

Analiza e-commerce 2Performant: Românii cheltuie în medie cu 9,2% mai mult pentru un coș de cumparaturi în online față de anul trecut și prefera cumparaturile de pe mobil



Compania de tehnologie 2Performant, liderul pieței de marketing afiliat din România, listată pe piața AeRO a BVB (simbol bursier 2P), observă o pastrare a trendului de cumparare preponderent online, tendința puternic accelerată de pandemie, cu o preferință pentru cumparaturile realizate de pe mobil, dar și o creștere a valorii coșului de cumparaturi. Conform datelor disponibile în platforma de marketing afiliat 2Performant.com, în perioada ianuarie – aprilie 2021, 66,4% din vânzări s-au realizat de pe mobil, în vreme ce 33,1% de pe desktop. Totodată, românii cheltuie cu 9,2% mai mult pentru un coș de cumparaturi în magazinele online, față de aceeași perioadă a anului trecut.

Cât cheltuie românii într-un magazin online?

Conform cifrelor 2Performant, primele patru luni ale acestui an indică o creștere valorii medii a comenzii plasate într-un magazin online. Astfel, valoarea medie a coșului de cumparaturi crește în intervalul ianuarie – aprilie 2021 față de aceeași perioadă a anului trecut cu 9,2% și ajunge la 49,89 euro fara TVA.

În privința dispozitivului de pe care se face comanda online, valoarea medie a comenzii de pe mobil se situează la 43,47 euro fara TVA, în creștere cu 7% față de anul trecut, în timp ce valoarea medie a comenzii de pe desktop crește cu 12 procente și ajunge la 62,72 euro fara TVA. Se observă astfel că o proporție mai mare din trafic și din vânzări se întâmplă pe mobil, în schimb vânzarile de pe desktop au o valoare medie mai mare decât cele de pe mobil. Cu alte cuvinte, românii cheltuie mai mult în medie pe o comandă online, față de anul trecut, iar produsele mai scumpe sunt achiziționate de pe desktop, care prezintă încredere mai mare pentru cumparatori atunci când vine vorba de alegerea unui produs mai scump și plata online.

Tendențele accentuate de a face cumparaturi online sunt susținute și de cifre care indică o creștere a numărului de click-uri în magazinele online: 20,3 milioane de click-uri au fost înregistrate în platforma 2Performant.com în primele patru luni din 2021, în vreme ce numărul total al tranzacțiilor intermediare prin platforma în perioada ianuarie – aprilie a acestui an se ridică la peste 357.000. Și specialiștii în digital care promovează și aduc vânzări magazinelor online și-au sporit comisioanele: 2.392 de specialiști în digital au câștigat 1,2 milioane de euro din comisioane prin intermediul 2Performant, în primele patru luni ale anului.

„Tendențele generate de pandemie în special în zona online-ului se pastrează și în acest an, iar semnalele sunt că le vom avea alături mult timp de acum înainte. Anul 2020 a adus un număr semnificativ de clienți noi pentru

magazinele online, sunt mai prezenți în online clienții cu o forță de cumpărare ceva mai mare, cei care nu caută neapărat un discount, ci anumite branduri sau produse cu caracteristici clare și care forțează magazinele online să ridice standardele. Față de aceeași perioadă a anului trecut observăm în platforma noastră de marketing afiliat o valoare medie a coșului în creștere cu peste 9% și simțim prezența consumatorilor interesați de produse de lux și de produse fabricate local”, spune Raluca Negrea, Country Manager România și Bulgaria 2Performant.

Când vizitează utilizatorii de internet magazinele online și când au loc vânzările?

Analiza datelor din platforma 2Performant.com arată că în primele patru luni ale acestui an cea mai mare proporție din traficul total pe desktop s-a înregistrat la ora 00:00 în zilele de marți (1,6%), urmat de ora 11:00 dimineața în zilele de marți (1,4%), în timp ce pe mobil, între orele 21:00 și 22:00 din zilele de duminică s-a înregistrat cea mai mare proporție din trafic, respectiv 2,5%. Se observă că în perioada analizată cele mai multe vânzări pe mobil au loc în zilele de luni, marți și duminică la ora 21:00, în timp ce pe desktop ziua de marți înregistrează cea mai mare proporție din vânzări, în special între orele 11:00 și 15:00.

Ce procent din vizitatorii unui magazin online devin clienți?

Conform datelor 2Performant, în perioada ianuarie – aprilie 2021, în medie, 2% dintre vizitatori s-au transformat în clienți ai magazinelor online, ceea ce reprezintă o rată de conversie foarte bună pentru sectorul e-commerce. Media pentru cumpărătorii online de pe mobil este de 1,6%, iar pentru cei de pe desktop de 2,2%.

În privința timpului necesar de la accesarea magazinului online și până la efectuarea unei achiziții, conform datelor 2Performant 65% dintre cumpărături au avut loc în mai puțin de 24 de ore de la vizitarea magazinului online. Acest lucru se reflectă atât în cazul cumpărăturilor de pe mobil, unde 63% dintre conversii au loc în mai puțin de 24 de ore de la click, iar 26% la peste 4 zile distanță de la click, dar și în cazul cumpărăturilor de pe desktop, cu 68% dintre conversii în mai puțin de 24 de ore și 22,4% la distanță de 4 zile.

Creșteri pentru specialiștii în digital

Definit drept publicitate la cost pe vânzare, marketingul afiliat reprezintă cel mai eficient instrument de promovare și vânzare disponibil astăzi, iar pe fondul accelerării comerțului online și-a demonstrat eficacitatea atât pentru magazinele online, cât și pentru specialiștii în digital care le promovează. Astfel, pentru fiecare euro investit în marketing afiliat, un magazin online a câștigat în medie în perioada ianuarie – aprilie 2021 15,3 euro, o valoare cu 7,6% mai mare decât aceeași perioadă a anului trecut, marcată de debutul stării de urgență. Și afiliații, adică specialiștii în digital care promovează magazinele online din platforma 2Performant și câștigă comisioane în baza vânzărilor pe care le aduc acestora, și-au sporit comisioanele în primele patru luni ale acestui an.

Numărul afiliaților care au înregistrat comisioane este cu 14,5% mai mare față de primele patru luni ale anului trecut: 2.392. Aceștia au câștigat 1,2 milioane de euro din comisioane prin intermediul 2Performant, în perioada ianuarie - aprilie 2021, cu o medie la nivelul tuturor de 10.000 euro pe zi.