

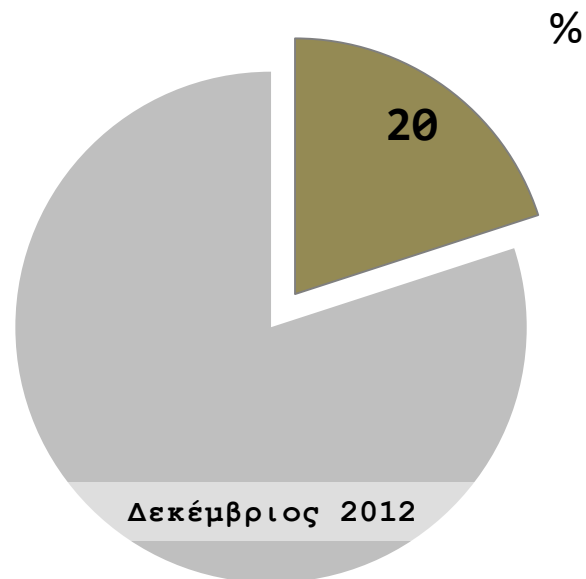
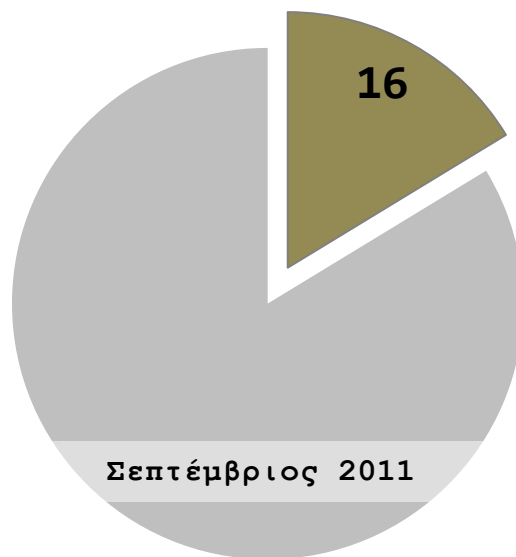
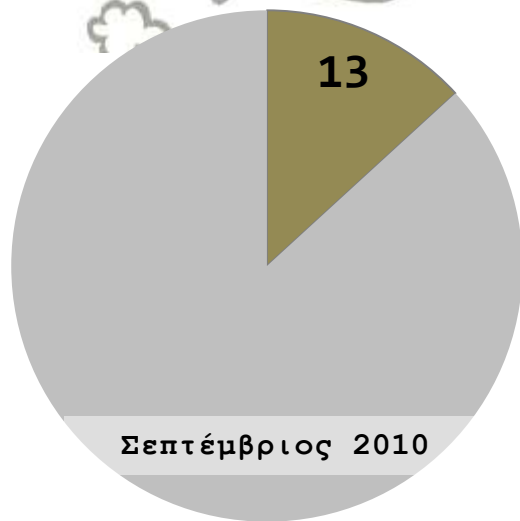


on line shopping

Εισαγωγή

- Με την διάδοση του internet, οι online αγορές αποτελούν μία δραστηριότητα με την οποία εξοικειώνονται καθημερινά όλο και περισσότεροι χρήστες. Το κοινό, έχει τη δυνατότητα πλέον να βρει μέσω online αναζητήσεων, εύρος προϊόντων και τιμών από όλο τον κόσμο, προκειμένου να βρει αυτό που ανταποκρίνεται στις προσδοκίες του και να το αγοράσει.
- Στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης, οι e-consumers αυξάνονται, ενώ ταυτόχρονα όσο «εκπαιδεύονται» στις ιδιαιτερότητες αυτής της σχετικά νέας μεθόδου απόκτησης προϊόντων και υπηρεσιών, γίνονται **πιο απαιτητικοί** και **πιο διερευνητικοί** σε σχέση με παλιότερα.
- Οι προβληματισμοί τους σε σχέση με τις online αγορές αρχίζουν και διαφοροποιούνται (από τον φόβο της «υποκλοπής προσωπικών στοιχείων» και του «τρόπου πληρωμής» στον **«έλεγχο του προϊόντος»**). Η **αυθεντικότητα** των προϊόντων που διατίθενται, η **ποικιλία** και η **διαθεσιμότητα των προϊόντων ενδιαφέροντος**, αποτελούν τις κυριότερες «σκέψεις» όσων βρίσκονται κοντά στο «κλικ» μιας νέας αγοράς.
- *Στις διαφάνειες που ακολουθούν, παρουσιάζονται στοιχεία από την έρευνα WEB ID της FOCUS BARI σε σχέση με τις αγορές μέσω του διαδικτύου στην Ελλάδα, από το ενήλικο κοινό.*
- *Η ταυτότητα της έρευνας περιγράφεται στην τελευταία σελίδα του παρόντος.*

