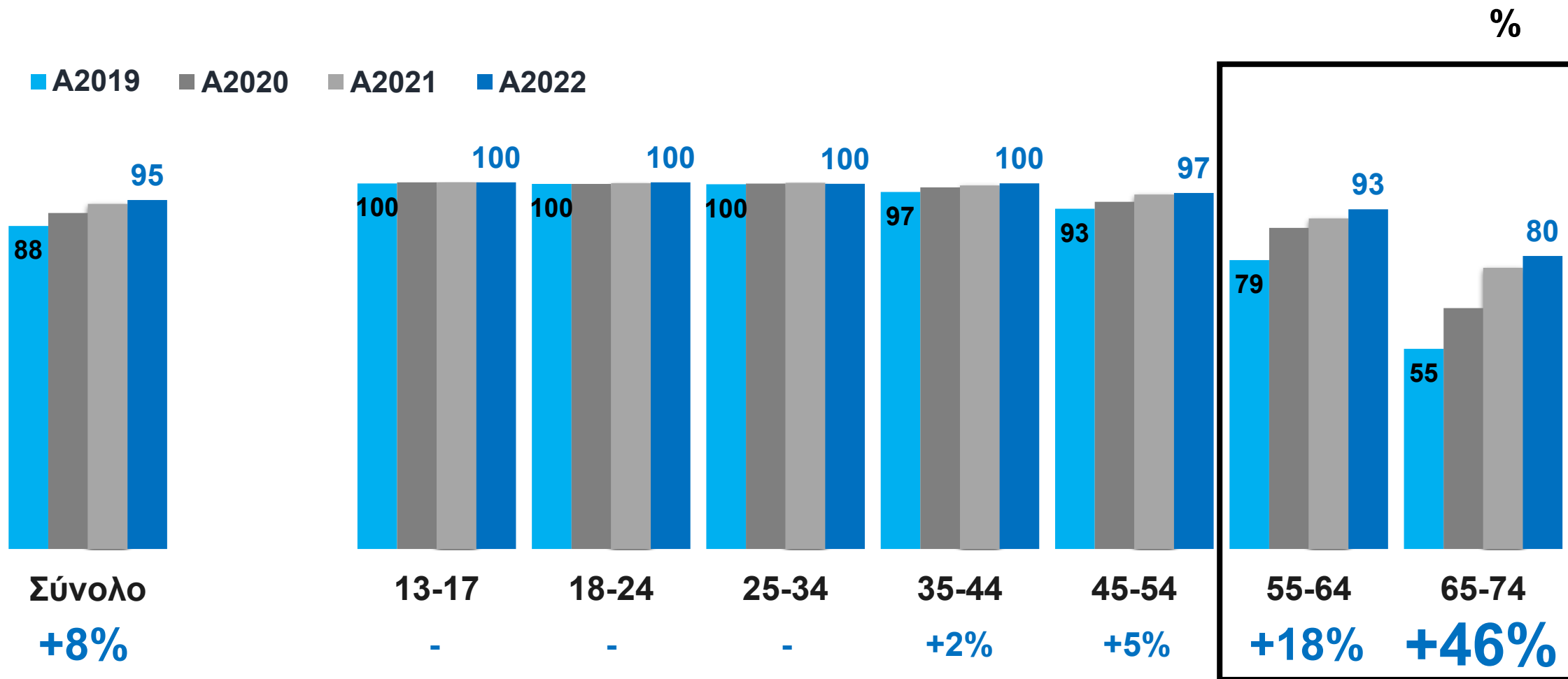
# Οι Έλληνες 13-74 είναι πλέον καθολικά «Ψηφιακοί Πολίτες» (95%)



