

SVENSKARNA OCH BLACK FRIDAY

IPSOS-mätning utförd oktober 2018



Photo by rawpixel.com from Pexels



Ipsos Sverige om svenskarnas köpintentioner under Black Friday

Ipsos Sverige har mellan 19 oktober och 22 oktober genomfört en undersökning gällande allmänhetens åsikter kring shopping på den så kallade Black Friday, som i år infaller den 23 november. Sammanlagt har frågorna ställts till 1091 svenskar.

Data har viktats för att säkerställa ett nationellt representativt urval. Alla undersökningar kan vara föremål för urval-, mät- och täckningsfel.

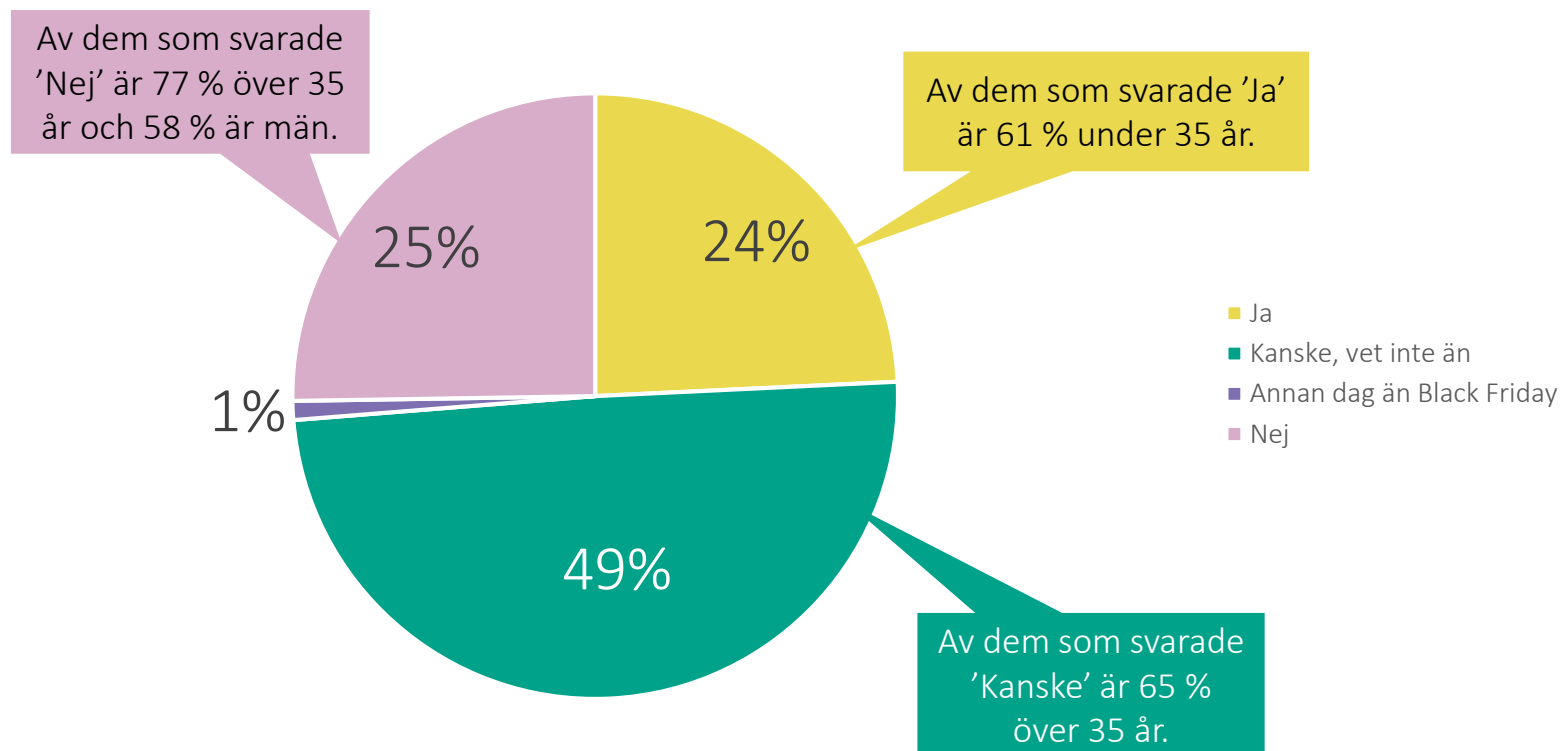
Var fjärde person har redan bestämt sig att de ska handla under Black Friday, nästan lika många tänker inte göra det.

Den överlägset största gruppen är emellertid osäkra. En liten andel tänker handla på andra dagar under 'Black Week' där den så kallade Cyber Monday är ett av alternativen.

Omkring 2 procentenheter av dem som inte ska handla på Black Friday uppger att de sparar shoppingen till Mellandagsrean.

Fråga: Planerar du att handla rea-varor under Black Friday i år?