Αγορές μέσω διαδικτύου: Εξέλιξη

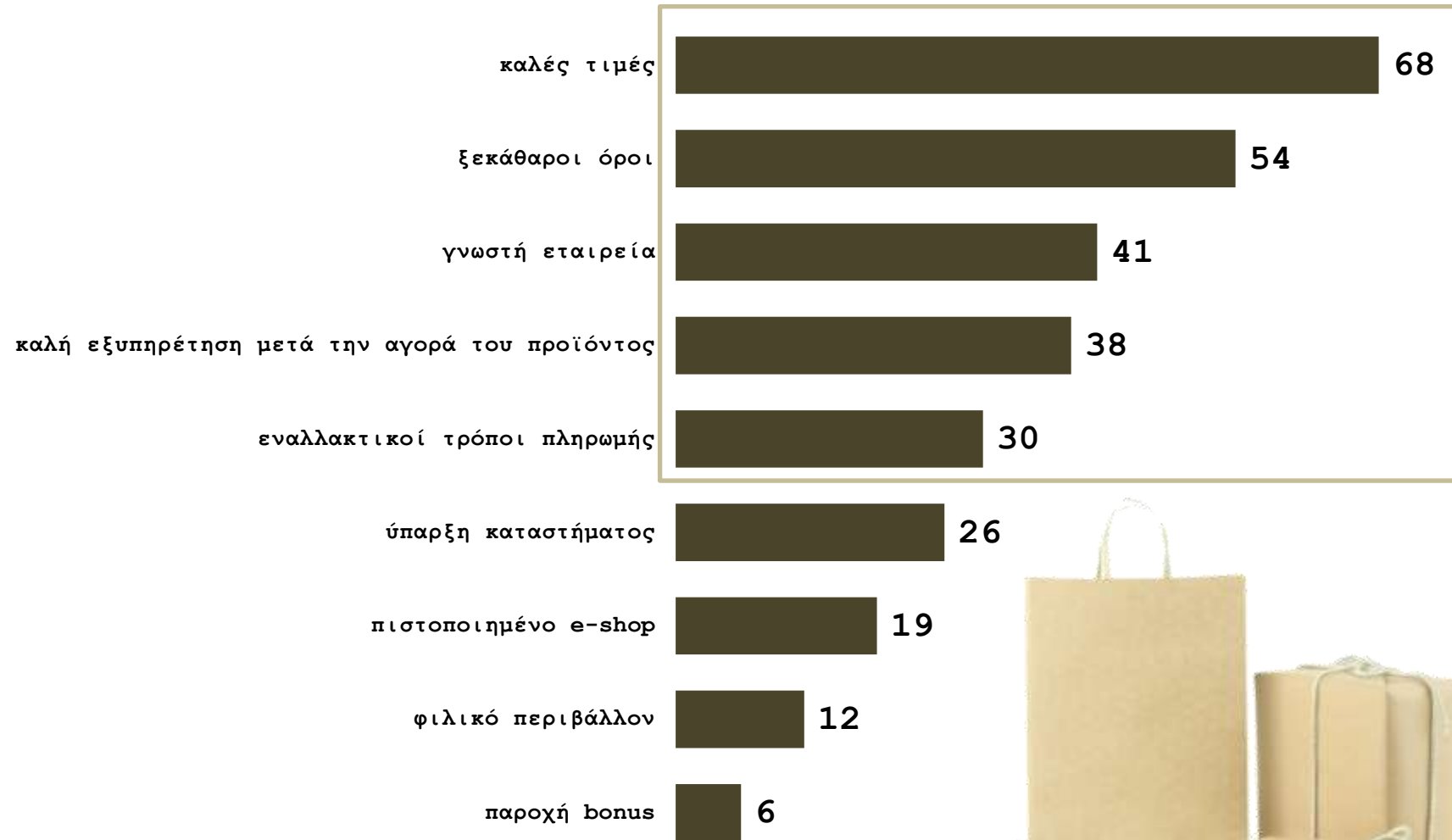


■ Έχουν πραγματοποιήσει τουλάχιστον μία on line αγορά τους τελ.6 μήνες

Το κοινό που πραγματοποιεί αγορές μέσω διαδικτύου, ολοένα και αυξάνεται !

Για τους e-shoppers οι σημαντικότερες προϋποθέσεις / προσδοκίες σε σχέση με τα διαδικτυακά καταστήματα είναι...

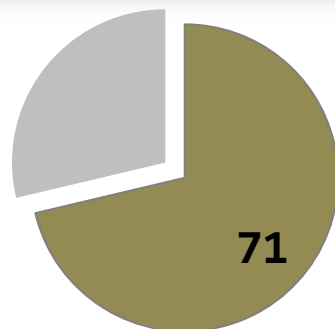
%



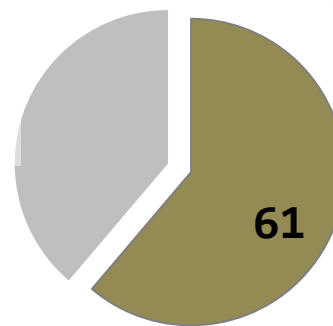
Online Αγορές : Οι προβληματισμοί



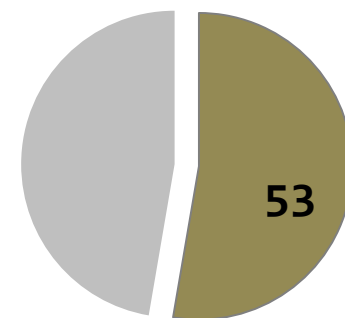
Η «υποκλοπή των προσωπικών δεδομένων» παραμένει ο βασικότερος (αν και μειούμενος τα τελευταία χρόνια) προβληματισμός του κοινού σε σχέση με τις αγορές μέσω internet, ενώ...



