

Merre fut(hat) a szekér?

Az e-kereskedelem nagyarányú
piacnyerésének okai



A növekedés fantasztikus! (Előrejelzés 2014 és 2019 között)

Online vásárlásban élen a hölgyek!



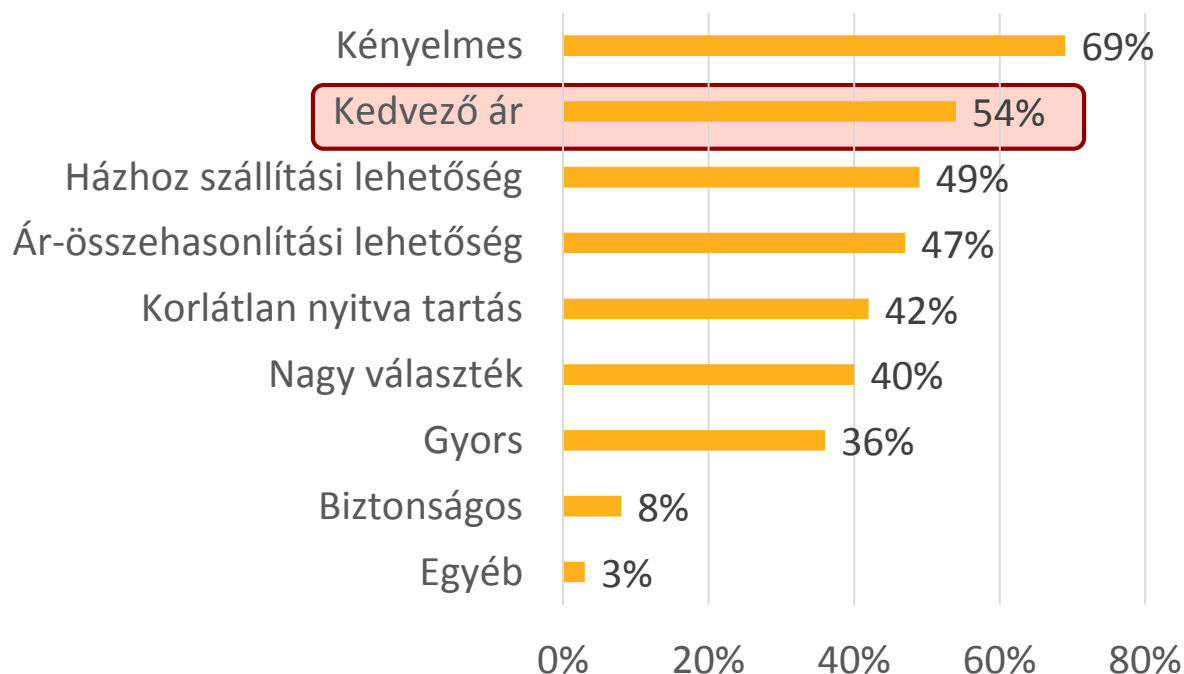
Hát persze, hogy az ár..



Azok a termékek, amelyek fizikai vizsgálat nélkül könnyen összehasonlíthatóak, emellett könnyű a szállításuk és a terjesztésük, a legalacsonyabb ár dönti el, melyik lesz a győztes.

