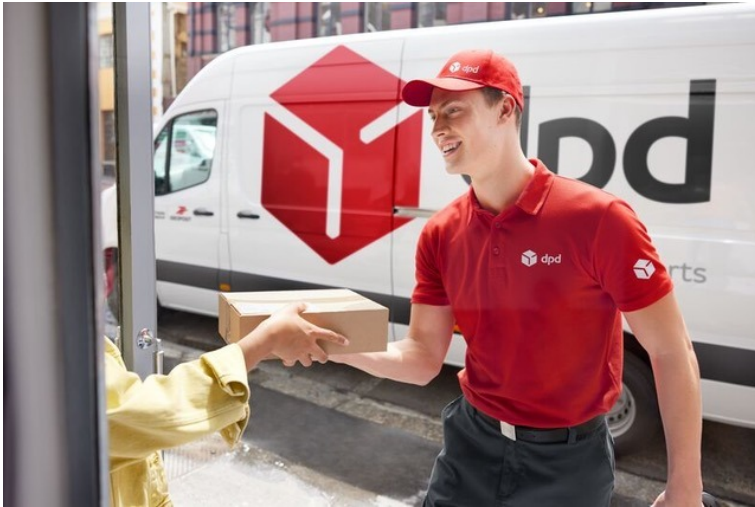


STUDIU. E-shopperii din țările vecine, interesați de ofertele magazinelor online românești



Piețele de e-commerce din vecinătatea României au devenit în ultima vreme din ce în ce mai interesante pentru magazinele online care vor să își extindă business-urile, deoarece majoritatea e-shopperilor de aici manifesta interes maxim pentru ofertele de pe site-uri din străinătate. Un studiu realizat de DPD România, care a analizat profilul e-shopperilor din 8 țări UE apropiate (Bulgaria, Cehia, Croația, Grecia, Polonia, Slovacia, Slovenia și Ungaria) arată ca în topul celor mai căutate produse sunt articolele de Fashion (69% în Cehia și Slovacia), Încălțăminte (peste 60% în Polonia și Bulgaria) și produsele din categoria Beauty/Health Care (peste 50% în Polonia, Cehia, Slovacia și Bulgaria). Cei mai activi e-shopperii din piețele studiate, care fac cumpărături online de pe site-uri din străinătate, sunt cei din Slovenia (80%) și Ungaria (77%), se mai arată în studiul citat.

Încălțăminte este produsul-vedeta în 4 dintre cele 8 piețe e-commerce analizate în studiul DPD România - Polonia (64%, media UE 49%), Bulgaria (61%), Slovenia (54%) și Ungaria (53%) -, în vreme ce articolele Fashion sunt pe primul loc în preferințele e-shopperilor din celelalte trei piețe: Cehia și Slovacia (69%, media UE 63%), respectiv Croația (65%). În ceea ce privește produsele Beauty/Health Care, România este singura piață din regiune care are pe primul loc această categorie de produse (64%); în celelalte 8 piețe studiate, acestea se află pe locul al treilea, cu procente între 56% (Polonia) și 43% (Slovenia). Interesanta e situația Croației, unde, alături de Beauty/Health Care urca pe „podium” alte două categorii de produse: cele pentru agrement, respectiv accesoriile și bijuteriile (49%).

Urmează în topul preferințelor pe care le au e-shopperii din cele 8 țări studiate cărțile, foarte căutate în Polonia (50%), Bulgaria (47%), Ungaria (37%), Cehia și Slovacia (35%), respectiv în Slovenia (32%), accesoriile și bijuteriile în Croația (49%) și Polonia (35%), produsele pentru agrement în Croația (49%) și Slovacia (33%), electrocasnicele în Polonia (45%) și Bulgaria (31%), alimentele proaspete și băuturile în Ungaria (43%) și Slovenia (32%), respectiv medicamentele în Polonia (42%), Cehia și Slovacia (37%), Bulgaria (31%) și Slovenia (29%).

„Toate aceste informații și multe altele asemănătoare, pe care le avem despre fiecare piață e-commerce din Europa, se pot transforma în oportunități și avantaje pentru magazinele online care doresc să își vândă produsele pe aceste piețe. Cunoașterea detaliată a e-shopperilor locali, viitorii clienți, este esențială pentru ca intrarea pe respectivele piețe de e-commerce să fie un succes”, spune **Nadia Talpa, CCO DPD România.**

Preferința pentru magazine online din străinătate. Cea dintâi oportunitate se referă la faptul că e-shopperii din toate cele 8 piețe studiate își fac cumpăraturile în magazine online din străinătate. Cei din Slovenia (80%) și

Ungaria (77%) sunt cei mai activi din acest punct de vedere, în condițiile în care media UE în ceea ce privește cumparaturile de pe site-uri din străinătate este de 57%. Și celelalte piețe studiate au procente cu mult peste media UE: Bulgaria (71%), Croația (68%), Slovacia (63%), Cehia (62%). Spre comparație, în România procentul este de 67%.

În cautarea unor prețuri mai bune. E-shoperii din țările aflate în apropierea României caută produse în magazine online din străinătate în primul rând pentru a găsi prețuri mai bune decât pe plan local. Cei mai interesați de acest aspect sunt slovenii (79%), ungurii (76%), bulgarii (71%), croații (65%), slovacii (61%) și polonezii (60%), în condițiile în care media europeană este de 52%. În ceea ce privește e-shopperii români, 64% dintre ei declară că, atunci când caută produse pe site-uri străine, o fac pentru a găsi prețuri mai bune.

Produse și branduri care nu se găsesc pe plan local. Un alt motiv important care determină alegerea site-urilor externe este acela că anumite produse sau branduri nu se găsesc pe piețele locale. Croații excelează la acest capitol (63%, peste media europeană, care e de 52%), în vreme ce e-shopperii cehi nu par foarte interesați de acest aspect (doar 39%). Un interes apropiat de media europeană manifestă bulgarii și slovenii (52%), ungurii (51%). Totodată, slovenii își doresc cel mai mult (25%) ca site-urile din străinătate să fie scrise în limba lor. Urmează polonezii (17%), cehii (15%) și bulgarii (13%), media europeană fiind, la acest capitol, de 13%, mai arată studiul DPD România. Majoritatea e-shopperilor din țările studiate sunt mulțumiți și dacă site-urile sunt scrise în limba engleză.

„Dincolo de informațiile detaliate despre piețele e-commerce regionale, DPD România vine în sprijinul magazinelor online românești care vor să se extindă pe aceste piețe cu Serviciul Regional CEE, care conține o serie de facilități și suport dedicat. Practic, echipa DPD România se poate ocupa de toate detaliile tehnice. Suntem parte din Geopost, cel mai important curier rutier din Europa, și partenerii noștri de grup sunt în top 3 actori pe piețele de curierat din țările respective”, a mai declarat Nadia Talpa.

Compania de curierat DPD România face parte din Geopost, lider european în livrările rutiere, și este activă pe piața locală din 2008, după preluarea Pegasus Courier. Are peste 1.800 de angajați (inclusiv francizele) și peste 22 milioane de colete livrate anual.