



SW RESEARCH  
AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII

IRCENTER.COM

# Wyniki trakingu



E-commerce  
Track

Wrzesień 2014

# E-commerce

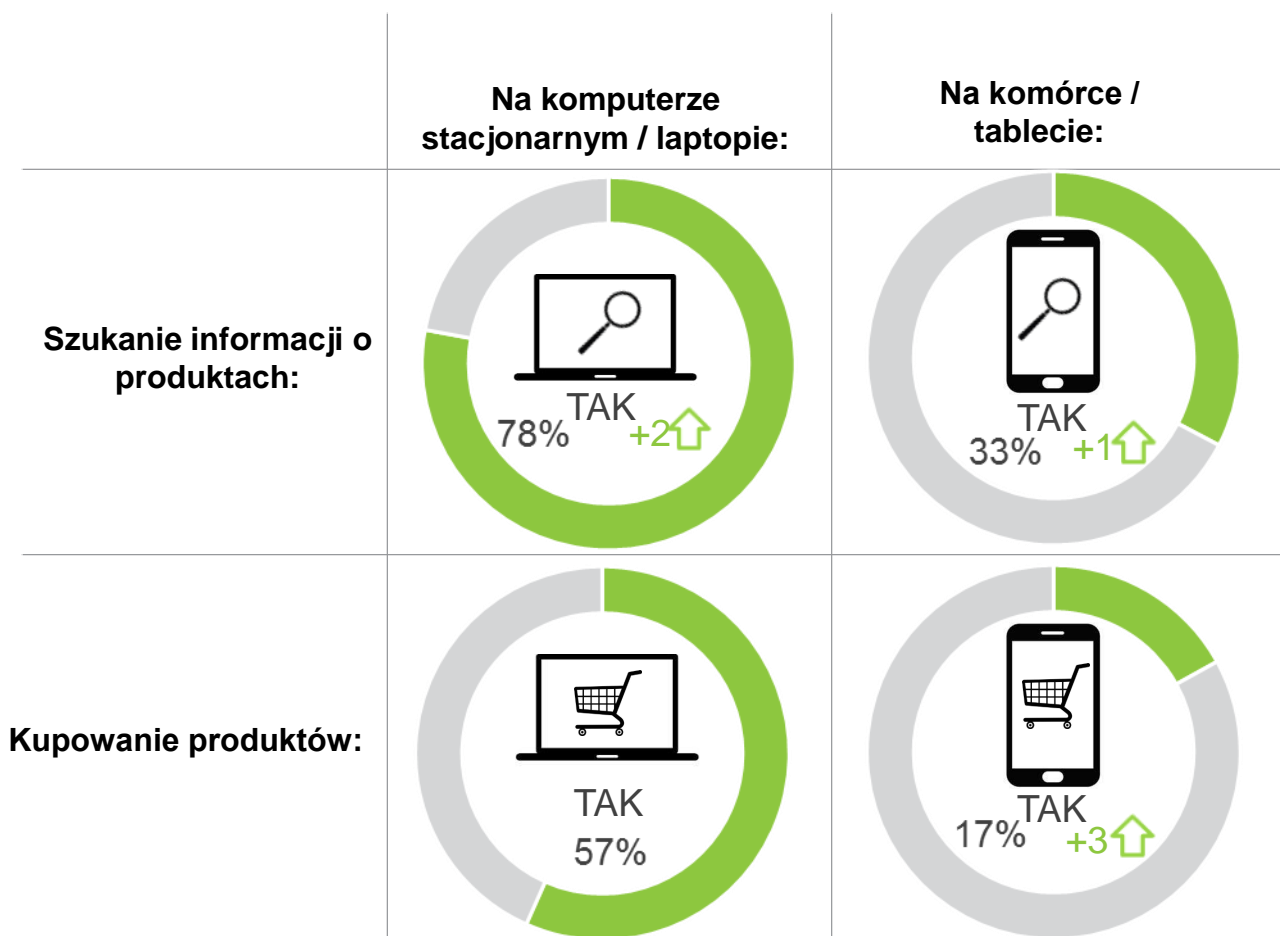
---

Najważniejsze zmiany we wrześniu 2014 względem poprzedniego miesiąca	
Wzrósł odsetek osób korzystających z usług mniejszych kurierów przy zakupach przez urządzenia stacjonarne	24% (+6 p.p.)
Wskaźnik ROPO znacznie wzrósł względem sierpnia	17% (+5 p.p.)
Wzrósł odsetek kupujących przez urządzenia mobilne	17% (+3 p.p.)