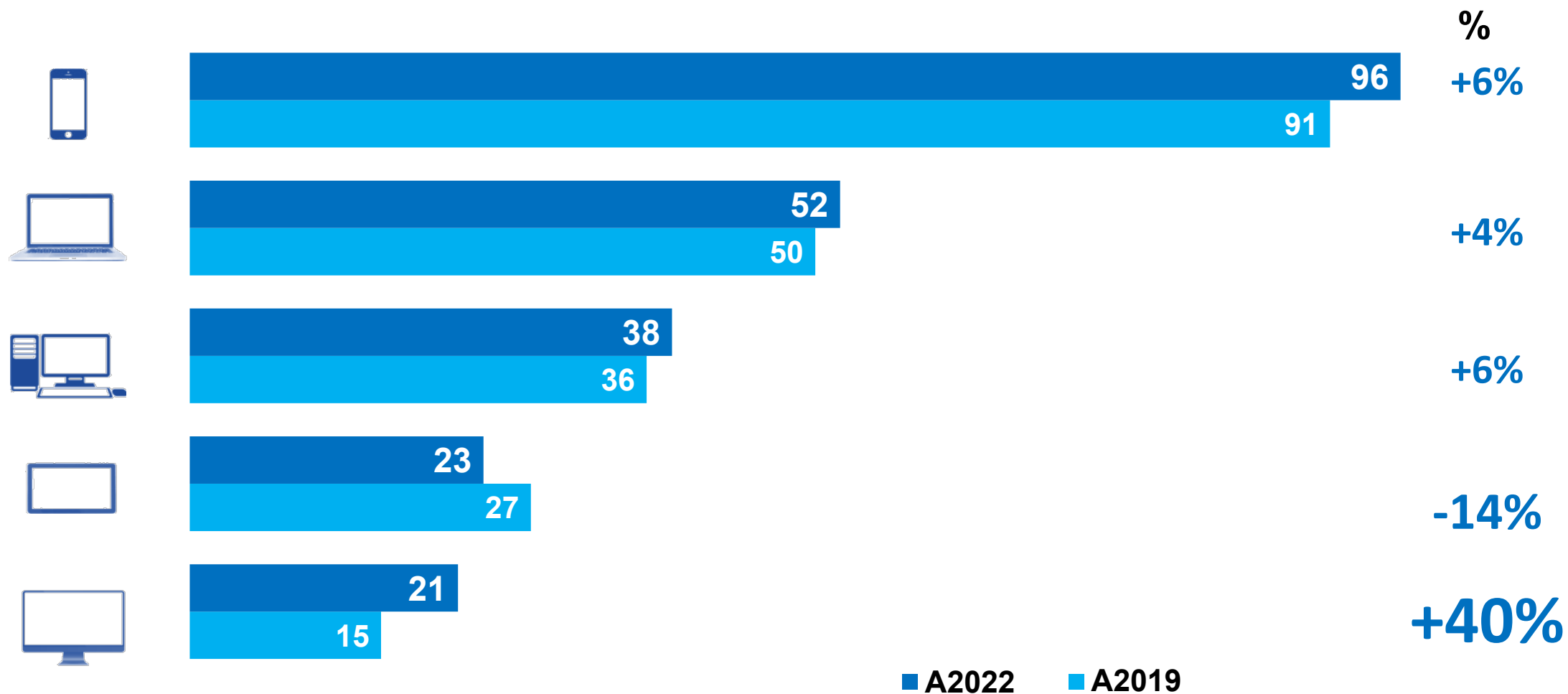
# Η χρήση internet έχει φτάσει στα ίδια επίπεδα και στα δύο φύλα



