

GLAS POTROŠNIKOV...



IMA VEČJI VPLIV.

LETNA POTROŠNIŠKA ŠTUDIJA



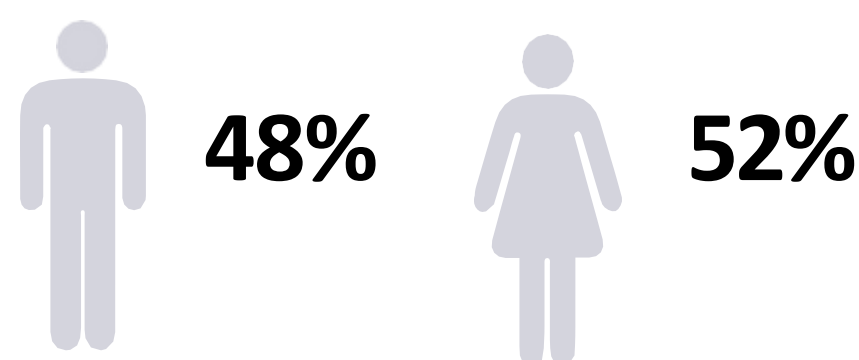
GLAS POTROŠNIŠKOV,
IMA VEČJI VPLIV.



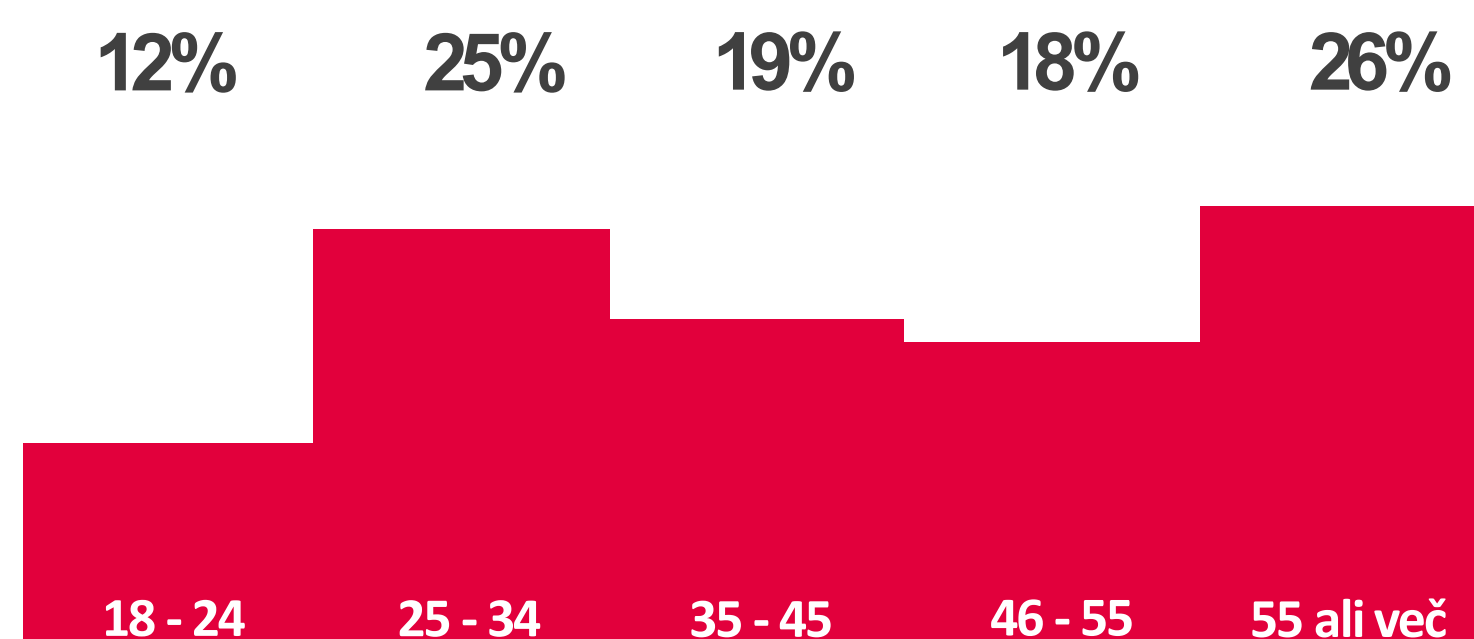
Značilnosti študije

- Cilj: Splošno prebivalstvo Slovenije
- Metodologija: Spletna panelna anketa
- Vzorec: skupaj 1018 potrošnikov.
- Datum izvedene raziskave: februar 2025

