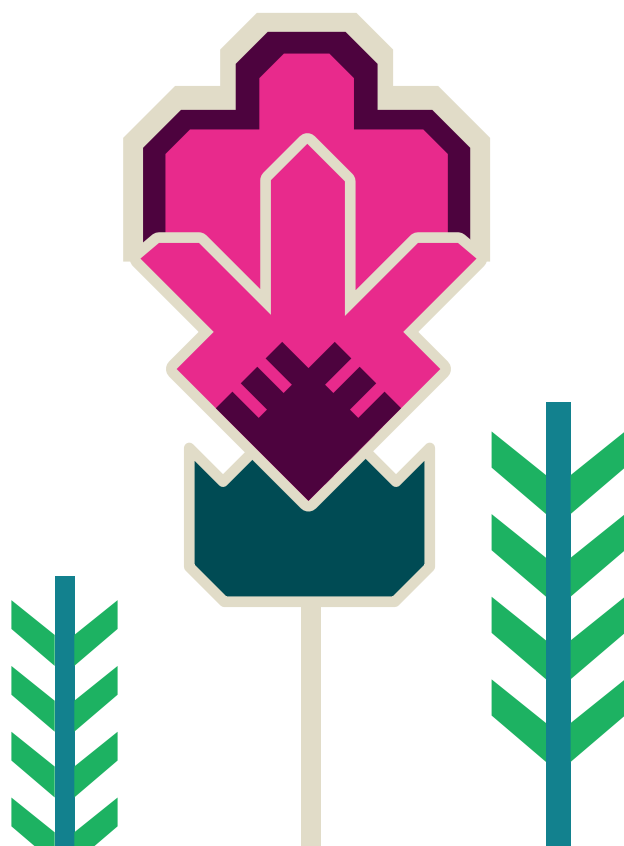


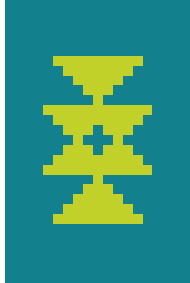
Moldovenii
anului 2017-
prin ce ne-am remarcat

magenta consulting

În 2017, la fel ca și în anii precedenți, la **Magenta Consulting**, prin sondajele realizate, am căutat să descoperim aspecte interesante ce definesc firea moldovenilor. Descoperiți împreună cu noi cum am fost în viața cotidiană în anul ce trece.

Pe scurt – căutăm de lucru pe net (avizul angajatorilor), tot din internet ne informăm, dar recomandările mouth-to-mouth încă mai continuă să prevaleze față de promovarea on-line. Suntem printre primii în lume la deservire cu zâmbetul pe buze. Nu ne imaginăm viața fără pâine. Iubim cu ochii și ne plac femeile frumoase.





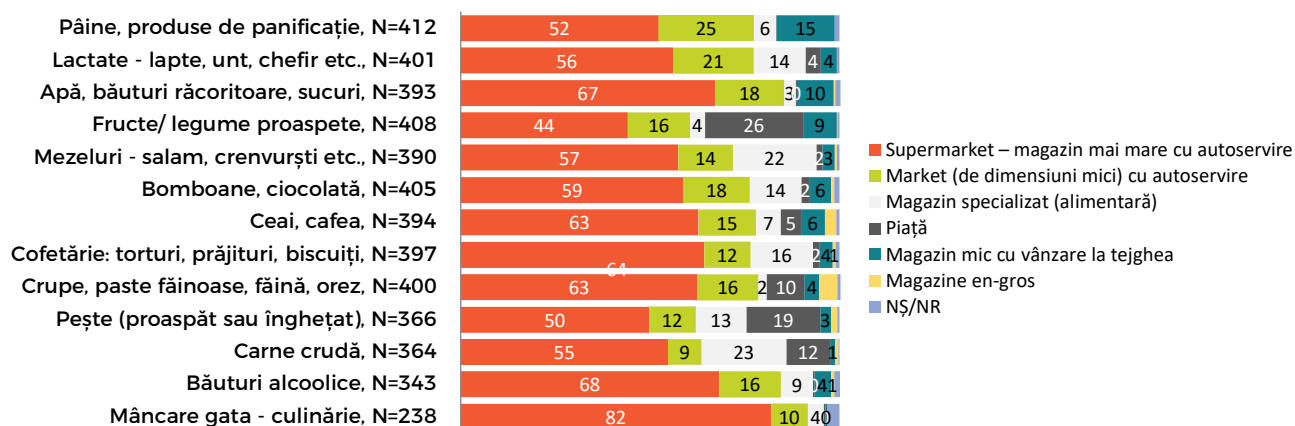
Moldovenii și Mâncarea

Nu suntem cartofari, fără pâine nu putem trăi.

