



07/03/2023

# Barometrul e-commerce 2023

De ce iubim femeile e-shopper



NETWORK  
MEMBER OF





## E-shopperul român obișnuit. Portret robot

- Numărul de e-shopperi din România a crescut cu 1% față de anul 2021, având o pondere mai mare decât media UE
- Ponderea e-shopperilor obișnuiți a rămas aceeași ca în anul precedent.
- Cei mai mulți e-shopperi români provin din mediul urban, în creștere cu 9% față de anul 2021



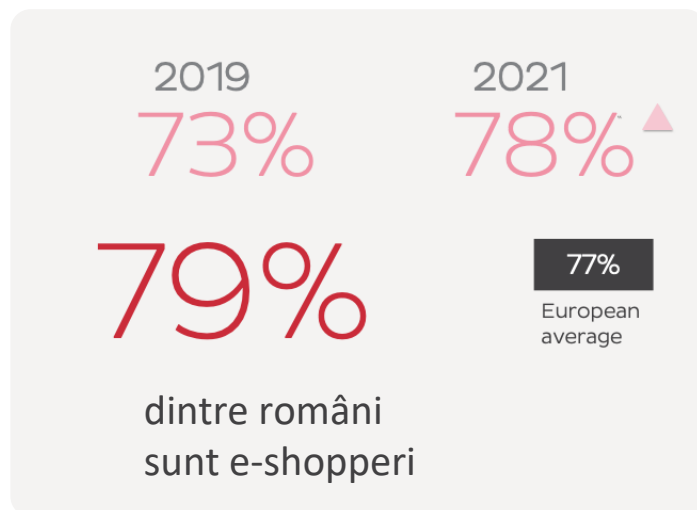
1.

# Evoluția comerțului electronic în România

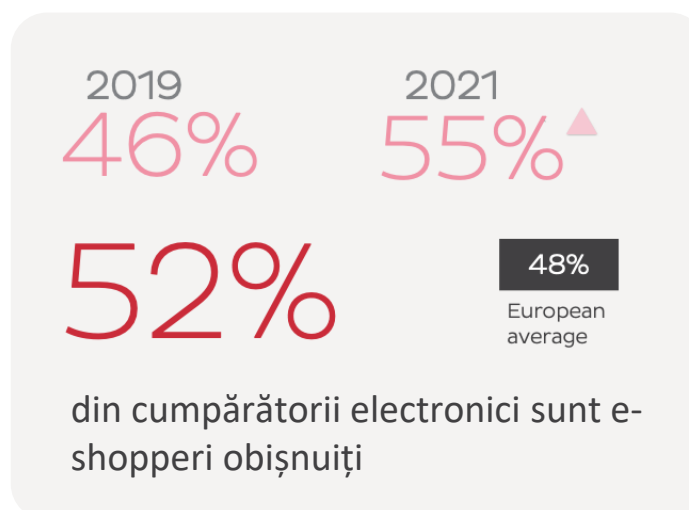
Numărul de e-shopperi români s-a stabilizat după creșterea înregistrată în timpul pandemiei de Covid-19. Același lucru se observă și în privința cumpărătorilor electronici obișnuiți, cei „răspunzători” de 90% din cumpărăturile online din România.



Ponderea e-shopperilor  
din totalul populației României



Ponderea e-shoperilor obișnuiți  
din totalul e-shopperilor români

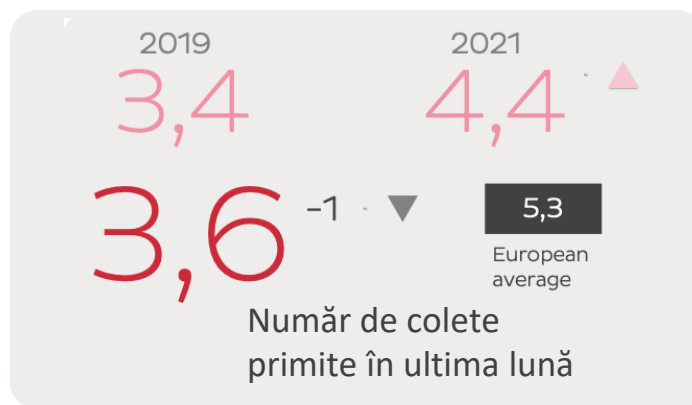
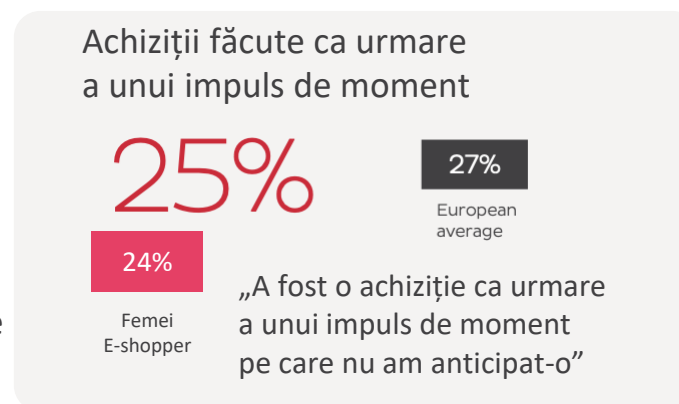
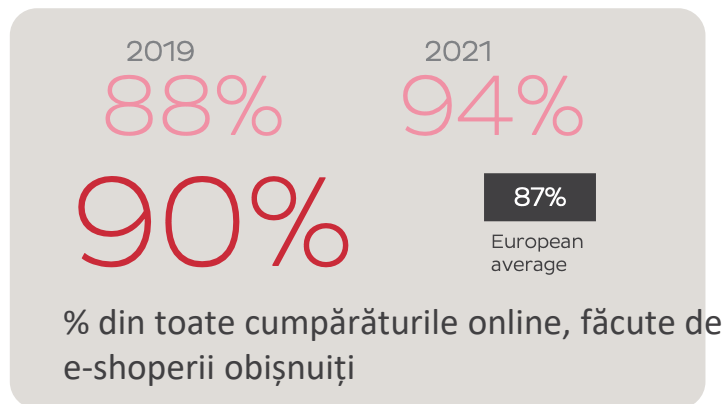


