



ONLINE
KISKERESKEDELMI
INDEX

Árukereső.hu – GKI Digital
Online Kiskereskedelmi Index

2015/IV.

Összefoglaló





H-1092 Budapest Ráday utca 42-44. III. emelet

telefon: +36 1 318 1284

fax: +36 1 318 4023

email: info@gkidigital.hu

web: www.gkidigital.hu

Összeállította:

Madar Norbert

Timár Szabolcs

A kutatás támogatója:



A kutatási összefoglaló a Creative Commons Nevezze meg! – Ne adja el! – Ne változtassa! 2.5 Hungary licenc szerint, az alábbiak betartásával felhasználható, terjeszthető magán-, non-profit-, oktatási és ismeretterjesztési célra:

Meg kell jelölni a kutatás készítőit a következő módon:

„GKI Digital – Árskereső.hu: Online Kiskereskedelmi Index kutatás, 2015/IV.”

Az összefoglalóban bemutatásra kerülő, képzett index-számra az alábbiak szerint kell hivatkozni:

„GKI Digital – Árskereső.hu OKI index”

Tilos a változtatás: idézett szöveget, vagy szövegrészletet csak eredeti formájában lehet közzétenni.

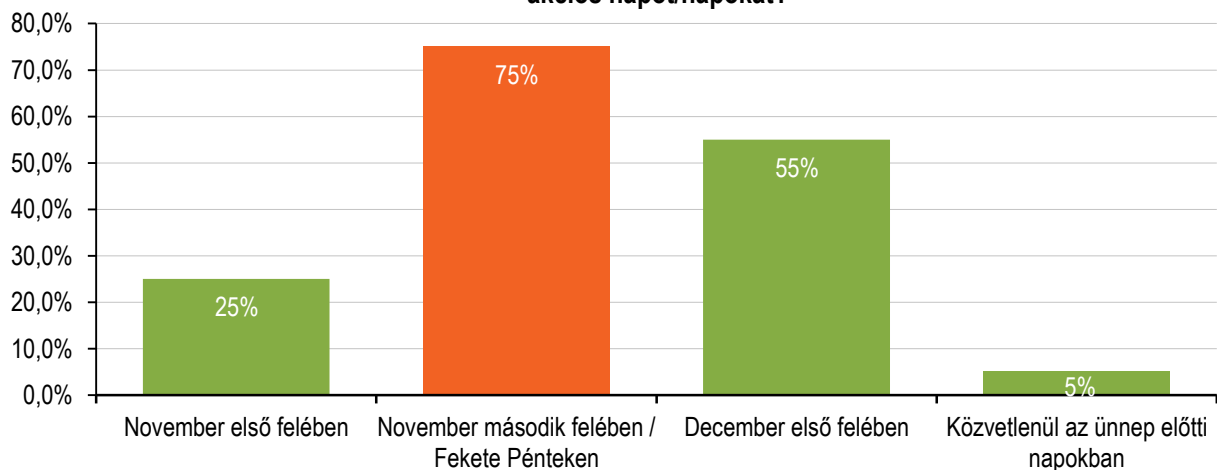
A közlétező ugyanakkor a szövegrészletekhez hozzáteheti saját írását. Tilos az értékesítés

Idén is fekete péntekkel kezdődik a karácsonyi szezon az e-kereskedelemben, miközben a boltzár ellenére vasárnap továbbra se vásárolunk többet online – derül ki a GKI Digital és az Árukereső.hu közös, Online Kiskereskedelmi Index kutatássorozatának idei negyedik felméréséből.

Kezdődik az ünnepi szezon, optimisták a kereskedők

Az ünnepi szezon – a tavalyi évhez hasonlóan – várhatóan idén is november végén, a fekete péntek (black friday) akciókkal veszi kezdetét a webáruházak számára. Az idei utolsó OKI felmérés során, a megkérdezett e-kereskedők háromnegyede jelezte, idén nem szeretne kimaradni a november végi akciós időszakból.

Terveik szerint a karácsonyi időszakot megelőzően mikor szeretnék megtartani az akciós napot/napokat?



Fekete péntek – egy nap mind felett

A külföldi webshopoknál már évek óta alkalmazott marketingfogás lényege, hogy meghatározott időtartamra – általában 1 napra – 20-50%-os vagy akár még nagyobb kedvezményeket hirdetnek a kereskedők, meghatározott termékekre. A kedvezménnyel vásárolható termékek körét és a kedvezmény mértékét az utolsó pillanatig titokban tartva fokozzák a várakozást, miközben magát az akciót már napokkal korábban népszerűsíteni kezdik. Az így gerjesztett érdeklődés hatása pedig nem marad el: a készletek jellemzően „zárás” előtt elfogynak.

Ami jó a vásárlónak az jó a boltoknak is?

