

Convenience - Lumea în care trăim



Tineri și bătrâni, în egală măsură, trăiesc tot mai des singuri. Timpul este un bun prețios. Toți sunt permanent în mișcare, încercând să-și îndeplinească și sarcinile la locul de muncă, și îndatoririle față de prieteni și de copii, dorindu-și totodată să aibă timp și pentru activitățile preferate. Oamenii iau masa acasă tot mai rar. Organizarea familiilor și aprovizionarea pentru un timp mai îndelungat nu mai sînt prioritare. Un meniu simplu și comod devine tot mai important. În supermarket se poate găsi orice produs necesar pentru pregătirea unei gustări, dar timpul de pregătire este foarte mare. Toți avem nevoie de mai mult timp, pentru o apropiere sufletească și pentru a savura ceva deosebit. Magazinele de tip convenience conțin toate aceste elemente. Fiind magazinul din apropiere, acesta oferă produse de necesitate zilnic în cantitatea necesară și la timpul potrivit. Se poate ajunge la el repede și foarte simplu. Indiferent dacă este dimineața devreme sau noaptea târziu, consumatorul găsește aici un sortiment larg și variat de produse de marcă, din fiecare cîte ceva și din acestea îl alege pe cel mai important. Tendința actuală de a cumpăra produse Convenience afectează nu numai gama de produse ci și serviciile, pentru că totul trebuie să se desfășoare repede, simplu și comod. Numai varietatea nu mai mulțumește necesitățile și dorințele consumatorilor de astăzi. Hotărîtor pentru succesul magazinelor Convenience, sînt înainte de toate zona foarte bună, accesul rapid și programul prelungit, indiferent dacă e duminică sau zi de srbătoare. Un rol foarte important îl joacă modalitățile de cumpărare iar factorii emoționali joacă întotdeauna un rol important în procesul de cumpărare. Cumpărătorul își dorește amabilitate și comunicare spontană.