Σεπτέμβριος 2010



Σεπτέμβριος 2011



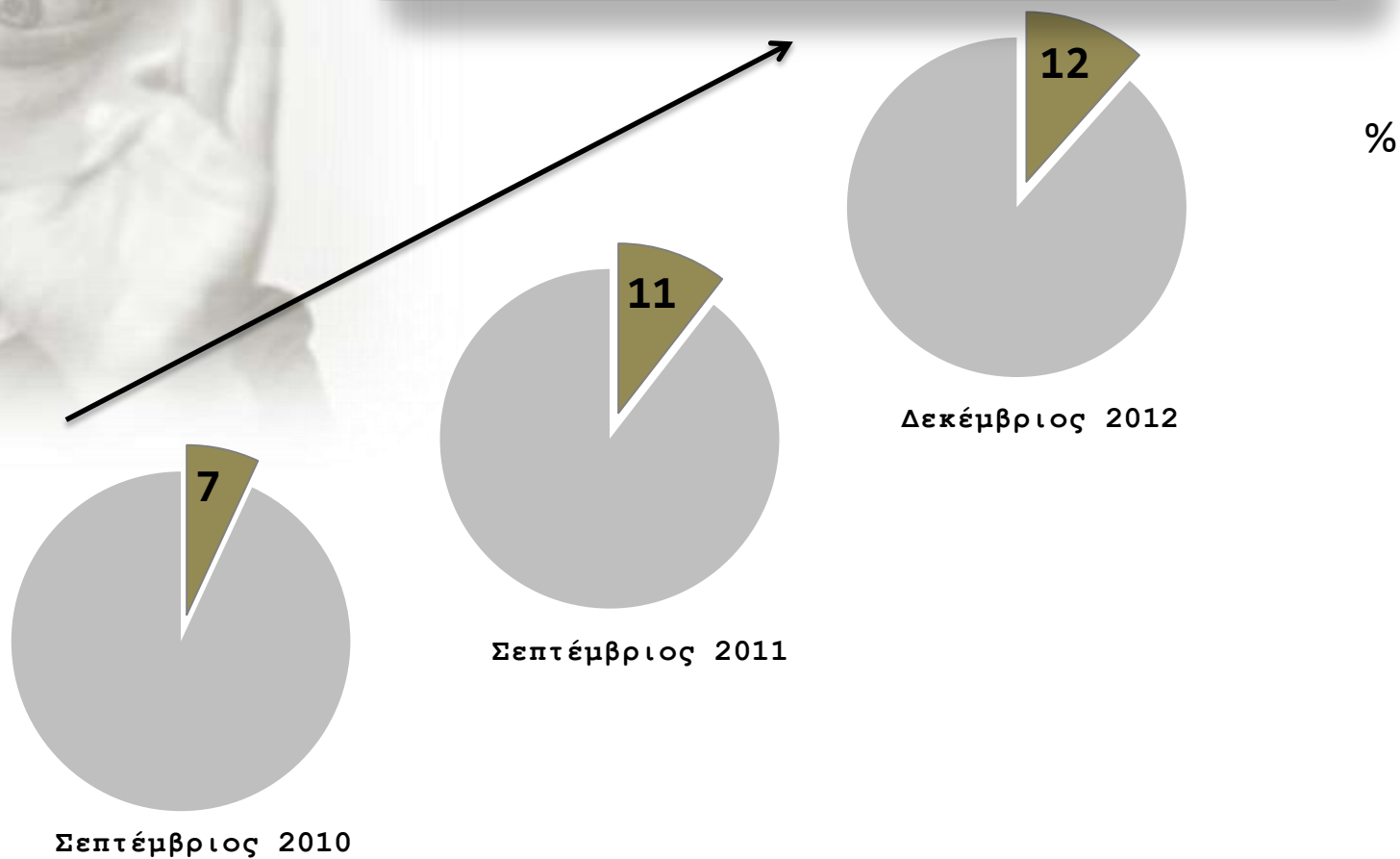
Δεκέμβριος 2012

%

■ Δηλώνουν ότι προβληματίζονται για την υποκλοπή των προσωπικών τους δεδομένων

Online Αγορές : Οι προβληματισμοί

... την ίδια στιγμή όλο και περισσότεροι e-shoppers δηλώνουν προβληματισμό σε σχέση με τον «έλεγχο του προϊόντος» πριν την αγορά



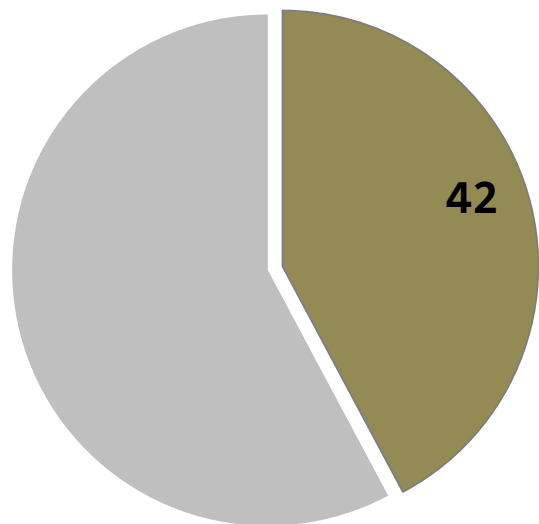
■ Δηλώνουν ως προβληματισμό τον προσωπικό έλεγχο των προϊόντων