Spadł odsetek osób szukających przez Internet informacji o kosmetykach	40% (-4 p.p.)
Spadł odsetek osób szukających przez Internet informacji o produktach kosmetycznych	14% (-5 p.p.)
Spadł odsetek osób kupujących produkty przez Allegro	71% (-9 p.p.)

*E-commerce Track* 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

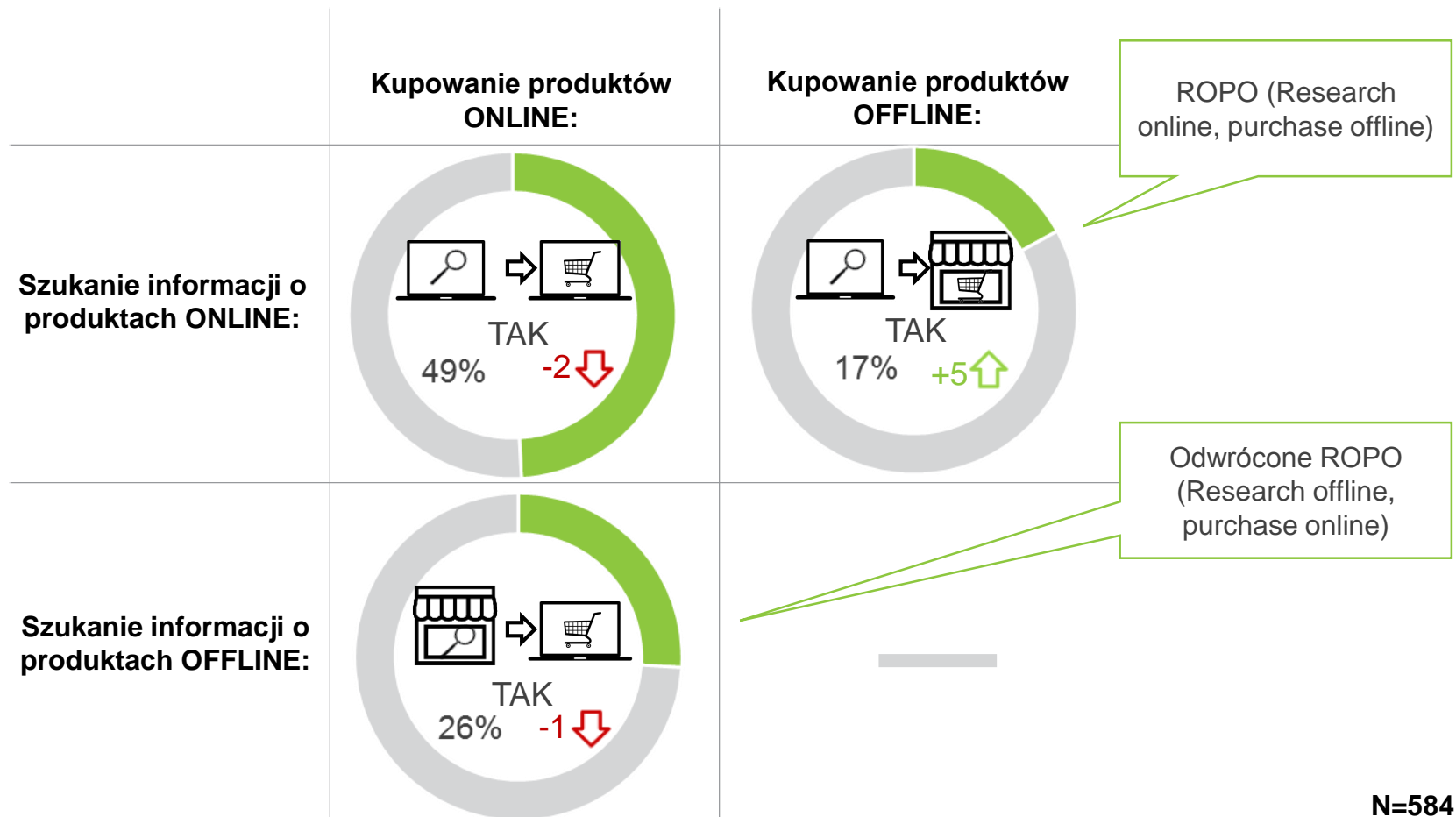
Kupowanie przez urządzenia mobilne w pierwszej połowie roku było raczej stabilne (ok. 12%), jednak już od maja można zauważyć lekkie wzrosty w tym aspekcie. Teraz odsetek osób kupujących przez urządzenia mobilne jest na poziomie 17%.



