

ONLINE KISKERESKEDELMI INDEX

2018/IV.
BLACK FRIDAY ÉS AZ
ÜNNEPI IDŐSZAK

árkereső.hu

GKI digital

Az OKI kutatás háttere

A GKI Digital az Árukereső.hu támogatásával immár 6. éve folyamatosan monitorozza a magyar e-kereskedelmi piacot.

A hazai online kiskereskedelmet jelenleg **kb. 4.000-5.000 db, magyar nyelvű honlappal rendelkező, forintban árazó és kosaras rendszerben üzemelő webáruház** együttese alkotja. Az aktív, havi termékpaletta-frissítéssel rendelkező áruházak száma 2018-ban nagyságrendileg **1.500-1.800 db**-ra tehető. Piacformáló hatású és jelentős forgalmat lebonyolító áruházak száma, azonban csupán alig **50-100 db**.

A negyedéves rendszerességű Online Kiskereskedelmi Index kutatások az aktív e-kereskedők 1400-as mintáján készülnek.

Az OKI kutatás kiegészítéseként a GKI Digital **havi rendszerességgel készít lakossági / online vásárlói felméréseket is**. Ezek a felmérések **5.000-10.000 fős sokasági mintákon** kerülnek elemzésre. Segítségükkel lehetőség nyílik a kínálati és a keresleti oldal együttes vizsgálatára, az eltérések és egyezőségek azonosítására.

A kereslet- és kínálat oldali felméréseknek, adatgyűjtéseknek és forgalmi modellezésnek köszönhetően, a GKI Digital **átfogó képet tud nyújtani a kiskereskedelem e területének jelenlegi, valamint közeljövőben várható helyzetéről, aktuális trendjeiről**, mely – a standard vizsgálati metodikának köszönhetően – összevethető a hagyományos kiskereskedelem aktuális helyzetével, ezzel is segítve a trendek hatékonyabb megértését, a cselekvési tervek kidolgozását.

Negyedéves OKI **riportok keretében** az aktuális forgalmi adatok szektor- és termékkategória szintű, részletes ismertetése mellett **minden alkalommal egy-két nagyobb téma is érintésre kerül**:

I. forduló

Február
Március
Április

Kiemelt téma:

**ÉVÉRTÉKELÉS
PÉNZÜGY**

II. forduló

Május
Június
Július

Kiemelt téma:

LOGISZTIKA

III. forduló

Augusztus
Szeptember
Október

Kiemelt téma:

**ISKOLAKEZDÉS
MARKETING
GDPR**

IV. forduló

November
December
Január

Kiemelt téma:

SEZON

Köszönjük, hogy válaszaival Önök is hozzájárultak a kutatássorozat eredményeihez!



Timár Szabolcs

CEO

GKI Digital



Madar Norbert

Vezető tanácsadó

GKI Digital



Rác Csaba

Managing Director

Árukereső.hu

Az online kiskereskedelmi modellezés háttere

A GKI DIGITAL FORGALMI MODELL



ADATGYŰJTÉSEK

Automatizált és kereskedői szinten alulról építkező megközelítés

Cégadatok
Látogatottsági adatok
Listázott termékek és termékkategóriák

ONLINE KISKERESKEDELI INDEX

Sektorszinten alulról építkező modell

Online kiskereskedelmi forgalom
Kínálati oldali statisztikák
(logisztika, fizetés, marketing, trendek stb.)
Kereskedői adatok

LAKOSSÁGI FELMÉRÉSEK

Alulról és felülről (demográfiailag) egyszerre építkező modell

Területi szegmentálás településszinten
Demográfia
Vásárlói profilok
Vásárlási gyakoriság
Preferenciák
Vásárlási és átvételi, fizetési szokások