Πηγή: Έρευνα Web ID

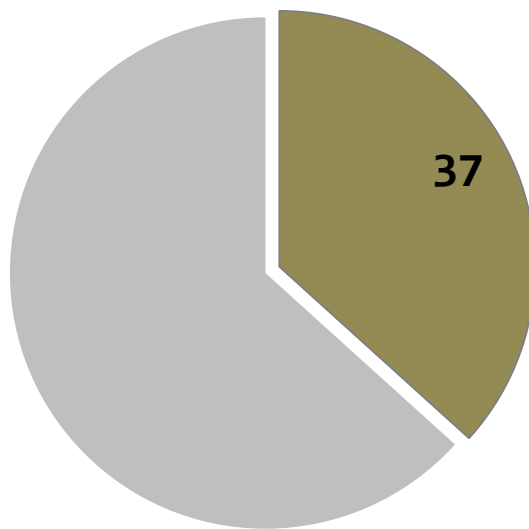
Βάση: e-shoppers, Ηλικίες 18+ Πανελλαδικά

Online Αγορές : Οι προβληματισμοί

Παράλληλα, κατά 5 ποσοστιαίες μονάδες εμφανίζεται μειωμένο σε σχέση με πέρσι το κοινό που δηλώνει «πολύ ικανοποιημένο» από τις online αγορές που πραγματοποίησε τους τελευταίους 6 μήνες



