IRCenter.com

Jak Polacy szukają i kupują produkty w Internecie?

Ścieżki zakupowe on-line w Polsce 2020

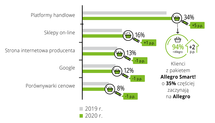
To już kolejne badanie ścieżek zakupowych Polaków w Internecie. Poniżej przedstawiamy ścieżkę zakupową, jaką konsumenci przechodzą od momentu poszukiwania produktu do finalizacji transakcji i porównujemy ją z 2019 rokiem.

Warto podkreślić, że sytuacja epidemiologiczna w kraju i na świecie znacząco wpłynęła na zakupy on-line, ponieważ prawie co czwarty konsument zdecydował się na zakupy w Internecie ze względu na COVID-19.

Pandemia przyczyniła się do wzrostu zakupów on-line, ale czasem była też powodem rezygnacji z zakupów. 10% spośród osób, które zrezygnowały z zakupu zrobiło to ze względu na sytuację epidemiologiczną.

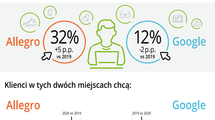
Czy sytuacja epidemiologiczna miała wpływ na zakupy w Internecie?

Gdzie konsumenci zaczynają szukanie produktu?



Platformy handlowe umocniły swoją pozycję odnotowując wzrost o 5 p.p., z czego aż **94%** konsumentów wskazało **Allegro** jako najczęściej wybierane miejsce do szukania produktu w Internecie. Sklepy on-line w porównaniu do 2019 roku dalej znajdują się na drugim miejscu (+1 p.p.). Delikatny spadek odnotowała wyszukiwarka **Google** (-2 p.p.), co sprawia, że strony internetowe producentów znalazły się na trzeciej pozycji.

Polscy konsumenci ścieżkę zakupową zaczynają od:



Klienci w tych dwóch miejscach chcą:

Polscy konsumenci ścieżkę zakupową najczęściej zaczynają od **Allegro**, jest to **32%** (+ 5 p.p.), natomiast jako wyszukiwarkę **Google** zaczyna **12%** konsumentów (-2 p.p.). Platformy w tych dwóch miejscach przede wszystkim chcą zorientować się w ofercie produktów, poznać dostępne rodzaje produktów i ich szczegółowe dane. Konsumenci szukają też opinii o danych produktach oraz informacji o obecnych promocjach.

W jakim czasie klienci podejmują decyzję o zakupie?

W 2019 roku zaszła duża zmiana w czasie w jakim konsumenci decydują się na zakup produktu. Najwięcej osób, bo aż ponad **40%** konsumentów podjęło decyzję o zakupie w ciągu 1-2 dni, odkąd zaczęli szukać produktu. W zeszłym roku konsumenci najczęściej kupowali tego samego dnia.

Jak często Allegro i Google pojawiają się na całej ścieżce zakupowej konsumentów?

Klienci w tym roku częściej wykorzystują **Allegro** w trakcie swojej ścieżki zakupowej **61%** (+ 6 p.p.), przy niewielkim spadku wyszukiwarki **Google 41%** (-1 p.p.).

Gdzie konsumenci zaczynają szukanie produktu w zależności od kategorii?

Platforma **Allegro** w każdej kategorii pojawia się częściej niż wyszukiwarka **Google**. Największe różnice pojawiły się w trzech kategoriach: Motoryzacja, Dom i ogród oraz Dziecko. Natomiast najmniejsza różnica jest w kategorii Uroda i zdrowie.

Gdzie najczęściej konsumenci dokonują zakupu, jeśli zaczynają na Allegro?

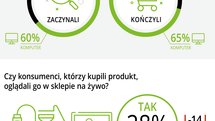
Gdzie najczęściej konsumenci dokonują zakupu, jeśli zaczynają w Google?

Regularne miejsca zakupów Polaków:

Ponad **70%** osób, które kupiły produkt na **Allegro**, wskazują **Allegro**, jako ich regularne miejsce zakupów. Z kolei spośród konsumentów, którzy wybrali zakupy w sklepie on-line, **34%** wskazało, że to właśnie tutaj kupują regularnie. Inaczej też wygląda sytuacja w grone konsumentów kupujących w sklepie stacjonarnym, dla połowy z nich jest to regularne miejsce zakupów.

Jakie urządzenia konsumenci wykorzystują do zakupów on-line w poszczególnych kategoriach?

Na jakich urządzeniach użytkownicy zaczynali i kończyli zakupy?



Czy konsumenci, którzy kupili produkt, oglądali go w sklepie na żywo?

Konsumenci w większości nie oglądali towaru na żywo przed zakupem, ponieważ galerie handlowe i niektóre sklepy stacjonarne były w tym czasie zamknięte. Jednak, jak pokazują wcześniejsze dane, konsumenci mimo wszystko zdecydowali się na zakupy on-line.

Główne powody zakupu w Internecie to:

Konsumenci wskazali cenę, jako główny powód zakupów w Internecie. Co ciekawe, klienci z pakietem **Allegro Smart! dwukrotnie częściej** wskazują zerowe koszty wysyłki jako główny powód zakupu.

Sytuacja epidemiologiczna wpłynęła na zachowania polskich konsumentów, część z nich tylko dlatego zdecydowała się na zakupy w Internecie. Jednak porównując dane do roku 2019, konsumenci chcieli bardziej dbać o zakupy w Internecie i częściej się na nie decydują.

Różnie udział platform handlowych, które dają możliwość szukania produktów z różnych kategorii w jednym miejscu. Osoby, które pierwszą raz sprawdzały zakupy w Internecie, mogą przekonać się do zakupów on-line i następnym razem już świadomie zdecydować się na tę formę zakupów.

Dane wykorzystane w infografice pochodzą z reprezentacji badania przeprowadzonego przez firmę badawczą IRCenter.
Metoda badania: CAWI
Grupa respondentów: 4094 internautów
Charakterystyka grupy: internauci, którzy w ciągu ostatnich 3 miesięcy dokonywali zakupów produktów lub usług przy użyciu Internetu
Data badania: 15 kwietnia - 2 maja 2020 r.