

e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką

Raport z badań Shoper

Edycja II



Raport z badania przeprowadzonego przez Shoper

„e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką”

Edycja II

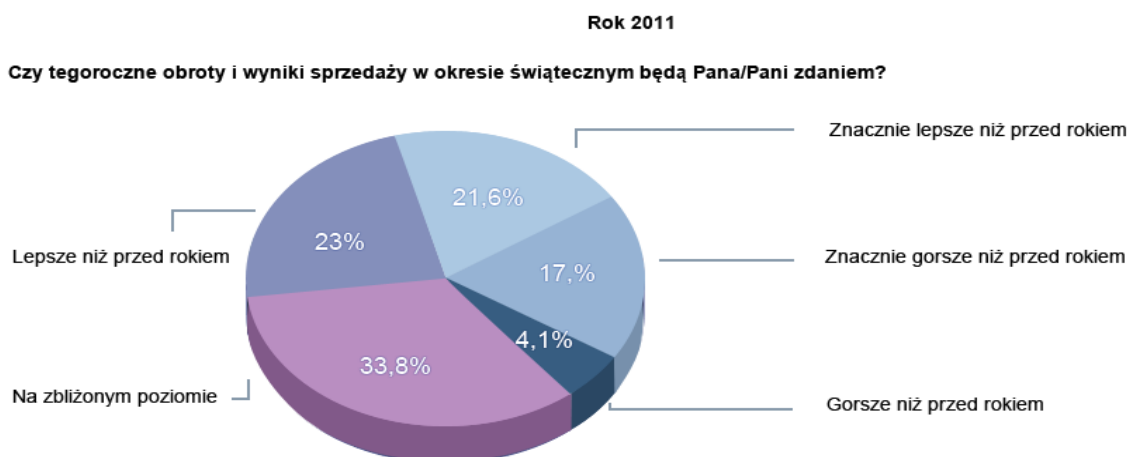
Shoper - lider wśród dostawców oprogramowania sklepów internetowych, zrealizował badanie mające na celu poznanie opinii i nastrojów właścicieli e-sklepów w zbliżającym się okresie przedświątecznym. Badanie, koncentrowało się także na analizie planów w zakresie rozwoju swojej oferty przez sklepy internetowe, wykorzystania narzędzi promocyjnych oraz barier hamujących dalszy rozwój sprzedaży w sieci. W ten sposób udało się zidentyfikować główne trendy w dziedzinie sprzedaży i działań marketingowych w nadchodzącym sezonie świątecznym.

Główne wnioski z badań:

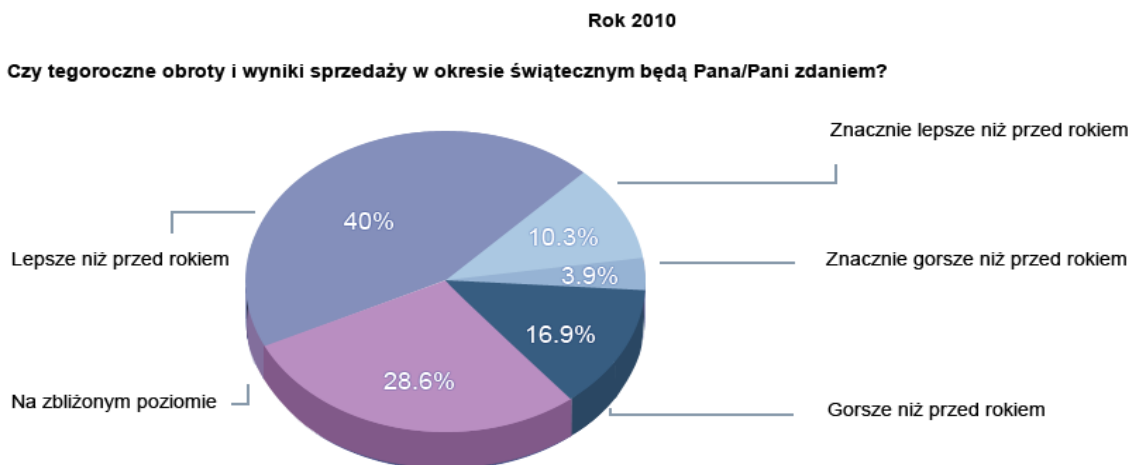
- 44,6% właścicieli sklepów internetowych w tym roku spodziewa się lepszych lub zdecydowanie lepszych wyników sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu w poprzednich latach.
- W tym roku znacznie silniej niż w roku ubiegłym, zaakcentowana jest grupa osób, które spodziewają się kilkukrotnego wzrostu sprzedaży (6,7% ankietowanych) oraz wzrostu sprzedaży o ponad 100% (11,7% głosów). Jednak najwięcej osób spodziewa się przyrostu dochodów w granicy 1-9% (31,7% ankietowanych).
- Podobnie jak przed rokiem, według właścicieli sklepów internetowych rozwiązaniem, które najsilniej przyciąga klientów jest : atrakcyjna cena (57% głosów) i bogata oferta (52%).
- Ponad 52% właścicieli sklepów, zainwestuje w reklamę on-line, aby zainteresować klientów swoją ofertą w okresie przedświątecznym. Dużą popularnością cieszy się także pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych (43% głosów) oraz akcje w mediach społecznościowych (40% głosów).
- 64,5% ankietowanych przygotowuje w tym okresie specjalne oferty dla swoich klientów, 41% spośród nich zapowiada, że przed świętami przygotowało niższe ceny i promocje, a 33% ankietowanych zaoferuje rabaty na zakupy kilku produktów.