Definiție e-shopper obișnuit

- vârsta între 18 și 70 de ani
- cumpără online cel puțin un produs în fiecare lună

# În cifre

Cumpărăturile făcute de e-shopperii obișnuiți reprezintă în continuare majoritatea tranzacțiilor online, dar media numărului de colete este ceva mai mică decât cea de anul trecut.

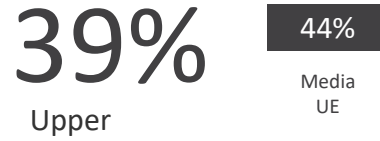


# E-shopperul român obișnuit. Portret-robot

Femei



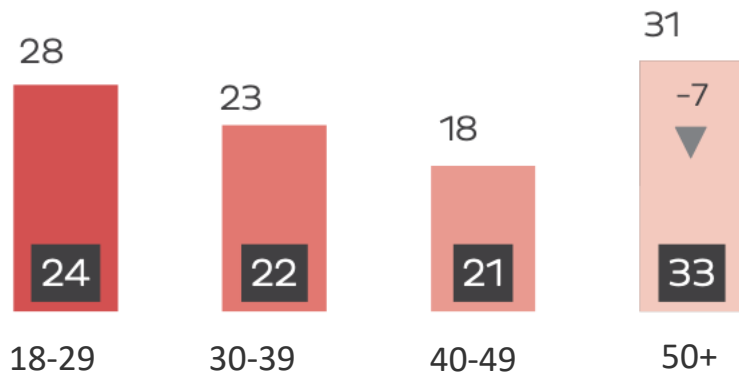
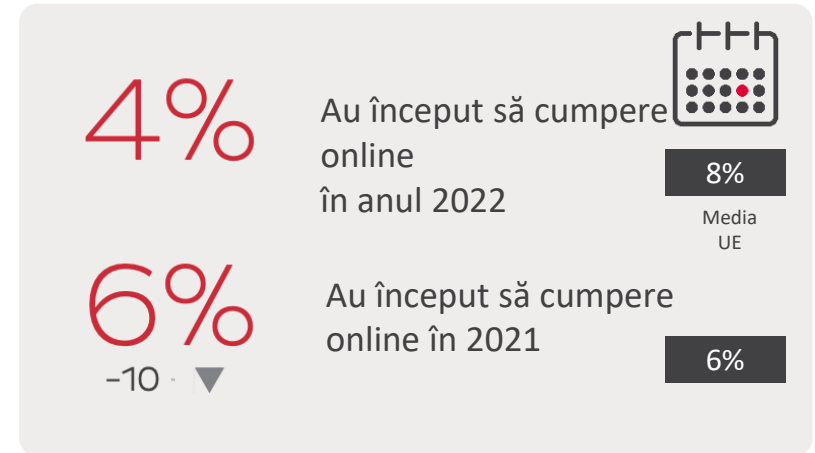
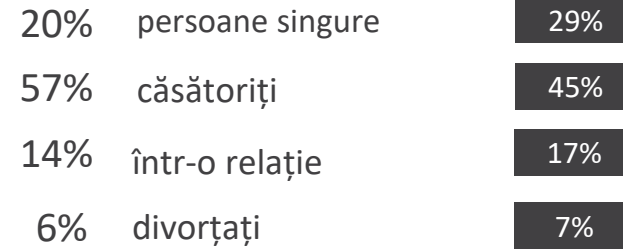
Venituri



Vârsta medie



Stare civilă



Domiciliul





## Femeile e-shopper

- Cele mai multe femei e-shopper din România sunt tinere (18-34 de ani) și locuiesc în orașe mari, de până la 250.000 de locuitori din Moldova, Ardeal, Muntenia și în București.
- Femeile e-shopper primesc într-o lună cu 0,6 colete mai multe decât bărbații.
- Contrar prejudecăților, achizițiile făcute de ele sub impulsul de moment sunt mai puține decât în cazul bărbaților



2.