# Και εκτοξεύεται θεαματικά τα τελευταία χρόνια στις ώριμες ηλικίες



## Το smartphone με καθολική χρήση και άνοδο της Smart TV



**«Τα πάντα στο χέρι μου όπου θέλω, όταν θέλω, όπως θέλω!»**



**Social (87%)**



**Email (80%)**



**Αναζήτηση  
πληροφοριών (75%)**



**Επικοινωνία (75%)**



**Online shopping (75%)**



**E-banking (68%)**



**Δημόσιο (54%)**



**WEB TV (47%)**

**Εννιά στους δέκα  
Έλληνες είναι στα  
social (87%)**

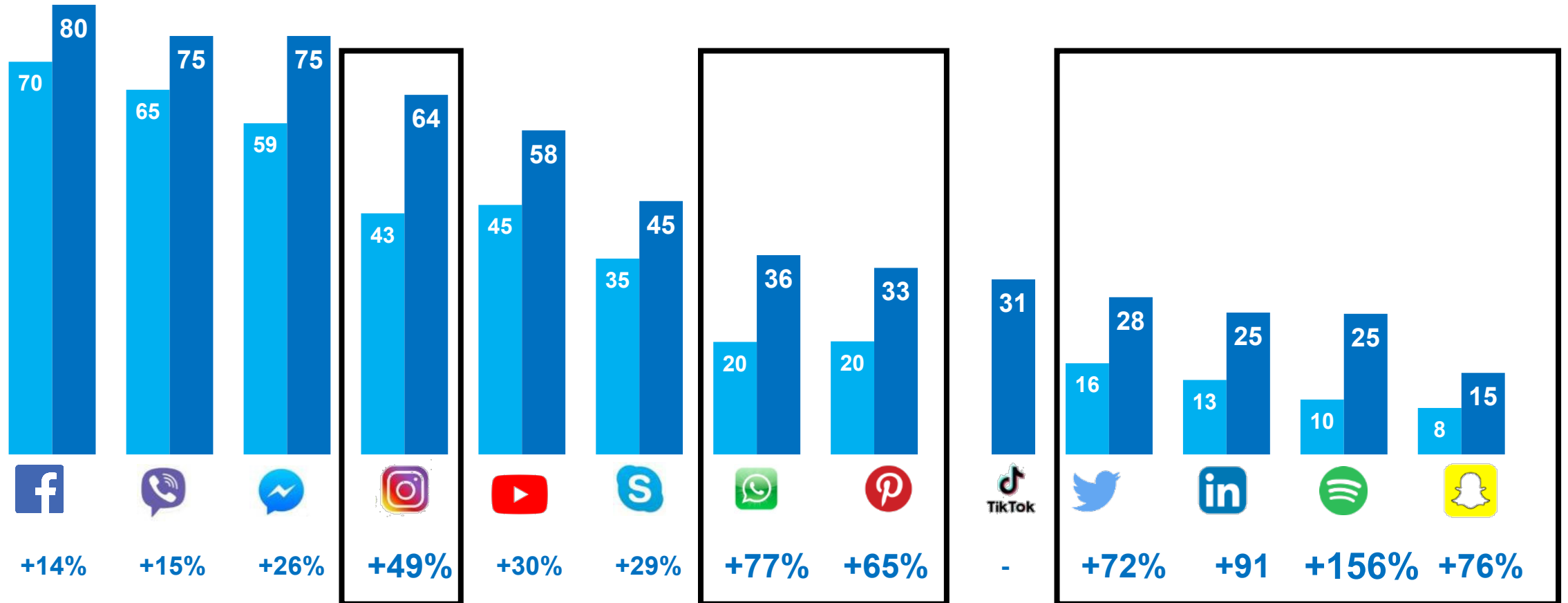


# Με δίκτυα και εφαρμογές να εκτοξεύονται τα τελευταία χρόνια

■ A2019 ■ A2022

%

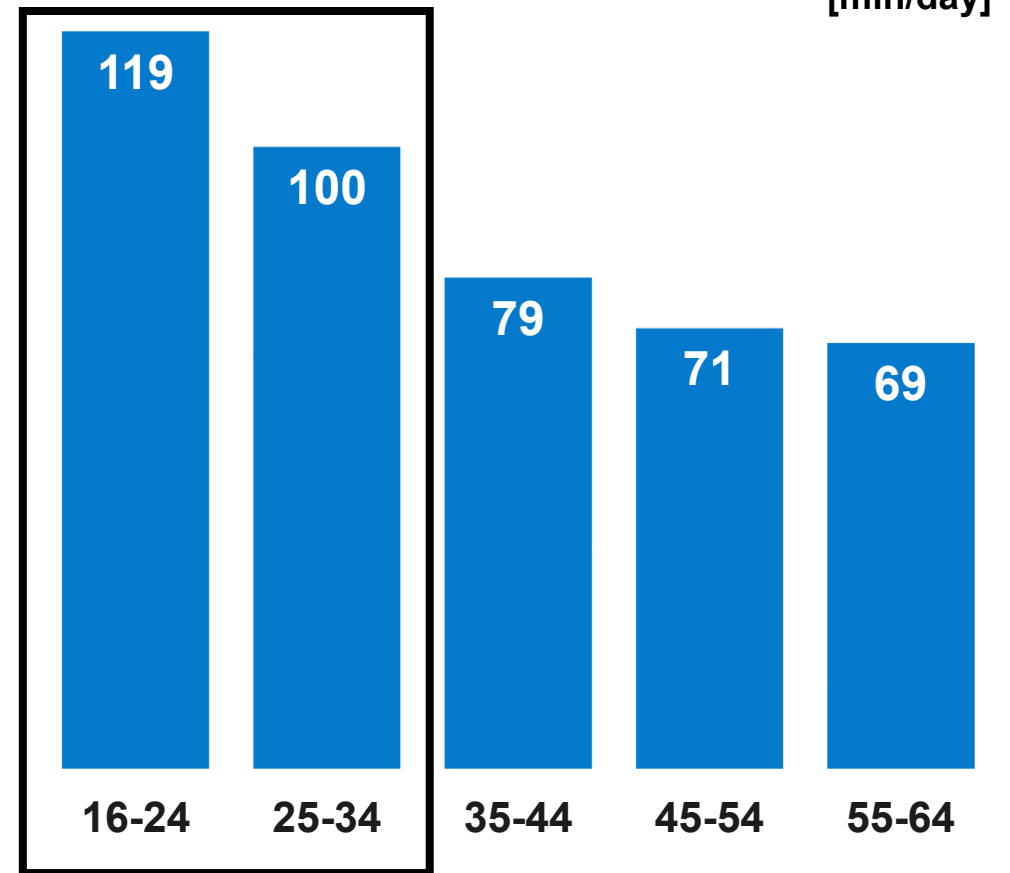
A2022  
vs.  
A2019



**Με συνειδητό χρόνο που δηλώνουν ότι αφιερώνουν στα σόσιαλ και στις εφαρμογές επικοινωνίας κατά μέσο όρο 1.5 ώρα την ημέρα**



