SW RESEARCH
AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII

IRCENTER.COM

Wyniki trackingu

E-commerce Track

Luty 2014

E-commerce

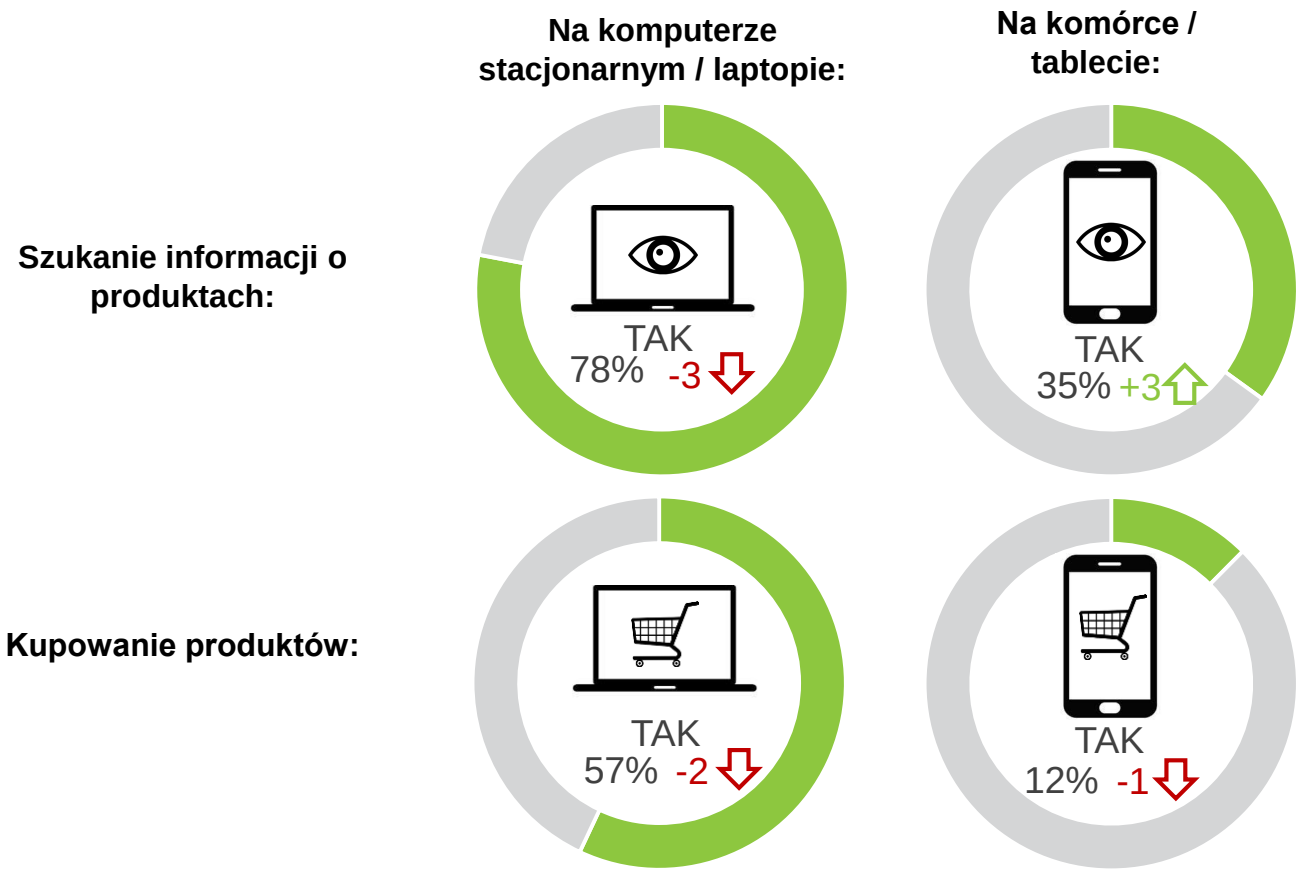
Najważniejsze zmiany w lutym 2014	
Wzrosła sprzedaż ubrań w lutym tego roku	31% (+7%)
Zwiększyła się liczba osób kupujących artykuły związane ze zdrowiem	16% (+4%)
Bardziej popularne stało się szukanie informacji o produktach poprzez komórkę lub tablet	35% (+3%)
Spadła liczba osób szukających informacji na serwisach produktowych poprzez komputer lub tablet	45% (-7%)
Popularność sklepu Allegro.pl drastycznie spadła w lutym	80% (-15%)