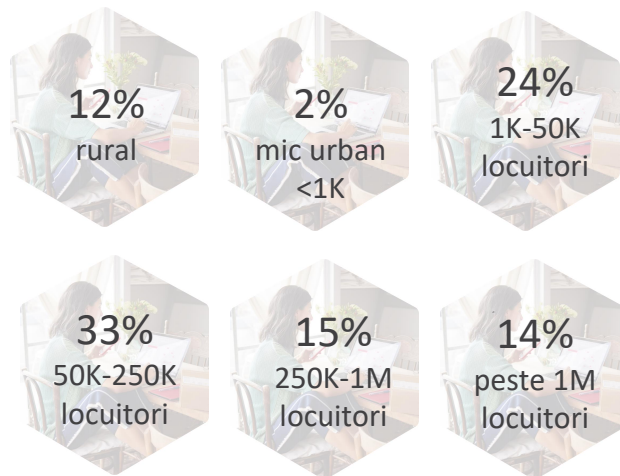
# Cine sunt femeile e-shopper

Cele mai multe femei e-shopper din România sunt tinere (18-34 de ani) și locuiesc în orașe mari, de până la 250.000 de locuitori. Ponderea cea mai mare o au în Moldova, Ardeal, Muntenia și în București.

18-34 ani **50%**

35-54 ani **37%**

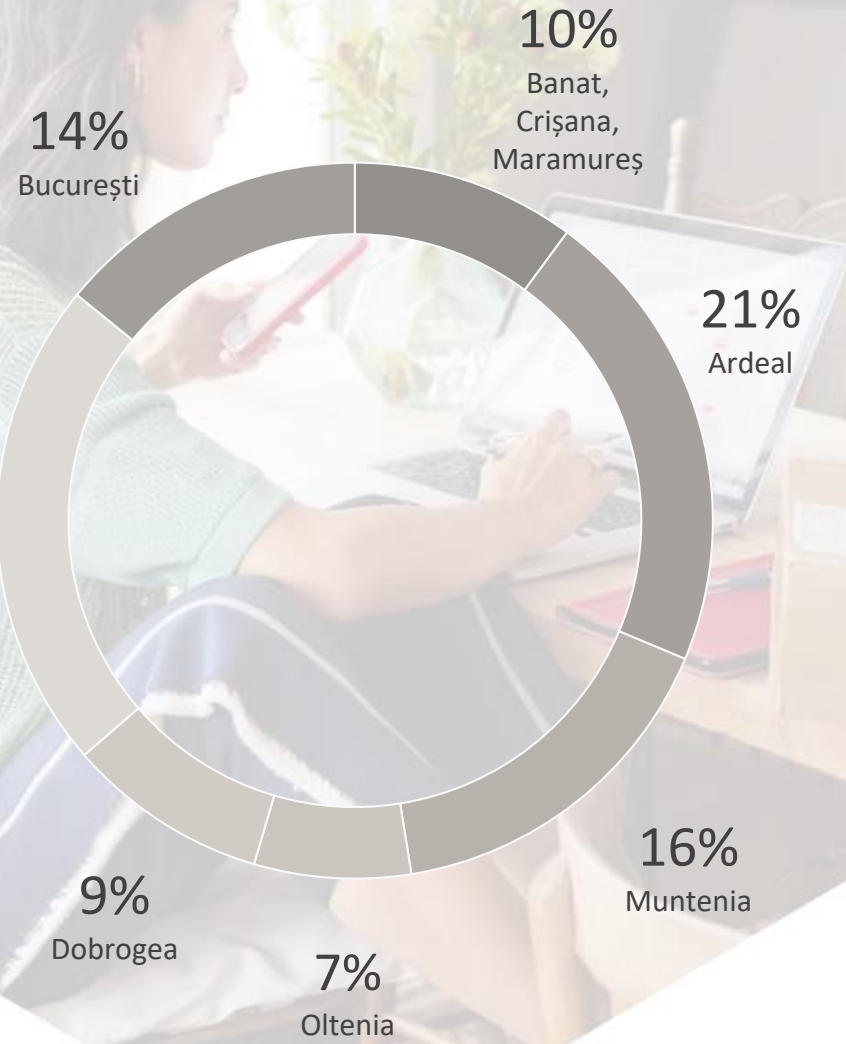
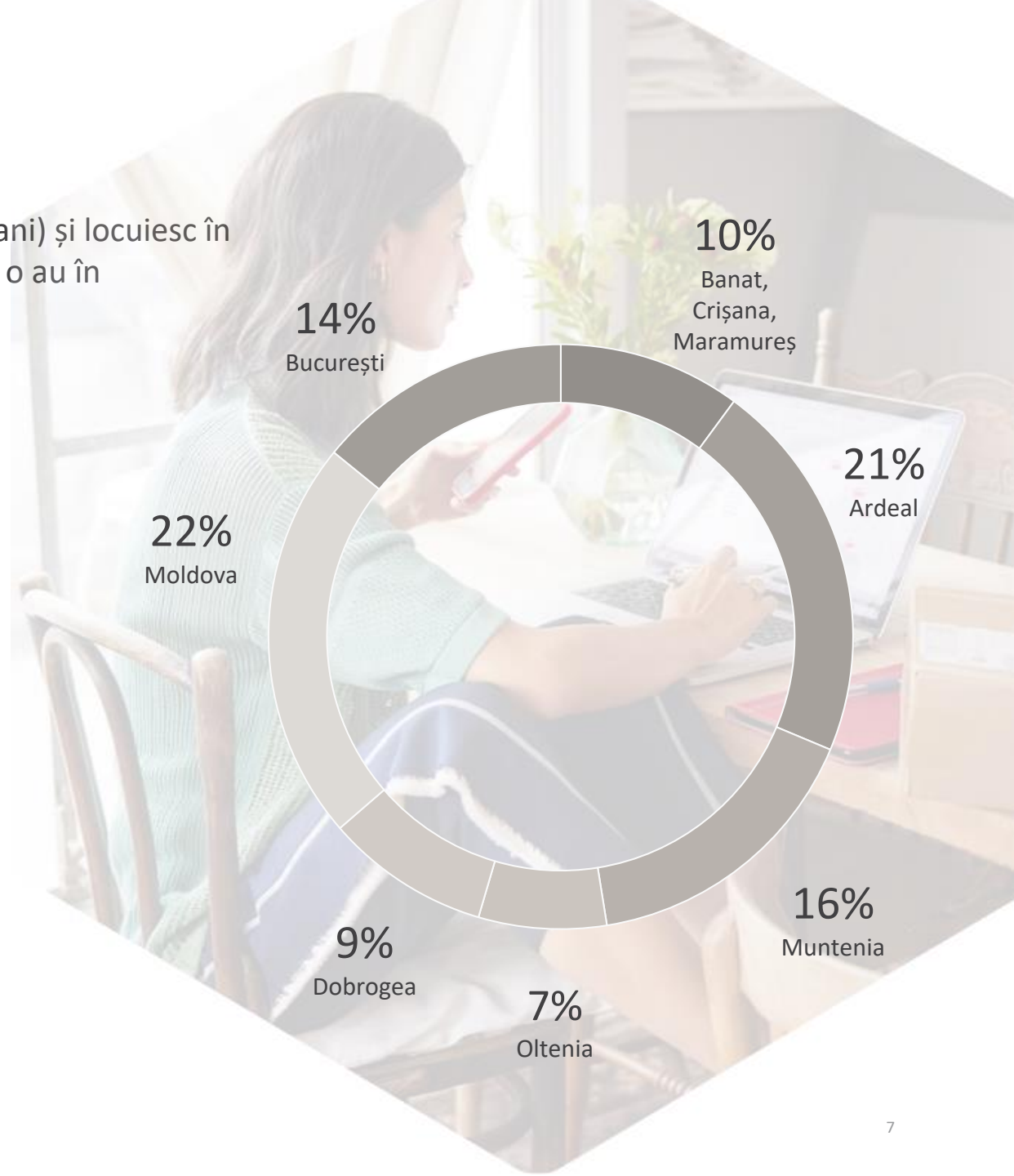
55+ ani **13%**



## Nivel venituri

mici      peste medie

18-34 ani	<b>27%</b>	<b>23%</b>
35-54 ani	<b>20%</b>	<b>16%</b>
55+ ani	<b>10%</b>	<b>3%</b>





## Schimbări în obiceiurile e-shopperilor?

- E-Shopperii români rămân sensibili la prețuri și așteaptă oferte „cu adevărat bune” și mari reduceri
- Aproape toți e-shopperii obișnuiți sunt influențați de rețelele de socializare
- Shoppingul pe platformele C2C e în tendințe, pentru că aduce economii și poate furniza venituri suplimentare