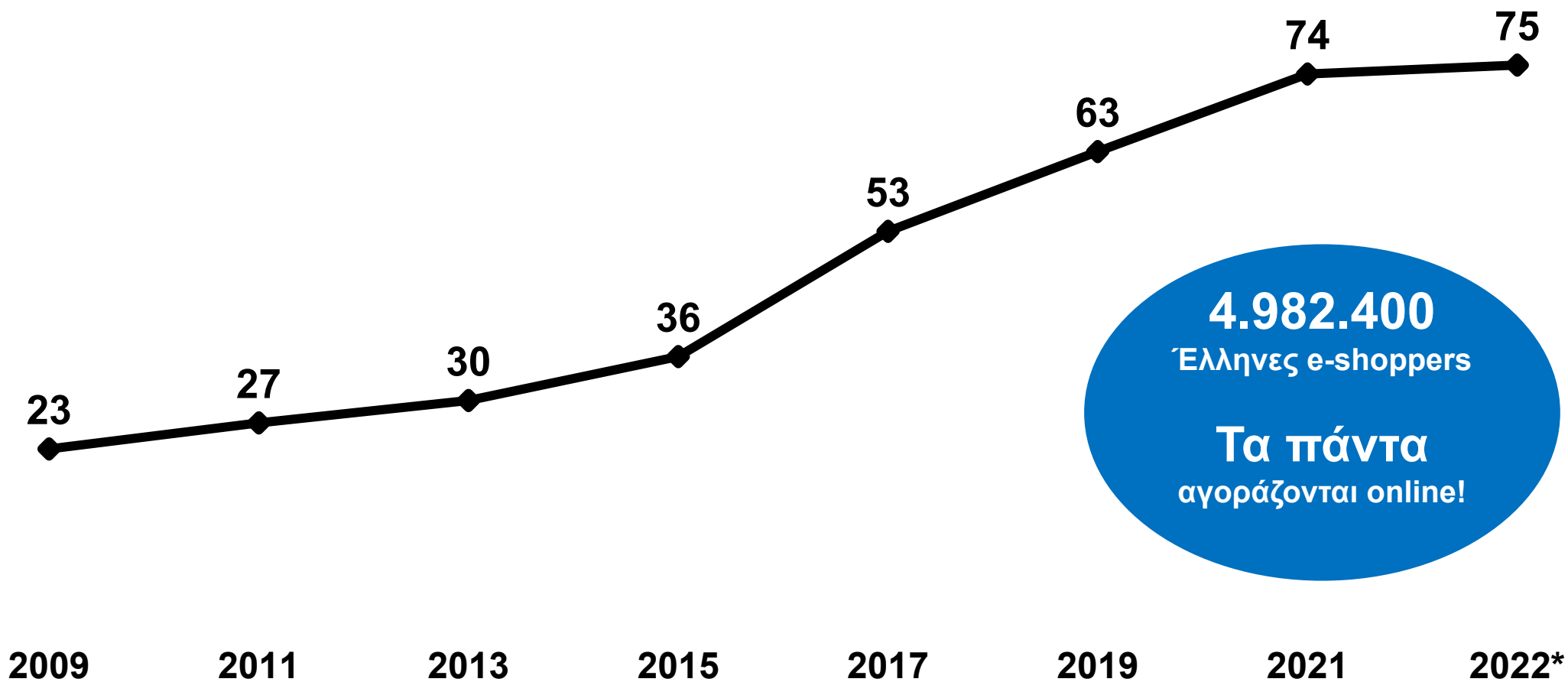
Σύνολο



[min/day]

