

Polacy przyzwyczaili się już do zakupów online. Udział internetowych konsumentów stale rośnie, jednak ich popularność zależy jeszcze od kategorii produktów. Pandemia i lockdown przyspieszyła ten trend. Komputery i akcesoria komputerowe są domeną sieci, ponieważ ponad dwie trzecie ankietowanych kupuje te produkty właśnie w internecie – tak wynika z badania Wonga Polska. Najczęściej ze względu na wygodę, korzystniejszą ofertę i możliwość przeczytania opinii innych użytkowników.

Wonga Polska od blisko roku analizuje zachowania zakupowe Polaków w sieci w ramach badania „Cyfrowe Zwyczaje Polaków”. Sprawdza m.in. jakie kategorie produktów konsumenci najczęściej kupują online i dlaczego wybierają właśnie ten kanał.

Większość badanych w sieci zamawia komputery i akcesoria komputerowe, jednak ścieżka zakupowa nie zawsze jest taka sama. Część klientów kupuje sprzęt w jednym miejscu, inni wolą sprawdzić dany produkt zarówno online, jak i stacjonarnie, zanim ostatecznie wydadzą pieniądze.

Najpopularniejszą ścieżką, którą wybiera blisko co trzeci ankietowany, są zakupy wyłącznie online. Klient szuka informacji w sieci, tam znajduje najlepszą ofertę i kupuje – wynika z badania Wonga przeprowadzonego przez Kantar Millward Brown. 19 proc. najpierw poszukuje informacji o produkcie w internecie, a po wybraniu konkretnego sprzętu udaje się do sklepu stacjonarnego i tam kupuje.

Co szósty ankietowany w pierwszej kolejności szuka ciekawej oferty w sieci, gdy ją znajdzie idzie do sklepu stacjonarnego, żeby zobaczyć sprzęt „na żywo”, po czym ostatecznie zamawia online. Podobna liczba ankietowanych zaczyna z kolei od znalezienia i obejrzenia interesującego produktu w punkcie handlowym, który następnie zamawia w sieci – po znalezieniu najkorzystniejszej oferty. Co dziesiąty badany najpierw radzi się znajomych, a później kupuje rekomendowany przez nich produkt w sieci lub stacjonarnie. W punkcie handlowym szuka informacji i ostatecznie kupuje tylko 6 proc.

- Coraz chętniej kupujemy w sieci. W przypadku sprzętu komputerowego, niezależnie od ścieżki, aż 65 proc. z nas ostatecznie zamawia go w internecie. Stacjonarnie robi to 30 proc. Warto jednak podkreślić, że aż 19 proc. osób szuka wcześniej informacji o produktach w sieci, a 5 proc. radzi się znajomych. Oznacza to, że łącznie aż 84 proc. badanych korzysta z internetu w trakcie zakupu komputera lub akcesoriów komputerowych - zauważa Aneta Gergont-Gałązka, dyrektor departamentu marketingu w Wonga.

Zakupy w internecie mają wiele zalet, w zależności od kategorii produktów. W przypadku sprzętu komputerowego jest to przede wszystkim wygoda, na którą wskazało blisko 80 proc. ankietowanych. Drugą najpopularniejszą zaletą internetu jest korzystniejsza oferta (65 proc.) – wynika z badania Wonga. Zdaniem 64 proc. ankietowanych mocną stroną zakupów online jest możliwość przeczytania opinii innych użytkowników.

Ponad połowa badanych uważa również, że oferta komputerów i akcesoriów komputerowych w sieci jest bardziej przejrzysta i czytelniejsza oraz daje możliwość szybkiego zwrotu lub reklamacji.

- Wygoda i oszczędność czasu, korzystniejsza i lepiej opisana oferta oraz możliwość przeczytania opinii innych to aspekty, które bardzo często dominują w cyklu naszego badania. Zwłaszcza ta pierwsza zaleta jest coraz bardziej doceniana. Jeszcze w czerwcu, na wygodę i oszczędność czasu wskazało 64 proc. badanych, w sierpniu było to już 70 proc. a teraz aż 79 proc. Związane jest to prawdopodobnie z rosnącą popularnością zakupów online i zdobywanych doświadczeń. Coraz częściej korzystamy z tego kanału i

„Cyfrowe Zwyczaje Polaków” – sprzęt komputerowy najchętniej kupujemy w sieci

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 13, październik 2020 10:53

Alicja Cisowska

Odsłony: 948

wyraźnie dostrzegamy, jaka jest to oszczędność. Gdy nie musimy przemieszczać się po zakorkowanych ulicach i przeczesywać sklepowych półek, ponieważ potrzebne rzeczy możemy kupić siedząc wygodnie w fotelu – podsumowuje Aneta Gergont-Gałązka z Wonga.

Źródło: ip