



SW RESEARCH
AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII

IRCENTER.COM

W y n i k i t r a k i n g u



E - c o m m e r c e
T r a c k

Grudzień 2013

E-commerce



Najważniejsze zmiany w grudniu 2013

W grudniu 2013 wzrosła sprzedaż artykułów dziecięcych poprzez Internet	12% (+8%)
Popularność sklepu empik.pl wzrosła w ostatnim miesiącu 2013 r	26% (+3%)
Spadła liczba osób, które dokonały zakupów poprzez komputer lub tablet	68% (-4%)
Internauci rzadziej szukali informacji o produktach w internecie poprzez komputer lub tablet	86% (-6%)
Spadła liczba osób szukających informacji o produktach na forach internetowych poprzez komputer lub tablet	42% (-11%)

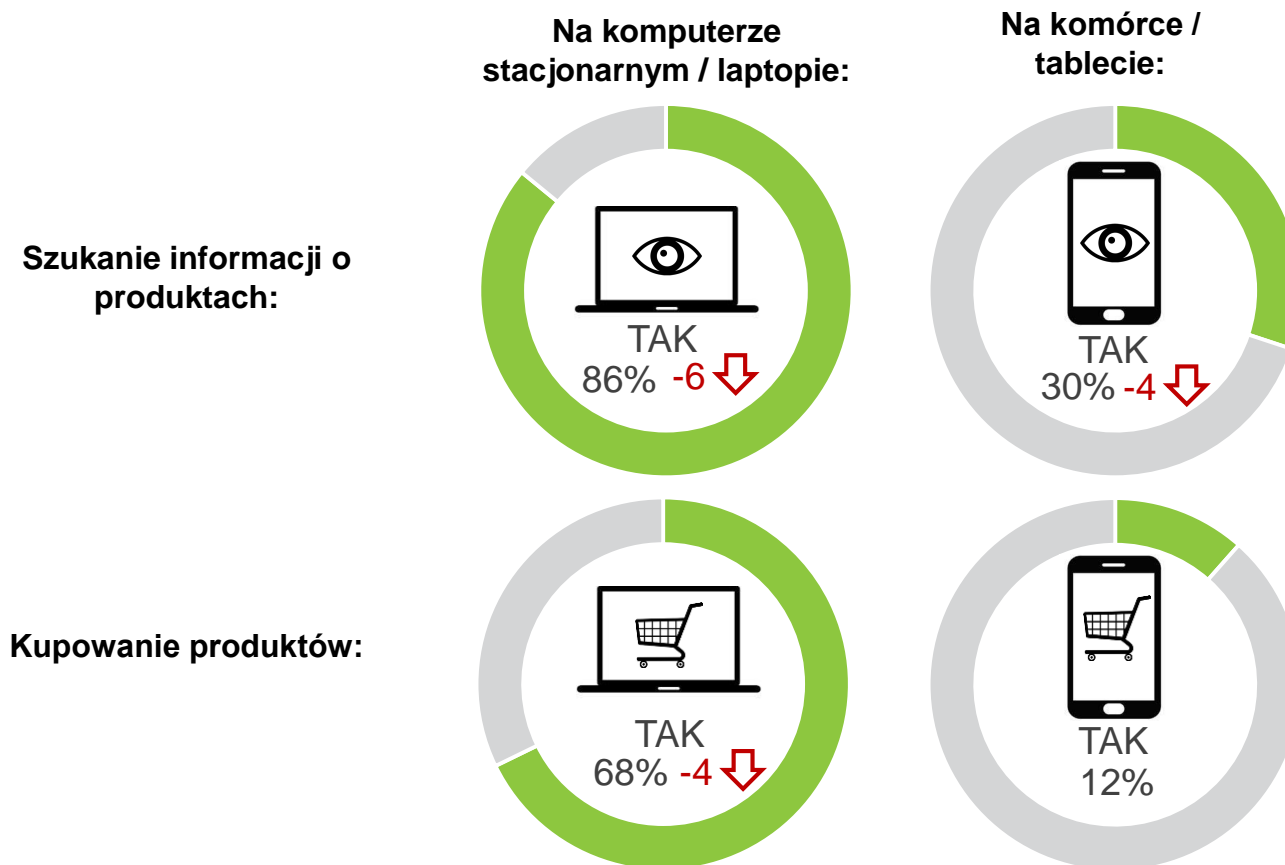
E-commerce to badanie cykliczne realizowane przez IRCenter i SW Reserach. Badanie jest realizowane metodą CAWI, raz na miesiąc na reprezentatywnej próbie co najmniej 500 internautów. Celem projektu jest długoterminowe określenie postaw wobec zakupów w Internecie – najbardziej popularnych kanałów sprzedaży, produktów oraz natężenie zjawiska ROPO wśród polskich internautów.