Nästan hälften vet ännu inte om de ska shoppa på Black Friday



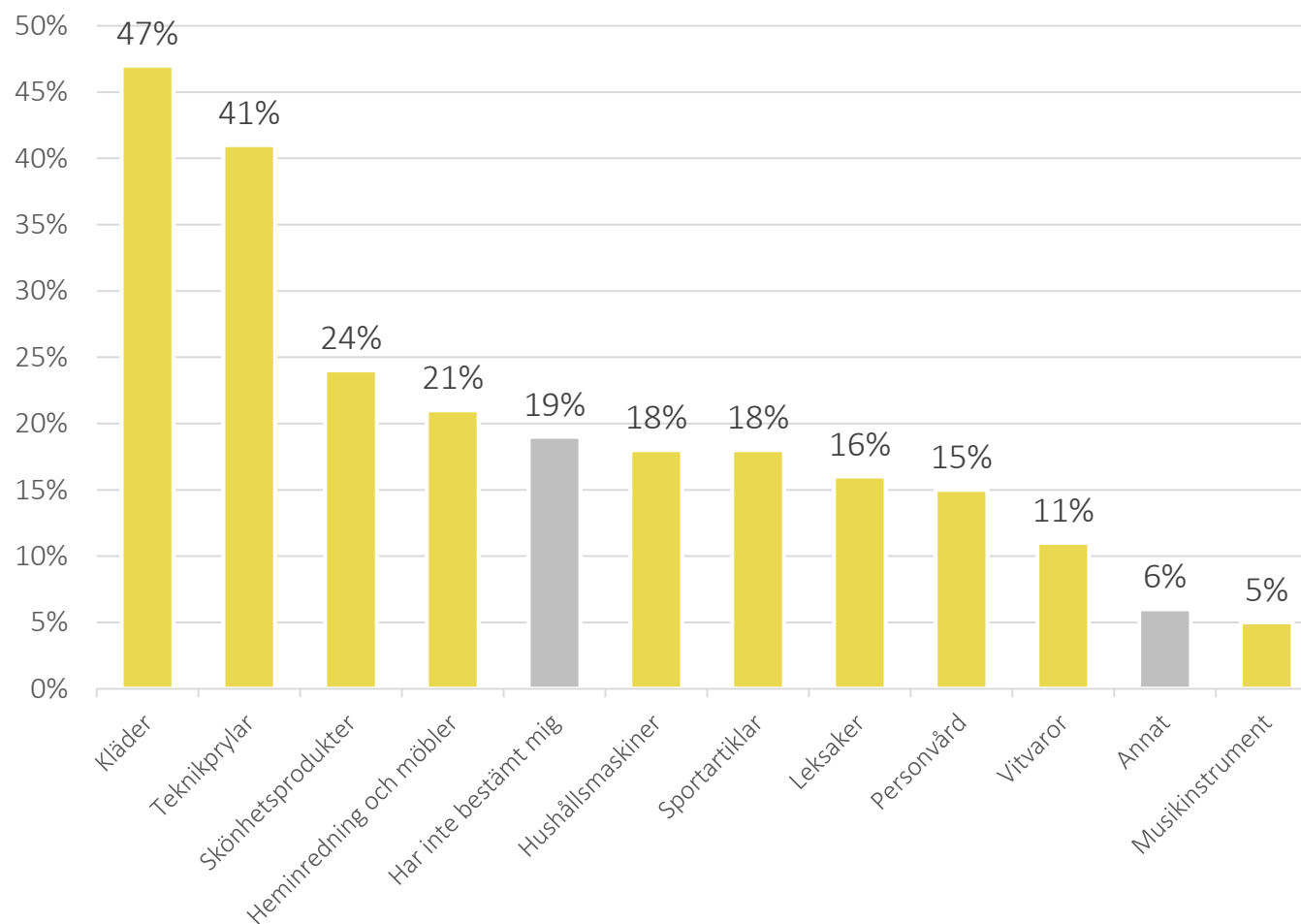
Bas: 1091 personer, 16-65 år, 19 – 22 oktober, 2018

Närmare hälften av alla som ska handla under Black Friday tänker köpa kläder.

Genomsnittshopparen tänker spendera 1869 kr på kläder under Black Friday.

Fråga: Vad planerar du att handla på Black Friday?

Teknik och kläder är populärast att handla under Black Friday



Bas: 1091 personer, 16-65 år, 19 – 22 oktober, 2018

KONTAKTA IPSOS

För mer information om din bransch eller undersökningen, kontakta Kim Vahtera eller Victor Ekstam.



Kim Vahtera

Senior Client Officer

kim.vahtera@ipsos.com



Victor Ekstam

Junior Insight Consultant

victor.ekstam@ipsos.com

ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 89 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery.

Ipsos is listed on Eurolist – NYSE – Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society. We deliver information and analysis that makes our complex world easier and faster to navigate and inspires our clients to make smarter decisions.

We believe that our work is important. Security, simplicity, speed and substance applies to everything we do.

Through specialisation, we offer our clients a unique depth of knowledge and expertise. Learning from different experiences gives us perspective and inspires us to boldly call things into question, to be creative.

By nurturing a culture of collaboration and curiosity, we attract the highest calibre of people who have the ability and desire to influence and shape the future.

“GAME CHANGERS” – our tagline – summarises our ambition.