## Παράλληλα, τρεις στους τέσσερις Έλληνες ψωνίζουν online

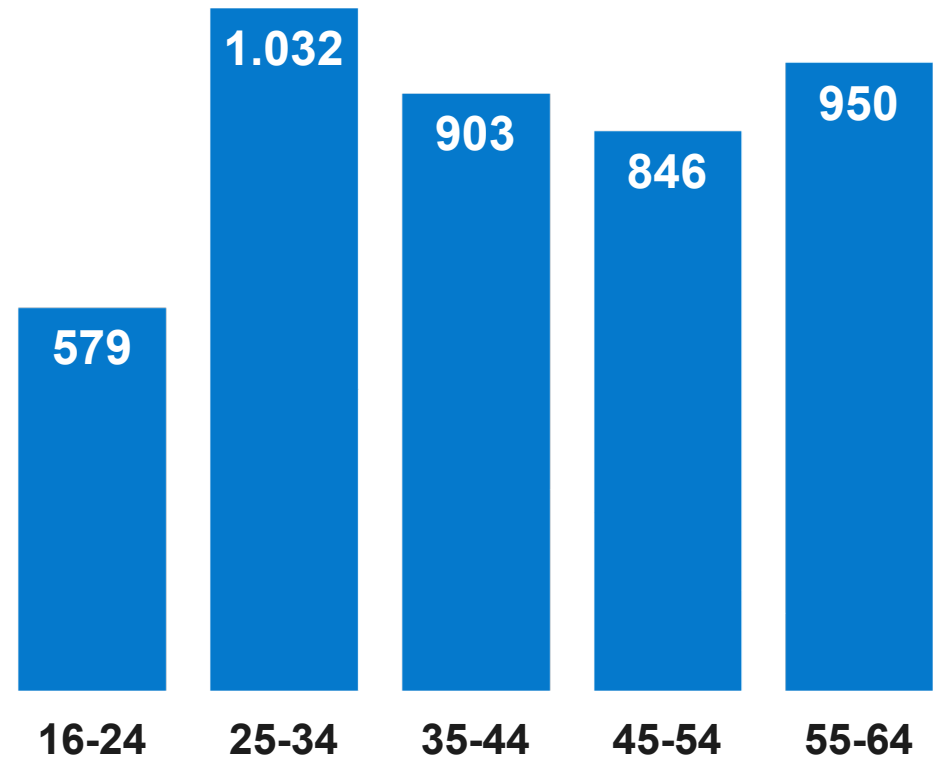
%



**Με το «TOP 10»  
των  
ηλεκτρονικών  
αγορών να  
παρουσιάζει  
ευρεία γκάμα  
προϊόντων &  
υπηρεσιών**



**Με δαπάνη κατά μέσο όρο 869 ευρώ στο εξάμηνο σε ηλεκτρονικές αγορές**



## #2. Takeaway

- ✓ **Ναι, πλέον όλοι οι Έλληνες είναι online**
- ✓ **Διαμορφώνοντας μια νέα πραγματικότητα σε όλες τις εκφάνσεις της επικοινωνίας, της καθημερινότητας, της ίδιας της ζωής!**
- ✓ **Όμως, δεν είναι όλοι το ίδιο «tech savvy» γι' αυτό χρειάζεται...**

**Segmentation &  
Ανάλογη  
Προσαρμογή**

**Κατανόηση,  
Εκπαίδευση,  
Διευκόλυνση**

# YouGov BrandIndex

## 16 KPI's που συνθέτουν το «Brand Health»

Συνεχής διεξαγωγή,  
ανανέωση κάθε  
εβδομάδα!

### Media & επικοινωνία

Τι ακούνε και τι λένε οι καταναλωτές για τη μάρκα;

### To funnel της αγοράς

Ποιες μάρκες αγοράζουν οι καταναλωτές και ποιες σκέφτονται να αγοράσουν;

### Η εικόνα & η φήμη

Τι πιστεύουν και πώς αισθάνονται οι καταναλωτές για την μάρκα;

Βοηθούμενη γνώση •  
Ανάκληση Διαφήμισης •  
Buzz • Attention •  
Word of Mouth •

Πρόθεση Αγοράς • Σκέψη  
στην επόμενη αγορά •  
Αγοράζουν τώρα •  
Αγόραζαν παλιότερα •