# ROPO przez komputer lub laptop



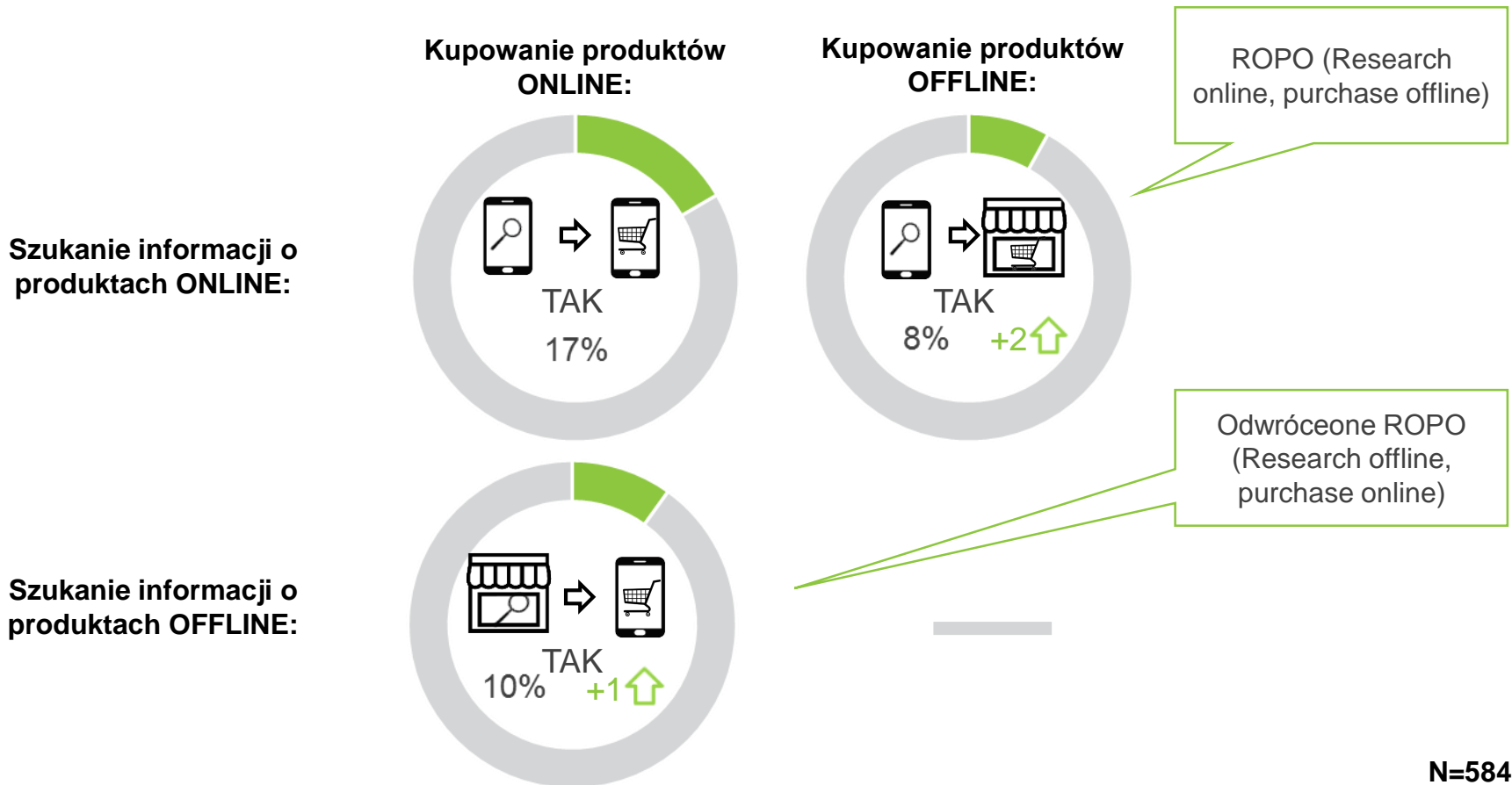
We wrześniu odesetek osób, które szukają informacji o produktach w Internecie, a potem je kupują przez komputer lub laptop, wzrósł względem poprzedniego miesiąca. Taka tendencję zwyżkową można zauważyć już od kwietnia 2014.



