

Dynamiczny rozwój branży e-commerce od lat przynosi duże zyski nie tylko gigantom, ale i lokalnym markom. Korzyści te są dodatkowo zwiększane dzięki atrakcyjnym wyprzedażom, organizowanym często przy okazji świąt okolicznościowych, które Polacy coraz chętniej celebrują. Według prognoz sieci partnerskiej Admitad podczas tegorocznego Dnia Matki użytkownicy Internetu po raz kolejny skuszą się na okazyjne zakupy.

Przeanalizowanych zostało ponad 800 tys. zamówień złożonych w trakcie tygodnia poprzedzającego 26 maja oraz w sam Dzień Matki w poprzednich dwóch latach. Z badania wynika, że pomimo inflacji tegoroczne święto przyniesie branży jeszcze większe zyski, a niektóre mamy otrzymają... nietypowe prezenty.

Święto dla biznesu w cieniu inflacji

Zachowania konsumenckie Polaków w tym roku kształtuje jednak wysoka inflacja. Ceny znajdują się na wyższym poziomie niż możliwości konsumenckie, co nawet na rosnącym rynku e-commerce zwiększa się selektywność w robieniu zakupów. Analiza Admitad potwierdza ostrożne nastroje konsumentów, wykazując jedynie minimalny wzrost średniej wartości koszyka (AOV) – z 89 zł do 90 zł. Oznacza to, że nawet ewentualne zwiększenie liczby transakcji jest korygowane mniejszą liczbą droższych towarów w koszyku.

Mimo wzrostu cen, z okazji 26 maja polscy konsumenci chętniej sięgają po niektóre kategorie produktów z myślą o atrakcyjnych prezentach. Najistotniejsza różnica pomiędzy tygodniem poprzedzającym Dzień Matki a „zwykłym” okresem dotyczy następujących kategorii:

Nowe trendy zakupowe

Na podstawie najnowszych trendów sprzedażowych z kwietnia br., podczas tegorocznego Dnia Matki można spodziewać się również gwałtownego wzrostu w innych kategoriach. Na przykład, znaczący wzrost na poziomie +55% (rok do roku) odnotowała kategoria dostaw artykułów spożywczych. Prawdopodobnie więc wielu kupujących z okazji Dnia Matki zdecyduje się na smaczną niespodziankę dla swoich najbliższych.

Z danych wynika również, że ogromny skok nastąpił jeśli chodzi o wyroby rękodzielnicze. Ich popularność zwiększyła się ponad dwukrotnie w porównaniu do roku ubiegłego. Na uwagę zasługuje również kategoria artykułów sportowych, których sprzedaż wzrosła aż o 81% (rok do roku). Wszystkie te grupy produktów mają potencjał, by przebić się do czołówki tegorocznej sprzedaży z okazji Dnia Matki. Jeśli więc niektóre marki nie uwzględniły ich jeszcze w swoich ofertach specjalnych, teraz jest na to dobry czas.

Jak Polacy wybierają prezenty?

Polacy coraz chętniej korzystają z okolicznościowych ofert, jednak wydają swoje pieniądze bardzo rozsądnie. Świadczy o tym fakt, że ponad połowa wszystkich badanych przez Admitad zakupów online z ubiegłego roku została dokonana za pomocą usług cashback.

Sam wybór prezentów również jest nieprzypadkowy. Użytkownicy studiują artykuły w mediach internetowych, przeglądają propozycje upominków na stronach internetowych i forach oraz słuchają

Rękodzieło, artykuły spożywcze i sportowe... Takimi prezentami Polacy zaskoczą swoje mamy

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: czwartek, 25, maj 2023 13:03

Alicja Cisowska

Odsłony: 716

rekomendacji influencerów. W rezultacie, w ubiegłym roku platformy contentowe odpowiadały za ponad 30% całej sprzedaży online z okazji Dnia Matki. Marketing afiliacyjny zapewnia więc markom coraz więcej klientów. Dzięki temu w 2023 r. liczba polskich firm, wykorzystujących afiliację wzrosła o 20%, a zarobki partnerów - aż o 70%. Z całą pewnością nie przegapią oni okazji, aby przyciągnąć jeszcze więcej klientów przy okazji zbliżającego się święta wszystkich mam.

Źródło: IP