71% dintre respondenții sondajului **Magenta Consulting** au răspuns că procură zilnic produse de panificație. Fructe și legume proaspete mâncăm o dată sau de câteva ori pe săptămână. Importante pentru regimul alimentar sunt și produsele lactate, iar **48%** își completează rutina alimentară cu sucuri și băuturi răcoritoare. Aproape jumătate dintre intervievați consumă cu regularitate mezeluri, iar **41% nu ies din magazin fără bomboane și ciocolată.**

Ceaiul, cafeaua, bomboanele, crupele și făinoasele le cumpărăm cu rezervă - o dată sau de două ori pe lună. Și tot la acest interval de timp procurăm pește și carne.

Tipul magazinului de unde cel mai frecvent sunt cumpărate următoarele tipuri de produse, %

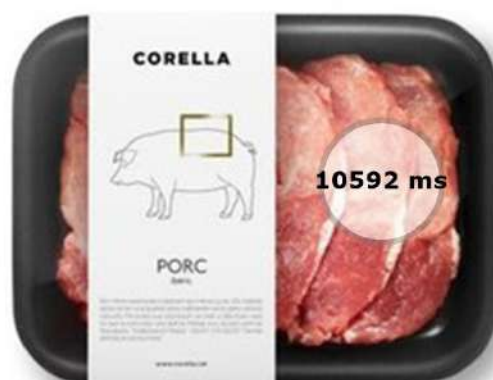


Ambianța și felul în care sunt prezentate produsele contează pentru locuitorii capitalei. Cel mai frecvent ei aleg să cumpere produsele din supermarketuri și marketuri. Totuși, fac vânzări și magazinele specializate, de la care mai mult de **20%** dintre chișinăuieni cumpără cu încredere mezeluri, carne sau dulciuri.

Piețele sunt preferate pentru fructe și legume. Fiecare al cincilea merge la târg după pește, iar fiecare al zecelea - după carne, crupe, orez și alte făinoase.

La o singură vizită la magazin, chișinăuienii scot din buzunar în medie **284 de lei**.

Carnea, în cea mai mare parte, e cumpărată de la supermarket și... se mănâncă cu ochii, mai întâi de toate. Studiul Eye Tracking, realizat de **Magenta Consulting**, a determinat că moldovenilor le place când ambalajele lasă multă carne la vedere. Aspectul proaspăt, culoarea, felul în care este tăiată – vinde. **Culoarea albă atrage, deoarece conferă ideea de igienă.**





Moldovenii și Sexul

Femeile își privesc concurențele în față, bărbații le examinează formele.

Pentru a testa dacă sexul în publicitate vinde, în 2017, am realizat un studiu de **Eye Tracking**, separat pentru femei și bărbați, cu o imagine cu sex-appeal de promovare a berii.

Sloganul spunea: "Dacă cel care a inventat degustătorul ar fi băut Skol, acesta ar fi arătat nu așa. Ci, așa."

Eye Tracking Femei

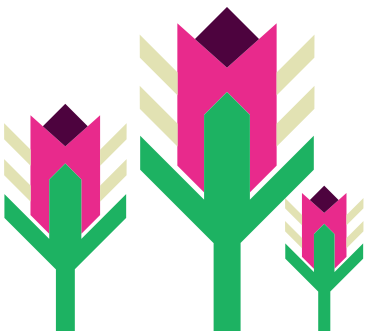


Femeile au citit sloganul, s-au uitat la fața modelului și i-au analizat silueta. S-au gândit, probabil, cât de comod ar fi să bei la nivelul din cea de-a doua poză și au observat marca băuturii alcoolice. **Au remarcat și canapeaua de pe fundal** - cât de atente sunt la detalii!