E-commerce to badanie cykliczne realizowane przez IRCenter i SW Research. 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

Co trzeci internauta szuka informajci o produktach na tablecie lub komórce, odsetek ten wzrósł od ostatniego miesiąca o 3 punkty procentowe

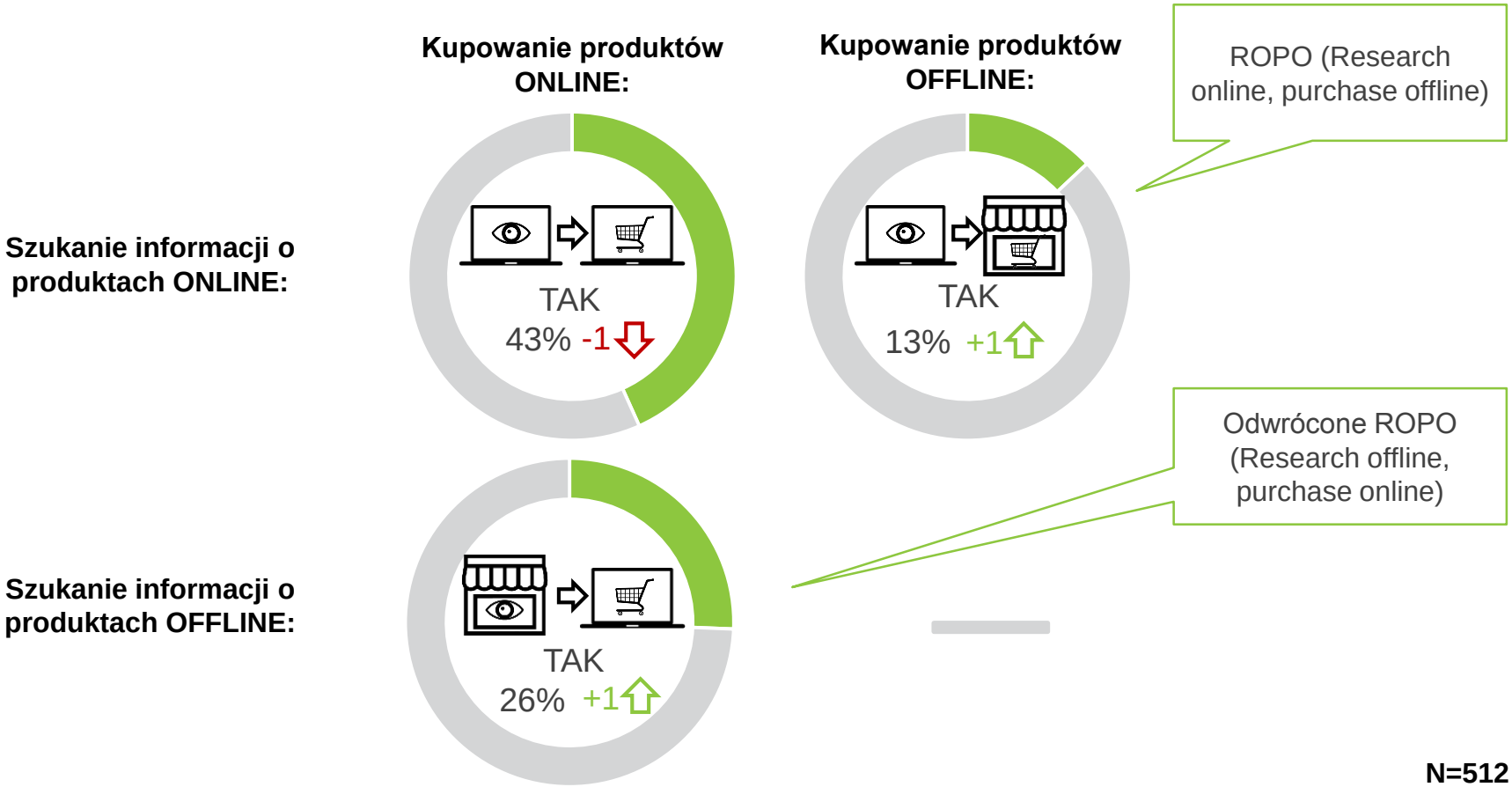
Na razie niewiele osób kupuje przez mobilne urządzenia, za to przez komputer lub laptop kupuje 57% badanych.



N=512

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). Oba wskaźniki prawie nie zmieniły się względem ostatniego miesiąca.