Digital E-commerce



Ponad 2/3 Internautów kupuje produkty lub usługi przez Internet poprzez komputer lub laptop. Jeszcze więcej szuka o nich informacji. W grudniu procent takich osób spadł o kilka punktów procentowych. Po informacji o dużych wzrostach w listopadzie (dane z innego badania IRCenter) można podejrzewać, że Internauci wcześniej rozpoczęli w 2013 zakupy przedświąteczne.

Na razie niewiele osób kupuje przez mobilne urządzenia, ale już co trzeci badany szuka informacji o produktach lub usługach w Internecie.

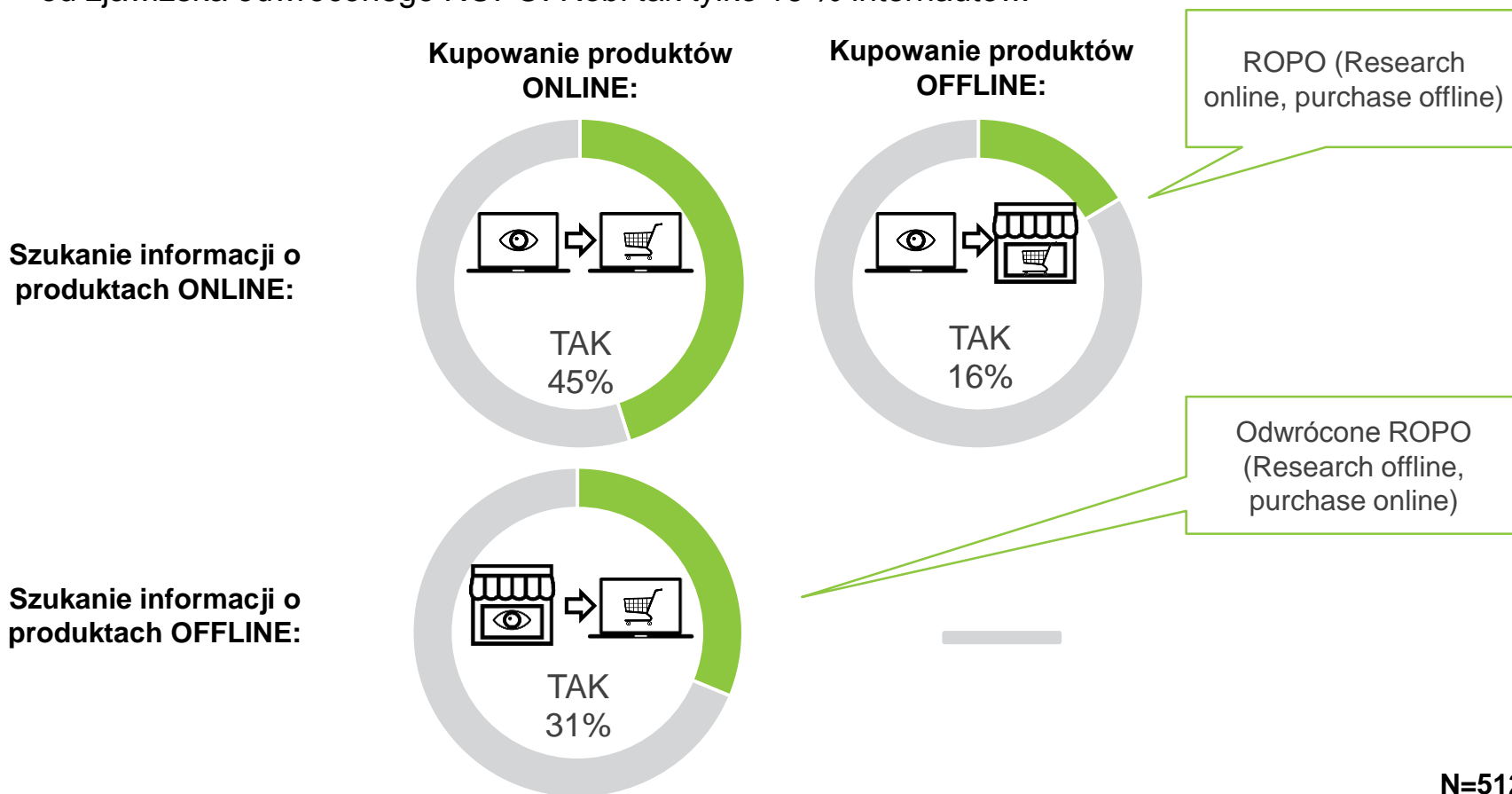


ROPO przez komputer lub laptop

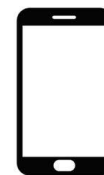


Wśród badanych od tak zwanego ROPO bardziej popularnym schematem jest w pierwszej kolejności oglądanie, przymierzanie produktów offline, a dopiero później kupowanie go przez laptop lub komputer (odwrócone ROPO). Do takiego schematu kupowania przyznał się co trzeci badany.

Oglądanie i szukanie informacji na komputerze, a dopiero później kupowanie go offline jest rzadsze od zjawiska odwróconego ROPO. Robi tak tylko 16 % internautów.

