

Cip ar Fwyd i Fynd a Siopwyr Cyfleustra

Mae safle agor at y gwaith a'r cartref yn allweddol ar gyfer denu siopwyr bwyd i fynd i siopau cyfleus. Tra bo cyfran helaeth o'r ymweliadau wedi'u cynllunio, roedd hyn yn arbennig o wir yn y bore – er nad oedd cyfran helaeth o siopwyr yn mynd i siopau cyfleus i gael brecwast. Mae siopwyr sy'n mynd i siopau cyfleus yn prynu mwy na'r bwyd i fynd maent yn bwriadu'i brynu, yn cynnwys prynu bwyd i fynd ar sail awydd ac eitemau eraill.

Cynhaliodd HIM Market Research 1,181 cyfweiliad wrth i unigolion gyrraedd a gadael siopau cyfleus, symbolau a safleoedd bwyd i fynd. Mae'r canfyddiadau yn help i ddeall proffil y siopwr bwyd i fynd. Dyma grynodedeb o'r prif ganfyddiadau.

Mae bwyd i fynd mewn siopau cyfleus yn cael ei yrru gan gyfleustra, gyda 61% o ddefnyddwyr yn dweud eu bod yn ymweld gan ei fod yn agos at eu gwaith neu eu cartref. Mewn safleoedd Bwyd i Fynd, mae ffactorau fel brand, cynnyrch a phris hefyd yn bwysig, yn ogystal â'r pellter o'r gwaith. Mae ymweliadau wedi'u cynllunio'n bwysig i siopau cyfleus, yn enwedig yn y bore, pan mai ychydig iawn sydd ar hap (37%) o'i gymharu â'r prynhawn (2-4pm) pan fo 50% o ymweliadau heb eu cynllunio. Yn y farchnad Bwyd i Fynd, roedd cyfran llawer uwch o'r ymweliadau heb eu cynllunio (60%).

Roedd siopwyr siopau cyfleus yn ymweld yn llai aml i brynu cinio i fynd nag unrhyw gategori arall (2.07 yr wythnos o'i gymharu â 3.01 ar gyfer siopa cyffredinol a 2.37 ar gyfer brecwast), gan awgrymu fod amrywiaeth yn ffactor bwysig ar gyfer cinio. Tra bo ymweliadau brecwast yn gymharol aml, roedd cyfran helaeth o'r boblogaeth nad oedd byth yn mynd i mewn i gael brecwast (57%) o'i gymharu â 36% yn y sector Bwyd i Fynd, gan awgrymu cyfle i siopau cyfleus ymestyn eu hapêl.

Mae diodydd yn bwysig i ddenu pobl i siopau cyfleus, gyda siopwyr yn prynu diod 2.62 gwaith yr wythnos, a dim ond 17% byth yn prynu diod o siop gyfleus, o'i gymharu â 26% mewn safleoedd Bwyd i Fynd.

Mae defnyddwyr yn prynu amrywiaeth o gynnyrch o siopau cyfleus, gydag amrywiaeth ei gynnig yn bwynt gwerthu unigryw. Mae gan siopau coffi a siopau brechdanau/bwytai cyflym bwyntiau gwerthu unigryw yn eu cynnyrch craidd, er

bod amrywiaeth y cynnyrch mewn siopau brechdanau/bwytai cyflym yn cystadlu i raddau gyda'r siopau cyfleus. Mae rhai siopau cyfleus yn cynnig cynnyrch gan gwmnïau fel Greggs/Costa i geisio gwrthwneud hynny.

Yr eitemau mwyaf cyffredin i'w prynu gan siopwyr am fwyd i fynd mewn siopau cyfleus oedd creision (41%), brechdanau parod (38%) a diodydd cola (23%). Yn ogystal â gwariant Bwyd i Fynd, mae siopwyr mewn siopau cyfleus yn gwario £2.33 ar eitemau eraill (43% o gyfanswm y gwariant), gyda'r rhai sy'n prynu bwyd a diod fel rheol yn gwario mwy yn y siop hefyd.

Gwariant Bwyd i Fynd v
Cyfanswm Gwariant yn y Siop



Mae siopwyr mewn siopau cyfleus yn tueddu i wario mwy ar hap na chwsmeriaid Bwyd i Fynd, gyda 19% o gwsmeriaid Budgens yn prynu ar hap, o'i gymharu â 5% yn Costa. Roedd cwsmeriaid siopau cyfleus yn nodi 'cael eu temtio gan gynnyrch deniadol' fel y brif ffactor (32%), gyda hyrwyddiadau (21%) ac awydd trêt (13%)

Cip ar Fwyd i Fynd a Siopwyr Cyfleustra



hefyd yn bwysig. Roedd eitemau ar hap yn cynnwys melysion (23%), creision (16%) a chynnyrch bara (11%).