



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

Maj 2014

E-commerce



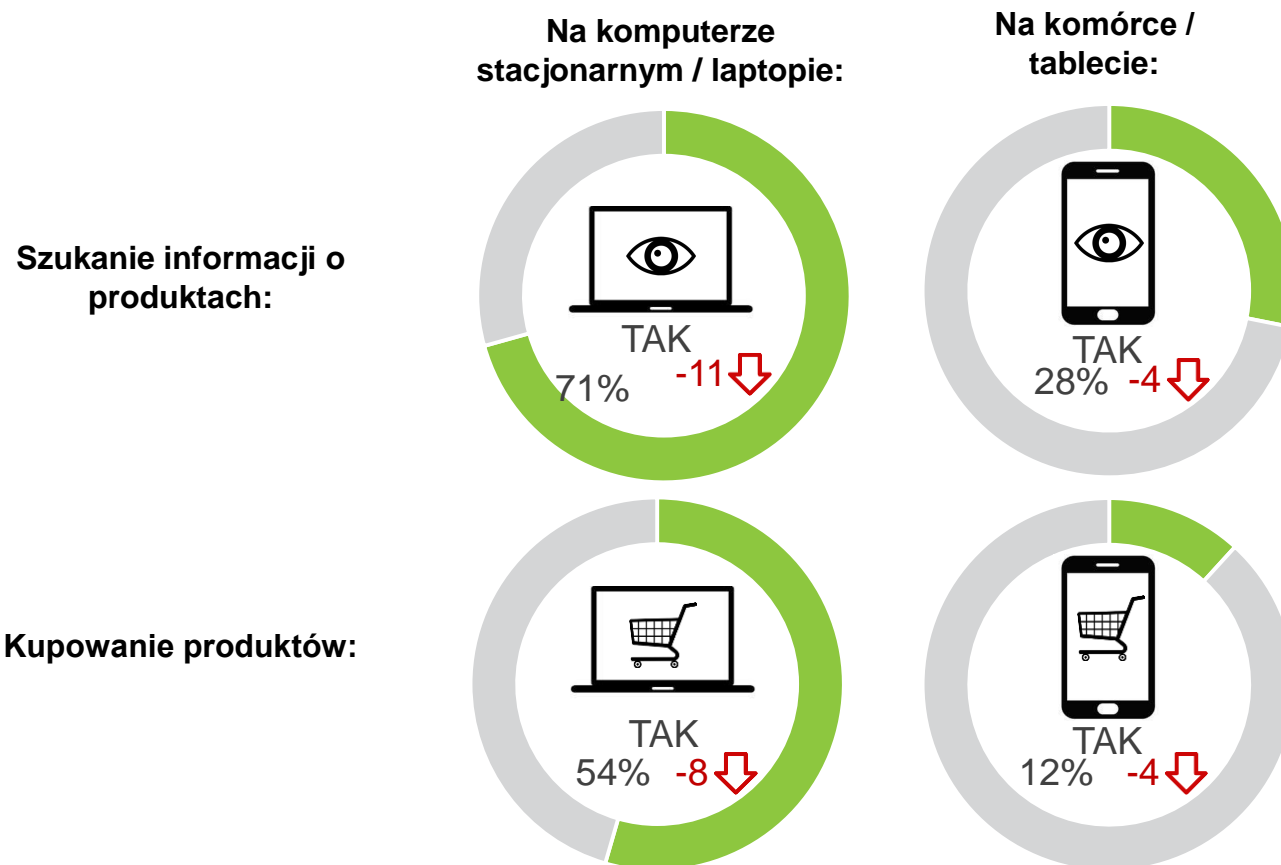
Najważniejsze zmiany w maju 2014	
Wzrósł odsetek wyszukiwań informacji o produktach zdrowotnych	37% (+5 p.p.)
Wzrósł odsetek osób kupujących ubrania online	36% (+4 p.p.)
Spadł odsetek osób szukających informacji o produktach multimedialnych	29% (-7 p.p.)
Spadł odsetek osób kupujących online przez komputery stacjonarne i laptopy	54% (-8 p.p.)
Spadł odsetek osób szukających informacji o produktach na komputerach stacjonarnych i laptopach	80% (-15 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