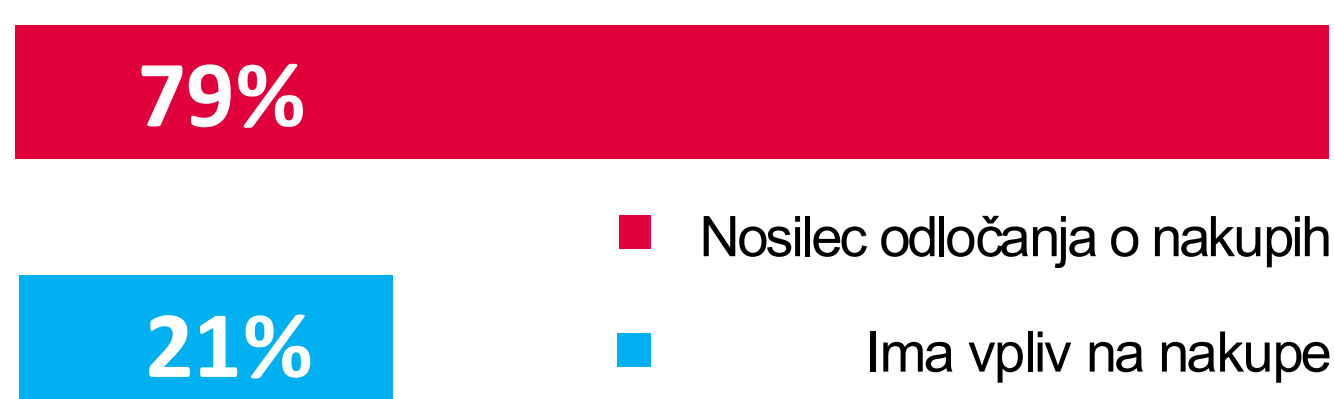
Spol



Starost



Kupec odgovoren za nakupe v gospodinjstvu



Regije

17%	Severozahodna Slovenija	Gorenjska, Zgornja Savinjska dolina, del Koroške
19%	Severovzhodna Slovenija	Štajerska, Prekmurje, del Koroške
17%	Jugovzhodna Slovenija	Dolenjska, Bela krajina, Notranjska
14%	Zahodna Slovenija	Primorska, Kras, Obala
33%	Osrednja Slovenija	Ljubljana in okolica



POY - VOTED PRODUCT OF THE YEAR

Kratica POY se uporablja kot skupina pečatov ter koncept, ki ga predstavljajo.

V Sloveniji so to:

IZBRAN PRODUKT LETA, IZBRANA ZNAMKA ZAUPANJA LETA, IZBRANA TRGOVINA LETA, IZBRAN PRODUKT TRGOVSKE ZNAMKE LETA



KAKOVOST

TO JE TISTO, KAR SLOVENSKI KUPCI NAJBOLJ
IŠČEJO PRI SVOJI IZBIRI IZDELKA ALI ZNAMKE

73%

kupcev trdi, da je
kakovost
najpomembnejši
razlog pri izbiri
izdelka ali znamke



63%

kupcev navaja, da bi
pečat, ki označuje
kakovost, imel
vpliv na njihovo
odločitev o nakupu.





GLAS POTROŠNIŠKOV,
IMA VEČJI VPLIV.



Pečati, ki so
sinonim za:
**KAKOVOST,
INOVATIVNOST
IN ZAUPANJE.**



79%

Slovenskih kupcev
povezujejo pečate
POY z zaupanjem.