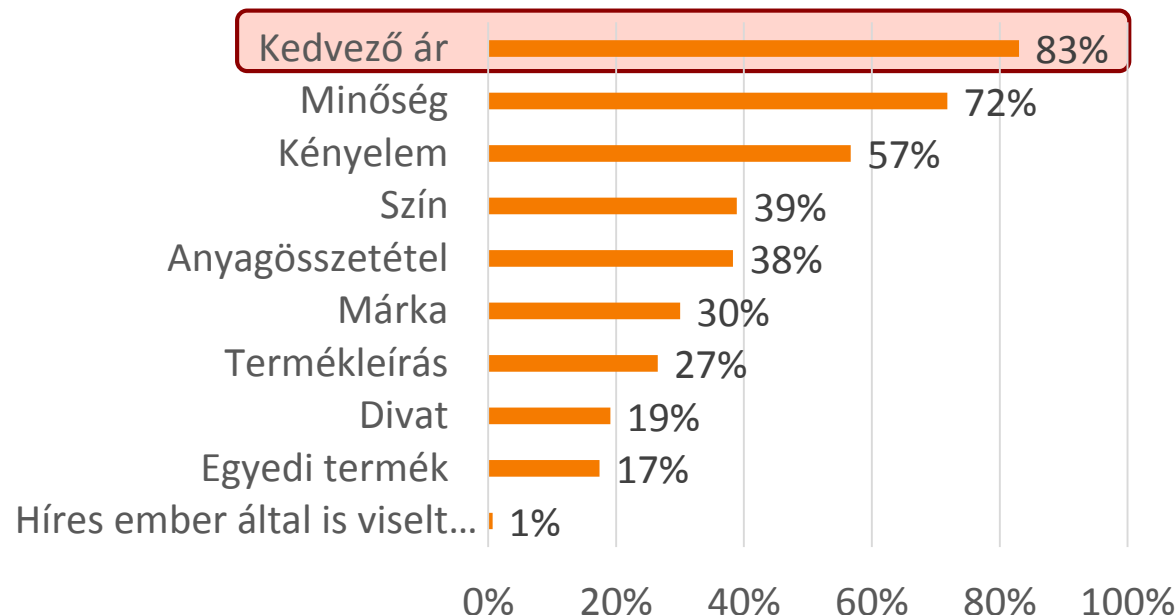
Az **ár** döntő tényező

Interneten való vásárlás oka (2014)



Forrás: eNET, online kutatás, 2014. május, 18+ internetezők, N=1027

Online ruházati termék kiválasztását meghatározó szempontok (2015)



Forrás: eNET, online kutatás, online ruházati termék vásárlási lakossági kérdőív, 2015. július, 18+ és online ruhavásárlók körében, N=438

Teret nyernek a külföldi webáruházak



Lényegesen nagyobb számú fogyasztó kezd vásárolni külföldi honlapokról, ami kihívást jelent a helyi és a hazai kereskedőknek.

37%

A hazai e-vásárlók 37%-a szokott vásárolni külföldi webáruházakból.



71%

kedvező
ár



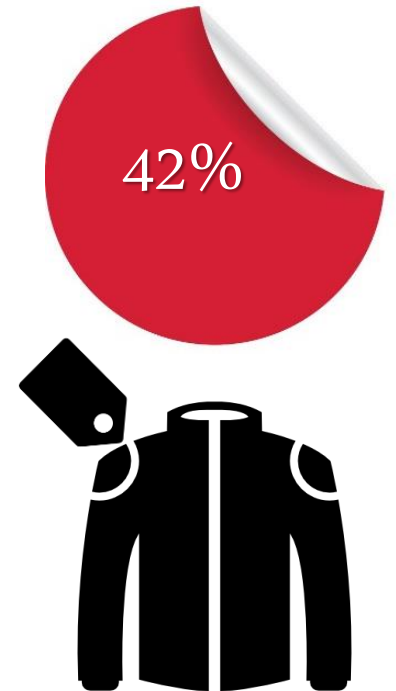
66%

itthon nem
elérhető termékek
beszerezhetősége



54%

nagyobb
választék



Forrás: eNET, online kutatás, 2014. május, 18+ internetezők, N=1027

Forrás: eNET, online kutatás, online ruházati termék
vásárlási lakossági kérdőív, 2015. július, 18+ és online
ruhavásárlók körében, N=438

Egyre személyre szabottabb a marketing



Egyre több e-kereskedő kezdi el kihasználni a big data adta lehetőségeket, amivel egy rendkívül személyre szabott vásárlási élményt nyújthatnak a látogatóknak.

Remarketing

400%-kal növelheti a

hirdetésre történő
reakciókat*

Milyen előnyöket jelent?

Algoritmuson alapuló ajánló rendszerek

„A nyertes mindent visz.”