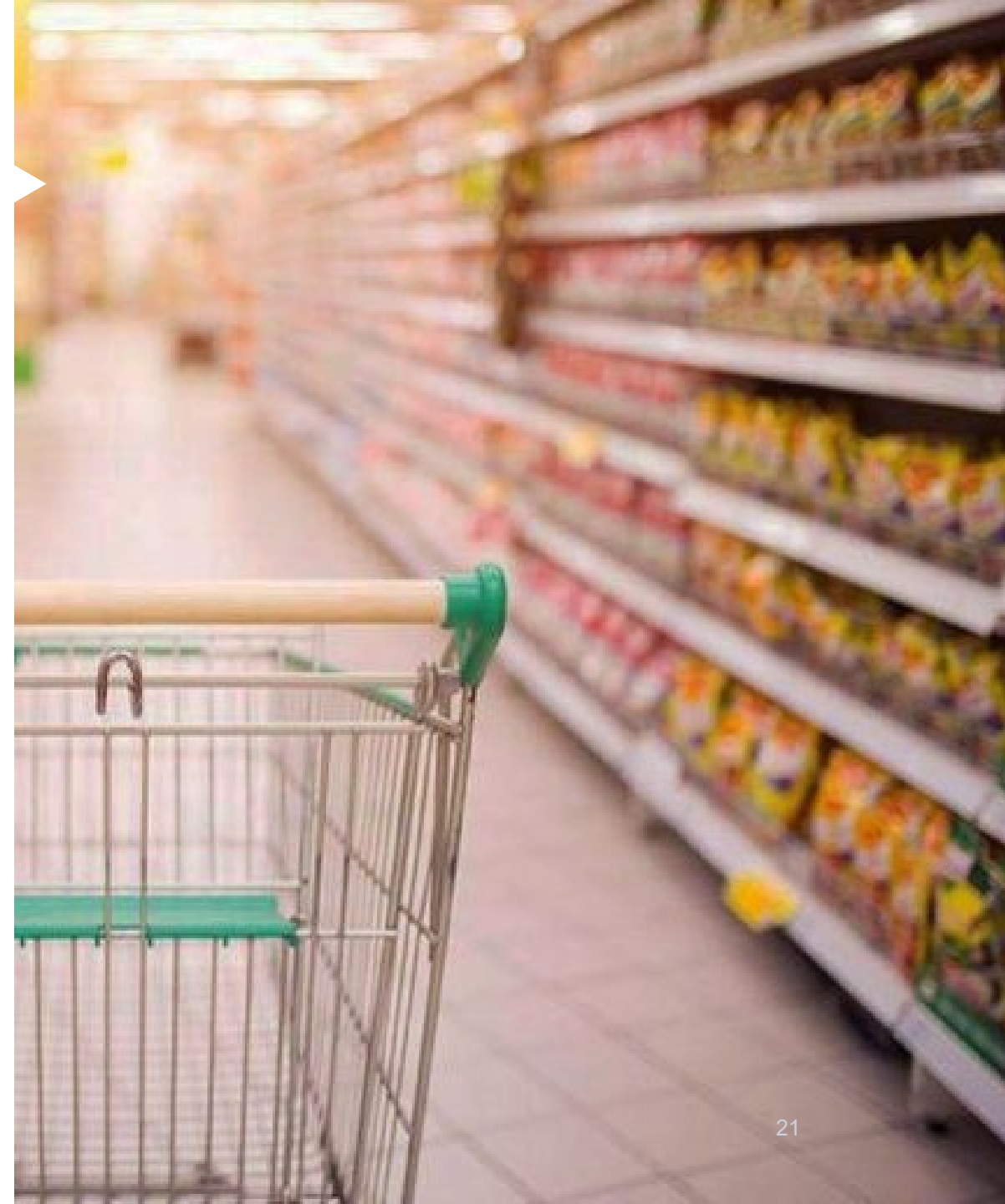
Γενική εντύπωση •  
Ποιότητα • Αξία •  
Ικανοποίηση πελάτη •  
Θα την σύστηναν •  
Εταιρική Φήμη •  
Index •

# Η σημασία του «Brand Health»

---

Πώς μπορούν τα στοιχεία της έρευνας να καθοδηγήσουν αποτελεσματικές κινήσεις στην αντιμετώπιση μιας κρίσης, και μάλιστα στα πιο σημαντικά κοινά;

(Ανώνυμο case : μια κρίση μπορεί να συμβεί σε οποιονδήποτε οργανισμό)



# Buzz net (%θετικό - % αρνητικό)

2 εβδομάδων rolling data (2/1 – 11/9/2022) ηλικίες 18-64 Σύνολο Ελλάδας

Τις τελευταίες δύο εβδομάδες για ποια από αυτά τα σουπερμάρκετ έτυχε να ακούσετε κάτι **θετικό**; Και τις τελευταίες δύο εβδομάδες για ποια από αυτά τα σουπερμάρκετ έτυχε να ακούσετε κάτι **αρνητικό**;