Szczęśliwa gwiazdka dla e-commerce

23% osób prowadzących sprzedaż przez Internet, spodziewa się w tym roku lepszych obrotów i wyników sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim. W zeszłym roku wynik ten dotyczył 40% ankietyowanych. Jednak wzrosła z 10,3% do 21,6% liczba osób, które przewidują, że w tym roku ich wynik sprzedaży poprawi się i to znacznie. W porównaniu do roku poprzedniego wzrosła także z 28,6% do 33,8% liczba osób, które przewidują utrzymanie się wzrostu sprzedaży na podobnym poziomie.



źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja



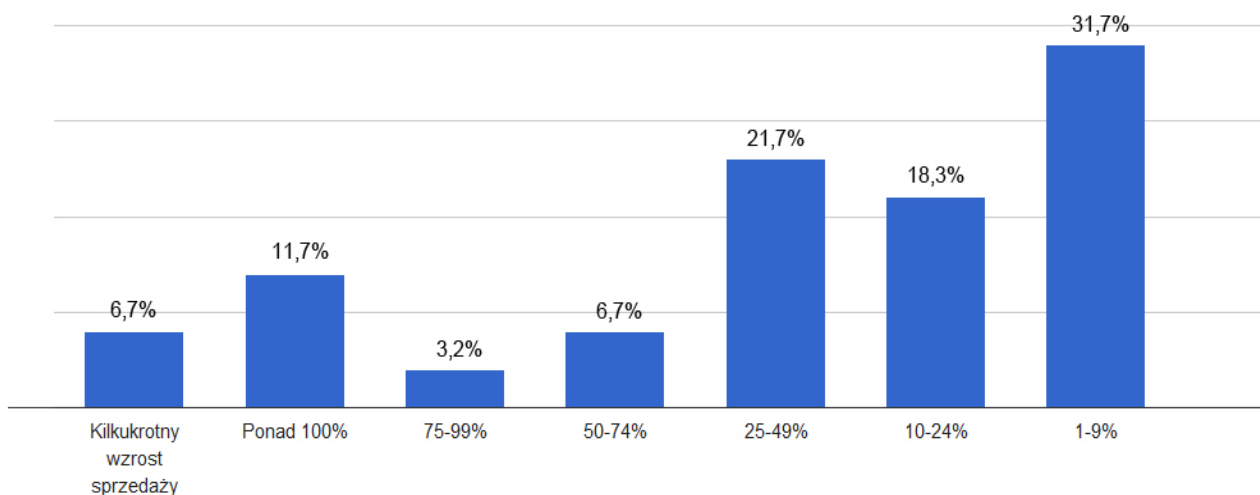
źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja



Procent właścicieli sklepów internetowych, którzy mają negatywne prognozy, utrzymał się w obu ankietach na podobnym poziomie (20,8% głosów dla odpowiedzi „gorsze” i „znacznie gorsze” w 2010 roku i 21,1 % głosów dla tych odpowiedzi w tym roku). (Nie wszyscy ankietyowani udzielili odpowiedzi na to pytanie, dlatego suma odpowiedzi nie równa się 100%).