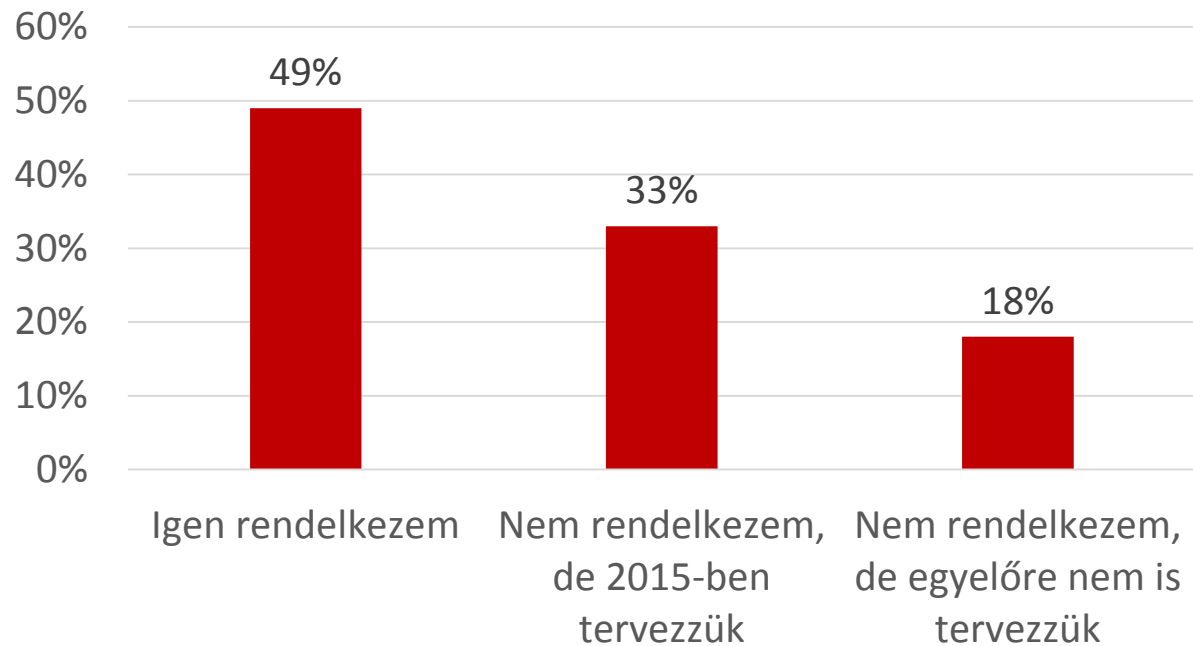


Fokozatosan növekszik az m-commerce jelentősége



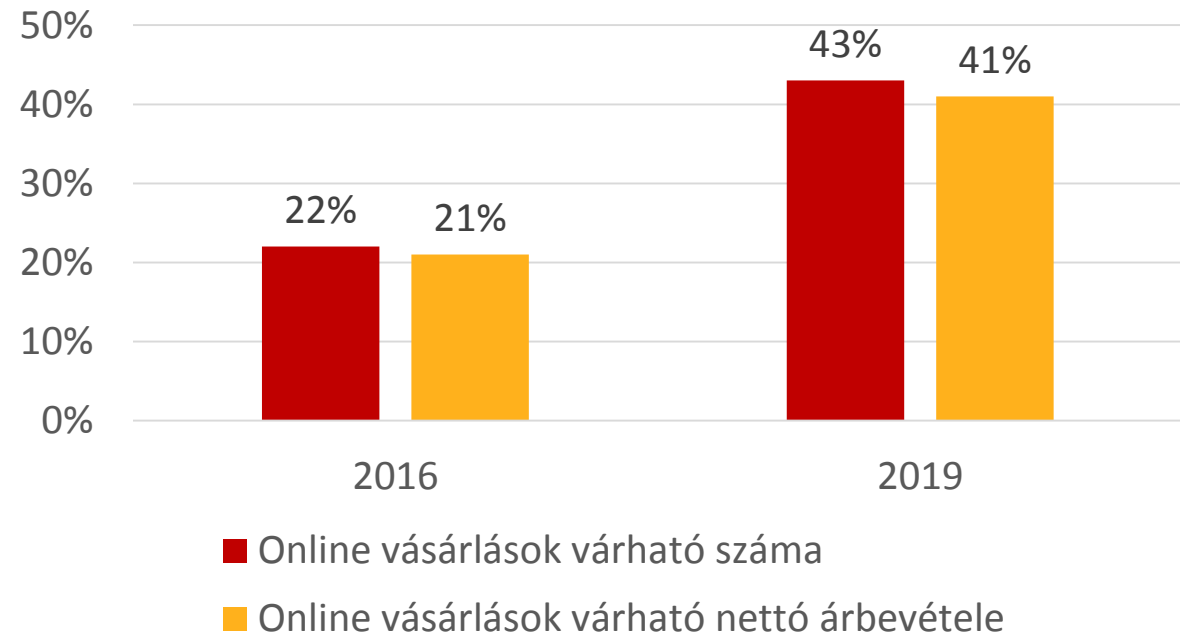
Azok az online áruházak, amelyek mobil eszközön nem működnek jól, látogatókat, vásárlókat és bevételt fognak veszíteni, míg azok amelyek jól működnek növekedni fognak.