68%

Slovenskim kupcem
pečati POY
potrjujejo kakovost.



85%

Slovenkih kupcev
povezuje pečate
POY z
inovativnostjo.



Pečati

IZBRAN PRODUKT / ZNAMKA / TRGOVINA LETA
so sinonim za kakovost: doseganje visoke vrednosti
s strani potrošnikov.



86%

Kako ocenjujete nagrade pečati:

IZBRAN PRODUKT LETA

IZBRANA ZNAMKA ZAUPANJA LETA

IZBRANA TRGOVINA LETA

IZBRAN PRODUKT TRGOVSKE ZNAMKE LETA



79%

**Ali po vašem mnenju te nagrade
uspešno gradijo zaupanje in svoje
poslanstvo?**

9 / 10 kupcev reagira na naše pečate



Pečati, ki dokazano vplivajo
na odločitev o nakupu.





71%

bi izbralo produkt z
oznako IZBRAN
PRODUKT LETA, če bi
izbirali med dvema
podobnima izdelkoma



77%

Pečati POY me
spodbujajo k temu, da
produkt preizkusim



+ 68%

Slovenskih kupcev
prepoznavna naše
pečate





Pomen pečata, orodje za zvestobo



74%

Če bi bil produkt, ki ga že uporabljam, označen z POY pečatom, bi ga še raje kupoval



83%

Pomembno se mi zdi, da ima izdelek znak, ki kaže na kakovost, kot so pečati POY.



GLAS POTROŠNIŠKOV,
IMA VEČJI VPLIV.



Kaj potrošniki zaznavajo, ko več izdelkov iste blagovne znamke prejme nagrado?

79%

Večina anketirancev meni, da če vidijo več izdelkov iste blagovne znamke z oznako Izbran Produkt Leta le to zelo izboljša vtis o proizvajalcu



86%

Slovenski kupci cenijo blagovne znamke, ki poslušajo njihove potrebe in želje.



GLAS POTROŠNIŠKOV,
IMA VEČJI VPLIV.

NAŠI PEČATI NISO ZGOLJ ZNAK, TEMVEČ OBLJUBA KAKOVOSTI, KI USTVARJA ZAUPANJE IN VPLIV!



91%

Kupcem pečati POY
na prodajnem mestu
učinkovito
pritegnejo
pozornost.