TERÜLETI MODELL

Területi szinten alulról építkező modell

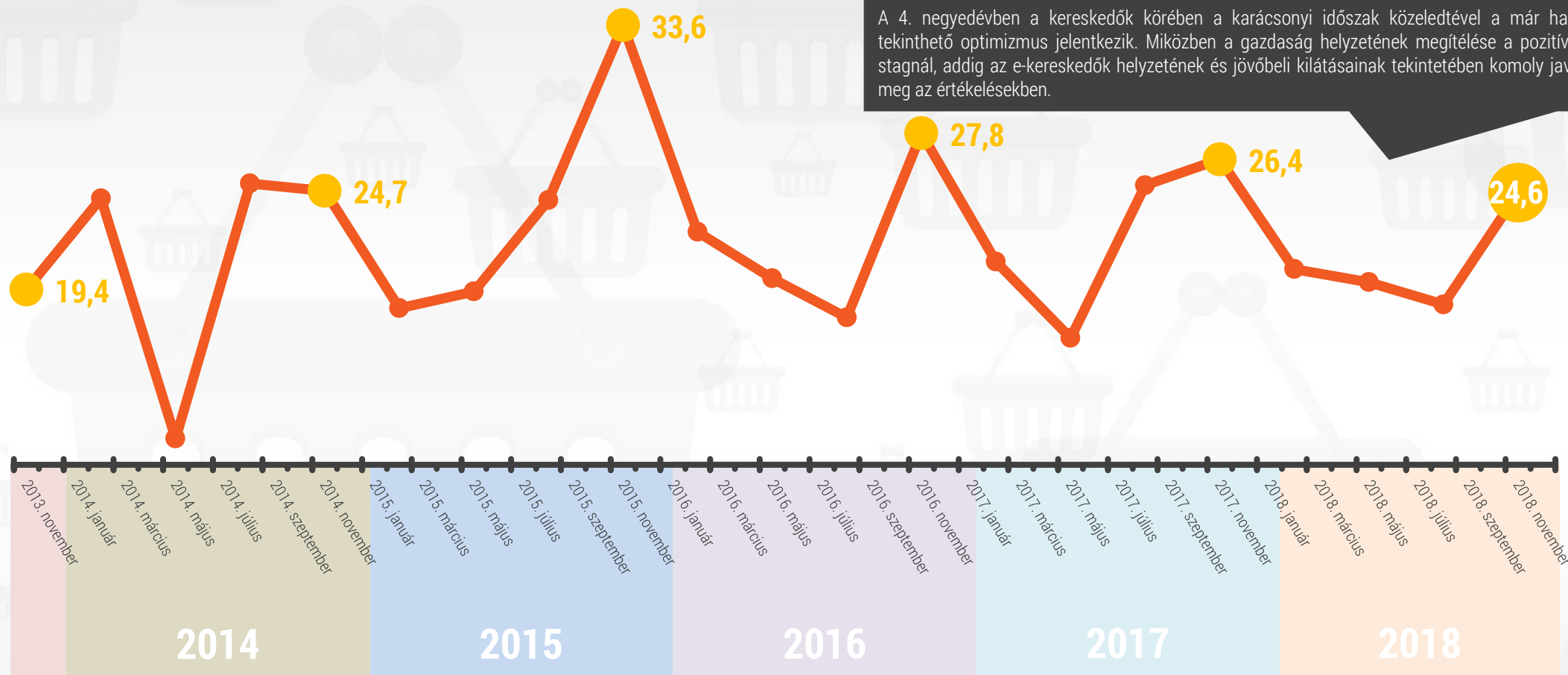
Demográfiai, fogyasztási és jövedelmi adatok
Releváns egyéb területstatisztikai adatok

MAKROGAZDASÁGI TÉNYADATOK ÉS ELŐREJELZÉSEK

Sektorszinten felülről építkező modell

Népességi adatok
SZJA adatok
Online kassa adatok
Kiskereskedelmi adatbázisok
Tájékoztatási adatbázisok
Szociális védelmi adatbázisok
Fogyasztói adatbázisok
COICOP adatbázisok

Az OKI index értékének alakulása



A 4. negyedévben a kereskedők körében a karácsonyi időszak közeledtével a már hagyományosnak tekinthető optimizmus jelentkezik. Miközben a gazdaság helyzetének megítélése a pozitív tartományban stagnál, addig az e-kereskedők helyzetének és jövőbeli kilátásainak tekintetében komoly javulás figyelhető meg az értékelésekben.

Az indexet alkotó három attitűd: A következő három hónap üzleti lehetőségei • Elmúlt negyedév eladási pozícióinak megítélése • A gazdasági környezettel kapcsolatos várakozások

Az OKI index módszertana

A GKI Digital – Árukereső.hu OKI indexe egy mérőszám, mely több tényezőt figyelembe véve értékeli az online kiskereskedelem aktuális negyedévet, figyelembe véve a forgalmat, a gazdasági környezetet, a kereskedők hangulatát, várakozásait. Az index célja, hogy értékével és változásának irányával jelezze a gazdaság, azon belül is a kereskedelem szereplőinek várakozásait, tapasztalatait. Az index attitűdkérdéseken alapul, így annak változása sokkal több információt hordoz, mint nominális értéke.