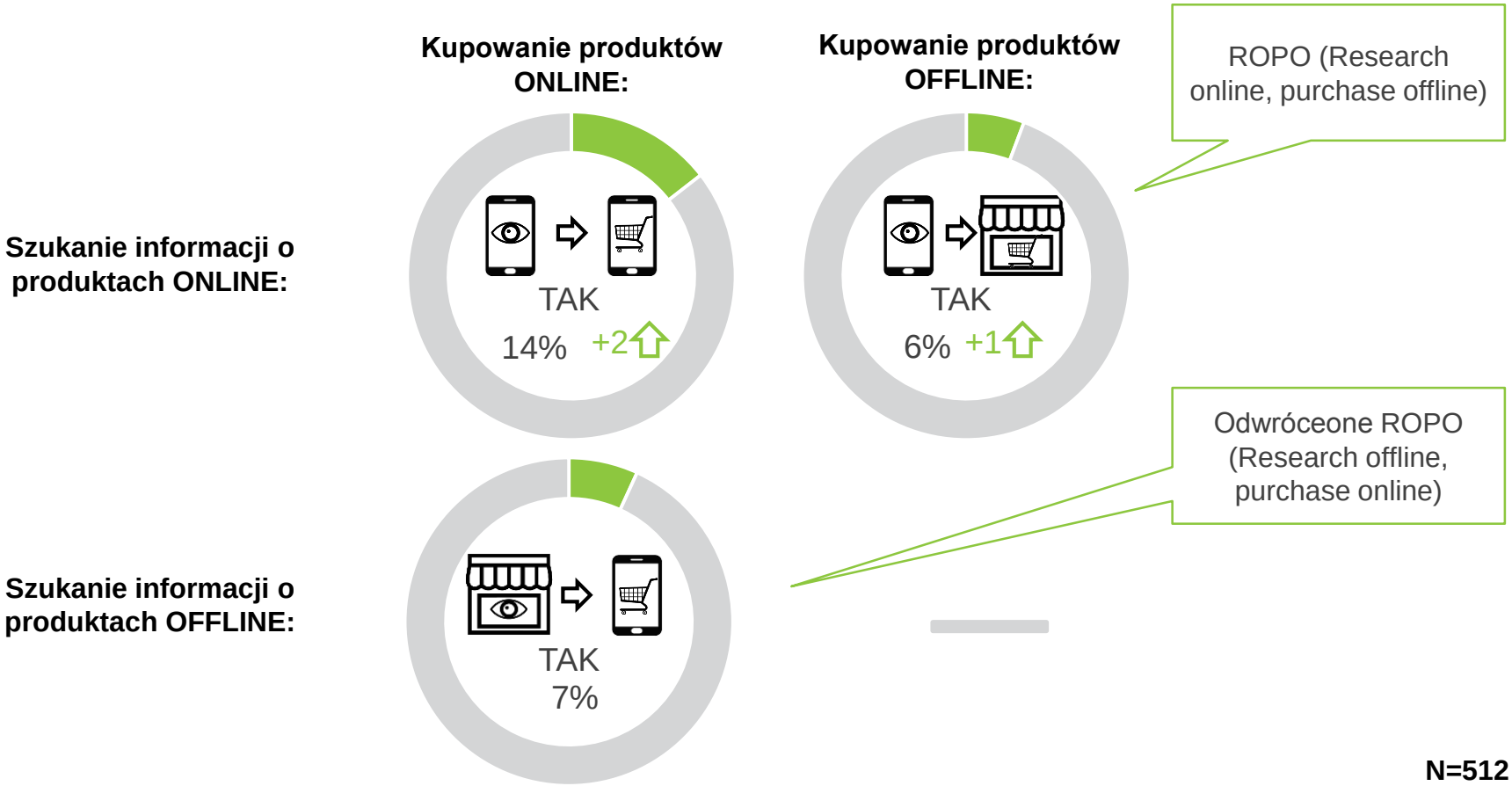


N=512

ROPO przez tablet lub komórkę

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

Wskazniki efektów ROPO i odwróconego ROPO poprzez komórkę lub tablet w przeciwieństwie do zjawiska tego na urządzeniach mniej mobilnych są na podobnym poziomie. Wskaźniki te również są stabilne względem poprzedniego miesiąca.