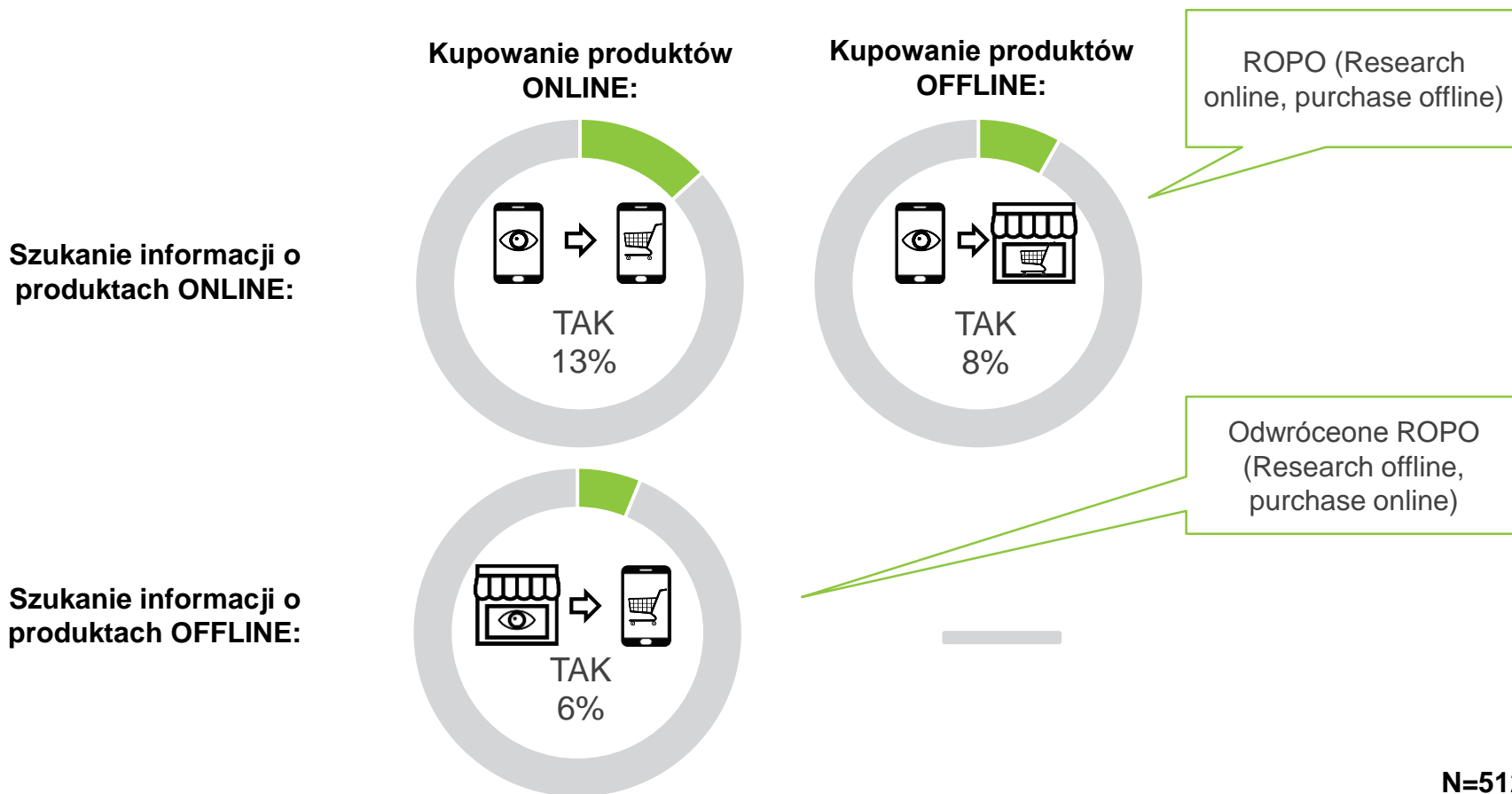


ROPO przez tablet lub komórkę

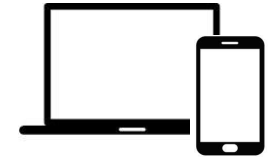


Kupowanie produktów lub usług przez komórkę nie jest jeszcze popularne wśród polskich internautów.

Szukanie informacji przez komórkę lub tablet, a później kupowanie tego produktu w normalnych sklepach jest odrobinę bardziej popularne niż oglądanie na żywo produktu, a później kupowanie go przez telefon.