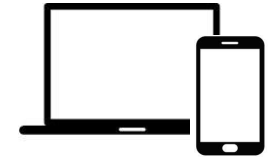
# ROPO przez tablet lub komórkę



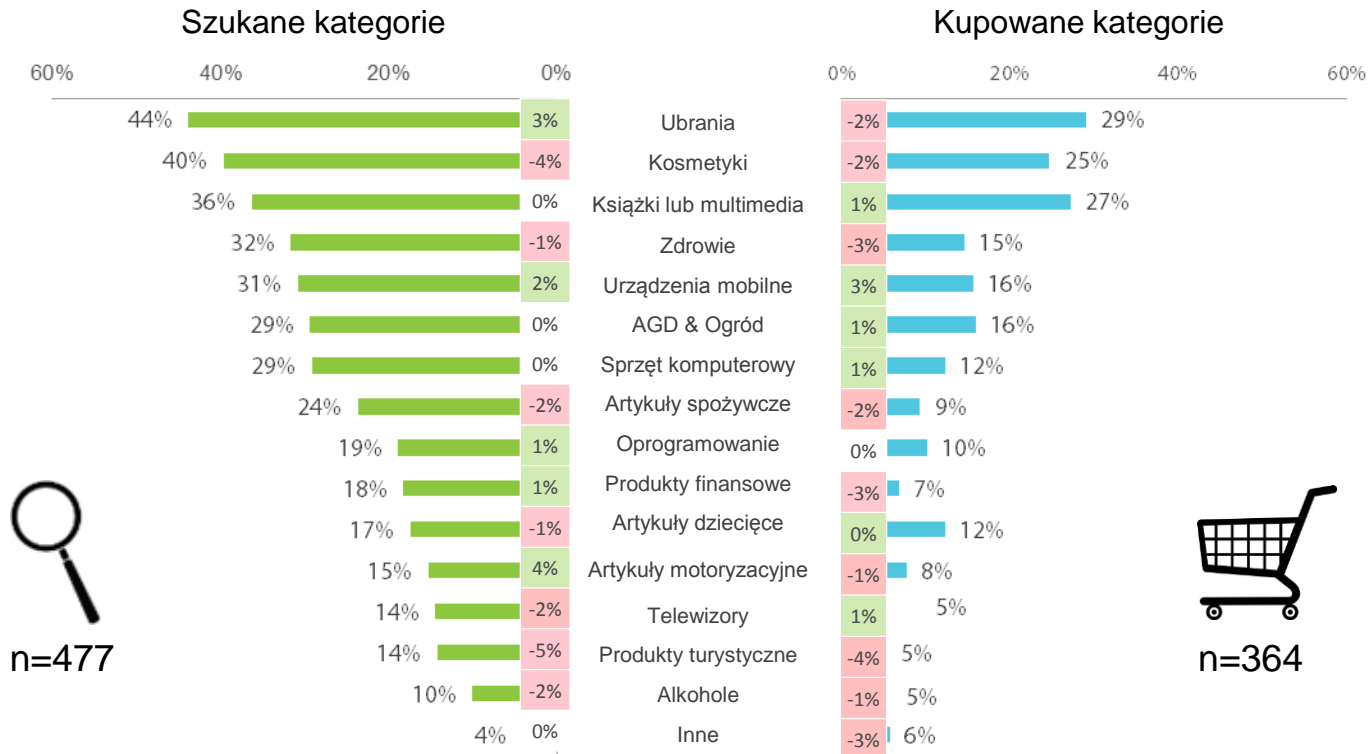
Pomimo że można zauważyć wzrost wskaźnika ROPO poprzez urządzenia mobilne względem poprzedniego miesiąca, wskaźnik ten stabilnie utrzymuje się przez cały rok na podobnym poziomie.