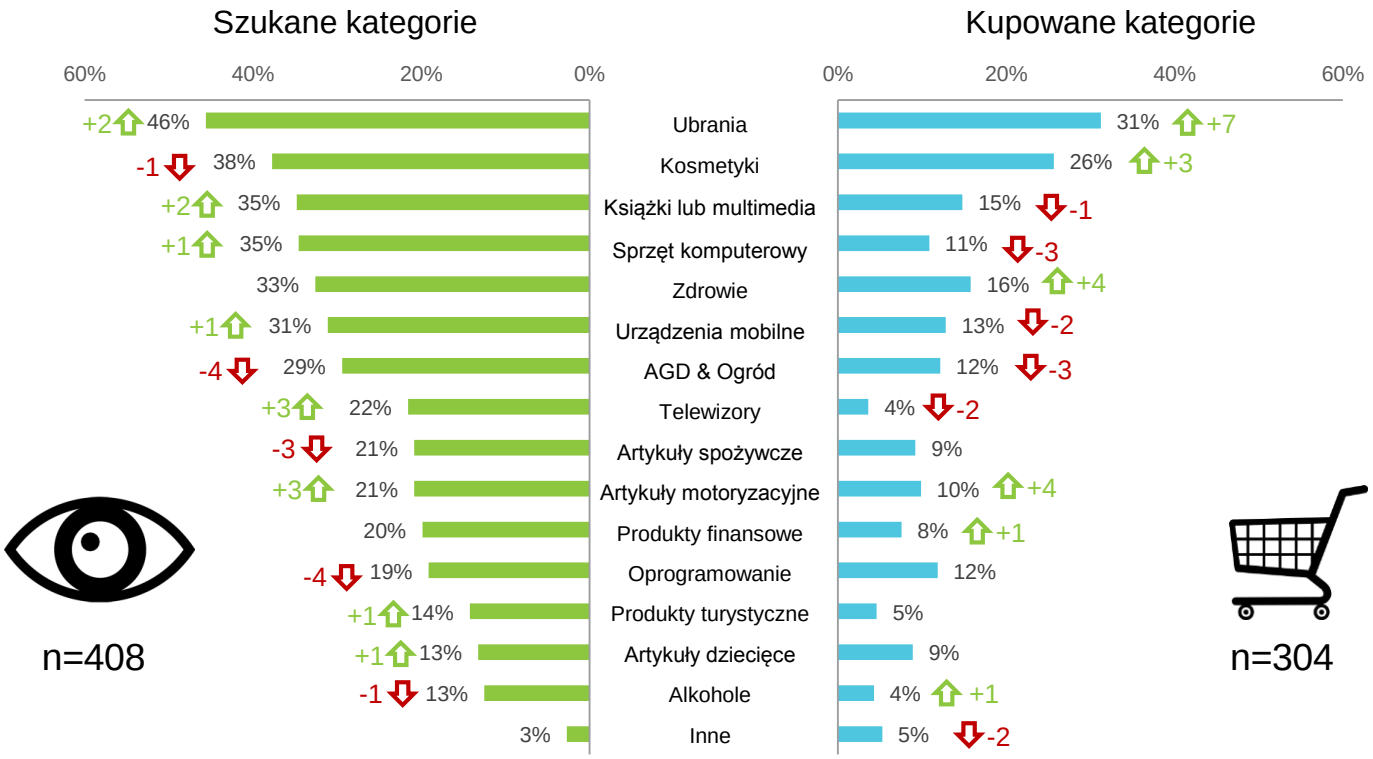


N=512

Najczęściej szukane i kupowane produkty

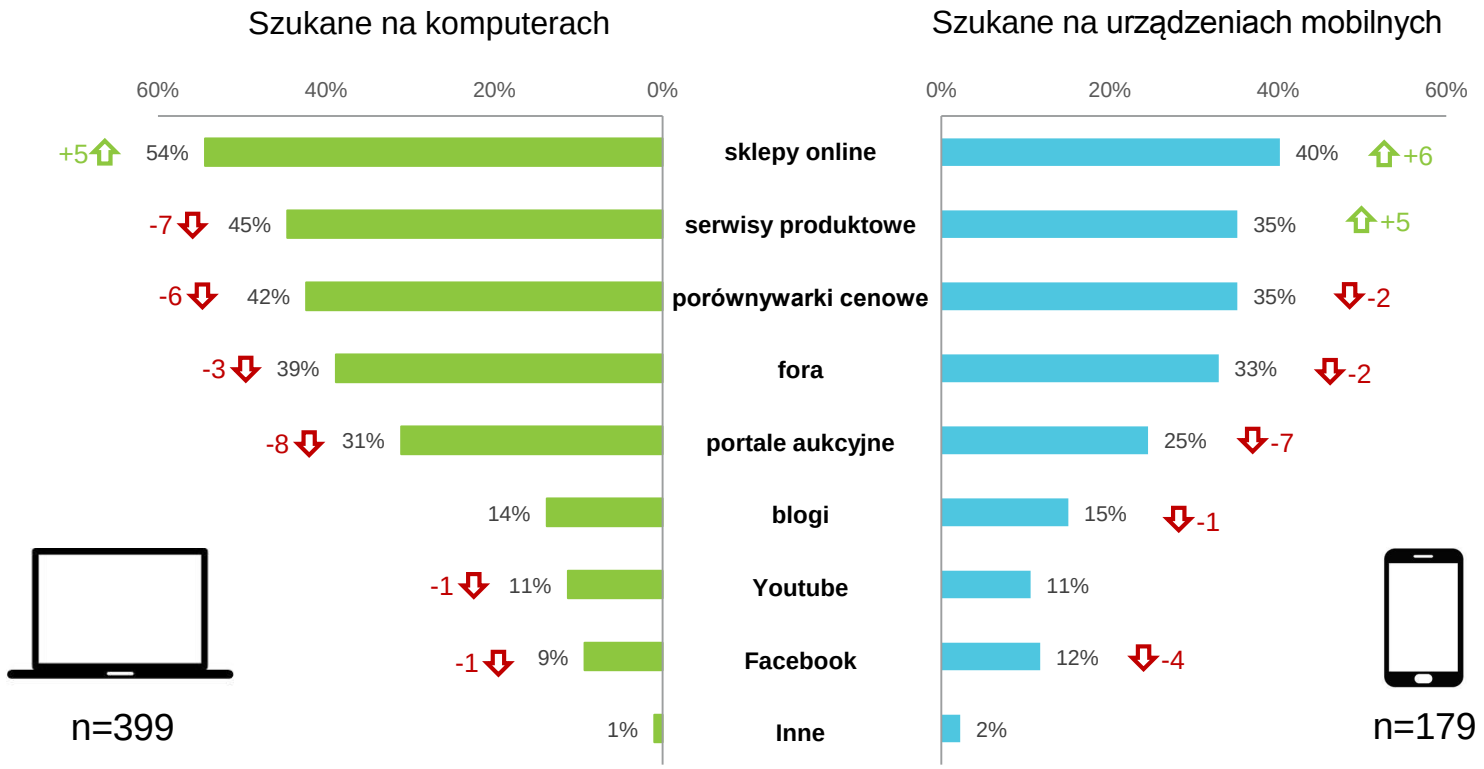
Internauci najczęściej kupowali i szukali informacji o takich produktach jak: ubrania, kosmetyki i książki. Jeśli chodzi o kupowanie to w tym miesiącu do tych najbardziej popularnych dołączyły produkty związane ze zdrowiem (odsetek ten wzrósł o 4 p.p.).

Procent osób które kupiły ubrania przez Internet po ostatnim dość wysokim spadku w styczniu, teraz wzrósł (o 7 p.p.).



Gdzie szukamy informacji o produktach na różnych urządzeniach?