W tegorocznym badaniu silnie zaakcentowana jest grupa osób, która spodziewa się kilkukrotnego wzrostu sprzedaży (6,7% ankietowanych, a w 2010 roku było to tylko 3,1%) oraz wzrostu sprzedaży o ponad 100% (11,7% głosów, a w roku 2010 było to także tylko 3,1% głosów). Najpopularniejszą odpowiedzią był jednak wzrost o 1-9% (31,7% ankietowanych), natomiast w zeszłym roku najwięcej ankietowanych miało nadzieję na wzrost o 25-49% (32,8% respondentów).

O ile wyższe będą Pana/Pani zdaniem tegoroczne obroty i wyniki sprzedaży w okresie świątecznym, w porównaniu do roku ubiegłego?



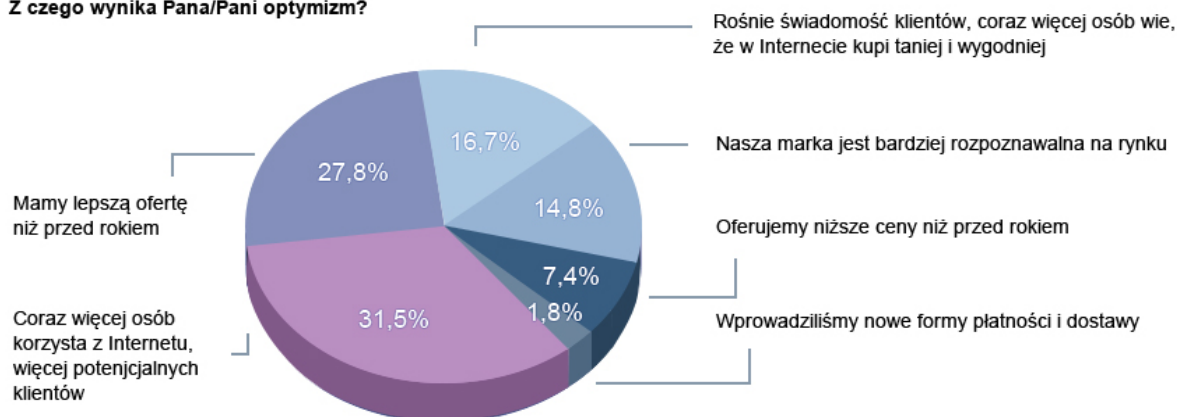
źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja



Shoper pytał także ankietowanych jak wyglądał ich wzrost sprzedaży w okresie świątecznym porównując go z wcześniejszymi miesiącami (konkretnie: wrzesień, październik, listopad). Wzrost o 20-49% zaznaczyło 32,9% ankietowanych, natomiast 28,9% właścicieli e-sklepów stwierdziło, że ich sprzedaż w okresie świątecznym nie wzrosła.

Te dysproporcje wynikają zapewne z odmiennego kształtowania się popytu w okresie przedświątecznym na różne kategorie produktowe. Przed świętami jest większe zainteresowanie artykułami o charakterze upominkowym: książkami i multimediami, zabawkami czy kosmetykami. Stąd, sklepy oferujące inny asortyment, mogą nie odczuć tego pozytywnego trendu – komentuje Rafał Krawczyk z Shoper.

Z czego wynika Pana/Pani optymizm?