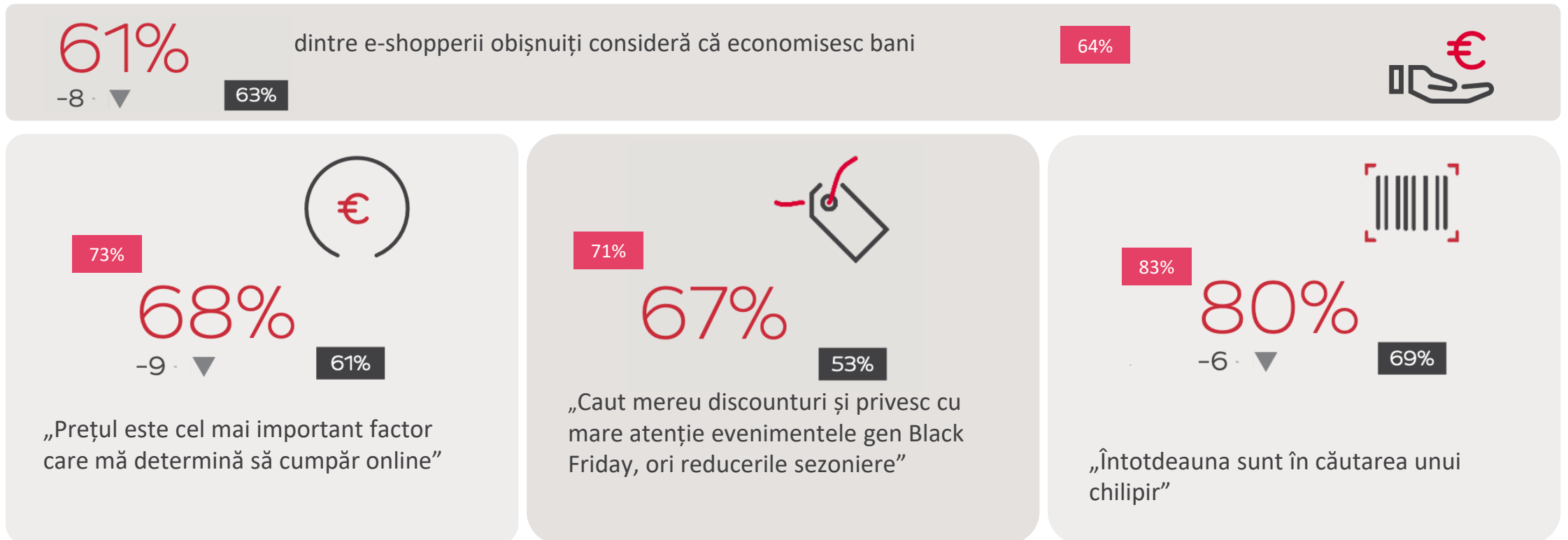


3.



# Cum se raportează la prețuri e-shopperii români

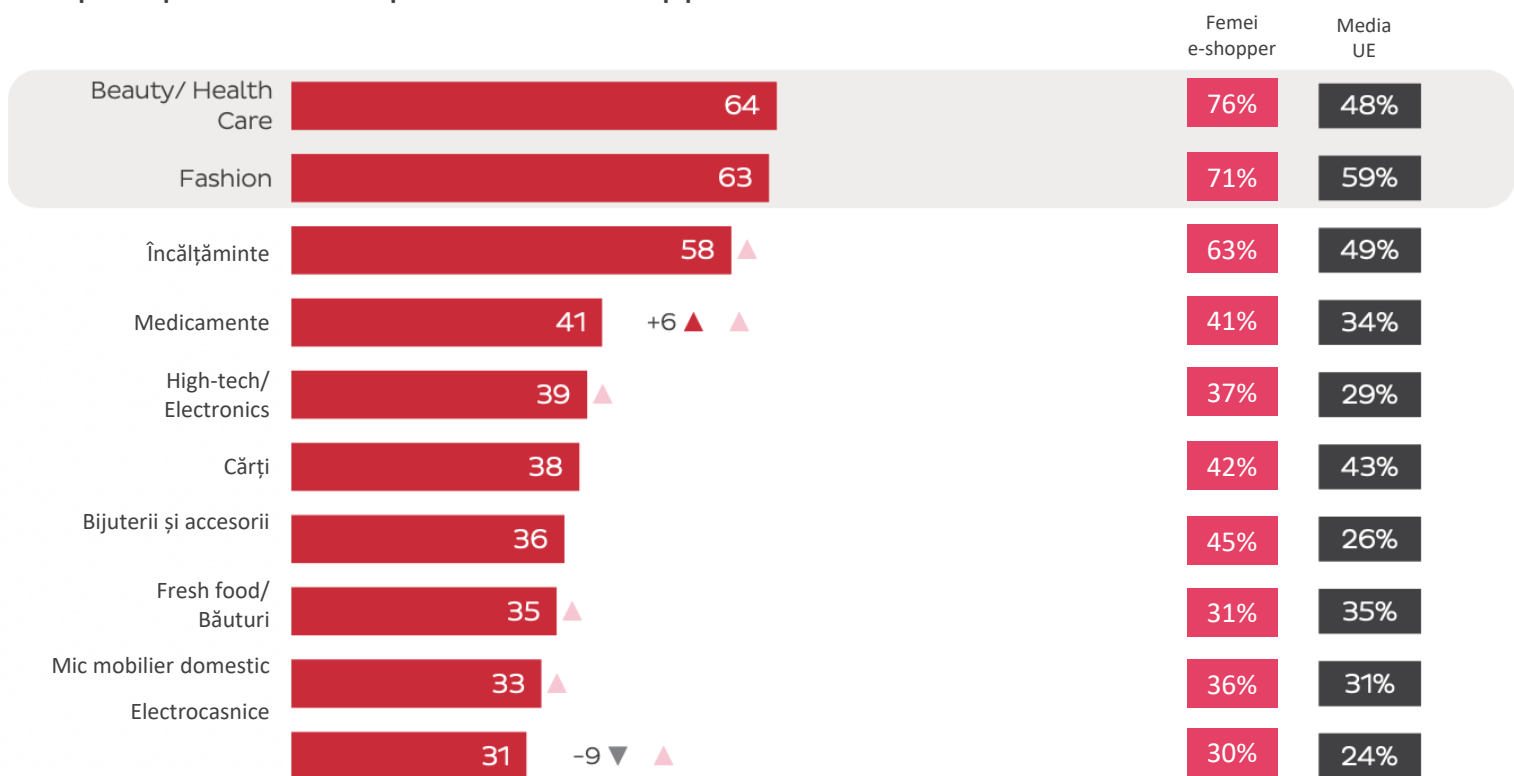
61% dintre e-shopperii obișnuiți consideră că economisesc bani atunci când cumpără online, iar pentru aproape 70% prețul este cel mai important imbold pentru a face o achiziție. Ei caută oferte și reduceri mari și evenimentele speciale care aduc mari discounturi. În ceea ce privește femeile e-shopper, acestea recunosc că prețul este de cele mai multe ori factorul determinant și ies în evidență atât la capitolul „goana după evenimente tip Black Friday sau reduceri de sezon” (cu aproape 20 de procente mai mult decât media UE), cât și la căutarea de chilipiruri.



