

Românii au cheltuit, în medie, 52,6 euro pentru cumparaturi online, în 2021; majoritatea achizițiilor, de pe mobil (analiza)

Valoarea medie a cosului de cumparaturi online a crescut cu 5,8%, anul trecut, comparativ cu 2020, pâna 52,6 euro, în timp ce 69% dintre cumparaturile românilor în mediul virtual a fost realizate de pe telefonul mobil, arata o analiza realizata de 2Performant, companie de tehnologie listata pe piata AeRO a Burse de Valori Bucuresti (BVB).

Pe o piata de e-commerce estimata de Asociatia Româna a Magazinelor Online (ARMO) la peste 6 miliarde de euro, 2Performant a intermediat, în 2021, un numar de 1,39 milioane de vânzari pentru magazinele online din platforma sa.

Conform datelor centralizate, topul categoriilor de produse care au înregistrat cele mai multe vânzari, în cursul anului trecut, este condus de Fashion - cu 363.300 de vânzari, în crestere cu 30% fata de anul anterior. Pe locul al doilea în topul categoriilor cu cele mai multe vânzari se situeaza categoria Book, Movies and Music - cu 338.200 de vânzari prin platforma 2Performant.com (+29%), urmate de Beauty (145.400 de vânzari, +3,4%), Home and Garden (80.100 vânzari, +46%) si Electronics IT&C (79.900 de vânzari, +11,4%).

Analiza de specialitate releva faptul ca, în 2021, a crescut valoarea medie a cosului de cumparaturi, pâna la 52,6 euro, mai mult cu 5,8% fata de 2020. În privinta dispozitivelor de pe care se realizeaza cumparaturile online, datele 2Performant arata ca 69% dintre acestea se fac de pe telefonul mobil si doar 29,8% de pe desktop. "Cu toate acestea, valoarea medie a cosului de cumparaturi realizate de pe telefonul mobil este mai mica decât cea aferenta cumparaturilor de pe desktop, respectiv 46,47 euro pe mobil versus 66,67 euro pe desktop. Ceea ce indica faptul ca românii continua sa faca achizițiile mai importante ca pret de pe desktop", noteaza sursa citata.

În 2021, platforma tehnologica 2Performant.com, dezvoltata "in house", prin care profesionisti în marketingul digital colaboreaza cu magazinele online, a intermediat 68,7 milioane de click-uri, cu 23,4% mai multe decât în anul precedent. Pe segmentul traficului de pe desktop, cea mai buna zi a saptamânii, dupa numarul de click-uri, a fost miercurea, ora 11:00 fiind cea mai buna pentru cumparaturile online. Totodata, raportat la traficul pe mobil, duminica a fost cea mai buna zi a saptamânii, dupa numarul de click-uri, iar ora 10:00 a fost cea mai buna pentru cumparaturi online.

Sursa principala de trafic, în functie de numarul de click-uri, ramâne Google, cu 23,7 milioane, în crestere cu 65,3% fata de 2020, urmat de Facebook - cu 7,7 milioane de click-uri (-16,3%).

De asemenea, ziua cu cel mai mare numar de vânzari din 2021 a fost 12 noiembrie, în perioada de Black Friday. Astfel, în perioada 1 - 14 noiembrie a anului trecut, 462 de magazine online care activeaza în 25 de industrii diferite si care au lansat campanii de reduceri au realizat prin intermediul platformei 2Performant.com 115.000 de vânzari, în valoare de 6.929.804 euro (plus TVA), cu 47,8% mai mari decât cu un an în urma.

2Performant este o companie româneasca de tehnologie ce dezvolta, opereaza si monetizeaza 2Performant.com - platforma integrata de marketing afiliat si influencer marketing. Compania este listata pe piata AeRO a Bursei de Valori Bucuresti (BVB), sub simbolul 2P.