# Najczęściej szukane i kupowane produkty



We wrześniu spadło wyraźnie szukanie informacji o kosmetykach i produktach turystycznych. Do kupowania tych ostatnich również respondenci rzadziej się przyznawali. Nie jest to jednak nic dziwnego, zważywszy na zakończenie sezonu urlopowego.



  
n=477

  
n=364

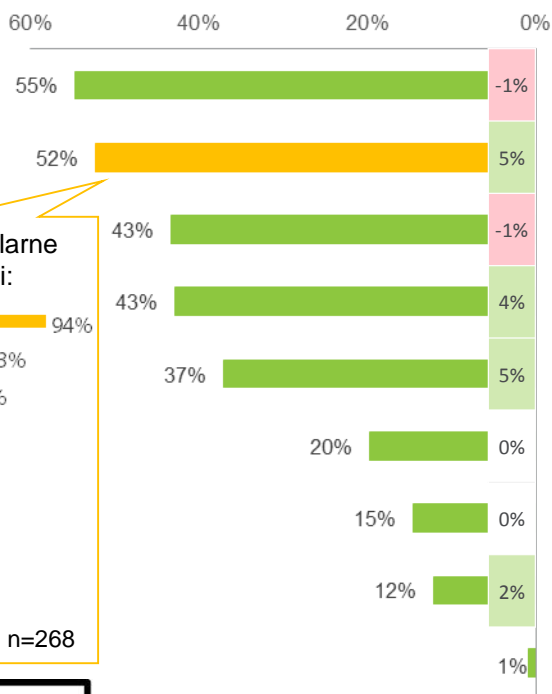
- 1% Spadek względem poprzedniego miesiąca  
1% Wzrost względem poprzedniego miesiąca  
0% Brak różnicy względem poprzedniego miesiąca