## Categorii de produse preferate de e-shoperii obișnuiți

Îngrijirea frumuseții și moda rămân primele categorii de cumpărături preferate de e-shopperii români, la fel ca în UE. Urmează încălțăminte, care a beneficiat de boom-ul online din timpul pandemiei, și medicamentele.

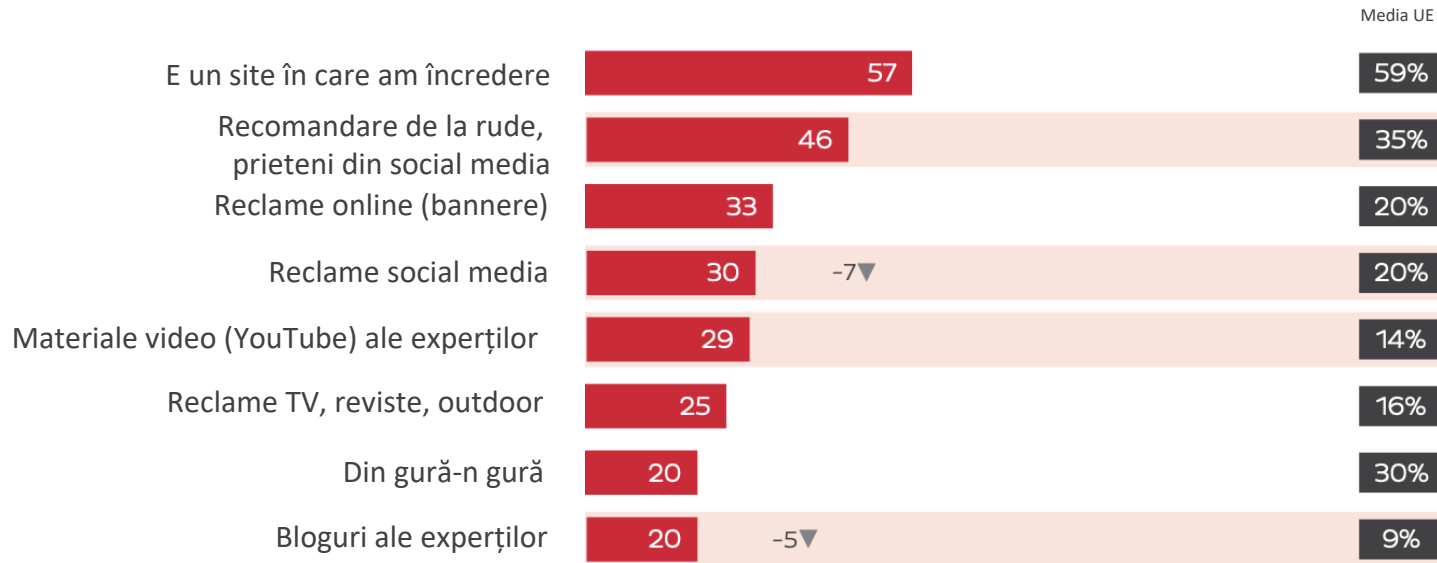
### Top 10 produse cumpărate de e-shopperii români



# Recenzii & recomandări

Majoritatea e-shopperilor români postează un feedback după achiziția online, ceea ce face ca opinia exprimată prin rețelele de socializare să joace un rol determinant în decizia de cumpărare. Influnecerii au de asemenea un rol important.

