

Polacy zakupy online robią częściej niż przed pandemią. Jak wynika z opublikowanego właśnie raportu Gemius, już 73 proc. internautów kupuje w sieci, czyli o 11 pkt proc. więcej niż rok temu, przede wszystkim w polskich e-sklepach. Do takiej formy zakupów zachęcają całodobowa dostępność i wygoda, a najbardziej pożądaną formą dostarczenia paczek jest dostawa kurierem do domu lub pracy.

– Niewątpliwie czas, w którym się znajdujemy, czyli okres pandemii, wpłynął na zmianę naszych zachowań oraz przyspieszył pewne trendy, które już się działy. W tym momencie coraz więcej osób, które nie kupowały online, przekonało się do tej formy zakupów – podkreśla Katarzyna Binert, e-commerce manager w Gemius.

Z badania „E-commerce w Polsce 2020 w oczach internautów” wynika, że już 73 proc. internautów kupuje w sieci. To o 11 pkt proc. więcej niż w 2019 roku. Częściej kupujemy w polskich e-sklepach (71 proc.), choć rośnie liczba osób korzystających ze sklepów zagranicznych (30 proc. internautów). Kupujący online to nieco częściej osoby młodsze – do 34. roku życia, z wyższym wykształceniem oraz te dobrze oceniające sytuację finansową swojego gospodarstwa domowego.

– Najczęściej kupujemy odzież i dodatki oraz obuwie. Na kolejnym miejscu są perfumy i kosmetyki, a dalej – książki, multimedia i filmy. Na odzież, obuwie i dodatki wydajemy średnio 190 zł, na perfumy i kosmetyki około 130 zł miesięcznie, a na książki około 76 zł miesięcznie – wylicza Katarzyna Binert.

Do zakupów online zachęcają całodobowa dostępność (82 proc. wskazań), wygoda oraz ceny atrakcyjniejsze niż w tradycyjnych sklepach. Motywująca do częstszych zakupów jest też sprawna dostawa. Istotna dla internautów jest także forma doręczenia przesyłki. Dla 53 proc. badanych jedną z głównych motywacji do robienia zakupów w sieci jest wiele dostępnych możliwości dostawy lub odbioru zamawianych produktów.

– Jak pokazuje najnowsze badanie, dostawa kurierem bezpośrednio pod wskazany adres jest niezmiennie tą formą doręczenia, która w największym stopniu zachęca i motywuje klientów do zakupów w konkretnym sklepie internetowym – wskazuje Anna Kania-Okieńczyc, dyrektor ds. marketingu w DHL Parcel Polska.

Dostawa kurierem bezpośrednio do domu czy pracy zachęca do zakupów online 74 proc. internautów. To o 3 pkt proc. więcej niż w poprzedniej edycji badania. Popularność usług kurierskich wzrosła szczególnie w okresie pandemii, kiedy klienci wybierali dostawę kurierem jako najbezpieczniejszą formę dostarczenia przesyłki, która zwalniała ich z obowiązku wychodzenia z domu.

Z badania DHL „Preferencje konsumentów w zakresie sposobu dostawy” wynika, że dostawa do drzwi jest ulubioną formą dostawy polskich kupujących. Gdyby wszystkie jej formy były w tej samej cenie, blisko połowa wybrałaby właśnie ją. Ponad 80 proc. osób, które korzystają z usług dostawy bezpośrednio do domu lub pracy, często chciałoby, aby zakupy zostały wniesione do domu przez kuriera. Podobnie wyglądają preferencje klientów podczas zwrotu towarów kupionych w sieci. Ponad połowa (52 proc.) z nich przyznała, że możliwość darmowego odesłania produktów kurierem zachęca ich do zakupów w danym sklepie.

Dostawa kurierem pod drzwi jest preferowana szczególnie przez klientów 45+ (ponad połowa osób w tej grupie wiekowej wskazała taką opcję). Wśród młodszych grup odsetek wskazań waha się od 45 do 50 proc. Internauci coraz chętniej wskazują również na możliwości odbioru z punktów.

Zakupy w sieci biją rekordy popularności

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: czwartek, 09, lipiec 2020 20:48

Alicja Cisowska

Odsłony: 817

Źródło: Newseria