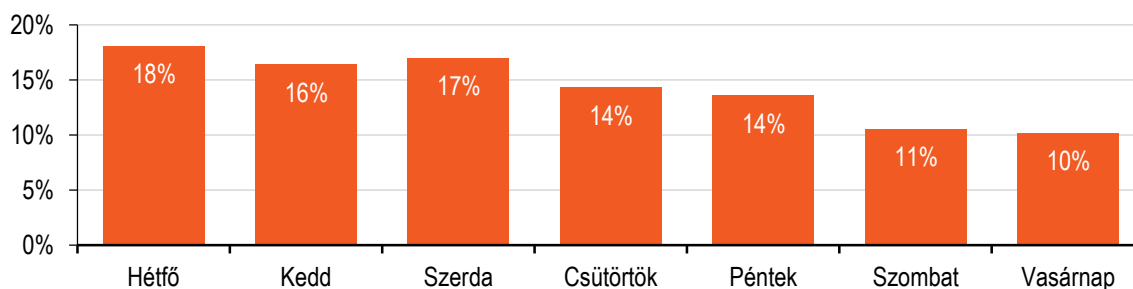
A fekete péntek terjedése vásárlói szemszögből vitathatatlanul hasznos, hisz minden ilyen kezdeményezés jót tesz az online vásárlás népszerűségének. Másrésztől azonban, növeli a szakadékot a legnagyobb áruházak és a kis webshopok között, mivel ilyenkor jellemzően a piacvezetők hirdetési uralják a médiafelületeket.

Ráadásul a fekete péntek okozta megtöbbszörözött rendelés- és csomagszám, óriási kihívás elé állítja a kereskedők és vevők közé ékelődő logisztikai szolgáltatókat, nem beszélve a látogatószám miatti informatikai túlterheltségről – ami a rendszer üzemeltetői mellett, az ügyfélszolgálati munkatársak vállára is többlet terheket ró.

Hétvégén kevesebbet vásárolunk online

Az online kiskereskedelemben a vásárlások száma jellemzően a hét első három napjában a legmagasabb. A legkevesebb rendelésszám továbbra is hétvégén realizálódik, tehát a vasárnapi boltzár eredménye láthatóan nincs hatással a hétvégén leadott rendelések mennyiségére.

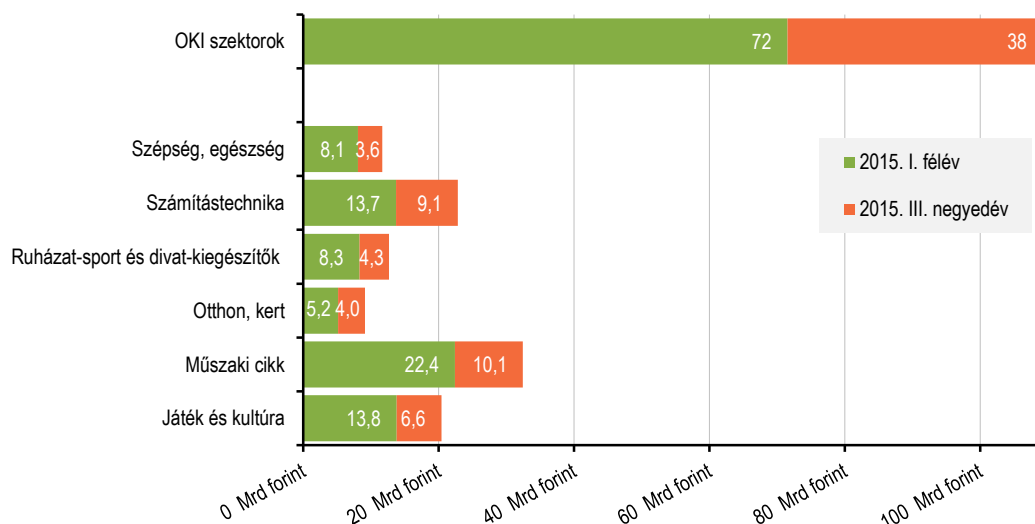
Az online rendelések leadásának napok szerinti megoszlása egy átlagos héten



Idén már 15%-os a bővülés és még csak most jön a karácsony

Az év első 9 hónapjában a hat legnagyobb online kiskereskedelmi szektor összesen mintegy 110 milliárd forintos online forgalmat realizált, ami 2014 hasonló időszakához képest 15%-os bővülést jelent.

Az Online Kiskereskedelmi Index kutatássorozat hat vizsgált szektorának forgalma 2015 első három negyedében*



