

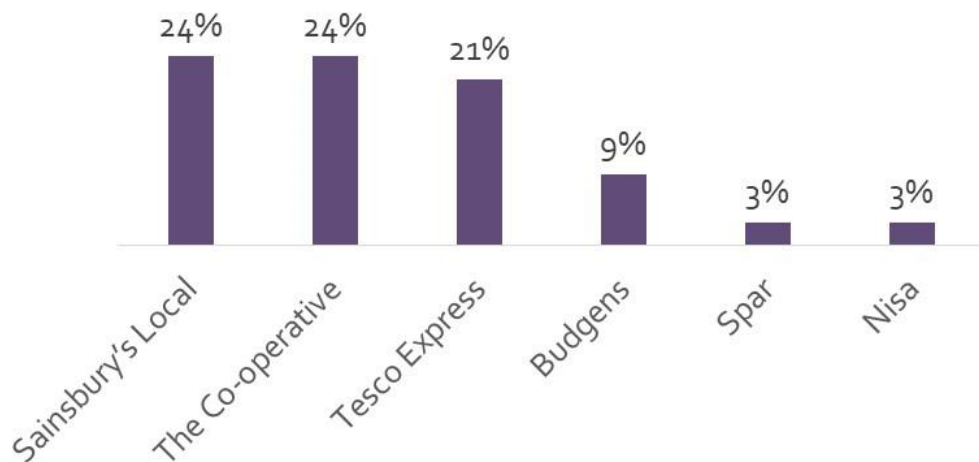
Cip ar Siopwyr Prydau Cynnig Arbennig

Mae Prydau Cynnig Arbennig yn bwysig i siopwyr Bwyd i Fynd, er bod llawer llai o siopwyr symbolau wedi prynu ar gynnig arbennig. Er mai tair eitem sy'n parhau'n fwyaf poblogaidd i siopwyr sy'n chwilio am gynnig amser cinio, mae siopwyr yn chwilio am ddewis ehangach, gydag eitemau fel diodydd poeth, bwyd poeth a iogwrt yn apelio. Gallai cyfle i frandiau sydd ddim yn cael eu cysylltu â phrydau cynnig arbennig gynnig mwy o ddewis gynyddu apêl y cynigion.

Cynhaliodd ymchwil marchnad HIM 1,181 cyfweiliad cyrraedd / gadael gydag unigolion y tu allan i siopau cyfleus, symbolau a safleoedd bwyd i fynd. Mae'r canfyddiadau'n helpu i greu dealltwriaeth o broffil y siopwr bwyd i fynd. Dyma grynodedb o'r prif ganfyddiadau.

Er bod 38% o adwerthwyr siopau Symbol yn cynnig cynigion amser cinio a 22% yn cynnig cynigion brechwast, canran fach sy'n dewis y cynigion.

Siopwyr Siopau Cyfleus: Wnaethoch chi brynu pryd cynnig arbennig yma heddiw?



Mae cynyddu cyfradd y siopwyr sy'n prynu prydau cynnig arbennig yn y siopau Symbol yn cynnig cyfle i dyfu. Gwelodd yr ymchwil fod 32% o siopwyr am frechdanau yn prynu pryd cynnig arbennig, 18% o siopwyr am fwyd poeth, a 25% o siopwyr am ddiod poeth. Mae apelio at y rhai sydd ddim yn dewis y cynnig arbennig yn cynnig cyfle, ac mae gweld beth mae siopwyr ei eisiau yn allweddol. Roedd y potensial a welwyd o'r ymchwil yn cynnwys diodydd a bwyd poeth, gyda hanner y siopwyr yn cytuno y byddent yn cael eu croesawu mewn pryd cynnig arbennig.

Tair eitem sy'n apelio fwyaf mewn cynnig arbennig amser cinio, gyda 63% o siopwyr yn cytuno mai dyma'r nifer y byddent eisiau, er bod 18% said wedi dweud y byddent yn dymuno cael petair eitem. Mae'r pris yn parhau'n allweddol. Roedd 69% o'r holl siopwyr yn dweud mai £3-£4 fyddai'r mwyaf y byddent yn ei dalu am bryd cynnig arbennig tair eitem, gyda'r mwyafrif (28%) yn dweud mai £3 fyddai'r mwyaf y byddent yn ei dalu.

Serch hynny, byddai siopwyr yn croesawu ehangu'r dewis, gyda rhwng 26% a 32% yn dweud fod angen mwy o amrywiaeth mewn siopau. E.e. roedd 41% o siopwyr Siopau Cyfleus am weld iogwrt yn cael ei gynnig mewn pryd cynnig arbennig, 25% am weld pastai sawrus a 25% am weld cynnwys diod poeth.

Mae brandiau'n bwysig i siopwyr sy'n prynu prydau cynnig arbennig, yn enwedig o ran diodydd meddal, creision, melysion ac iogwrt. Serch hynny, roedd brand yn llai pwysig o ran brechdanau a phastai sawrus. Mae cyfleoedd i frandiau sydd ddim yn cael eu cysylltu fel rheol â phrydau cynnig arbennig i ehangu'r dewis sydd ar gael i siopwyr sydd am gael cynnig arbennig. Gallai hynny fod yn arbennig o ddefnyddiol i siopau symbol gynyddu nifer y siopwyr sy'n prynu prydau cynnig arbennig, ac ehangu'r achlysuron prydau cynnig arbennig y tu hwnt i amser cinio.