Eye Tracking Bărbați



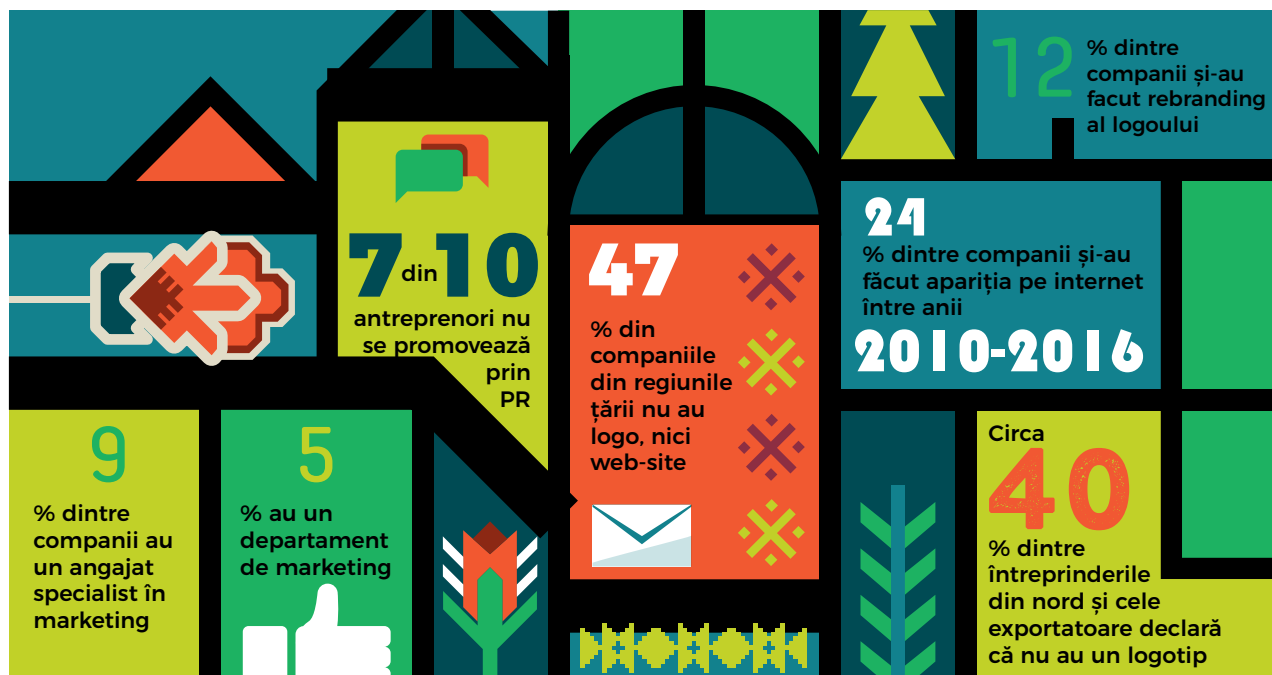
Bărbații au reacționat cu instinctele. S-au uitat la fese și au ignorat sloganul. Au privit din nou la fese și la senzualitatea cu care modelul bea. Au observat cel mai important element - denumirea berii Skol. Canapeaua din spate - niciunul nu a remarcat-o.





Moldovenii și Publicitatea

Recomandările sunt la putere, internetul - nu prea.



Magenta a constatat că **7 din 10 antreprenori** din Republica Moldova nu se promovează prin activități de marketing, publicitate și PR. Cei care se promovează, încă mai preferă modalitatea clasică de lansare - prin publicitate TV, radio, ziare sau la vedere. Doar **9%** dintre companii au un angajat specialist în marketing și doar **5% au un departament de marketing**. Am constatat că un departament de marketing deplin își pot permite mai des întreprinderile moldovenești care beneficiază de investiții străine. Circa **40%** dintre întreprinderile din nord și dintre cele exportatoare declară că **nu au un logotip**.

47% din companiile din regiunile țării nu au un logo, nici web-site și consideră că nici nu au mare nevoie de ele. Regula promovării "prin recomandare" sau "cunoscuți" este încă în plină floare. Spre viitor privește în cea mai mare parte doar Chișinăul.