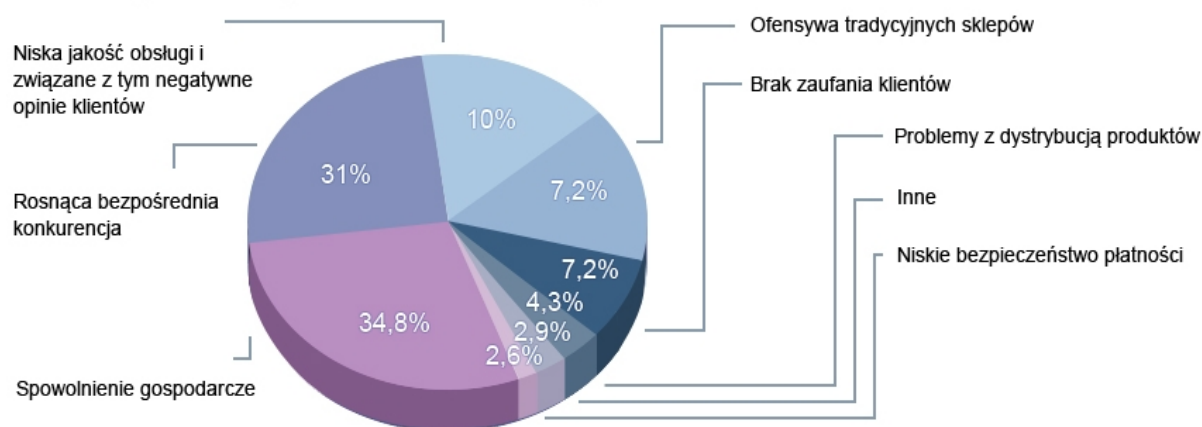
źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja



Większa część ankietowanych (44,6%) stwierdziła, że ich wyniki finansowe w okresie przedświątecznym będą lepsze niż przed rokiem. Na ten korzystny bilans ma wpłynąć wzrost liczby osób korzystających z Internetu. Na tą odpowiedź głosowało w tym roku 31,5% ankietowanych, a w zeszłym tylko 16 % respondentów. Właściciele e-sklepów dostrzegają w tej zwiększonej liczbie Internautów swoich potencjalnych klientów. Prawie 28% ankietowanych twierdzi, że ma w tym roku także atrakcyjniejszą ofertę (w 2010 roku odpowiedź tą zaznaczyło 20% osób). Pozytywnie rokuje zwiększenie się świadomości właścicieli e-sklepów co do wagi budowania własnej marki, w tym roku wskazało na tą odpowiedź 14,8% ankietowanych, a w zeszłym tylko 8%.

Obawy? Spowolnienie gospodarcze i konkurencja

Jakie dostrzega Pan/Pani zagrożenia dla handlu internetowego?



źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja

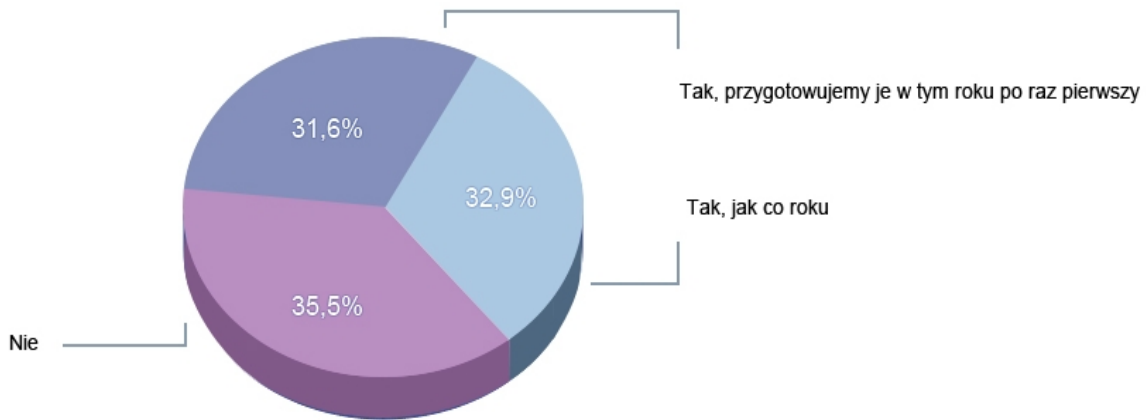


Kondycja polskiego rynku e-commerce z roku na rok jest coraz lepsza, jednak właściciele sklepów internetowych ciągle napotykają przy rozwoju swojej firmy na przeszkody. W zeszłym roku głównym zagrożeniem, które wymieniali ankietowani, było umacnianie się bezpośredniej konkurencji. W tym roku konkurencja nadal odgrywa dużą rolę (wskazało na nią 31% ankietowanych), jednak z badania wynika, że największą przeszkodą może być spowolnienie gospodarcze (aż 34,8% odpowiedzi). Czy prognozy się sprawdzą i klienci faktycznie będą z większą ostrożnością planować wydatki w tym roku - czas pokaże.