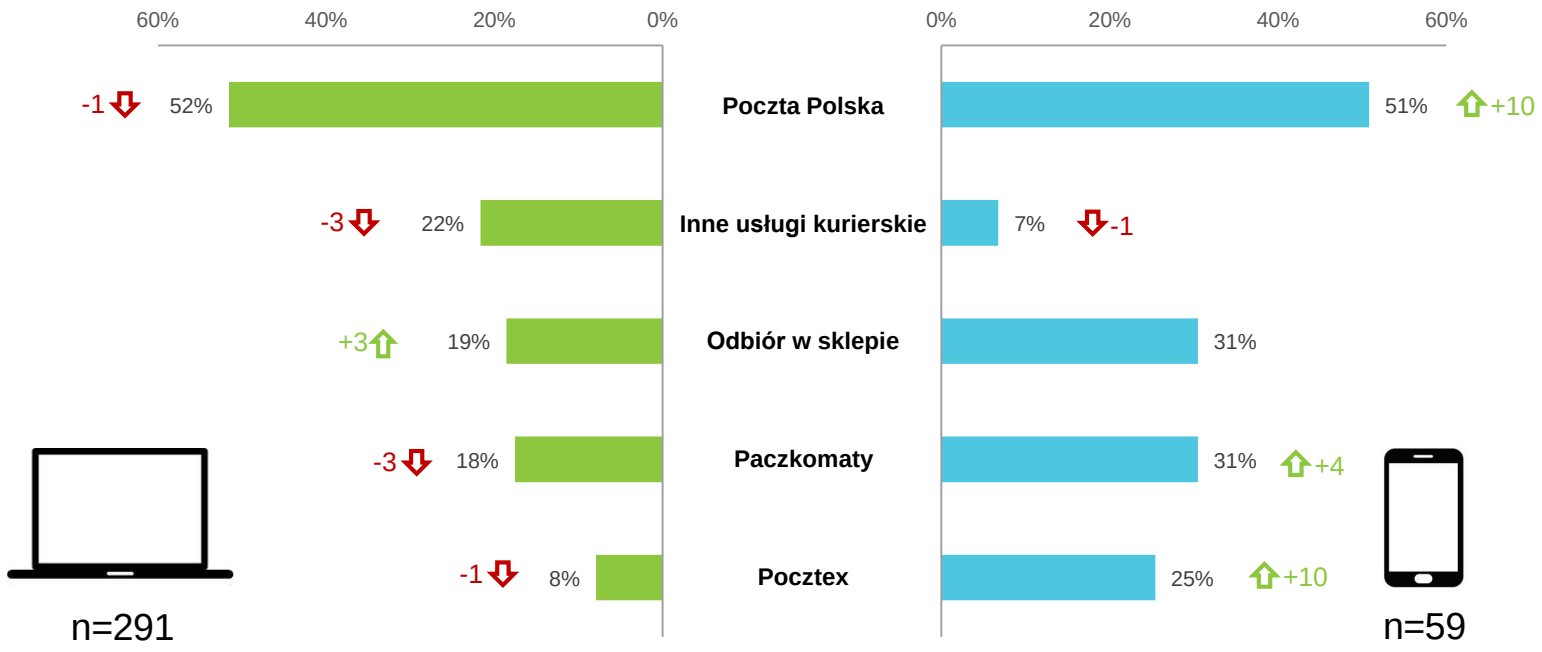
Inaczej niż w zeszłym miesiącu, najczęściej internauci w lutym szukali informacji o produktach w sklepach online (odsetek wzrósł o 5 p.p na komputerach/laptopach oraz 6 p.p. na komórkach lub tabletach) . Serwisy produktowe spadły na drugie miejsce, szukanie na nich poprzez komputer lub tablet spadło o 7 p.p.



Sposób dostarczenia

Nadal Poczta Polska nie ma godnego przeciwnika w dostarczaniu produktów zakupionych przez Internet. W ostatnim miesiącu odsetek osób które wybrały Pocztę Polską przy zakupie poprzez komórkę lub tablet wzrósł 10 p.p., nie jest to zaskakujące biorąc pod uwagę fakt, że w styczniu odsetek ten spadł o 13 p.p.).

Wybór opcji dostarczenia produktu:



N=411

Najbardziej popularne kanały sprzedaży

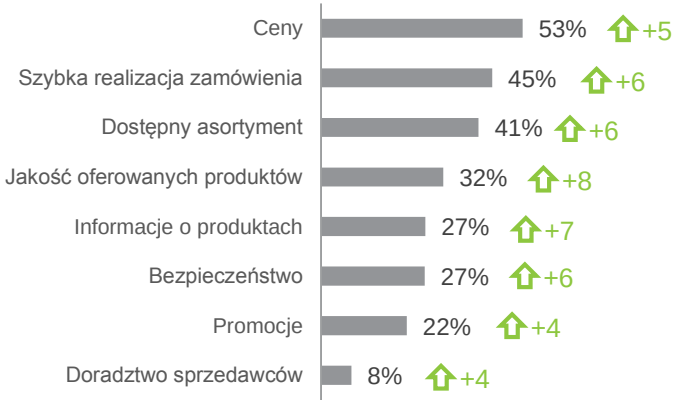
Najbardziej popularnym kanałem sprzedaży w Internecie jest nadal Allegro. 4 na 5 internautów, którzy dokonali zakupu przez Internet, kupiło produkt poprzez ten serwis. Popularność tego kanału jednak drastycznie spadła w lutych względem poprzedniego miesiąca (o 15 p.p).

Co miesiąc Tablica.pl i Empik.com rywalizują o drugie miejsce w popularności sklepów. W lutym oba sklepy zanotowały spadek popularności.

W jakich sklepach konsumenci najczęściej kupują :

allegro	tablica.pl	empik.com
80% (-15)	24% (-6)	15% (-5)

Za co konsumenci najbardziej cenią sklepy internetowe:



N=304

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