Megkezdődött az ünnepi hajrá az e-kereskedelemben

Immár közel két hete Black Friday lázban ég az ország, de a karácsonyi ajándékok beszerzése csak most indul be igazán. Egyes kereskedők az éves online forgalmuk akár 60%-át is realizálhatják az ünnepi időszakban, míg a piaci átlag 35-37% között várható. A forgalom várhatóan 18%-kal haladhatja meg a tavalyi utolsó negyedévben elért bevétel értékét.

Az online kisker forgalma idén biztosan átlépi a 400 milliárd forintot

A hazai online kiskereskedelem 2018 3. negyedévében 96 milliárd forint forgalmat ért el, ami 16%-os növekedés 2017 hasonló időszakához képest. Összességében az év első 9 hónapjában már csaknem 275 milliárd forint bevételt realizált az online szektor, ami tekintettel az utolsó negyedév hagyományosan erős szerepére, idén is közel 17-18%-os bővülést vetít előre az internetes kiskereskedelem idei fejlődésére.

2018 első 9 hónapjában 16,5%-ot nőtt a piac

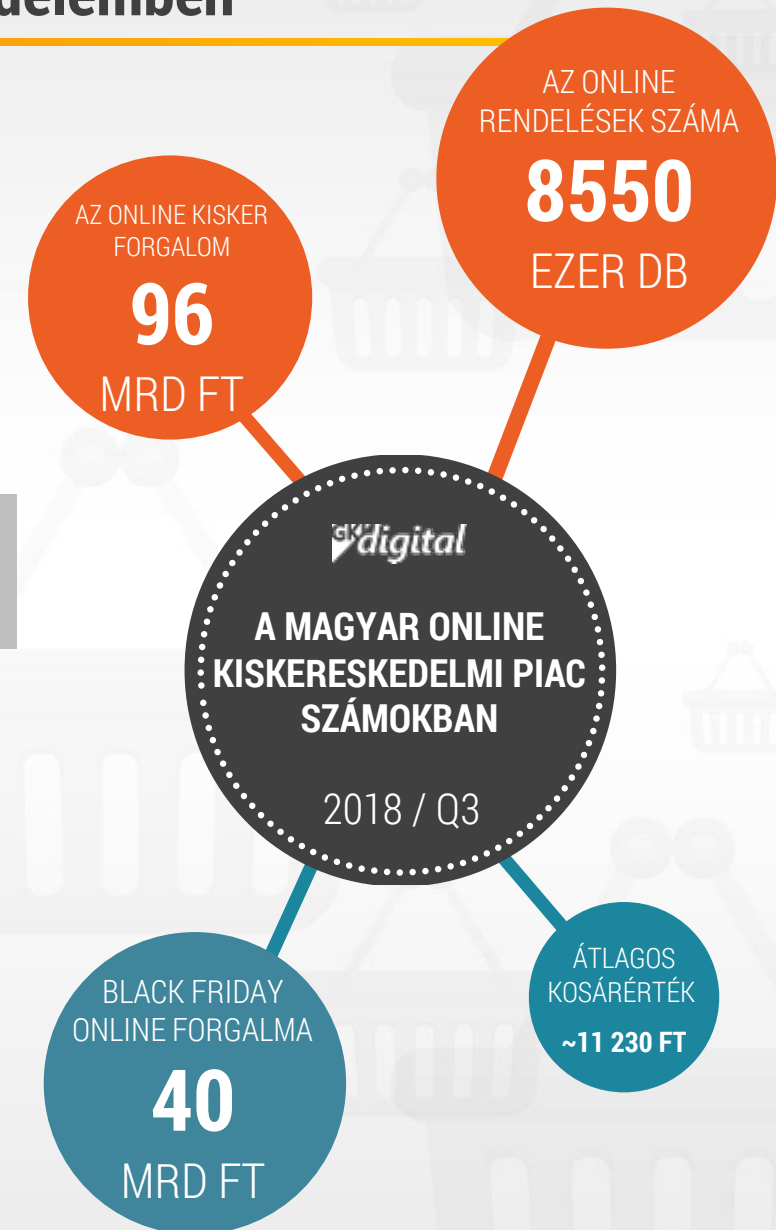
Az összesített online kiskereskedelmi forgalom 2017 első 9 hónapjában csaknem 17%-os növekedéssel, mintegy 39 Mrd Ft-tal haladta meg 2017 azonos időszakának eredményét. Idén az első 9 hónapban közel 275 Mrd Ft-os forgalom realizálódott, melyhez megközelítőleg 25 millió db rendelés társult.