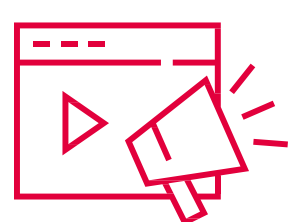
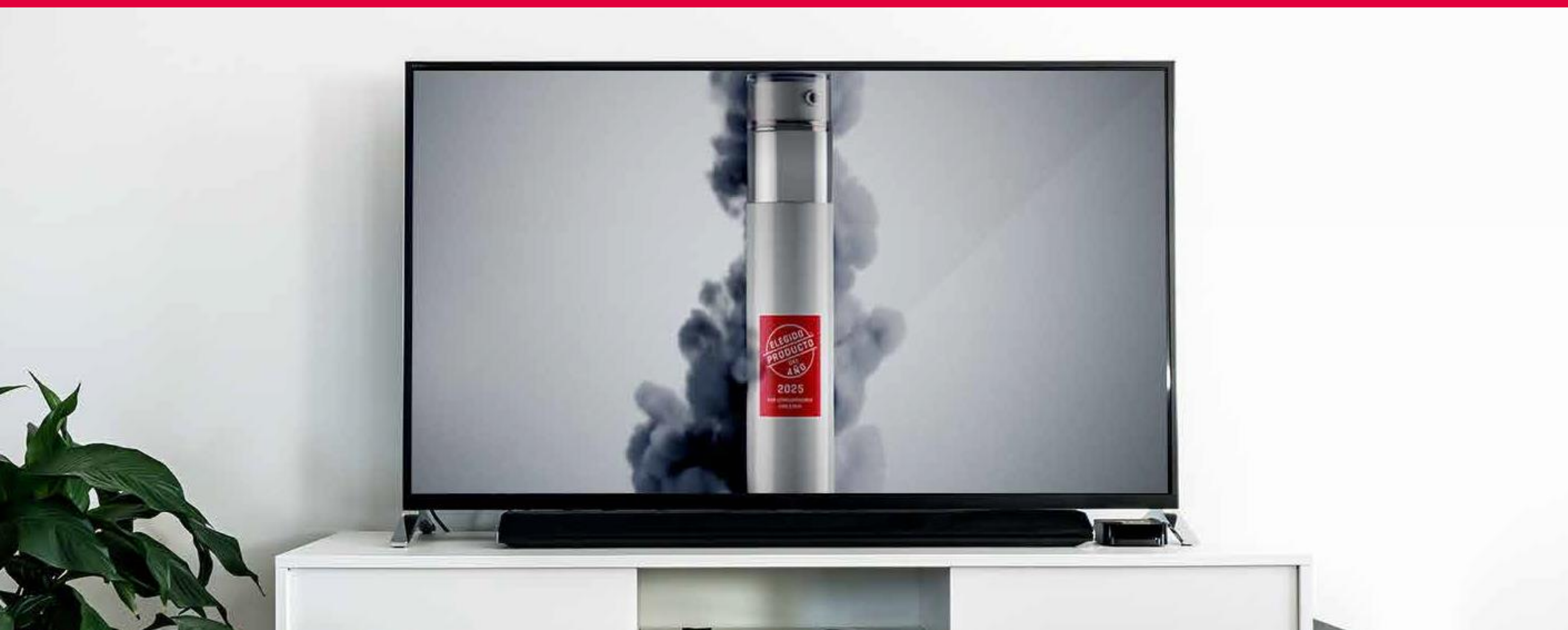
82%

Slovenskim
kupcem naši
pečati
spodbudijo
zanimanje

Naši pečati niso zgolj oznaka na produktu -
so obljuba, ki ustvarja vrednost
v očeh potrošnika, kjerkoli
pride z njimi v stik!



GLAS POTROŠNIŠKOV,
IMA VEČJI VPLIV.



93%

Potrošnikov trdi, da POY
pečati v oglasih učinkovito
pritegnejo pozornost



82%

potrošnikom
spodbudijo
zanimanje

Študija razkriva, da



Pri izbiri izdelkov slovenski kupci jasno dajejo prednost kakovosti kot enemu ključnih meril. V tem kontekstu se pečati **Izbran Produkt Leta**, **Izbrana trgovina leta**, **Izbrana Trgovina Leta (POY)** uveljavljajo kot simbol zaupanja, kakovosti in inovativnosti.

Oznaka POY ni zgolj prepoznavna – gradi verodostojnost blagovne znamke in ustvarja močno čustveno povezavo s potrošniki. **Njena prisotnost vpliva na nakupne odločitve, spodbuja preizkušanje novih izdelkov in krepi zvestobo** tistim, ki so že del vsakodnevne uporabe.

Poleg tega sodelovanje blagovnih znamk v tej pobudi ustvarja pozitiven vtis o proizvajalcu – kot o podjetju, ki posluša svoje kupce in se odziva na njihove potrebe.



Pečati POY so več kot le razlika!

Gre za predlog, ki spreminja nakupovalno izkušnjo in izstopa tako na prodajnem mestu kot v komunikacijskih kanalih.

Predstavlja pristen in cenjen način povezovanja blagovnih znamk in kupcev.





GLAS POTROŠNIŠKOV,
IMA VEČJI VPLIV.



Želite izvedeti več?