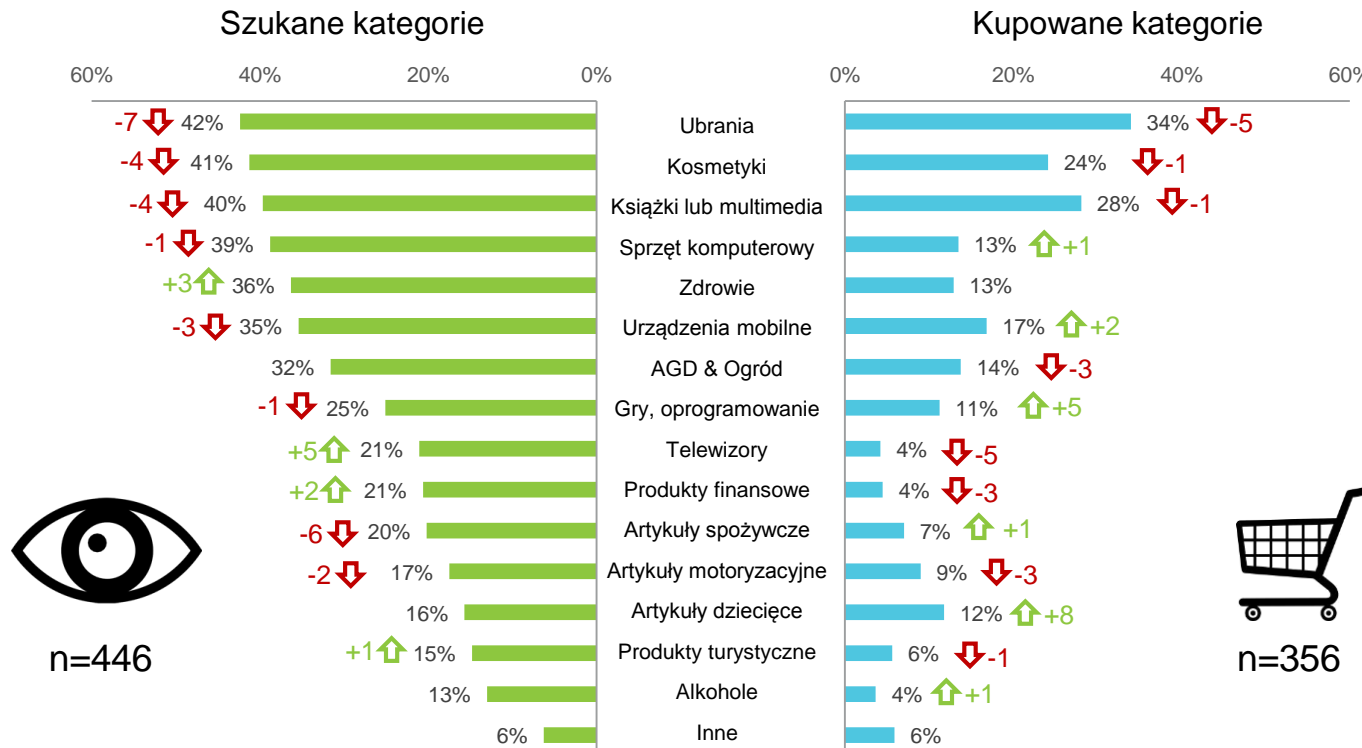


Najczęściej szukane i kupowane produkty



Internauci najczęściej szukali informacji o ubraniach, kosmetykach i książkach. Były to też kategorie, które badani najczęściej kupowali w internecie, procent osób, które kupiły te artykuły spadł w ostatnim miesiącu.