De ce țin cont e-shopperii români când aleg un website/o aplicație




**2,6** Numărul mediu de influențeri de ale căror recomandări țin cont un e-shopper român

**2,1**

**80%**

Postează sau distribuie feedback după achiziție



**69%**

**73%**

NET Social Media sau influențeri

**-6 ▼**



**56%**



## Percepția asupra experienței e- shopping & livrare

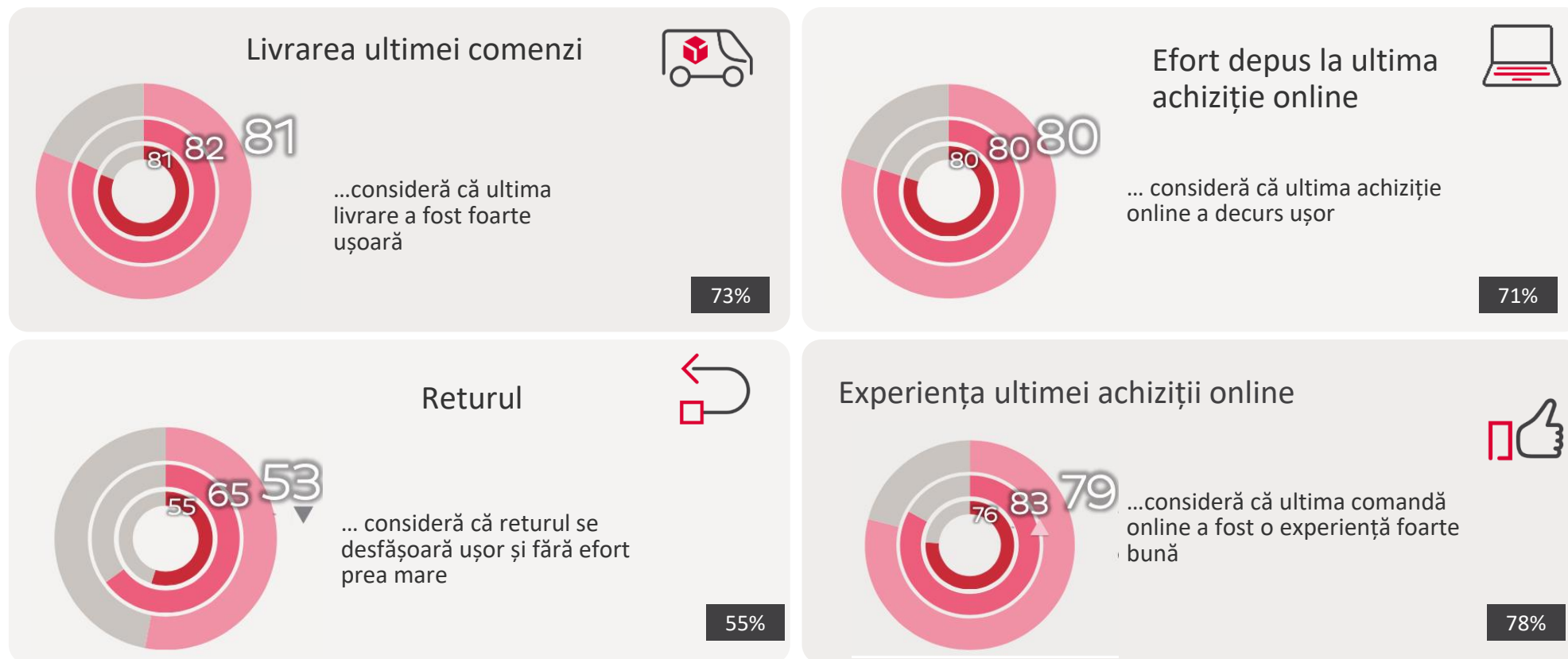
- În timp ce experiențele de cumpărare și de livrare rămân pozitive, procesul de returnare este perceput ca fiind ceva mai dificil.
- Se cer servicii de curierat care permit selectarea intervalului precis de livrare
- Pentru femeile e-shopper, cel mai important lucru e livrarea gratuită



4.

# Efort & satisfacție față de cumpărăturile online

Ultima experiență de cumpărare online rămâne foarte bine percepută, atât din punctul de vedere al achiziției propriu-zise cât și al livrării. Totuși, procesul de returnare este perceput ca fiind greoi decât în urmă cu un an.



# Așteptări privind livrarea produselor cumpărate online

La fel ca în alte țări europene, livrarea gratuită reprezintă motorul #1 al achizițiilor online (pentru femeile e-shopper, această preferință este cu 6 procente mai mare decât media). În topul preferințelor se află de asemenea descrierea detaliată a produsului și preocuparea de a nu exista taxe ascunse. Spre deosebire de media europeană, pentru femeile e-shopper e de două ori mai important rambursul cash decât transparența costurilor de livrare.