Az ünnepi szezon számokban

A GKI Digital mérései szerint **az idei november 16. és december 21. közötti 6 hetes ünnepi időszak online kiskereskedelmi forgalma összességében 16-17%-kal múlja majd felül** a tavalyi szezon eredményeit.

Az idei szezon november közepén egy közel kéthetes Black Friday periódussal indult. Ezen akciók során **több mint 1 millió rendelés** érkezhetsz a webáruházakhoz, melyek összértéke meghaladhatja a **40 milliárd forintot** is. Ez közel 50%-kal több, mint a tavalyi Black Friday eredménye, fontos ugyanakkor, hogy míg tavaly nagyon egységesen kezelte a piac ezt az akciós napot és a többség valóban egy napra időzítette azt, idén a kéthetes időszakra elnyúló akciózás a promóció neve alatt sokkal nagyobb mértékben hozza előre a decemberre tervezett költségeket, mint a korábbi években.

Ami a karácsonyi ajándékokat illeti, a legnépszerűbb kategóriáknak számító játékok, szépségápolási termékek, ruházati- és divatcikk, valamint könyvek utáni roham csak november végén, december első napjaiban érkező fizetéseket követően veszi igazán kezdetét. **Idén az online vásárlók átlagosan 41 ezer forint értékben terveznek ajándéokra költeni.**



Megkezdődött az ünnepi hajrá az e-kereskedelemben

Felkészültek az e-kereskedők

A karácsony előtti 6 hét során a webáruházak átlagosan legalább három különböző akciós időszakot / napot terveznek tartani. Kifejezetten **Black Friday akcióval** a webáruházak **74%-a készül** a november 16-25. közötti kéthetes időszakon belül.

A szezon sikeressége érdekében a webáruházak közel fele pontosan és előre megtervezi a különböző kampányokat és a kommunikáció módját is. A hatékony célzási lehetőségeknek és a pontosan követhető megtérülésnek köszönhetően idén a **Facebook hirdetés továbbra is népszerű** marketing eszköz a vásárlók elérésére, amire még a kisebb kereskedők többsége komolyabb költségkeretet is hajlandó szánni. Ezen kívül a legtöbben ár-összehasonlító oldalak és Google hirdetések által kívánják elérni a vásárlókat.