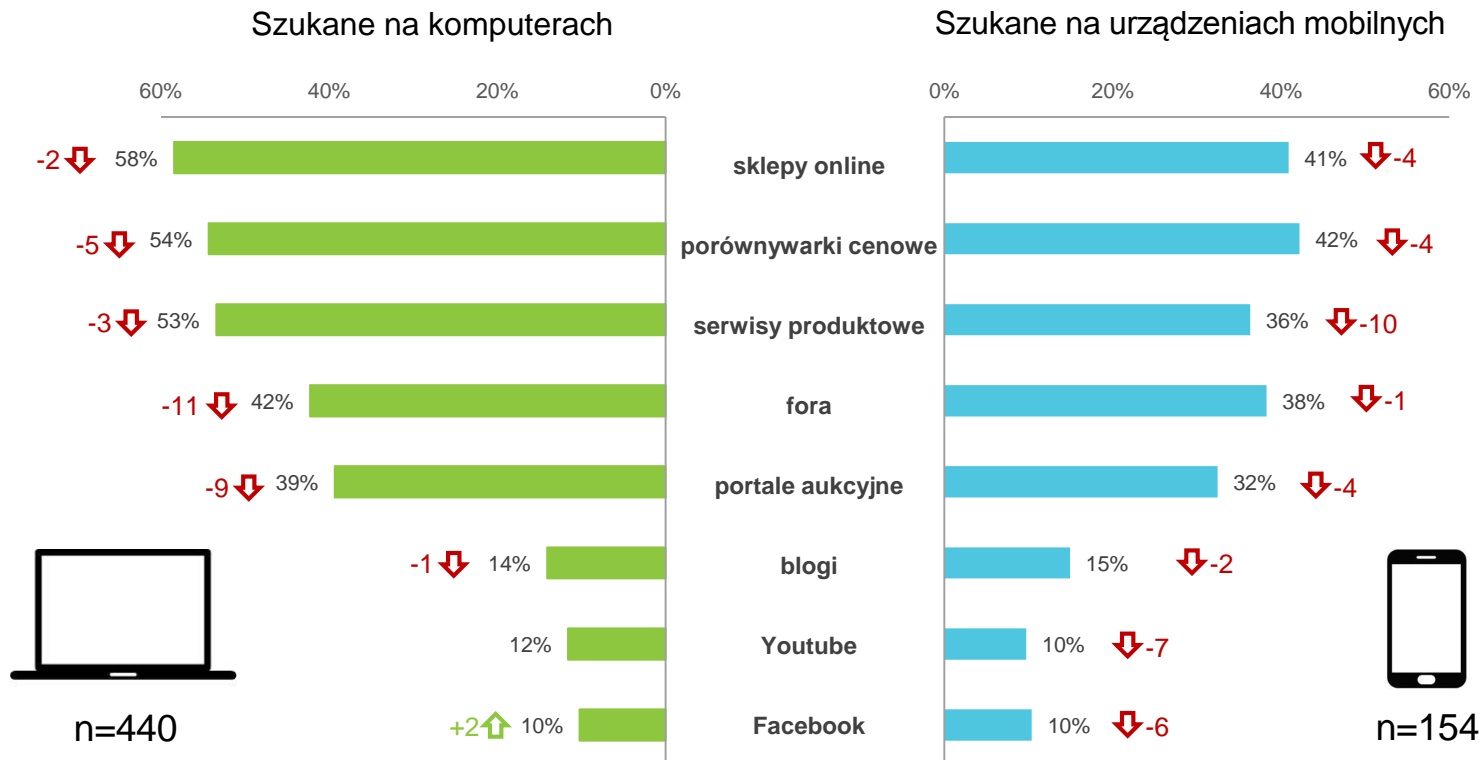
Wzrost zakupów w okresie przedświątecznym dotyczył głównie produktów dziecięcych i gier.



Gdzie szukamy informacji o produktach na różnych urządzeniach?



Polscy internauci najchętniej szukają informacji o produktach w sklepach online i na porównywarkach cenowych, najrzadziej na portalach społecznościowych i blogach. Szukanie informacji poprzez prawie wszystkie kanały spadło. Najbardziej szukanie opinii zmalało na forach internetowych i portalach aukcyjnych