Czym skusić klienta?

Specjalne oferty świąteczne dla swoich klientów przygotowuje aż 64,5% ankietowanych, natomiast 35,5 % sklepów internetowych nie planuje wprowadzenia żadnej specjalnej oferty w tym okresie.

Czy Pana/Pani sklep internetowy przygotowuje specjalne oferty świąteczne dla klientów?

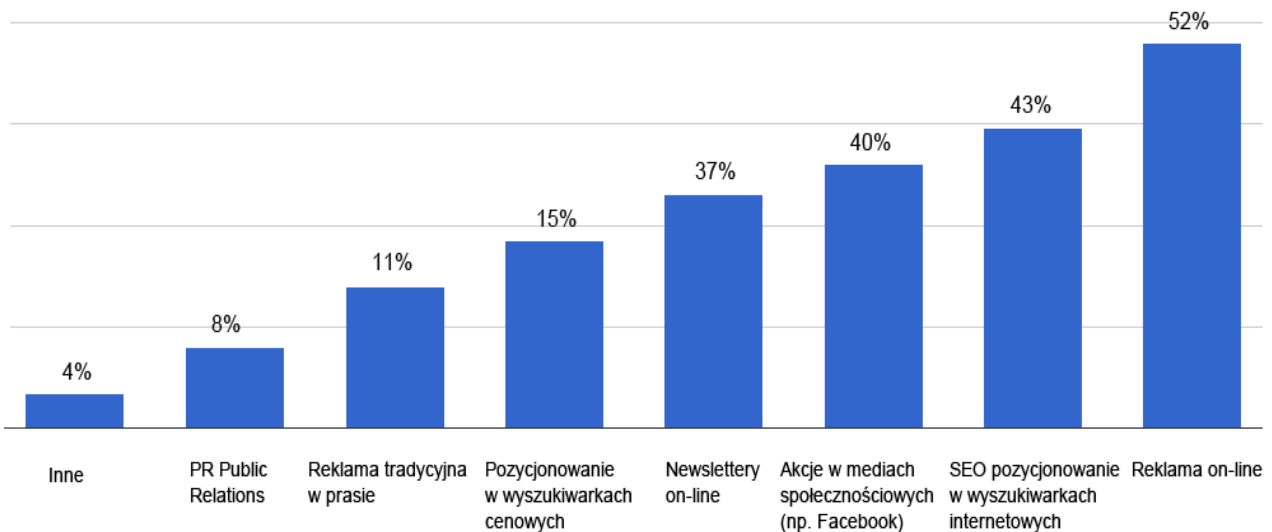


źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja



W ankiecie, Shoper dopytywał również o sposoby przyciągania klientów do sklepów internetowych. Pytanie to było wielokrotnego wyboru.

W jaki sposób stara się Pan/Pani zainteresować klientów ofertą sklepu w okresie świątecznym?