Pišite nam
na



Info@poyadria.com

Pokličite
nas na



+386 41 735500

Naj bo glas potrošnikov
vaš najpomembnejši adut in prodajni argument.
Nominirajte svoje, še danes.



www.produktleta.si



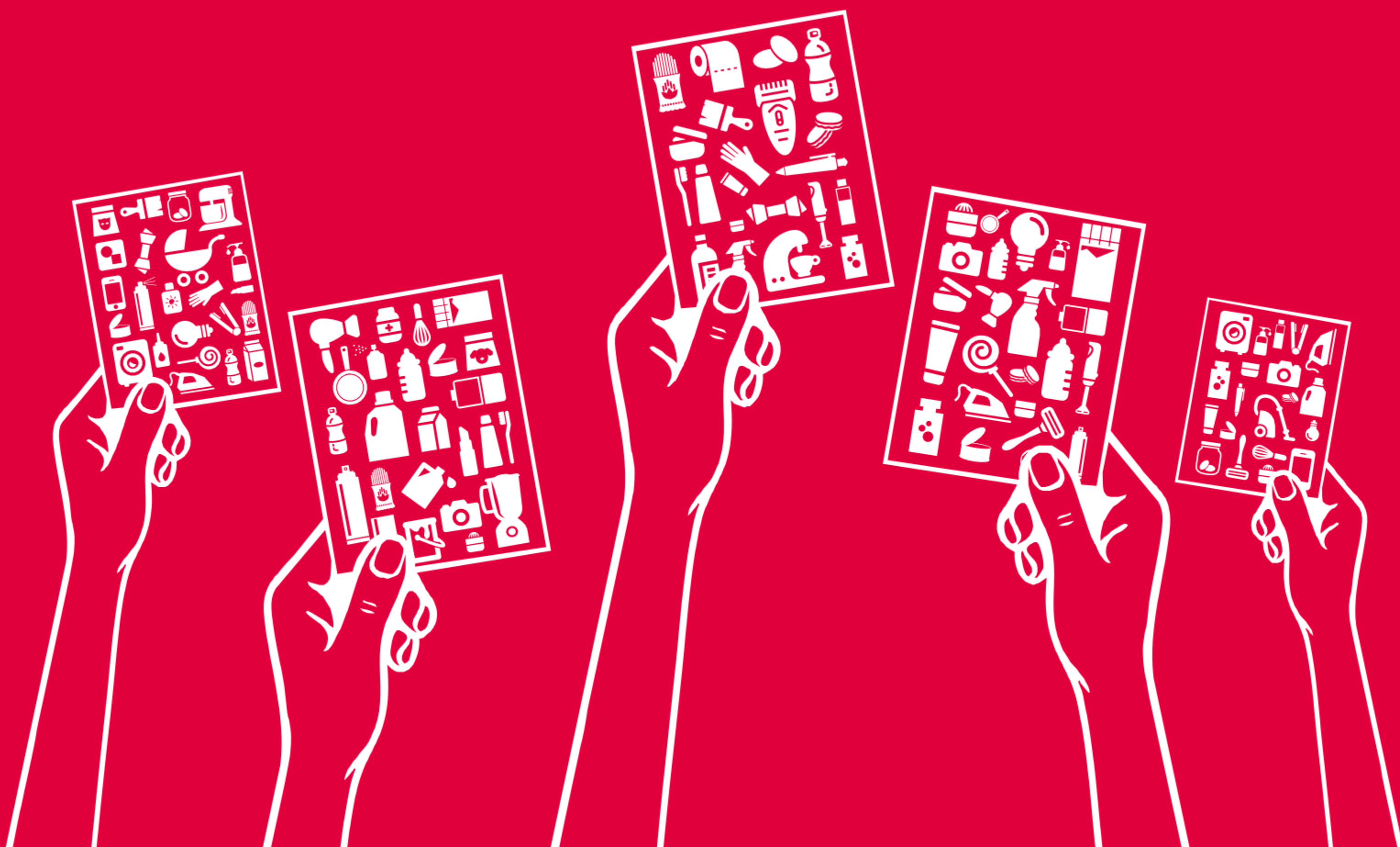
[POY Adria](#)



[POY Adria](#)



GLAS POTROŠNIKOV,



IMA VEČJI VPLIV.

