

## Smart prissättning bästa sättet att locka sparsamma konsumenter i kristider

**Sex av tio (57 procent) svenska konsumenter är oroliga för sin ekonomi och för att hantera situationen säger hälften (50 procent) av konsumenterna att de nu drar ner på sina utgifter i tuffare tider. Det framgår av Capgemini Research Institutes årliga konsumenttrendrapport, "[What Matters to Today's Consumer](#)", som undersöker effekterna av den senaste tidens stigande levnadsomkostnader i Sverige och ytterligare tio västländer. Rapporten visar att detaljhandeln behöver anpassa sig bättre för att möta konsumenternas förväntningar.**

### **Sju av tio svenska konsumenter skär ner på ej nödvändiga inköp under tuffa tider**

Rapporten visar att även köpmönstren förändras. Hela sju av tio (70 procent) av de svenska konsumenterna gör färre impulsköp, medan lika många skär ner på ej nödvändiga utgifter som elektronik, leksaker och att äta ute, samt avvaktar med inköp av lyxartiklar.

Att spara pengar är prioriterat för många av respondenterna och sju av tio (72 procent) svenskar säger att de sparar pengar genom att handla på stormarknader och i lågprisbutiker och 66 procent köper gärna av butikernas lågprismärken eller EMV för att minska sina kostnader.

*"Det finns en möjlighet för detaljhandeln att rida ut denna kris genom att förändra sina operationella strategier och skapa utrymme för smart prissättning och som gynnar konsumenterna. Genom att identifiera nya intäkter, optimera kostnader och förändra verksamheten går det att lyckas utan att kompromissa med hållbarhet eller kundupplevelsen," säger Richard Grave, ansvarig för Consumer Products och Retail på Capgemini Invent i Sverige. Att använda sig av smart teknik för planering, lagerhantering och automatisering av verksamheten kan bidra till att minska kostnaderna, och samtidigt öka organisationens lönsamhet och hållbarhet."*

### **Konsumenterna vill inte betala mer för hållbara produkter**

Undersökningen visar också att hållbarhet fortsätter att vara en viktig faktor när man som konsument beslutar vilka produkter eller vilken butik man ska handla från, men bara 41 procent av svenska konsumenter säger att de är villiga att betala mer för en produkt som de tror är hållbar. Detta är en markant minskning jämfört med 2020 års rapport, då 55 procent av de svarande sa att de gärna betalade högre priser för hållbara produkter.

En slutsats är därför att varumärken och återförsäljare måste omvärdera sina prissättningsstrategier för att kunna erbjuda prisvärda men ändå hållbara alternativ, samt erbjuda lojalitetsprogram som hjälper kunderna att hantera den nuvarande krisen samtidigt som de bygger kundlojalitet på lång sikt.

### **Handeln bör ta fram strategi för kostnadsminskningar och hållbarhet**

Även företagen brottas med utmaningar som ökade energi-, arbetskrafts- och transportkostnader, men enligt rapporten anser sex av tio (58 procent) av de svenska konsumenterna att varumärken och återförsäljare bör erbjuda lägre priser för nödvändiga produkter. Företagen behöver minska sina kostnader på ett sätt som också uppfyller konsumenternas förväntningar. Nya tekniklösningar, digitalisering och automatisering av allt från leveranskedjor till lager blir viktigare för att effektivisera och få ner kostnaderna.



Läs hela rapporten "[What Matters to Today's Consumer](#)", [här](#).

### **Metodik**

Capgemini Research Institute har intervjuat 1 014 konsumenter i Sverige och totalt 11 300 konsumenter över 18 år i 11 länder under oktober och november 2022 i Australien, Kanada, Frankrike, Tyskland, Italien, Japan, Nederländerna, Spanien, Sverige, Storbritannien och USA. För att kvalificera sig för att inkluderas i undersökningen måste konsumenterna ha köpt matvaror och / eller hälso- och skönhetsprodukter under de föregående sex månaderna.

### **Om Capgemini Research Institute**

Capgemini Research Institute är Capgeminis tankesmedja som publicerar forskning om den digitala teknikens inverkan på stora traditionella företag. Teamet använder sig av Capgeminis experter runt om i världen och arbetar nära akademien och tekniska partners. Institutet har forskningscentra i Indien, Singapore, Storbritannien och USA. Capgemini Research Institutet rankades nyligen som etta i världen för kvaliteten på sin forskning av oberoende analytiker.

Besök oss på <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>

### **Om Capgemini**

Capgemini är världsledande när det gäller att hjälpa kunder att driva och utveckla sina verksamheter genom den potential och de möjligheter som skapas av teknik. Koncernen har som ledstjärna att med teknikens hjälp frigöra mänsklig energi som kan användas till att bygga en hållbar och inkluderande framtid. Organisationen präglas av mångfald och ansvar och har 350 000 medarbetare i över 50 länder. Med 55 års erfarenhet och djup branschexpertis är Capgemini en trygg partner som kan hantera hela bredden av kundernas affär, från strategi till drift, och alltid i takt med den senaste utvecklingen för innovationsområden som molnet, data, AI, uppkopplade enheter, mjukvara, digital ingenjörskonst och nya plattformar. Koncernen rapporterade globala intäkter på 18 miljarder Euro för 2021. Få den framtid du vill ha | [www.capgemini.com](http://www.capgemini.com)