



SAJTÓKÖZLEMÉNY

2011. június 10.

Internetes vásárlás mobileszközökről – Összefoglaló a 2011-es trendekről *25%-kal nőtt a mobileszközökről vásárlók aránya*

2011-ben a mobileszközről kezdeményezett internetes vásárlás olyan ütemben növekedett, hogy áprilisra egy hétvégén már majdnem elérte a vásárlási volumen a tavalyi csúcsát jelentő karácsony előtti napokét. Mára az összes mobilos online árucikk keresés meghaladta a teljes érdeklődés 1,5%-át – derül ki az Árukereső.hu piacvezető árösszehasonlító oldal szakértőinek kutatásából. A mobileszközről árucikket keresők aránya kb. 25%-kal nőtt az első negyedévben, ami azt mutatja, hogy, szignifikánsan többen használják a mobileszközeiket a vásárláshoz, mint a tavalyi év negyedik negyedévében.

Magyarországon elterjedt szokás mobiltelefonnal parkolásért fizetni, vagy autópályamatricát vásárolni, de egyre közkedveltebb, hogy okostelefonokról, táblagépekről, vagy más mobileszközről intézünk hagyományos internetes vásárlást is, legyen szó akár karácsonyi ajándékokról, akár fűnyíróról.

A magyar mobileszközről indított vásárlások adatai elemezve az Árukereső.hu szakértői legfrissebb kutatásukban megállapították, hogy 2011-ben a mobilról vásárlók kb. harmada használ iPhone-t, és szintén harmada Androidos telefont. Ezeket követi az iPad 12%-kal és a Symbian eszközök kb. 8%-kal. Az mobileszközös e-kereskedelem közel 90%-a ebből a négy eszközből származik.

A teljes mobilvásárlás piac növekedett, az Android hamarosan beelőzheti az iPhone-t

A mobileszközről árucikket keresők aránya kb. 25%-kal nőtt az első negyedévben, ami azt mutatja, hogy a tavalyi év végi nagyon rövid szezonális hatás (karácsony) ellenére szignifikánsan többen használják mára mobileszközeiket a tudatos vásárláshoz, mint a tavalyi év negyedik negyedévében.

Látható, hogy a decemberi csúcsot követően az év elején nagyjából egyenletes az iPhone-ról kezdeményezett vásárlások aránya, áprilisiban tapasztalható egy enyhe emelkedés.

Az elmúlt két hónapban határozottan elkezdett növekedni az Androidos eszközökről vásárlók aránya, úgy tűnik, hogy a tudatos vevők között az Android gyorsabb növekedést produkál, napi szinten néha már le is győzi az iPhone-t.

A divatos táblagépek esetében látható, hogy áprilisban szépen növekedni kezdett az iPad használata is. Bár abszolút értékben kevesebb ember választ rajta összesen webshopot, de forgalmi aránya gyorsabban nő mint az iPhone-é. A konkrét vásárlások esetében is fordított a kép: iPadről arányaiban többen kattintanak vásárlást kezdeményezve egy bolt oldalára mint iPhone-ról vagy Androidos telefontól.

András BÜCHLER | PR Vezető

arukereso.hu Kft.
1074 Budapest, Rákóczi út 70-72.
e-mail: buchler.andras@arukereso.com
url: www.arukereso.hu
sajtószoba: pr.arukereso.com
mobil: +36 (30) 450 9878
telefon/fax: +36 (1) 370 0553

 facebook.com/arukereso
 twitter.com/arukereso_hu

SAJTÓKÖZLEMÉNY

Az egy napos csúszás

Egy napos csúszás vehető észre a hagyományos számítógépes, illetve a mobileszközös vásárlási csúcs között minden héten az [Árukereső.hu](http://Arukereso.hu) tapasztalatai szerint. A számítógépes csúcs hétfőn van, mivel asztali gépet, vagy notebookot jóval többen használnak internetes vásárlásra, mint mobil eszközt, valamint hétfőn munkahelyről, munkaidőben általában sokan vásárolnak. A mobilos internetes árukeresési csúcs viszont vasárnap van, hisz az emberek kevesebb időt töltenek otthon a gép előtt, ha pedig úton vannak akkor gyorsan leellenőrzik az információkat, összehasonlítják az árakat, vagy megrendelnek árucikkeket.

Magukat az eszközöket is egyre többen választják

Az Androidos telefonokat és iPhone-okat nagyságrendileg ugyanannyian keresik az árukereső oldalakon. Magyarországon az Androidos okostelefonok iránti kereslet érdemben decemberben ugrott meg, jelenleg lassan növekszik.

Módszertani háttér:

Az Arukereső.hu Magyarország piacvezető árösszehasonlító oldala, ahol havonta közel kétmillió felhasználó keresgél a 730 webshop 1,4 millió terméke között. A vásárlók viselkedését vizsgálva az Arukereső.hu szakemberei folyamatosan követik, hogy milyen piaci trendek, vásárlói preferenciák jelennek meg a magyar e-kereskedelemben.