— Σύνολο net buzz

# Ανάλυση : Θετικό – Αρνητικό buzz

2 εβδομάδων rolling data (2/1 – 11/9/2022) ηλικίες 18-64 Σύνολο Ελλάδας



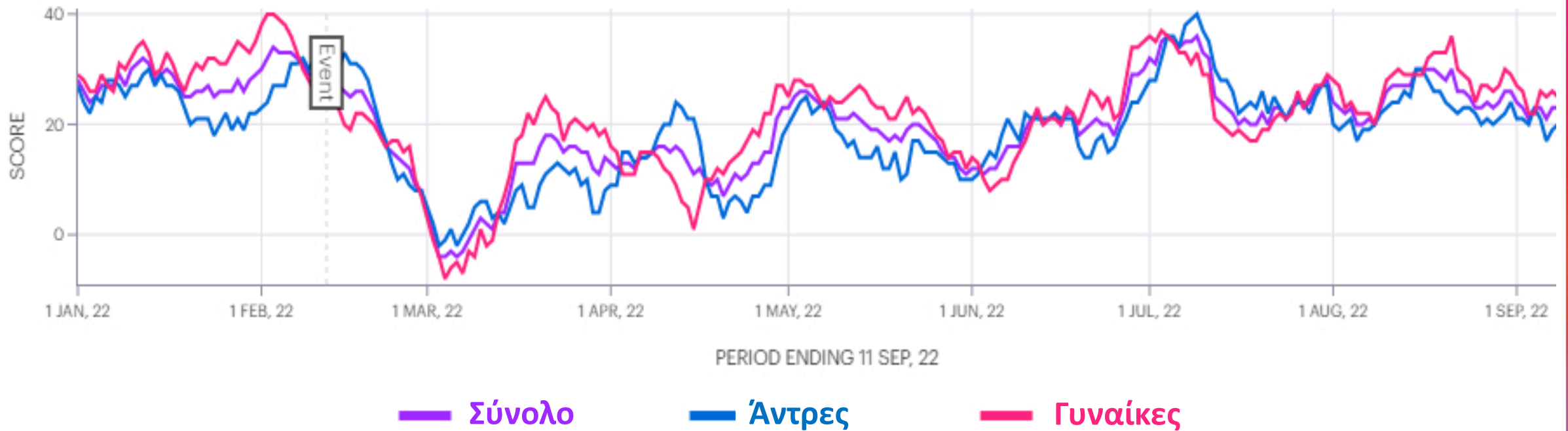
— Σύνολο net

— Θετικό

— Αρνητικό

# Ανάλυση net buzz ανά φύλο

2 εβδομάδων rolling data (2/1 – 11/9/2022) ηλικίες 18-64 Σύνολο Ελλάδας



# Ανάλυση net buzz ανά περιοχή

2 εβδομάδων rolling data (2/1 – 8/9/2022) ηλικίες 18-64 Σύνολο Ελλάδας



# Ανάλυση net buzz ανά ηλικία

2 weeks rolling data (2/1 – 11/9/2022) ages 18-64 Total Greece



## #3. Takeaway

- ✓ **Η επικοινωνία σήμερα είναι άμεση, πολυεπίπεδη, πολύπλοκη**
- ✓ **Οποιοδήποτε συμβάν γίνεται άμεσα γνωστό πανελλαδικά, με speed virality**
- ✓ **Ανάγκη για συνεχές customer feedback**

**Επαγρύπνηση  
Real time 24/7**

**Αναθεώρηση  
Εστίαση στον  
Άνθρωπο**

Οι online αγορές εκτοξεύθηκαν κατά την πανδημία/lockdowns σε χρήστες, δαπάνη, προϊόντα

Με ποικιλία browsing σε επιλογές αναζήτησης που διαφοροποιείται ανάλογα την προϊοντική κατηγορία