Σεπτέμβριος 2011



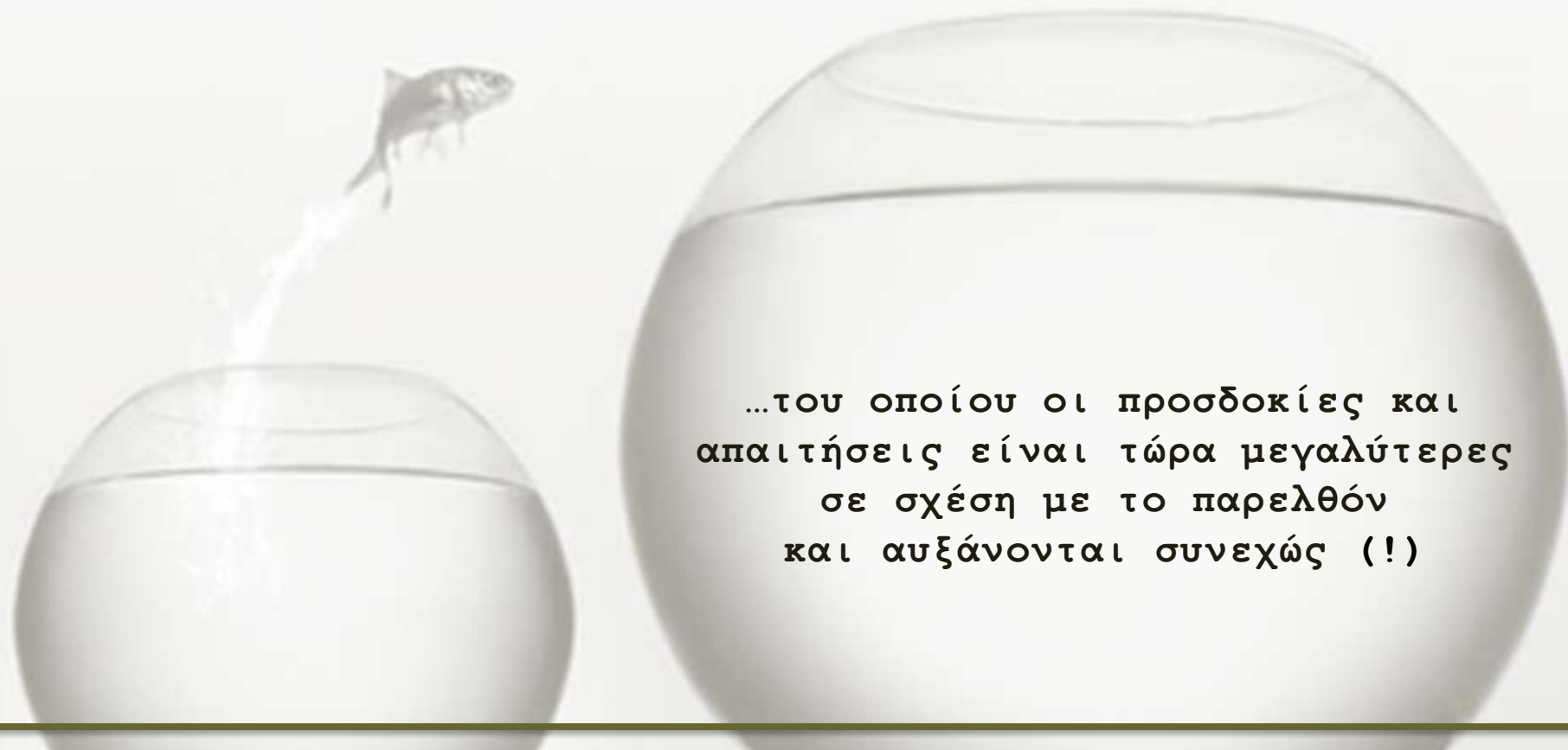
Δεκέμβριος 2012

%



■ Δηλώνουν «πολύ ικανοποιημένοι» από τις online αγορές τους (τελ.6 μήνες)

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η διαρκής ανάπτυξη της online δραστηριότητας, «εκπαιδεύει» συνεχώς τον ηλεκτρονικό καταναλωτή...



...του οποίου οι προσδοκίες και απαιτήσεις είναι τώρα μεγαλύτερες σε σχέση με το παρελθόν και αυξάνονται συνεχώς (!)

Την ίδια στιγμή, η κατανάλωση λόγω της οικονομικής κατάστασης είναι πιο περιορισμένη σε σχέση με το παρελθόν και οι αγορές (είτε on line είτε off line) γίνονται με περισσότερη «σκέψη» και προσοχή!

Στο πλαίσιο αυτό, οι online αγορές τη τελευταία διετία μεταξύ των e-shoppers...

...ΠΟΥ **Αυξάνονται** ...

...ΠΟΥ **Μειώνονται** ...



Τα ρούχα

Τα gadgets



Τα βιβλία

Οι κρατήσεις ξενοδοχείων



Οι κρατήσεις εστιατορίων

Τα ψώνια από το supermarket



Τα ταξιδιωτικά εισιτήρια

Οι αγορές hardware



Τα εισιτήρια διασκέδασης

Η μουσική



Οι αγορές software

Πηγή: Έρευνα Web ID

Βάση: e-shoppers, Ηλικίες 18+ Πανελλαδικά