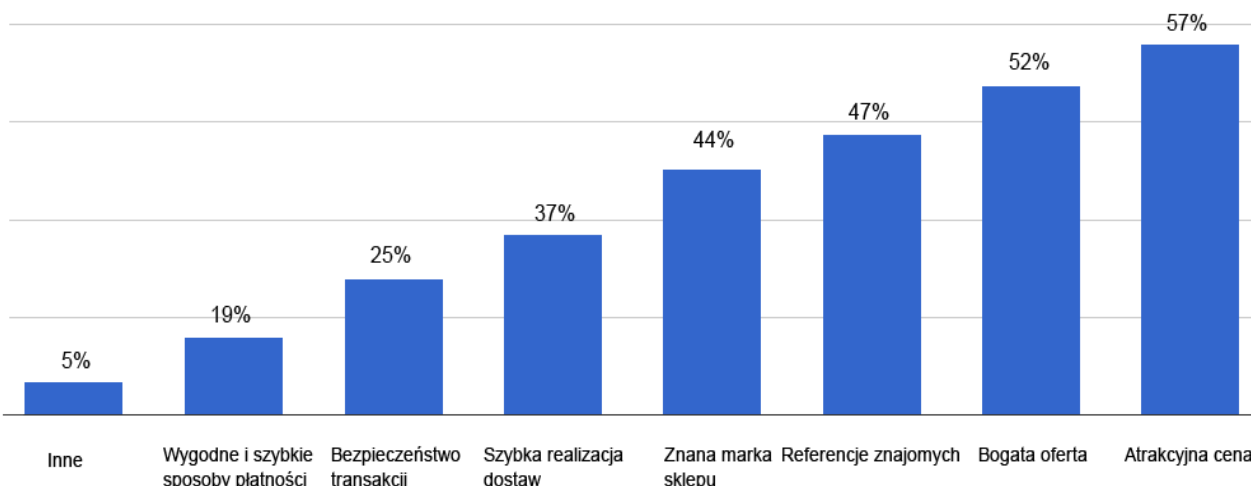


źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja



Najpopularniejszym rozwiązaniem jest inwestycja w reklamę internetową i deklaruje ją 52% ankietowanych. Optymalizacja pod kątem wyszukiwarek internetowych jest drugim najczęściej wybieranym narzędziem służącym pozyskaniu klientów (43% głosów). Promocję za pomocą mediów społecznościowych deklaruje 40% ankietowanych. W zeszłym roku te trzy rozwiązania także były najpopularniejsze. Reklamę on-line deklarowało - 63,6% ankietowanych, pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych - 37,7%, a wykorzystanie mediów społecznościowych - 28,6 % respondentów.

Co według Pana/Pani przyciąga klientów do danego sklepu?



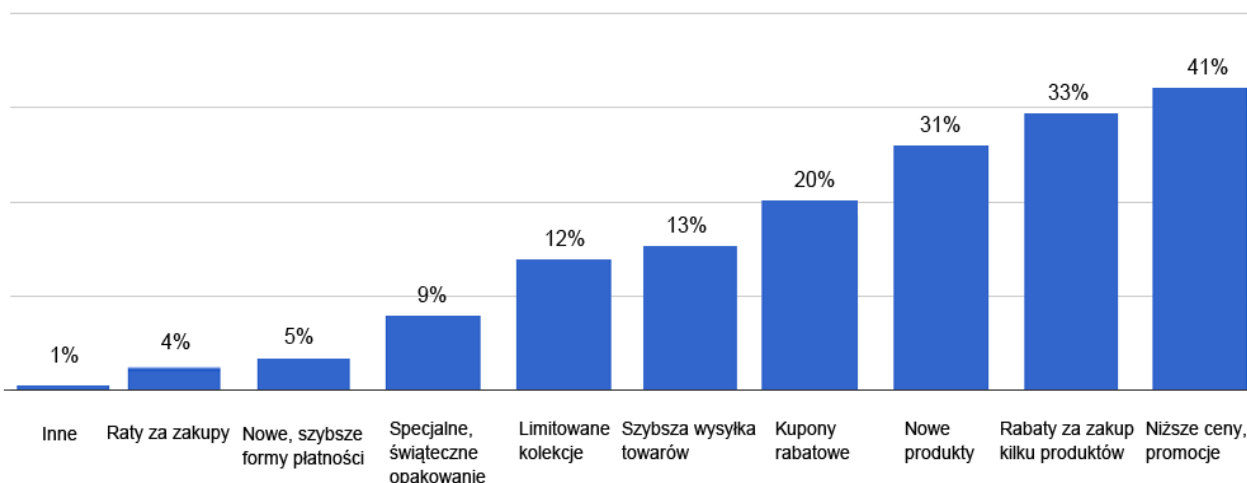
źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja



Ankietowani zostali także zapytani o to, co ich zdaniem przyciąga klienta do odwiedzenia danego sklepu. Istotnym jest fakt, że coraz więcej sklepów dostrzega korzyści płynące z budowania własnej marki, 44% ankietowanych uważa, iż to właśnie marka przyciąga klientów do sklepu. Według respondentów czynnikami najsilniej oddziałującymi na klientów jest atrakcyjna cena (57%) i bogata oferta sklepu (52%). W zeszłym roku także były to najczęściej wybierane odpowiedzi: atrakcyjna cena (71%) i bogata oferta produktowa (67%). Deklaracje te mają swoje odbicie w przygotowywanych przez właścicieli e-sklepów specjalnych świątecznych ofertach.

Ankietowani, którzy odpowiedzieli, że przygotowują specjalne oferty świąteczne dla swoich klientów (było to 64, 5% respondentów), otrzymali także dodatkowe pytanie dotyczące szczegółów tej oferty.

Jakie specjalne oferty świąteczne dla klientów przygotowuje Pana/Pani sklep?



źródło: Raport "e-commerce pod szczęśliwą gwiazdką 2011" - II edycja



Zachęcić klientów do zakupów, poprzez wprowadzenie niższych cen deklaruje 41% ankietowanych w zeszłym roku ich wprowadzenie zadeklarowało 59,6% respondentów.

Klienci będą mogli uzyskać rabaty przy zakupie kilku towarów w 33% przebadanych e-sklepach, a wprowadzenie nowych produktów w celu uatrakcyjnienia swojej oferty deklaruje 31% respondentów. W roku 2010 wyniki te wyglądały następująco: niższe ceny i promocje – 59,6%, nowe produkty – 48 %. Spadła liczba osób deklarujących pakowanie towarów w świąteczne opakowania z 19% głosów w 2010 roku do 9% w tym roku. Zakupione przez klientów produkty mają jednak trafiać do nich znacznie szybciej. W tym roku ich szybszą wysyłkę zadeklarowało 13% ankietowanych, a w zeszłym tylko 5,7%.

- Przygotowanie sklepów internetowych do zbliżających się świąt wypada optymistycznie. Jeżeli klienci faktycznie, będą mogli wybrać produkty z bogatego asortymentu w atrakcyjniej cenie i na dodatek zostaną one szybko przesłane, to mogą być szczęśliwe święta dla obu stron tej transakcji - komentuje Rafał Krawczyk.

Informacje o badaniu:

Badanie było realizowane w listopadzie 2011 r. w oparciu o kwestionariusz ankietowy zawierający pytania typu zamkniętego jedno i wielokrotnego wyboru. Wzięło w nim udział 155 respondentów reprezentujących sklepy internetowe z różnych branż.

Informacja o Shoper:

Shoper to jedna z najpopularniejszych w Polsce platform e-commerce do prowadzenia i rozwoju sklepów internetowych. Obecnie zapewnia podstawę do prowadzenia handlu w sieci dla ponad 5800 sklepów internetowych. To jedno z najbardziej rozbudowanych narzędzi tego typu na rynku, które mimo dużej ilości funkcji i integracji jest intuicyjne i łatwe w obsłudze. Dzięki zestawowi usług wspierających handel w Internecie jest doskonałym rozwiązaniem dla osób rozpoczynających prowadzenie e-biznesu. Zapewnia pełną obsługę sprzedaży, począwszy od zdefiniowania i opisu produktów, poprzez obsługę zamówień, gromadzenie informacji o klientach, aż po raportowanie wyników sprzedaży. Pozwala także na kompleksowe wsparcie działań marketingowych sklepu, takich jak promocje, rabaty, czy zarządzanie banerami. Oprogramowanie dostępne jest w modelu wynajmu aplikacji oraz licencji dożywotniej gotowej do instalacji na własnym serwerze, a jego wszystkie funkcjonalności można sprawdzić podczas dwutygodniowego, bezpłatnego okresu próbnego.

Dodatkowych informacji o badaniu udziela:

Ewa Leszczyńska
Specjalista ds. PR
e-mail: ewa.leszczynska@shoper.pl
tel. 124446834