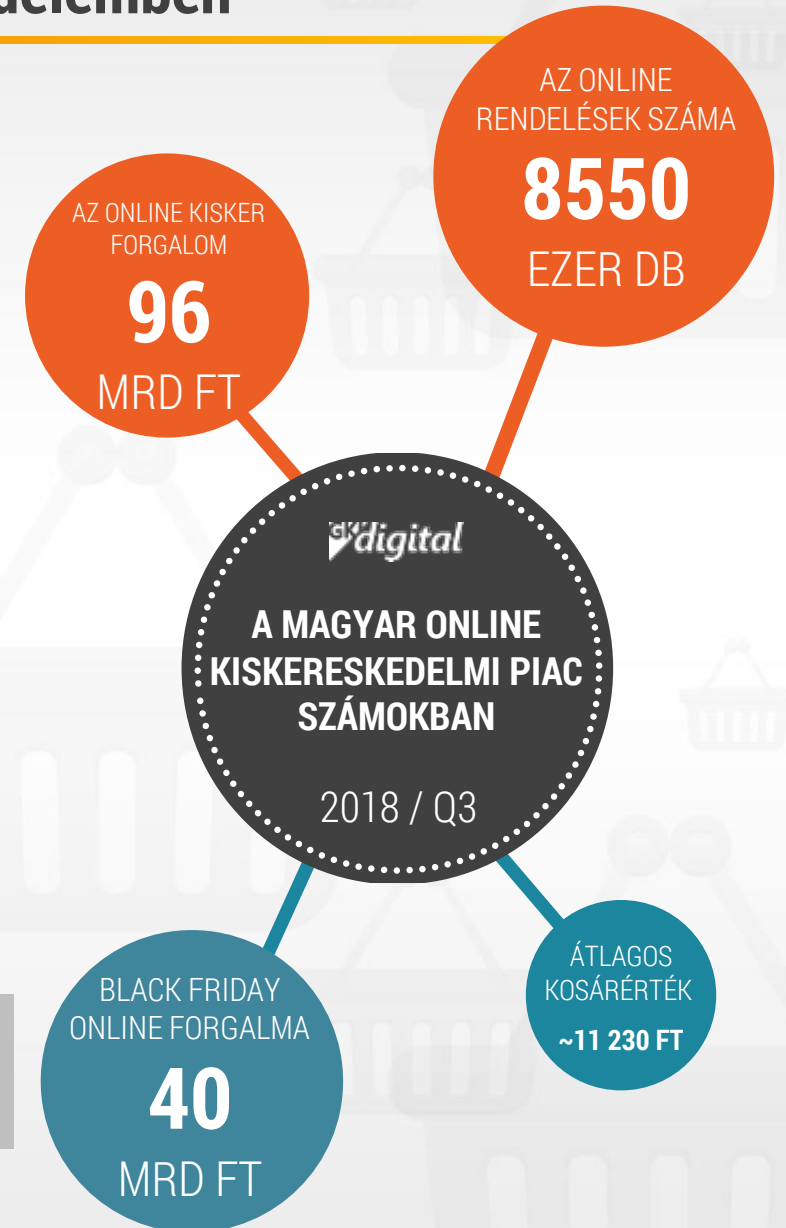
A webáruházak többsége (**71%**) az akciók során **előre meghatározott termékekre ad árkedvezményt**, de **népszerű promóciós eszköz az ingyenes szállítás is** (44%). A perszonalizált akciók trendje az ünnepi szezonban is folytatódik: 10-ből 4 webáruház személyre szabott ajánlattal is készül, leggyakrabban a korábban megtekintett termékekre alapozva.

Az ünnepi szezon megéri a nagy felkészülést

Az ünnepi szezont megelőzően kiemelt figyelmet kap a webáruházaknál a megfelelő raktárkészlet biztosítása és a készlet-beérkezések pontos ütemezése. A logisztikai kihívásokra felkészülve a **webáruházak 83%-a igyekszik akár napi szintű előrejelzést készíteni logisztikai partnere számára** a várható csomagforgalomról.