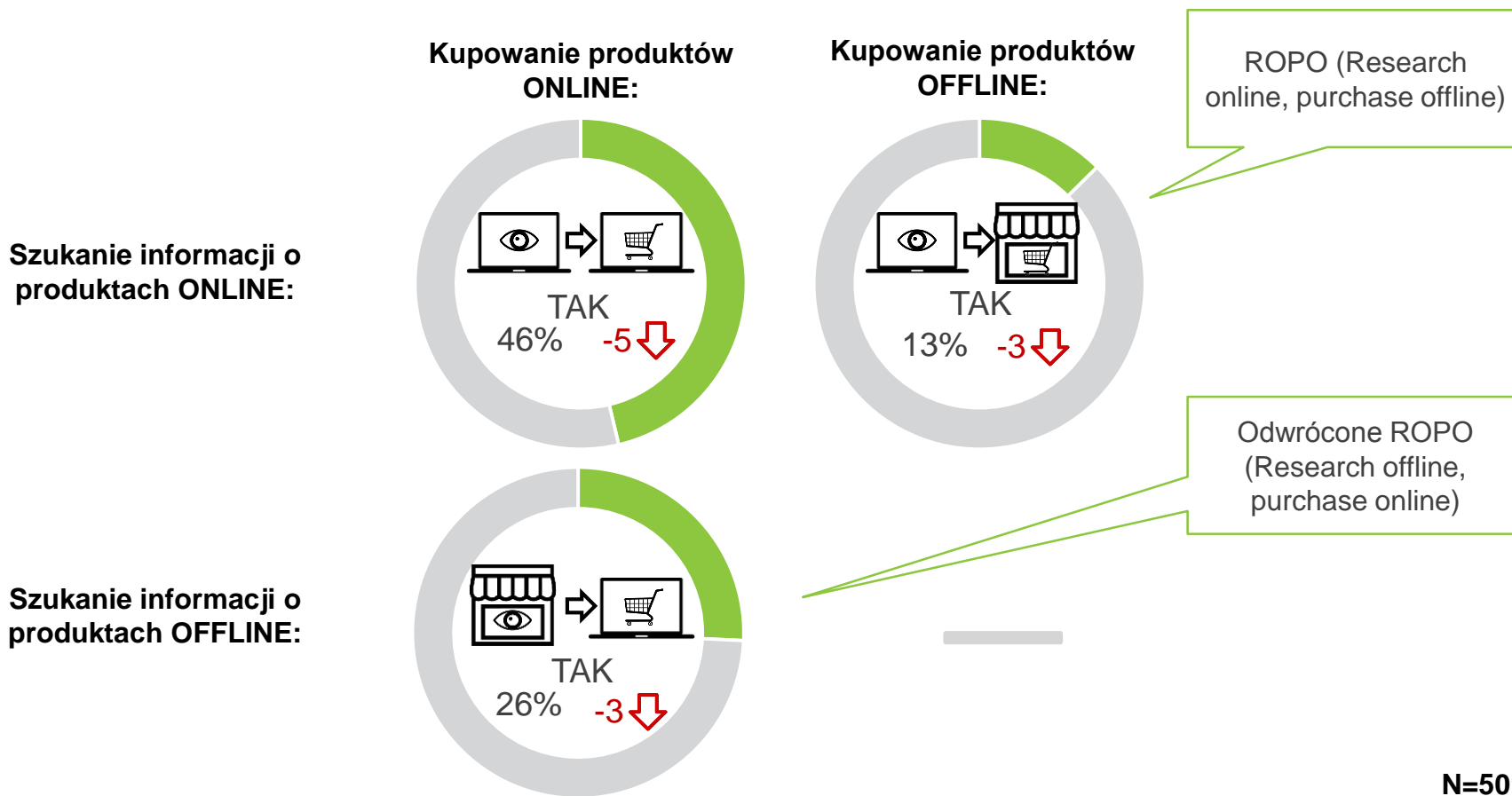
Maj nie był dobrym okresem dla e-commerce – spadł odsetek osób zarówno szukających, jak i kupujących produkty online przy pomocy komputerów stacjonarnych i laptopów. Ten spadek dotyczył także urządzeń mobilnych.