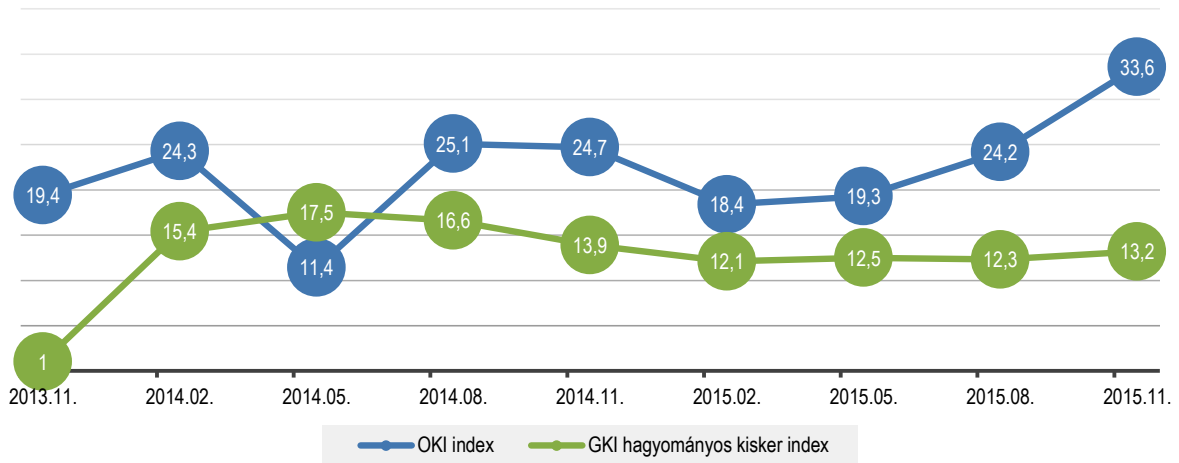
*A megjelenített értékek az egyes szektorok esetében modellbecslésen alapulnak.

OKI index: tovább nőtt az online szektor optimizmusa

Az online kereskedelem szereplői 2015 harmadik negyedévére vonatkozóan a korábbinál jóval pozitívabb értékelést adtak, amiben már jól tükröződik a karácsonyi szezonra vonatkozó, derülátó álláspont is.

Az online kereskedők pozitív várakozásai mellett a teljes kiskereskedelemben is kedvező hangulat uralkodik, azaz a várakozások alapján mind a teljes, mind az online kiskereskedelem számára biztató lehet az utolsó negyedév alakulása.

Az OKI index alakulása



Az OKI index 3 kérdés alapján kerül súlyozottan előállításra:

- A következő három hónap üzleti lehetőségei
- Elmúlt negyedév eladási pozícióinak megítélése
- A gazdasági környezettel kapcsolatos várakozások

Az Online Kiskereskedelmi Indexről

A kutatás során képzett GKI Digital – Árukereső.hu OKI index egy mérőszám, mely több tényezőt figyelembe véve értékeli az online kiskereskedelem aktuális negyedévéét, figyelembe véve a forgalmat, a gazdasági környezetet, a kereskedők hangulatát, várakozásait.

A GKI Digital a vizsgált területekre kapott egyenlegértékekből súlyozással előállította az Online Kiskereskedelmi Indexet, mely párba állítható a GKI Gazdaságkutató kiskereskedelmi indexével. Az index célja, hogy értékével és változásának irányával jelezze a gazdaság, azon belül is a kereskedelem szereplőinek várakozásait, tapasztalatait.

A sokaság és a minta: az Online Kiskereskedelmi Index kutatás keretében jelenleg a legfontosabb 6 szektort vizsgáljuk részletesen, összesen 600 áruház bevonásával. A válaszok szektorokra reprezentatívak. A kutatás idei negyedik fordulójának adatfelvétele 2015. októberében, 3 hétiig zajlott.

A vizsgált 6 szektor: Műszaki cikk / Számítástechnika / Játék és kultúra / Ruházat-sport és divat-kiegészítők / Szépség-egészség / Otthon-kert

A GKI Digitalról:

GKI Digital Kft. 2013-ban jött létre, a GKI Gazdaságkutató Zrt. digitális területekkel kapcsolatos, piackutatásokra szakosodott leányvállalataként. A GKI Digital Kft. küldetése, hogy a legmagasabb szakmai elvárásoknak megfelelő alapkutatásokat, elemzéseket készítsen, és az így előállított információkat szekunder adatokkal kiegészítve partnerei és ügyfelei számára értéket teremtsen, az alábbi fő területeken:

- Online (e-kereskedelem, online marketing, webfejlesztés, termékbevezetés, képzések);
- Informatika (hardver és szoftver infrastruktúra);
- Telekommunikáció (mobil eszközök és szolgáltatások, távközlési hálózatok, infrastruktúra),
- Információs Társadalom (internet penetráció, trendek, modellek, fogyasztási szokások).

Az Árukereső.hu-ról

Az Árukereső.hu Magyarország piacvezető ár-összehasonlító oldala, egyben online vásárlási kalauza, amely 2004 óta több millió vásárlásban segítette már a felhasználókat és a boltokat. Látogatói jelenleg több mint 1900 webáruház, 6,3 millió terméke közül válogathatnak az oldalon.

Az Árukereső.hu küldetése, hogy összegyűjtsön és könnyen összehasonlíthatóvá tegyen termékeket és árakat, melyek közül a jövőbeni vásárló a számára fontos szempontok alapján egyszerűen és gyorsan választhatja ki a neki legkedvezőbb ajánlatot. Céljuk, hogy szolgáltatásaik folyamatos fejlesztésével és kiegészítő szolgáltatásaik révén fokozzák a vásárlási élményt és megkönnyítsék a döntéshozatalt, ezzel népszerűsítve a gazdaságos és környezetbarát internetes vásárlást.