Mobiltelefonra/okostelefonra optimalizált weboldallal rendelkező webáruházak aránya



Forrás: eNET kínálat oldali online kiskereskedelmi kutatás, 2015. február

Webáruházak várakozása:
mobil platformon keresztüli értékesítés
aránya a teljes online forgalomból



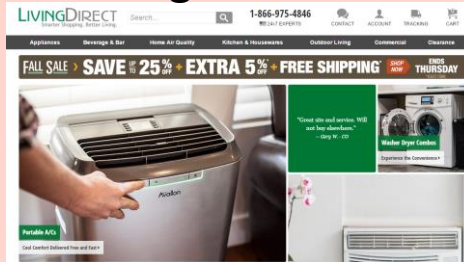
Forrás: eNET kínálat oldali online kiskereskedelmi kutatás, április-május

Online is robbanni fog a videó alapú content marketing



A videók a termék adatlapokba integrálva növelik a konverziót.

Livingdirect.com



9%-kal nőtt a konverzió

Shoeline.com



44%-kal nőtt az online értékesítés

Zappos.com



30%-kal nőtt az értékesítés

Onlineshoes.com



45%-kal nőtt konverziós ráta

Ha több a szöveg, több a vásárló



A szöveges tartalmak több organikus forgalmat hoznak a webáruházak oldalaira, például a kereső motorokon keresztül, ami az eladások növelését eredményezik.



Hallgatóság-kiépítése



Segítség és tanácsadás



Ismertség növelése



Ez nem csupán az eladásról szól



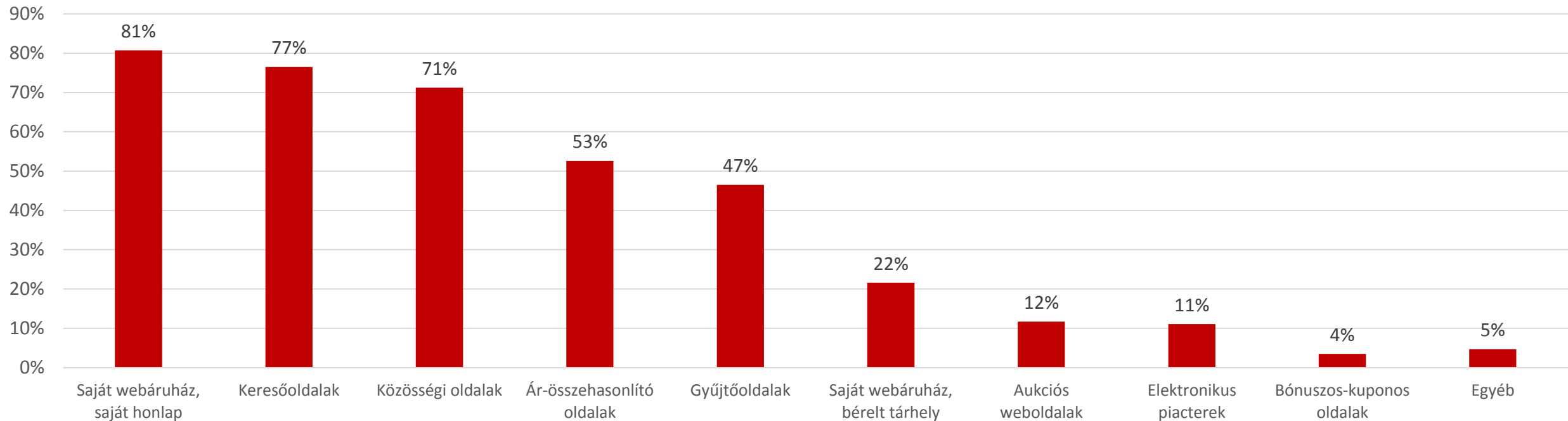
De a cél: a Niche szegmensekben élen lenni!

A közösségből nem lehet kimaradni



Azok a webáruházak lesznek sikeresek, amelyeknek erős a jelenlétük a közösségi médiában, a többiek azonban lemaradnak.

Webáruházak megjelenése online platformokon



Forrás: eNET kínálat oldali online kiskereskedelmi kutatás, április-május

Mo-n a legtöbb online vásárló már ruhát keres



Az utóbbi években folyamatos növekedés tapasztalható. Online forgalom vonatkozásában több országban az elektronikai cikkek internetes értékesítésével verseng.

43 M euro
online ruhaértékesítés
forgalma 2014-ben **Európában**

18%-os növekedés
2013-ról 2014-re



0,048 M Euro (15 M forint)
online ruhaértékesítés forgalma
2014-ben **Magyarországon**

27%-os növekedés
2013-ról 2014-re



Köszönöm a figyelmet!

Dr. Kis Gergely, partner
eNET Internetkutató és Tanácsadó Kft.
gergely.kis@enet.hu