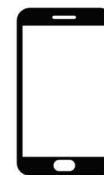
ROPO przez komputer lub laptop



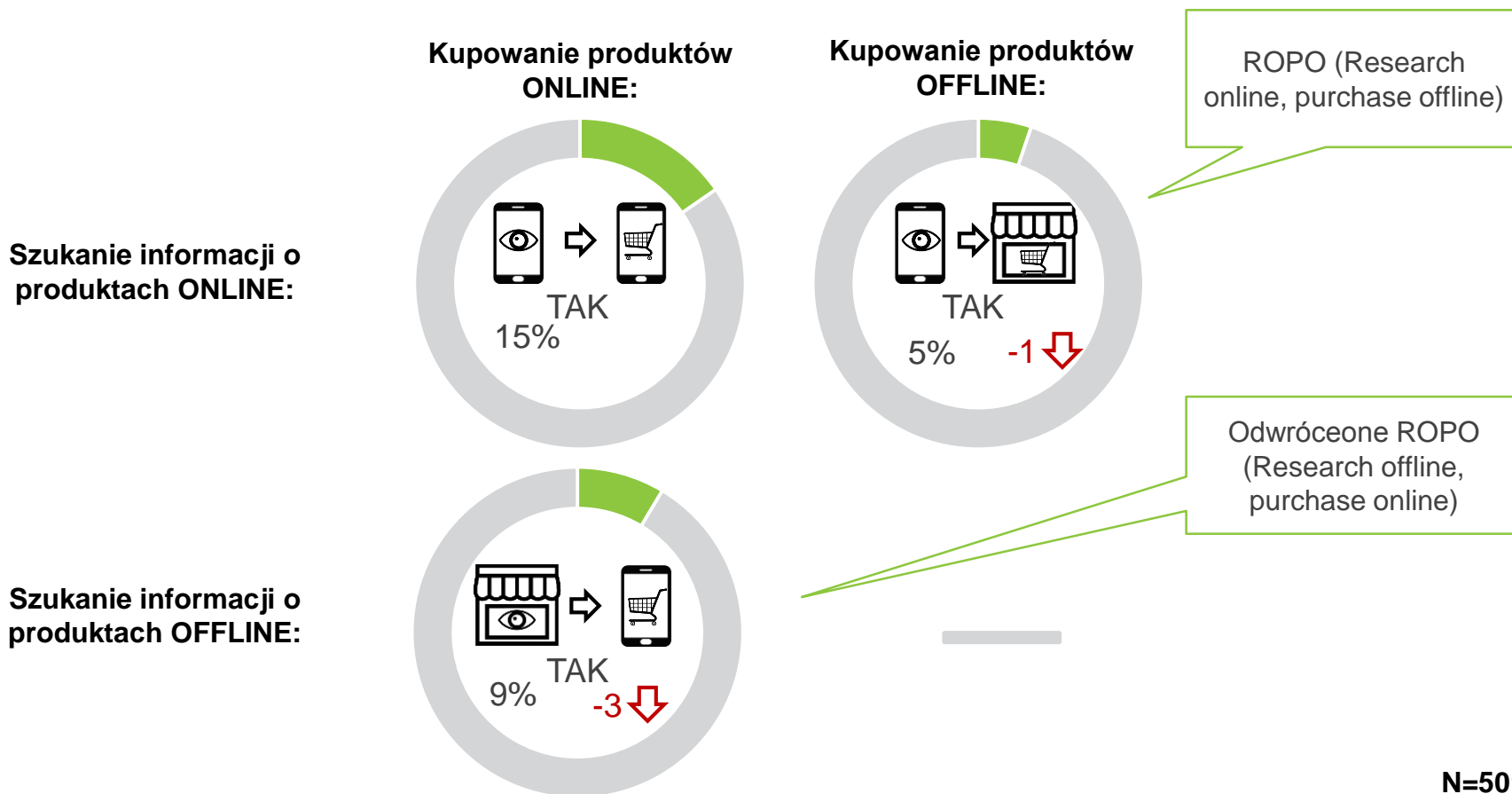
Podobnie jak generalna chęć zakupów online, w maju 2014 spadł także odsetek osób szukających produktów przez komputer i kupujących je w sklepach offline.



ROPO przez tablet lub komórkę



Kupowanie przy pomocy telefonów komórkowych nie jest zbieżne z kupowaniem przez komputer. E-commerce w maju 2014 odnotował największe spadki właśnie w kontekście wykorzystania komputerów PC, podczas kiedy wykorzystanie urządzeń mobile nie odnotowało aż takich spadków.