Από τον Σεπτέμβρη του 2010 μέχρι και τον Δεκέμβρη του 2012 ο μέσος αριθμός on line αγορών στο βμηνο ανά καταναλωτή παραμένει σταθερός στις 5 αγορές . . .



...ενώ μειούμενο είναι το μέσο ποσό για online αγορές (τους τελ.6 μήνες)!

871€

Σεπτέμβριος
2010

608€

Σεπτέμβριος
2011

532€

Δεκέμβριος
2012

Πηγή: FOCUS BARI

Έρευνα: WEB ID

Ετήσιο Δείγμα: 6.000 άτομα Πανελλαδικά (12.000 ετήσιο)

Μεθοδολογία: Computer Assisted Personal Interviews

Καλυπτόμενος πληθυσμός: Ηλικίες 13-70, μόνιμοι κάτοικοι Ν.Αττικής,
Ν.Θεσσαλονίκης, λοιπής Ηπειρωτικής Ελλάδας & Κρήτης

(πρωτεύουσα και αστικά κέντρα 10.000+ κατοίκων κάθε νομού, λοιπές αστικές και αγροτικές περιοχές σε ακτίνα 25χλμ από την πρωτεύουσα/αστικά κέντρα 10.000+ κατοίκων. Από την κάλυψη εξαιρούνται τα νησιά του Ιονίου και του Αιγαίου καθώς και τα νησιά που ανήκουν στους νομούς Ηπειρωτικής Ελλάδος. Για το νομό Αττικής συμπεριλαμβάνονται στην κάλυψη οι δήμοι Σαλαμίνας και Αίγινας)

6.639.153 άτομα
(ΕΛ.ΣΤΑΤ 2001)

Η έρευνα καταγράφει αναλυτικές πληροφορίες για την χρήση του internet καθώς και τους βασικούς δείκτες επισκεψιμότητας των sites

✓ Συνεχής Πανελλήνια έρευνα της FOCUS BARI από το 1995