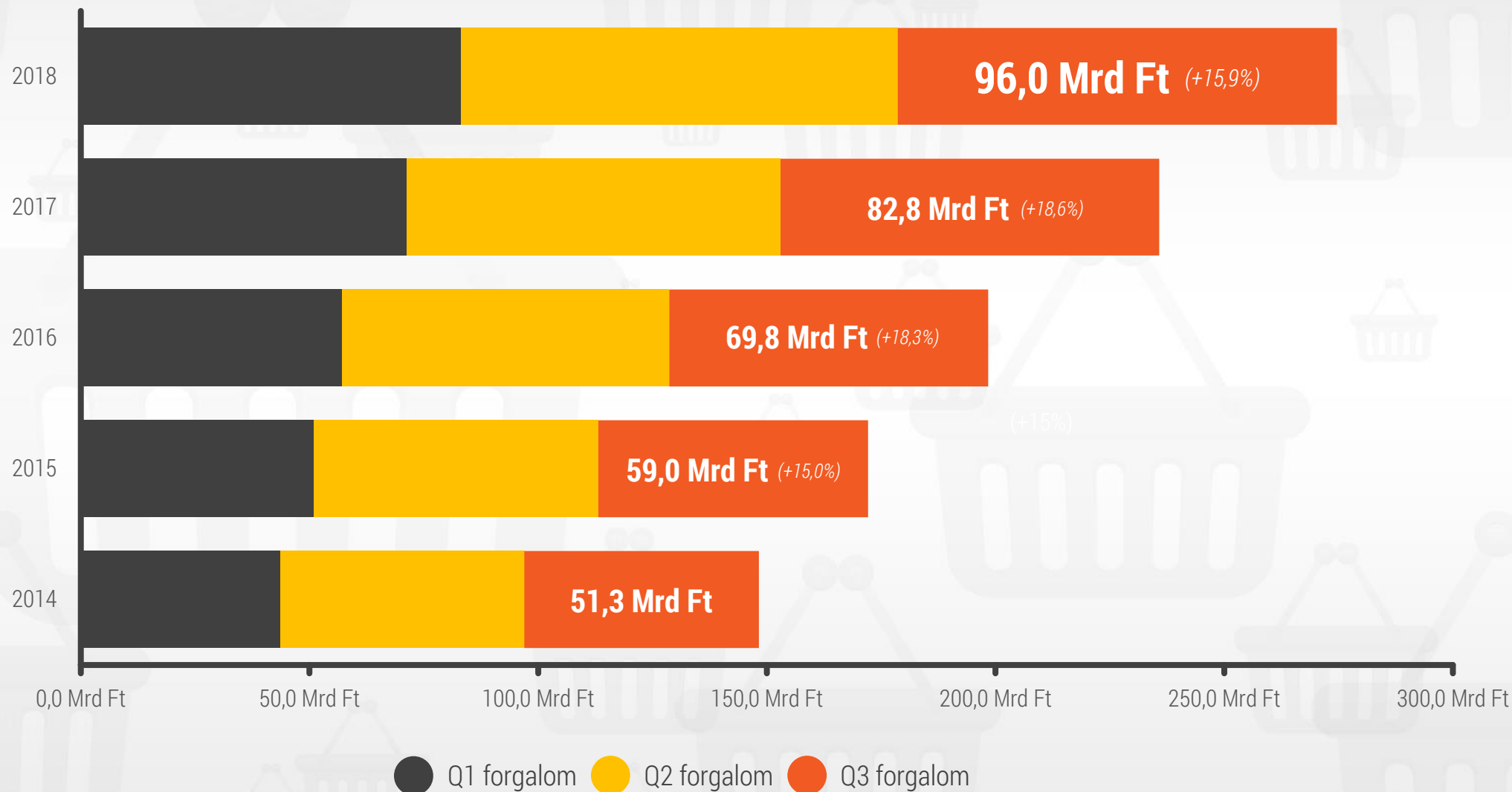
Ennek a folyamatos egyeztetésnek és tervezésnek kiemelt jelentősége van, mivel a futárcégek a partnerállomány előzetes kalkulációi, illetve saját becsléseik alapján tudják tervezni a szükséges kapacitásokat. Bár a szektor is elszenvedője a munkaerő-hiánynak, a **kézbesítések kapcsán a kereskedők döntő többsége (81%-a) bizakodó, véleményük szerint az idei szezon komolyabb fennakadások nélkül telik majd.**

Mivel idén december 24. hétfőre esik, a házhoz szállítással kért online rendeléseket érdemes legkésőbb egy héttel korábban, december 17-18. környékén leadni annak érdekében, hogy még időben megérkezzenek az ajándékok. Ha mód van rá, célszerű személyes átvétellel kérni a termékeket, illetve javasolt a csomagpontok igénybevétele a futárok tehermentesítése érdekében.



Online kiskereskedelem 2018/Q3-as forgalma

Növekedési ütem (előző év azonos időszaka = 100%)



Felkészülés az ünnepi szezonra

- #1:** Az idei ünnepi szezonra a webáruházak közel **30%-a** mennyiségileg több akcióval készül mint a tavalyi évben.
- #2:** A webáruházak **négyféle** típusú akcióval készülnek a szezonra.
- #3:** A webáruházak többsége, **71%-a** meghatározott termékeire árkedvezményt fog meghatározni, de hasonlóan népszerű lesz az ingyenes szállítás is.
- #4:** A webáruházak **62%-a** szerint a sokféle akció és marketing zaj miatt az ünnepi időszakban nehezebb kitűnni.
- #5:** A fejnehéz piac hatására a webáruházak **fele** nehezen tud lépést tartani a mások által kínált kedvezményekkel.
- #6:** A webáruházak **70%-a** a megfelelő raktárkészlet biztosítását és a beérkezések ütemezését prioritásként kezeli.
- #7:** A webáruházak éves online forgalmuk akár **60%-át** is realizálhatják az ünnepi időszakban, átlagosan **35%-os** súly várható.
- #8:** Facebook hirdetéssel a webáruházak közel **70%-a** készül az idei ünnepi szezonra.