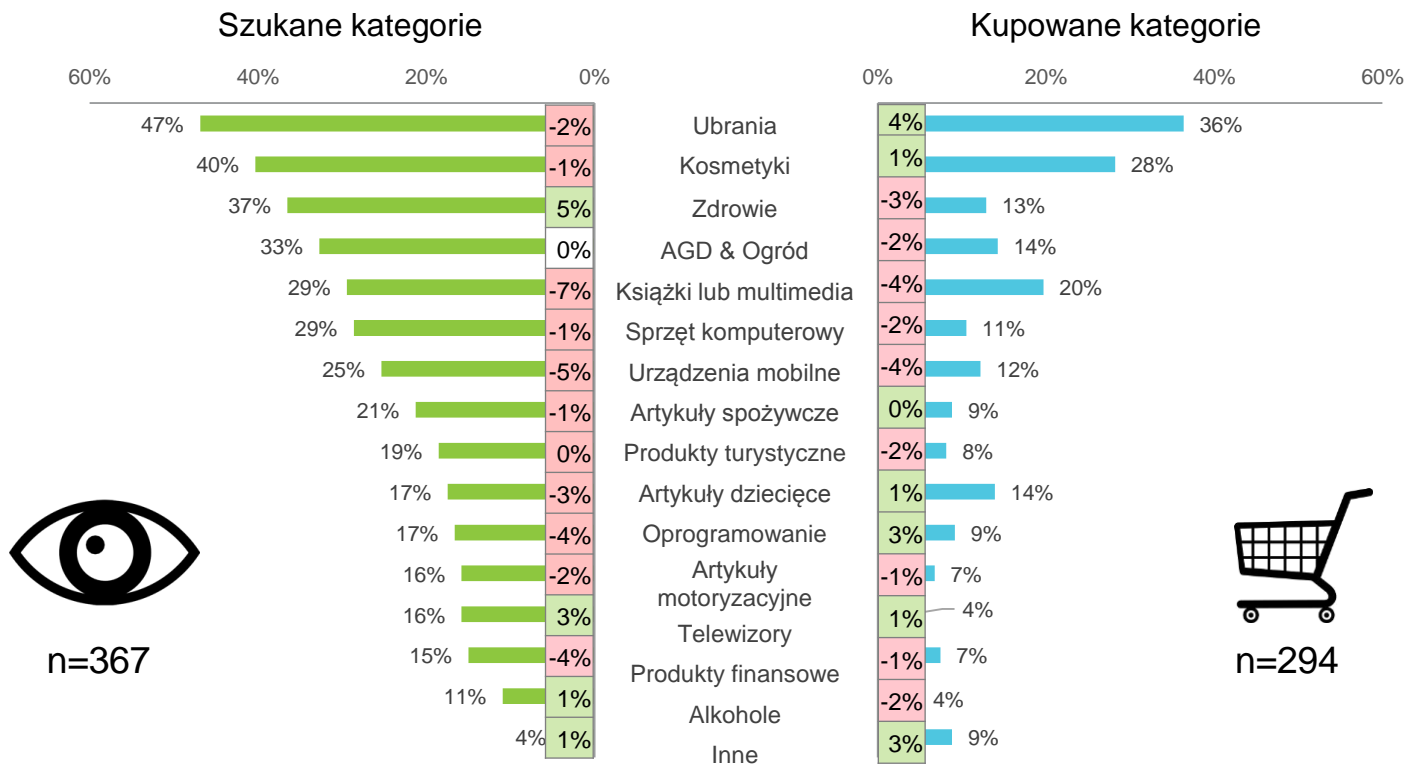


Najczęściej szukane i kupowane produkty



W maju 2014 internauci chętniej kupowali produkty odzieżowe, niż w miesiąc wcześniej. Drobne wzrosty odnotowały też produkty z kategorii *oprogramowanie*.