Circa **24%** dintre companii s-au lansat pe internet între anii 2010-2016. În ultimii 6 ani, doar **12%** dintre companii și-au făcut rebranding al logoului.



Moldovenii și Deservirea

Zâmbim și vindem.

Conform studiului Smiling Report, efectuat între **67 de țări la nivel mondial**, vânzătorii din Moldova ocupă locul 43 din 67 la capitolul cross-selling. Doar în 40% dintre cazuri, cumpărătorii misterioși ai **Magenta Consulting** au detectat intenția consultanților de a propune ceva adițional la cumpărătură.

Poate salutăm atunci când deservim? -Nu. Ocupăm penultimul loc din lume la acest capitol, întrecându-i doar pe cei din Hong Kong.

În schimb, **ne-am plasat pe locul 8** atunci când vine vorba de zâmbet, mai sus decât Rusia și Ucraina. Zâmbim și vindem!



Zâmbet

Locul 1	Irlanda
Locul 2	Lituania
Locul 3	Puerto Rico
...	...
Locul 8	Moldova
Locul 20	Ucraina
Locul 27	Rusia



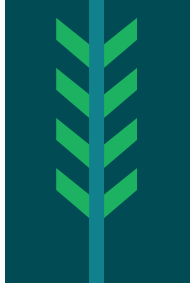
Salut

Locul 1	Panama
Locul 2	Ecuador
Locul 3	Venezuela
...	...
Locul 54	Ucraina
Locul 62	Rusia
Locul 66	Moldova



Cross-Selling

Locul 1	El Salvador
Locul 2	Honduras
Locul 3	Guatemala
...	...
Locul 6	Rusia
Locul 15	Ucraina
Locul 43	Moldova



Moldovenii și Jobul

Suntem gata să lucrăm mai mult, dar să ne îmbrăcăm cum vrem.

Cele mai căutate joburi au fost în domeniile IT, comerț, marketing, economie, limbi străine și contabilitate. Iar pentru o remunerare adecvată a muncii și posibilitatea creșterii profesionale, **79%** dintre angajați sunt dispuși **să lucreze peste program**. Și tot aceasta ar putea să-i determine să-și caute de lucru în altă parte, la fel ca și motivul de a obține un salariu mai mare pentru o poziție similară la altă companie. Pentru 46%, un motiv serios de concediere îl reprezintă nerespectarea siguranței și securității la locul de muncă. Alții, 31%, ar renunța din cauza monotoniei, **30%- nu ar suporta relațiile tensionate cu superiorii**, 28% - ar fugi de stres, iar 15% - de colegii neprietenoși.

Noutatea bună este că majoritatea tinerilor nu planifică să emigreze – 58% și, totodată, își doresc să lucreze conform specialității. Cei mai decizi cu referire la profesarea a ceea ce studiază sunt studenții la medicină. Nu poate fi trecută cu vederea însă că o cotă de **23% vor să plece la lucru peste hotare**. 64% dintre aceste persoane sunt din mediul rural, 16% - din Chișinău. Cea mai mare parte dintre ei deja lucrează (56%). Deci, ei pleacă, cel mai probabil, din motiv că munca de pe loc nu este suficient de bine remunerată.

Ce-și doresc tinerii la angajare? Salariu stabil și "decent", de cel puțin **5000 lei** din primul an de muncă, orar de muncă flexibil cu ore normate și echipament performant. Cea mai mare cotă a tinerilor – 42%, este de părere că vor fi acceptați la primul, maximum la al doilea job.

Anul 2017 nu s-a remarcat prin salturi spectaculoase sau schimbări radicale în felul de a fi al moldovenilor. Ne-am adaptat și continuăm să o facem în pas firesc, în cursul evoluției economice, tehnologice și sociale. Uneori mai lent, alteori, forțați de circumstanțe - mai rapid. Și interesant de urmărit, în același timp. Aspecte ce ne prezintă ca națiune și fel de gândire colectivă sunt nenumărate. Iar noi, cei de la **Magenta Consulting**, vom continua să le descoperim cu pasiunea, curiozitatea și dedicația ce ne motivează și în anul care vine.

www.consulting.md
magenta consulting