Felkészülés a Black Friday-re

- #1:** A webáruházak **háromnegyede** részt vesz benne.
- #2:** A résztvevő webáruházak **több mint 60%-a** egész hétvégén át tartó akciót tart.
- #3:** A résztvevő webáruházak **87%-a** az akció napjának pontos kommunikációját fontosnak tartja a felkészülésben.
- #4:** A webáruházak **59%-a** elsősorban a vásárlók elvárása miatt tart idén Black Friday akciót.
- #5:** Az akciós nap a résztvevő webáruházak **fele** szerint kiváló lehetőség marketing célokra.
- #6:** Az akció a résztvevő webáruházak **fele** szerint kiváló lehetőség marketing célokra, és presztízs értékkel is bír.
- #7:** A webáruházak **fele** a versenytársaik miatt is tart Black Friday-t.
- #8:** A résztvevő webáruházak átlagosan **18-20%** kedvezménnyel készülnek.
- #9:** Az érintett webáruházak éves online forgalmának átlagosan **5%-a** realizálódik kifejezetten a Black Friday napja alatt.
- #10:** A költségek összértéke meghaladhatja akár a **40 milliárd forint**os értéket is.



**BLACK
FRIDAY**

Karácsony 2018

2018-ban az aktív online vásárlók átlagosan 7 személy megajándékozását tervezik és összességében közel 41 ezer forintot szánnak az ajándékokra.

Idén karácsonykor átlagosan 7 főt tervezünk megajándékozni, mindösszesen több mint 41 ezer forint értékben. Ez a tavalyi átlagos költéshez képest 6000 Ft többletköltséget eredményez a karácsonyi ajándék vásárlást tervező internetezők körében. Az ajándékok többségét az internetezők idén is a szűk család részére (átlagosan 3-4 főnek) szánják, azonban egyre több távoli családtag, barát, vagy ismerős kerül fel a listára.

Az ajándékok nagy része a netről kerül a fa alá

A tökéletes ajándékok megtalálására az aktív internetező magyarok háromnegyede elsősorban valamilyen online csatornát vesz majd igénybe. Emellett továbbra is népszerű inspirálódási mód az áruházak akciós újságainak átnézése (48%), illetve a kirakatok böngészése (35%). Az internetezők 36%-a pedig úgy vélekedik, hogy inkább biztosra megy és megkérdezi szeretteit milyen ajándéknak örülnének.

A tájékozódás mellett már az ajándék beszerzések jelentős része is a neten zajlik majd: **az internetezők 77%-a tervez belföldi online vásárlást** ebből a célból, miközben a hagyományos vásárlási csatornák közül – az állandó tömeg ellenére – továbbra is népszerűek (64%) a plázák és bevásárlóközpontok is.

A szezon már nálunk is a Black Friday napján indul

Az ajándékok beszerzését nem lehet elég korán elkezdni. Október közepén már az internetezők negyede nekiállt a beszerzésének, de a korai kezdés inkább a női vásárlókra jellemző.

Az internetezők 37%-a – kb. mint 2,2 millió ember – a beszerzésekkel viszont már tudatosan megvárja a november végi Black Friday akciót, bízva a jó ajánlatokban és a széles választékban. Ezt követően azonban az ajándékok beszerzése a többség (62%) számára akár egészen a karácsonyt megelőző utolsó napokig is elhúzódhat.

A tervezés és a megfelelő ütemezés azoknál lehet különösen fontos, akik külföldről is szeretnének ajándékot rendelni, ugyanis az internetezők 18%-a ezt az alternatívát is számításba veszi, átlagosan 10.500 Ft-ot szánva erre.



Mennyit szánnak az ajándékokra?

Kinek szánjuk az ajándékok nagyobb részét?

Szűk család 3-4 fő



77%
Hazai internetes boltban/áruházban



64%
Bevásárlóközpontban, plázában



30%
Hagyományos boltban, szaküzletben



18%
Interneten külföldről

Hol vesszük az ajándékokat?

Mikor tervezünk ajándékot vásárolni?



Karácsony 2018

A GKI Digital mérései szerint a 2017-es Black Friday akciók átlagos online kosár értéke 25 ezer forint volt. Ez az idei évben 30 ezer forint fölé emelkedhet, ami alapján a mért vásárlói érdeklődést alapul véve **a 2018-as online Black Friday-költségek összértéke meghaladhatja akár a 40 milliárd forintos értéket is.**

Fekete Pénteken főként az online akciókat fogjuk keresni

Black Friday napján várhatóan az internetes akciók lesznek a legnépszerűbbek: a vásárlást tervezők csaknem 50%-a online, 38%-a online és offline üzletekben is (bevásárlóközpontokban és plázákban) keresni fogja az akciós termékeket.