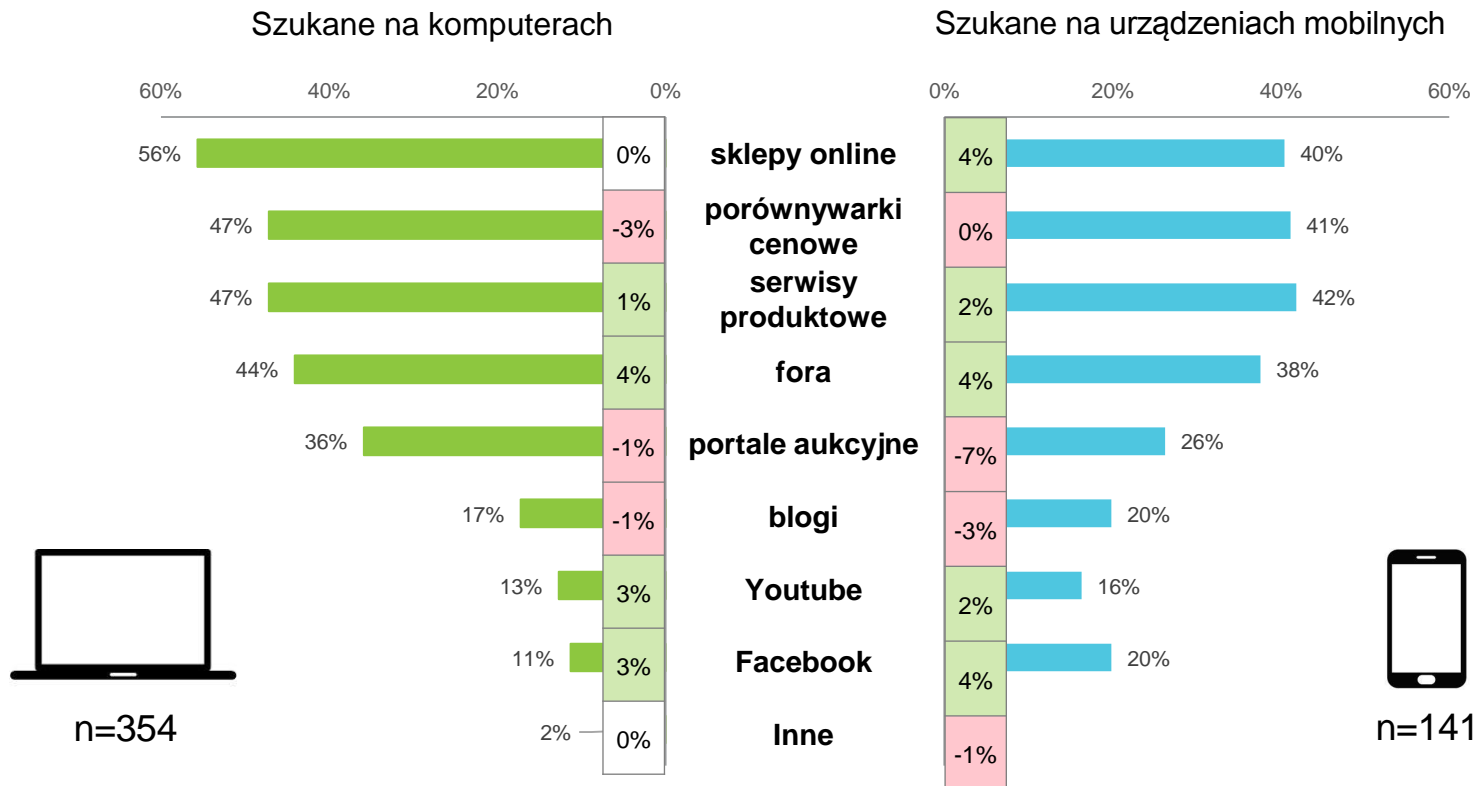
W tym miesiącu internauci nieco częściej również szukali informacji na temat produktów zdrowotnych.



Gdzie szukamy informacji o produktach na różnych urządzeniach?



W maju 2014 internauci nieco chętniej niż miesiąc wcześniej szukali informacji o produktach na forach internetowych. Nadal jednak najważniejszym źródłem informacji były dla nich bezpośrednie strony WWW sklepów.