Διαμορφώνοντας e-shoppers με αυξημένες απαιτήσεις, κριτήρια, επιλογές, savinness

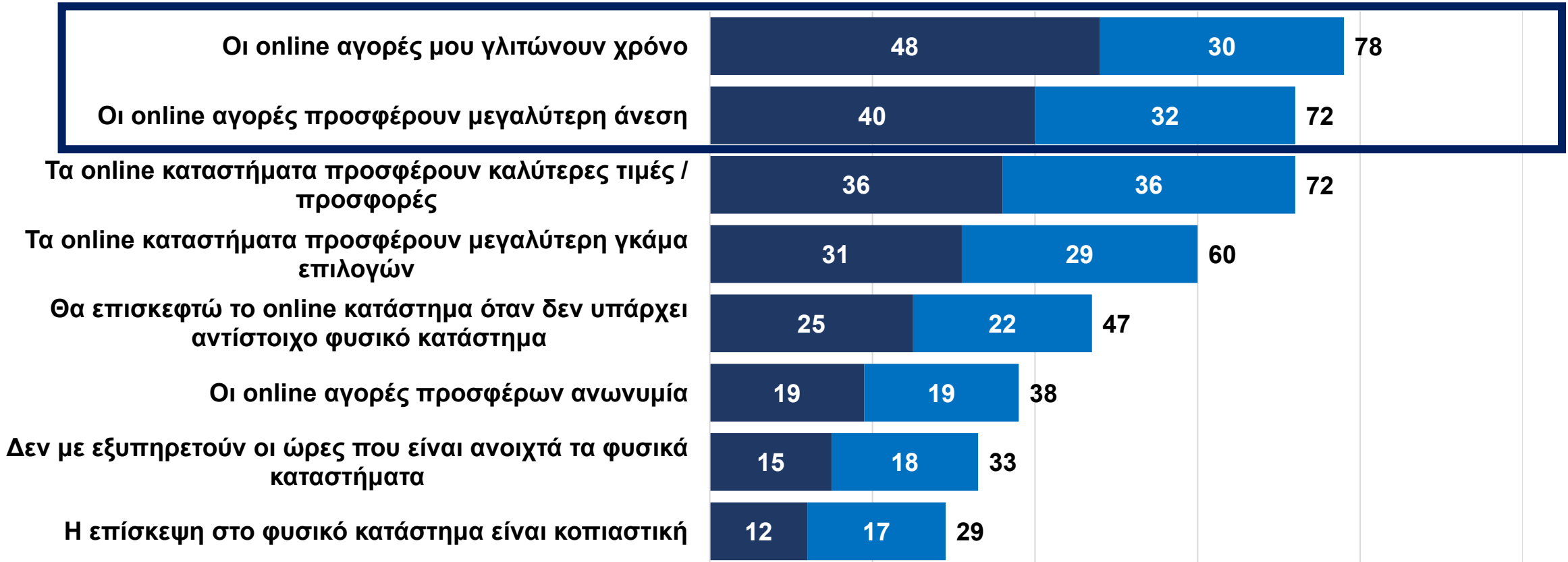


# Για ποιους λόγους οι καταναλωτές φωνίζουν online?

%

■ 5 - Συμφωνώ απόλυτα

■ 4 - Συμφωνώ



# Με ποια κριτήρια επιλέγουν online κατάστημα?

■ 1ο σημαντικότερο ■ 2ο σημαντικότερο ■ 3ο σημαντικότερο ■ 4ο σημαντικότερο ■ 5ο σημαντικότερο Σύνολο

%



# Ποια χαρακτηριστικά θεωρούν σημαντικά σ' ένα online κατάστημα?

%

■ 5 - Συμφωνώ απόλυτα

■ 4 - Συμφωνώ



# Ποιες υπηρεσίες θεωρούν σημαντικές σ' ένα online κατάστημα?

%



## #4. Takeaway

- ✓ **Οι e-shoppers σήμερα είναι... «shoppers»!**
- ✓ **Πιο έμπειροι, πιο εξοικειωμένοι, πιο savvy**
- ✓ **Αναζητούν & αξιοποιούν τις ευκαιρίες, και απαιτούν ποιότητα, ταχύτητα, ασφάλεια**

**Αποτελεσματική  
Εξυπηρέτηση**

**Κάθε εμπειρία  
είναι  
«omnichannel»**

# «In a nutshell»

---

**Το κλειδί της επιτυχίας για κάθε επιχείρηση σήμερα είναι το να αναπτύξει «resilience» που σημαίνει ανθεκτικότητα σε συνδυασμό με ελαστικότητα**



35

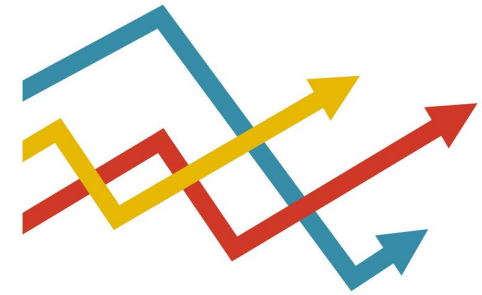
## Κάθε επιχείρηση, χτίζει ανθεκτικότητα πάνω σε τρεις πυλώνες



Θέτει ως  
κεντρική  
αποστολή την  
εμπειρία του  
πελάτη



Τιμά και σέβεται  
τον άνθρωπο  
Αναγνωρίζει το  
ανθρώπινο  
κεφάλαιο ως το  
πολυτιμότερο



Ερευνά,  
παρακολουθεί &  
αξιοποιεί  
συνεχώς data και  
τάσεις

# Thank you

**Ξένια Κούρτογλου, MSc.**

Ιδρύτρια Focus Bari, e-satisfaction, MEX  
Business Coach & Mentor, Συγγραφέας



 FocusBari

| YouGov® 