

NielsenIQ: Aproape 60% dintre români au cumparat online prin rețelele de socializare

Trei din cinci români (59%) au facut cumparaturi online prin social media, cea mai populara retea de acest fel fiind Facebook, arata un studiu realizat la nivel global de NielsenIQ.

Pe plan national, majoritatea cumparatorilor online a fost afectata de pandemie, fie din punct de vedere al sanatatii (personal sau cineva drag) într-o pondere de 30%, fie din punct de vedere financiar (62%), releva datele centralizate de NielsenIQ, una dintre unitatile de business din cadrul Nielsen Holdings plc.

Conform cercetarii de specialitate, 20% dintre români sunt nou-veniti în online, în perioada pandemiei, iar 87% din totalul acestora provin din rândul categoriei afectate de COVID-19.

În ceea ce priveste obiceiurile de cumparare, trei din cinci cumparatori online din Romania au efectuat achizitii prin intermediul rețelilor de socializare, Facebook fiind cea mai populara platforma de socializare folosita pentru shopping online (59%).

În acelasi timp, Instagram este folosita de o treime dintre e-cumparatori si câștiga mai multa importanta în rândul tinerilor cu vârste între 18 si 24 de ani (39%).

De asemenea, TikTok a aparut printre mentiunile românilor, iar 10% au declarat ca au cumparat online folosind aceasta platforma.

Conform datelor Nielsen, cumparatorii români din online au afirmat ca pot face "shopping" în orice zi, fara sa aiba o ora preferata, însa majoritatea s-a declarat ca fiind mai activi sâmbata (18%) si spre seara, în intervalul orar 18:00 - 22:00.

Cât priveste dispozitivele folosite pentru a face cumparaturi, opt din zece persoane (80%) au indicat smartphone-ul.

Studiul Nielsen dedicat segmentului de e-commerce, realizat la nivel global, a inclus 1.157 de respondenti din mediul urban, cu vârste cuprinse între 18 si 55 ani, care au facut cumparaturi online în ultimele trei luni. În România, cercetarea a fost efectuata în luna octombrie 2020.

Nielsen Holdings plc este o companie globala de masurare si analiza de date care livreaza cea mai completa imagine asupra consumatorilor si pietelor din întreaga lume. Compania este formata din doua unitati de business: Nielsen Global Media si NielsenIQ (denumita anterior Nielsen Global Connect).