Online na święta, ale nie tylko od święta

**Obraz zawierający tekst, wewnątrz, ściana, zielony

Opis wygenerowany automatycznie**

Rok 2020 to zdecydowanie rok e-commerce. 72% internautów deklaruje,   
że kupuje w Internecie. 1/3 zintensyfikowała zakupy online bezpośrednio ze względu na pandemię, żeby zwiększyć swoje bezpieczeństwo. A jak covid-19 wpłynął na nasze zakupy świąteczne?

**Inspiracje online**

Jak pokazują wyniki grudniowego badania „E-Xmas” przeprowadzonego na 2500 internautach, 51% Polaków poszukuje inspiracji do zakupu prezentów w Internecie. Internet w tym zakresie szczególnie intensywnie w tym roku wykorzystują „silversi”, czyli osoby w wieku 55+ lat. W tej grupie 72% zainspirowało się informacjami i reklamami online, aby obdarować bliskich. Inspiracji polscy konsumenci poszukują w wielu miejscach, ale najczęściej w tym roku jest to Allegro (36%), a dalej strony sklepów internetowych (31%) oraz gazetki online (27%). Bezpośrednio w wyszukiwace inspiracji poszukiwało 29% internautów. Co ciekawe, te zakupowe miejsca były częściej wykorzystywane inspiracyjnie niż media społecznościowe czy blogi, które zwykle kojarzą się z treściami inspiracyjnymi. Najwyrażniej konsumenci byli zaineresowani skróceniem ścieżki zakupowej do minimum, czyli bezpośrednim przełożeniem swoich wyborów na zakupy. Konsumenci o najzasobniejszych portfelach również jako źródło inspiracji wybrali miejsca sprzedażowe. 54% - wybrane sklepy internetowe, a 44% Allegro i, co ciekawe, również gazetki promocyjne online. Rodzice zaś swoje pierwsze kroki po prezenty skierowali przede wszystkim na Allegro. Duży wpływ na poszukujących prezentów miały także reklamy online. Aż 53% przyznało, że zakupili prezenty miedzy innymi dzięki reklamie w sieci, a 22% wręcz zadeklarowało, że większość prezentów zakupili w wyniku kontaktu z taką reklamą. Zdecydowanie najchętniej z podpowiedzi w reklamach skorzystali najmłodsi konsumenci – w wieku 18-24 lata. Do ich wpływu przyznało się też 2/3 osób o najzasobniejszych portfelach.

**Internet, że ho-ho-ho!**

Zainspirowani w sieci, Polacy ruszyli na zakupy… do sieci. 47% potwierdza, że przynajmniej część prezentów zakupi online, a co 5. Internauta deklaruje, że będą to wszystke prezenty. Najczęściej na e-zakupy zdecydowali się Polacy w wieku 25-34 lata, ale też najstarsza grupa konsumentów. Oni zdecydowanie postawili na bezpieczeństwo, chociaż nie tylko. Generalnie internauci zdecydowali się na zakupy prezentów w sieci też ze względu na wygodę, duży asortyment i oszczędność czasu. Oszczędność pieniędzy w kontekście prezentów znalazła się na ostatnim miejscu. Osoby w wieku 55+ lat najbardziej doceniły szeroki asortyment, a z kolei wygoda zakupów przemówiła najbardziej do mieszkańców największych miast, mieszkańców wsi i konsumentów zarabiających pow. 7000 zł miesięcznie. Z kolei rodzice docenili świąteczne e-zakupy najbardziej za oszczędność czasu. Okazuje się też, że zakupy online mogą sprawiać przyjemność. Być może nie da się tu odtworzyć wprost świątecznego klimatu galerii handlowych, ale internauci w skali 1-5 ocenili przyjemność dokonywania e-zakupów świątecznych na 4,22, czyli bardzo wysoko. I najwyraźniej jest to prawda, ponieważ pomimo, że nie spotkają się w tym roku przy świątecznym stole z dużą częścią bliskich, na prezenty wciąż średnio wydali ponad 550 zł. Większość prezentów zakupionych też została w tym roku znacznie wcześniej. Co 4. internauta zaczał zakupy jeszcze w pierwszej połowie listopada, a jedynie 8% osób (2-krotnie mniej niż rok temu), zostawiło zakupy na ostatnie dni przed Świętami.

**Co pod choinkę?**

A co ostatecznie zostało zakupione i w charakterze prezentu zagości pod świątecznym drzewkiem? Okazuje się, że tu nie zmieniło się wiele. Podobnie jak rok temu Polacy wybrali dla swoich bliskich kosmetyki, produkty modowe i biżuterię. Nowością są różne prezenty związane z hobby, które wskoczyły na podium i znalazły się na liście zakupowej zaraz za kosmetykami. To akurat może być bezpośredni efekt pandemii, ponieważ w czasie obostrzeń Polacy wrócili do swoich, często odkładanych z braku czasu, pasji albo wręcz na nowo odkryli swoje zainteresowania. 19% internautów zaczęło częściej czytać, 12% wykupiło różne kursy online. 32% internautów potwierdza, że pandemia zmobilizowała ich – przemyśleli różne rzeczy i wdrożyli nowe przedsięwzięcia.

Badanie „E-Xmas” zostało zrealizowane przez Mobile Institute w dniach 15-20 grudnia 2020 roku metodą CAWI – responsywnych ankiet internetowych. Zebrano opinie od 2500 internautów. Dane są reprezentatywne dla internautów w Polce pod względem struktury płci, wieku i wielkości miejsca zamieszkania.

Obraz zawierający siedzi, znak, żywność, rysunek

Opis wygenerowany automatycznie

Mobile Institute [mobileinstitute.eu](file:///Users/kasia/mobileinstitute.eu) to nowoczesna agencja badawcza, specjalizująca się w badaniach konsumenckich i badaniach trendów rynkowych. Oferuje narzędzia z obszaru customer experience, w tym interaktywne widżety przeznaczone dla serwisów internetowych i e-sklepów <https://instapps.io/> oraz systemy wielokanałowego monitoringu satysfakcji służące prowadzeniu stałego dialogu z klientami i pracownikami.