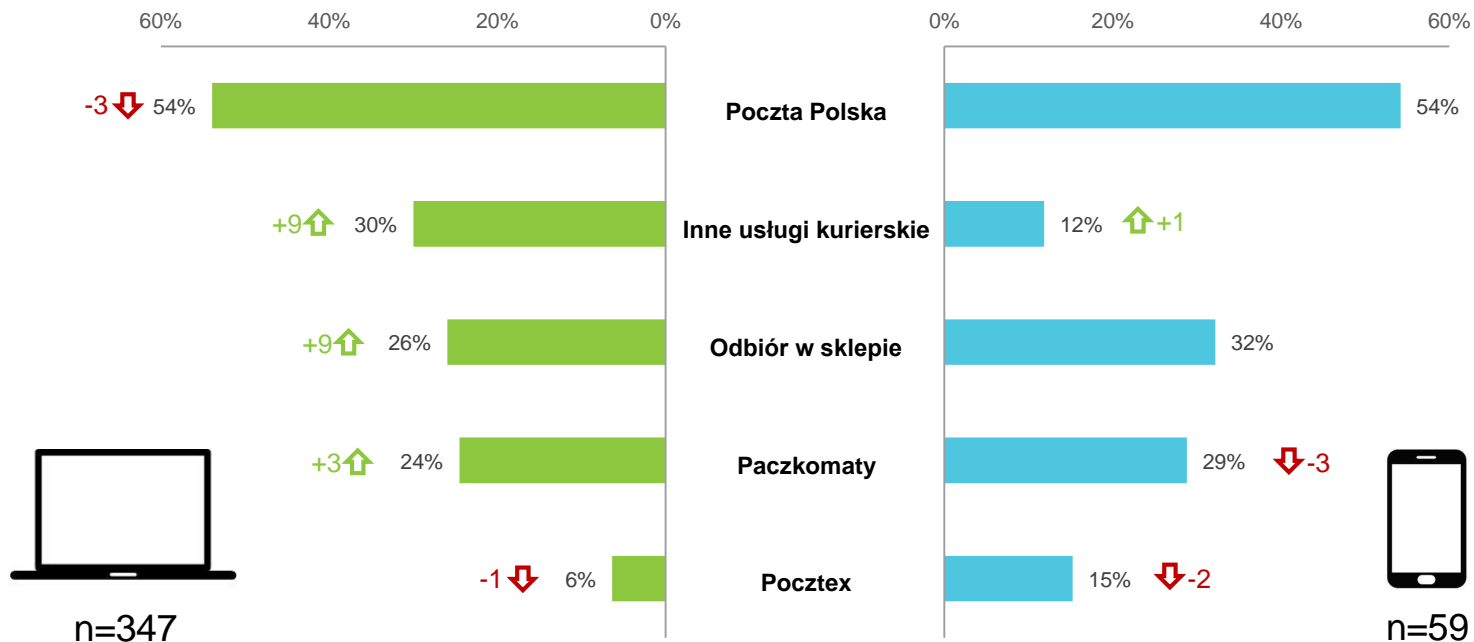


Sposób dostarczenia



Osobnym segmentem związanych z e-commerce są dostawcy usług logistycznych. W Polsce rywalizują ze sobą: powszechna Poczta Polska i dostawcy usług kurierskich.

Wybór opcji dostarczenia produktu:



Najbardziej popularne kanały sprzedaży



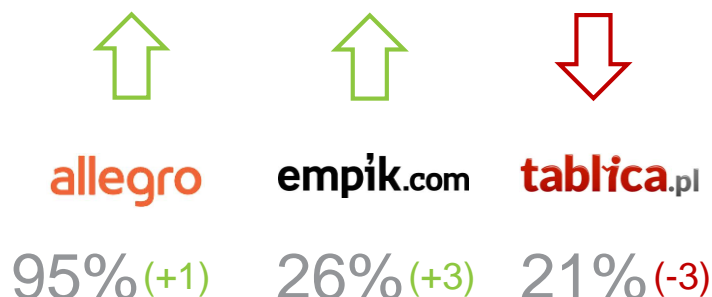
Zdecydowanie najbardziej popularnym kanałem sprzedaży w internecie jest Allegro. Prawie każdy internauta, który dokonał zakupu przez internet, kupił produkt poprzez ten serwis.

Co czwarta osoba kupiła artykuł przez empik.com. Odsetek ten wzrósł. Prawdopodobnie przyczyniły się do tego święta. Empik to typowy sklep, w którym kupuje się prezenty.

Internauci najbardziej cenią sobie w sklepach dostępny asortyment oraz szybką realizację zamówienia.

W jakich sklepach konsumenci najczęściej kupują :

Za co konsumenci najbardziej cenią sklepy internetowe:





SW RESEARCH

AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII

IRCENTER.COM

Albert Hupa

hupa.albert@ircenter.com

+48 696 435 672

Piotr Zimolzak

p.zimolzak@swresearch.pl

+48 535 987 335

