

Magazinele online au înregistrat un trafic în scadere de pâna la 25%, în perioada 24 februarie - 7 martie (analiza)

Traficul magazinelor online a scăzut între 15% și 25%, în intervalul 24 februarie - 7 martie, fata de o perioada normala, semn ca românii sunt mult mai rezervati în achizitii și ca au renunțat la cumparaturile de impuls, reiese dintr-o analiza realizata de o agentie de marketing digital.

Conform datelor centralizate de Gun Media, declansarea evenimentelor din Ucraina a generat scaderi pe toate nisele, iar procentele difera pe diferite segmente, fluctueaza și în functie de maturitatea brandului, însă trendul de scadere a fost clar.

"La izbucnirea razboiului chiar aveam campanii mari de vânzare online în plina desfasurare. Am mentinut campaniile, dar mult mai rezervati în mesaje, atenti la reactia comunitatii și cu ochii atintiti pe felul în care performau bugetele. A parut ca se repeta istoria pentru cumparaturile online. Acum, la o luna de la izbucnirea razboiului în Ucraina, suntem în proces de revenire la normalitate", a explicat Robert Trandafir, co-fondator Gun Media.

Analiza de specialitate arata, totodata, ca, în perioada de referinta, au fost înregistrate cresteri ale interactiunii și fluxului de subiecte din social media pe subiecte de razboi, au scăzut volumele de cautare în Google, website-urile au înregistrat trafic mai puțin, iar achizitiile online au scăzut cu pâna la 15% fata de o perioada normala. Totodata, atât rata de conversie, cât și veniturile au scăzut.

"Scaderea achizitiilor online de la finalul lunii februarie ne-a facut sa realizam încă o data ca piata reactioneaza la orice fel de evenimente externe și ca este foarte important sa ne adaptam campaniile la context. Pâna atunci, începutul de an fusese unul promitator pentru majoritatea magazinelor online din portofoliul Gun Media, agentie de performance în marketingul online. Vedeam o crestere medie a numarului de achizitii de aproximativ 25% vs. 2021, unele magazine ajungând și pâna la 55% crestere a tranzactiilor online. Aceasta evolutie a depins de nisa, de maturitatea brandului, de consecventa în comunicare și bugetele investite", sustine specialistul în eCommerce.

Totusi, premisele sunt optimiste și arata o crestere, pe ansamblu, a pietei de comert electronic din România, în acest an.

"La final de martie putem vedea o crestere medie a achizitiilor fata de aceeași perioada a anului trecut de aproximativ 20%. La final de trimestru I, premisele acestui an sunt optimiste. În mod normal piata de e-commerce va continua cresterea în 2022", a mentionat Trandafir.

Gun Media este agentie de performance în digital marketing, partenera Google din anul 2013. În 2022, compania s-a clasat în Top 3 parteneri Google în România, iar din 2020 a devenit Facebook Marketing Partner.