# Gdzie szukamy informacji o produktach na różnych urządzeniach?

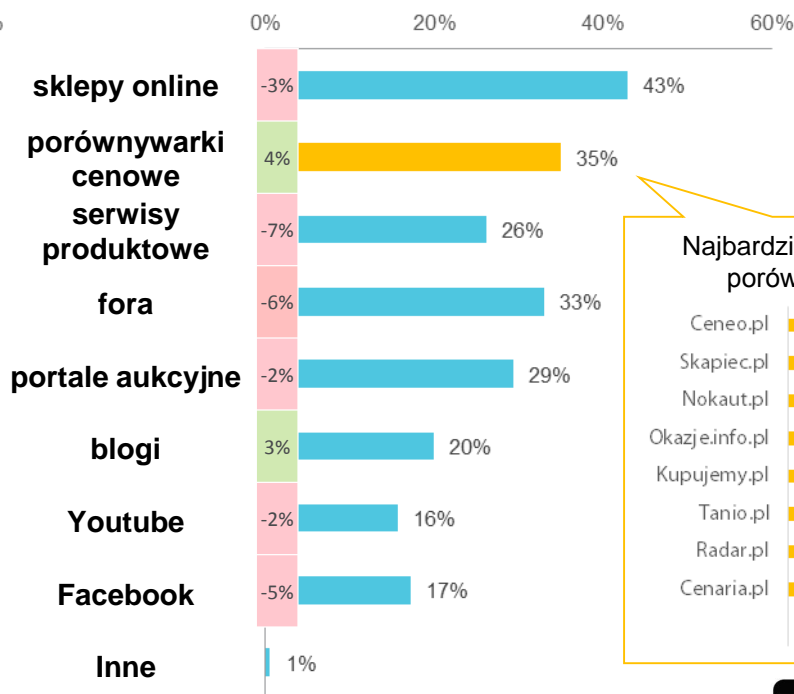


We wrześniu szukanie poprzez komputer lub laptop wzrosło na większości kanałów. W szczególności poprzez porównywarki cenowe, portale aukcyjne oraz fora. Natomiast kanały mobilne szukania informacji o produktach raczej notowały spadki. Najbardziej spadło szukanie poprzez serwisy produktowe oraz fora. Wśród porównywarek internetowych Ceneo.pl cieszy się największą popularnością

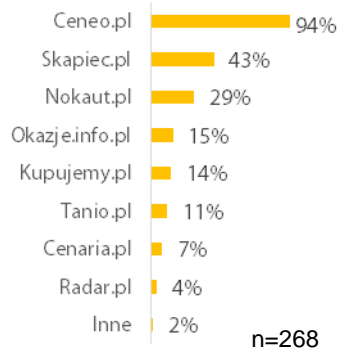
Szukane na komputerach



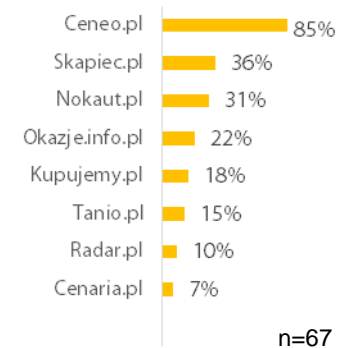
Szukane na urządzeniach mobilnych



Najbardziej popularne porównywarki:



Najbardziej popularne porównywarki:



n=455



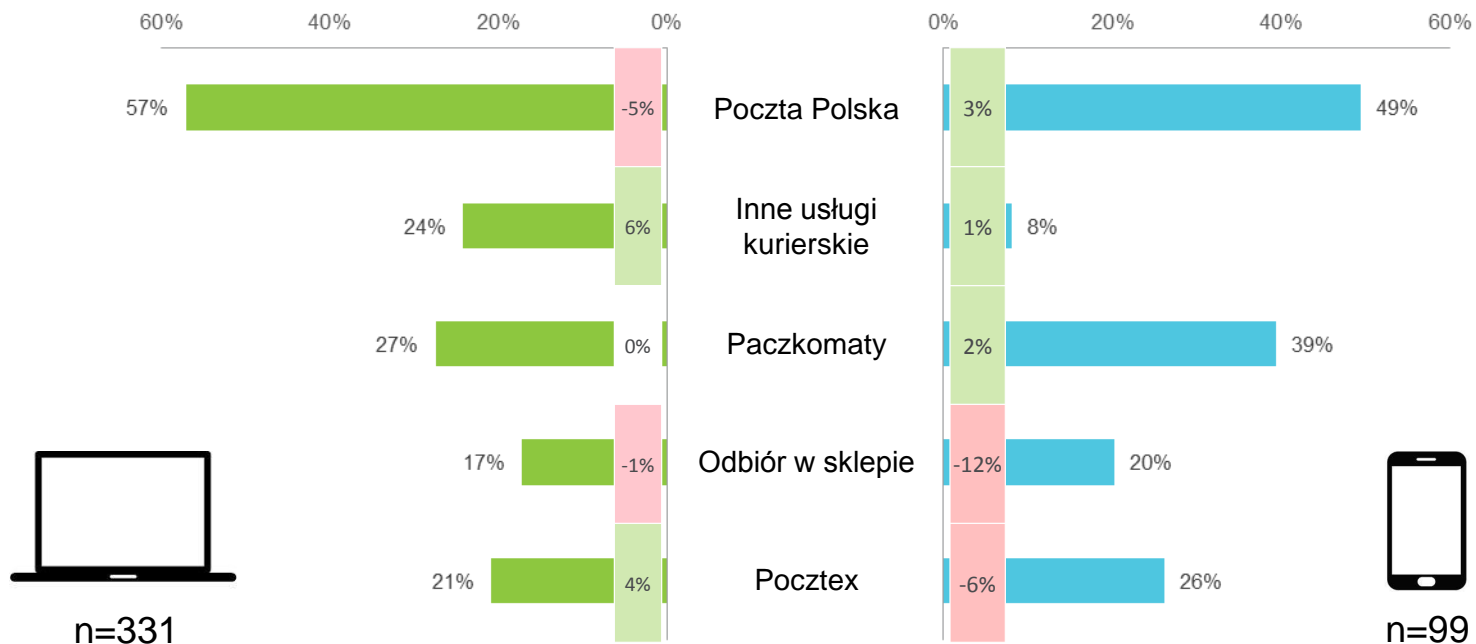
n=191

# Sposób dostarczenia



Poczta Polska w ostatnim miesiącu odnotowała spadek w korzystaniu z niej jako sposób dostarczenia zakupionego przez urządzenia stacjonarne produktu. Wzrost natomiast zanotowały inne usługi kurierskie. Jeśli chodzi o zakupy mobilne, to Internauci dużo rzadziej wybierali we wrześniu odbiór w sklepie.

Wybór opcji dostarczenia produktu:



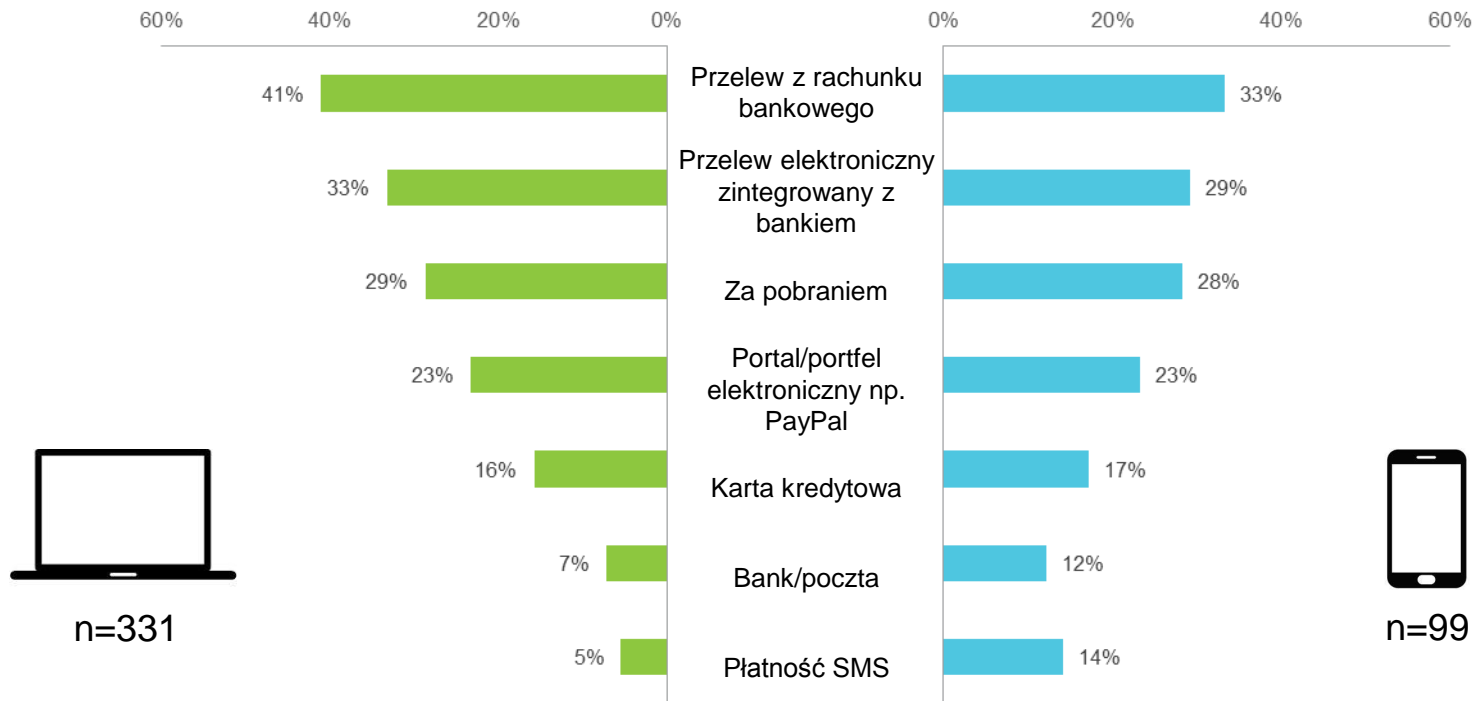


# Sposób płatności



Sposoby płatności za zakupione online produkty nie różnią się znacząco w zależności od urządzenia, za pośrednictwem którego dokonano zakupu (tablet, komputer czy smartfon). Najbardziej popularny jest przelew z rachunku bankowego lub przelew elektroniczny zintegrowany z bankiem.

Wybór opcji płatności za produkt:

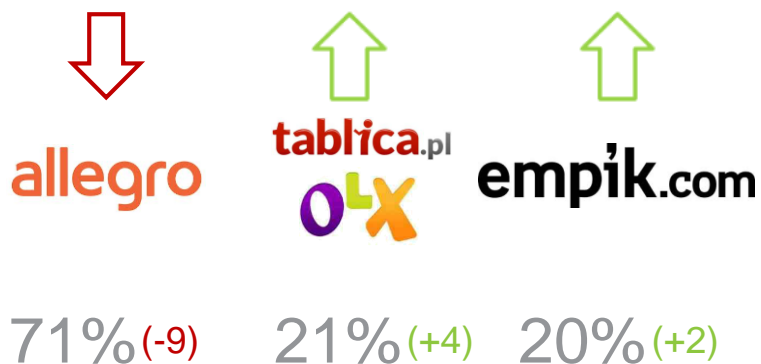


# Najbardziej popularne kanały sprzedaży

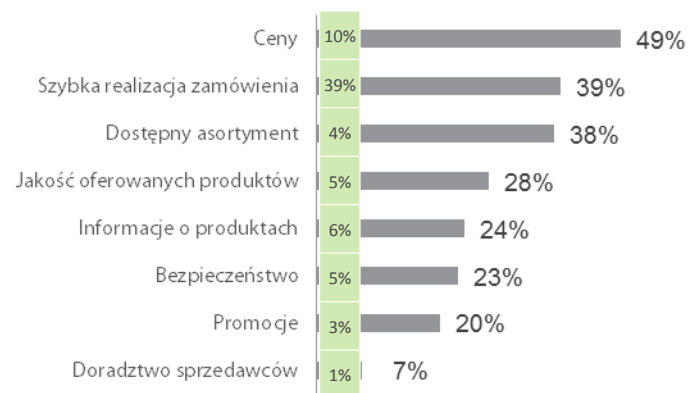


Najbardziej popularnym kanałem sprzedaży w Internecie jest nadal Allegro. Dzięki sporemu wzrostowi popularności sklepu OLX (dawne Tablica.pl) wróciło na drugie miejsce w rankingu popularności.

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](mailto:hupa.albert@ircenter.com)

+48 696 435 672

**Piotr Zimolzak**

[p.zimolzak@swresearch.pl](mailto:p.zimolzak@swresearch.pl)

+48 535 987 335

