

TERMÉKmix

INNOVÁCIÓK ÉS TRENDEK AZ FMCG KERESKEDELEMBEN [XXIII. ÉVF. 2015. DECEMBER]



Angyali ízek
A karácsony is együtt szép.



www.eisberg.hu
www.salatazz.hu

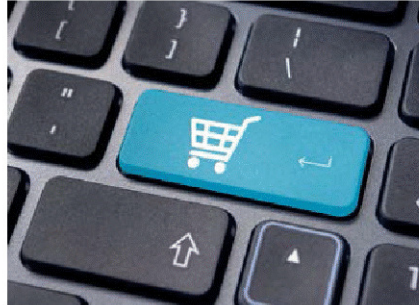
Tokaj Dressing (birs, alma, szilva, málna) és Tokaj Vinaigrette (oriental, balsam) salátaöntetek
- valódi gyümölcságyon, természetes erjesztéssel készült ecetből.

GKI: TÖBB MINT 2,3 MILLIÓ ONLINE VÁSÁRLÓ



Év végére több mint 2,3 millió online vásárló lesz Magyarországon, ami a napi rendszerességgel internetezők 41 százaléka - derül ki a GKI Digital és az Árukereső.hu felméréséből. A kutatás 6 online vásárlói típust azonosított, közülük a rutinos vásárlói profil a legmegha-

tározóbb, amelynek 56 százaléka több mint évi hat alkalommal vásárol. Az akcióvadász vásárlók 74 százaléka utánvétellel szeret fizetni, és az utánajáró csoportot jellemzően férfiak alkotják. Az összegzés szerint az interneten vásárlók többsége, 84 százaléka a termék ára alapján választja ki a számára megfelelő webáruházat, 64 százalékuknak a kiszállítási és az átvételi mód, valamint a bolt megbízhatósága fontos. A válaszadók mindössze 24 százalékánál meghatározó a bolt ismertsége.



Az online kiskereskedelmi forgalom tavaly mintegy 230 milliárd forint volt, amelynek csaknem felét a három legnagyobb szektor adta. A műszaki cikkek 400 milliárd forintos forgalmának mintegy 10 százaléka, a 240 milliárd forint forgalmú játékok és kultúra szektor 13 százaléka, és a 100 milliárd forintot bonyolító számítástechnikai szektor 32 százaléka származik online értékesítésből.

A legnagyobb mértékben, 28 százalékkal a baba-mama termékek forgalma nőtt, azt követte 27 százalékkal az állateledelek kategóriája, majd az élelmiszer, amelyből 24 százalékkal többet értékesítettek egy év alatt.