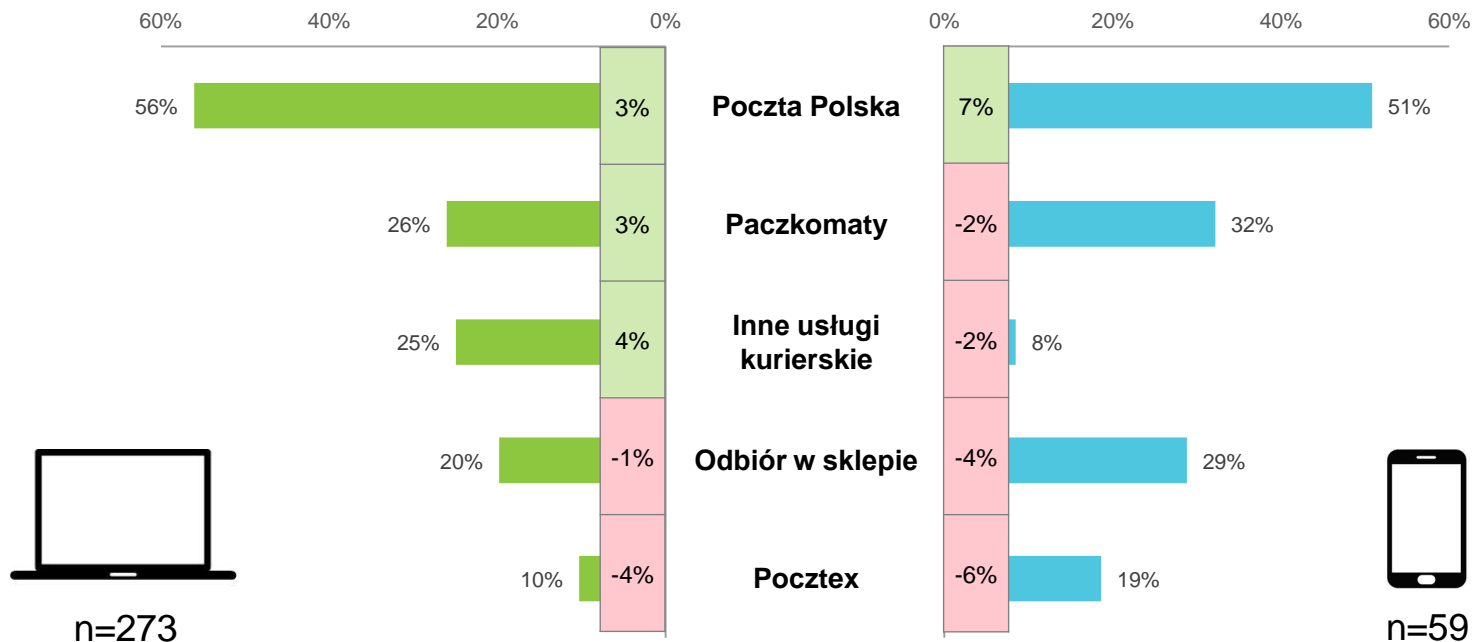


Sposób dostarczenia



Nadal Poczta Polska nie ma godnego przeciwnika w dostarczaniu produktów zakupionych przez Internet. W ostatnim miesiącu odsetek osób które wybrały Pocztdę Polską przy zakupie poprzez komórkę lub tablet wzrósł 3 p.p.

Wybór opcji dostarczenia produktu:



Najbardziej popularne kanały sprzedaży

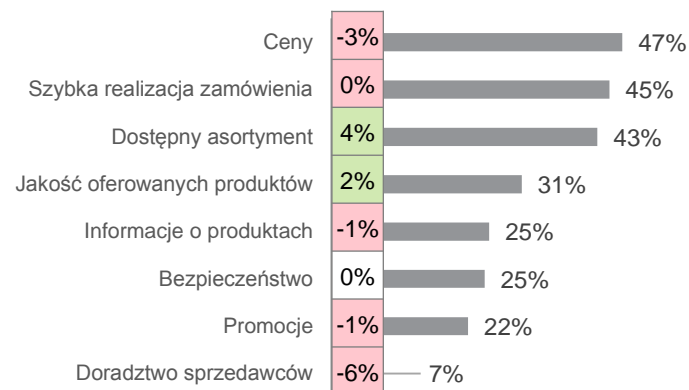


Najbardziej popularnym kanałem sprzedaży w Internecie jest nadal Allegro. 4 na 5 internautów, którzy dokonali zakupu przez Internet, kupiło produkty poprzez ten serwis. Popularność tego sklepu zwiększa się na niekorzyść Tablicy.pl.

W jakich sklepach konsumenci najczęściej kupują :



Za co konsumenci najbardziej cenią sklepy internetowe:





SW RESEARCH

AGENCJA BADAŃ RYNKU I OPINII

IRCENTER.COM

Piotr Zimolzak

p.zimolzak@swresearch.pl

+48 535 987 335

Albert Hupa

hupa.albert@ircenter.com

+48 696 435 672