A vásárlását az internetezők többsége impulzív módon tervezi, 46% a kedvezményes termékek körétől teszi függővé, hogy rendel-e bármit. 38% a leértékelt kínálatból próbál majd ötleteket meríteni, míg minden harmadik vásárló kifejezetten azt is fogja figyelni, hogy mely termékek lesznek legjobban leárazva és ez alapján tervez vásárolni.

Egyre fontosabb a minőség, de mit ajándékozunk karácsonykor?

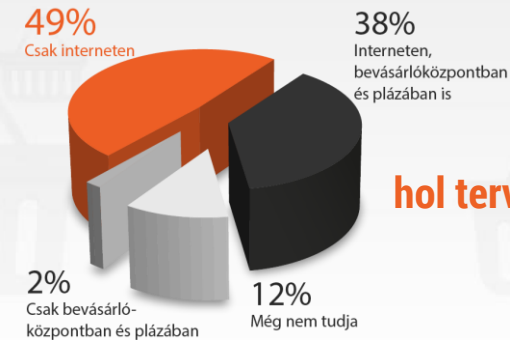
A megfelelő karácsonyi ajándék kiválasztása sosem egyszerű feladat. **Az árcédula mellett évről évre egyre hangsúlyosabbá válik a megfelelő ár-érték arány és a minőség is.** Ez többira az internetezők több mint 80%-a idén már elsődleges szempontként tekint. Ugyanakkor az ajándékok kapcsán továbbra is a klasszikusokra esküszünk.

Várhatóan idén is minden második ajándékban lesz valamilyen **ruházati cikk**, ezt követik a népszerűségi versenyben a:

- játékok (44%),
- szépségápolási és kozmetikai termékek (42%),
- lakberendezési, barkács- és lakásfelszerelési tárgyak (31%).

A KUTATÁSRÓL

A kutatást az Árukereső.hu megbízásából a GKI Digital készítette el 2018 októberében. A felmérés online adatfelvétellel valósult meg, 1749 fős válaszadói minta alapján. Az elemzés során a kapott eredmények az aktív internetezők körére vonatkozóan kor szerinti megoszlás tekintetében reprezentatív módon kerültek feldolgozásra. Az adatfelvétel módjából és az elért célközönségből adódóan a kutatás az aktív internetezők karácsonyi vásárlási terveit mutatja be.

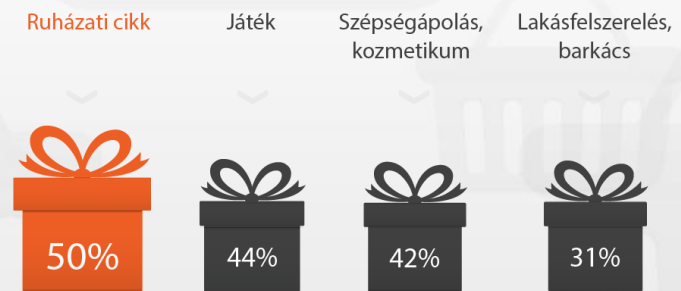


Fekete pénteken hol tervezünk vásárolni?

Fekete péntek kapcsán Milyen várakozásaink vannak?



Karácsonyi sláger termékek



ONLINE KISKERESKEDELMI INDEX

A KUTATÁS SZAKMAI HÁTTERÉT ÉS AZ ELEMZÉST BIZTOSÍTOTTA:



A KUTATÁST TÁMOGATJA:



GKI DIGITAL KUTATÓ ÉS TANÁCSADÓ KFT.

H-1092 Budapest, Ráday utca 42-44.

www.gkidigital.hu

Timár Szabolcs – CEO
timar@gkidigital.hu

Madar Norbert – Vezető tanácsadó
madar@gkidigital.hu

HIVATKOZÁSI FORMA: GKI Digital – Árkereső.hu: Online Kiskereskedelmi Index 2018 / IV.

2018 © GKI Digital Kutató és Tanácsadó Kft. & Online Comparison Shopping Kft. Minden jog fenntartva!