## Top 10 cele mai importante criterii de care țin cont e-shopperii români (%)

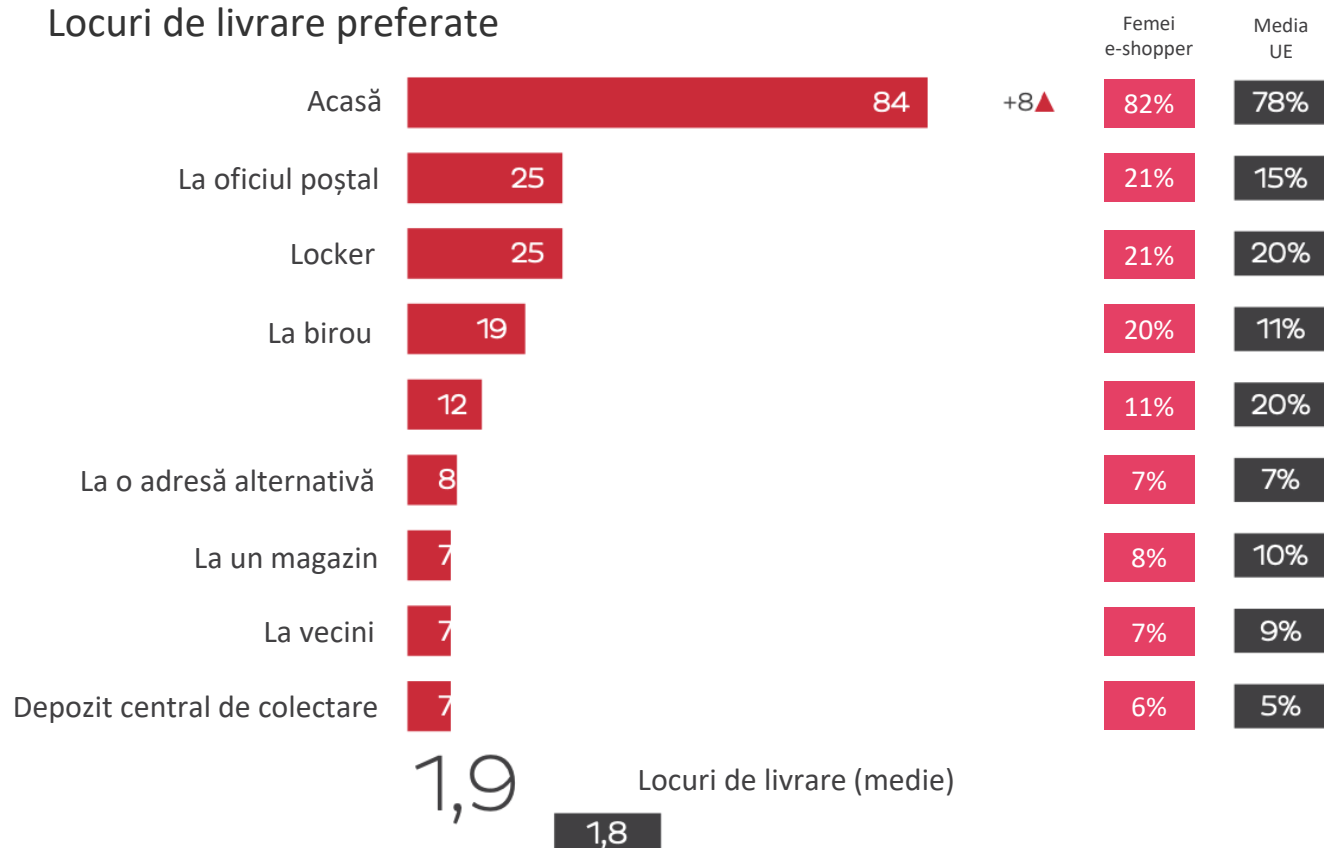
Livrare gratuită	41	47%	40%
Descrierea detaliată a produsului	27	29%	21%
Fără taxe ascunse	24	25%	22%
Retur gratuit	21	23%	27%
Ramburs cash	15	17%	7%
Retur cu ridicare de acasă	15	14%	10%
Achiziție rapidă, fără necesitatea de a crea cont	13	12%	10%
Costuri de livrare transparente	12	9%	13%
Posibilitatea de a plăti cu cardul	12	10%	12%
Să știe intervalul de 60 de minute la care vine curierul	12	12%	12%



# Locul de livrare preferat de e-shoperii români

Locul preferat de livrare de e-shopperii români rămâne, de departe, locul de domiciliu. Urmează oficiile poștale și punctele de livrare tip Pick-up Point.

## Locuri de livrare preferate



**35%** 39%

Altundeva decât acasă (coletărie, locker, magazin)

**51%** 48%

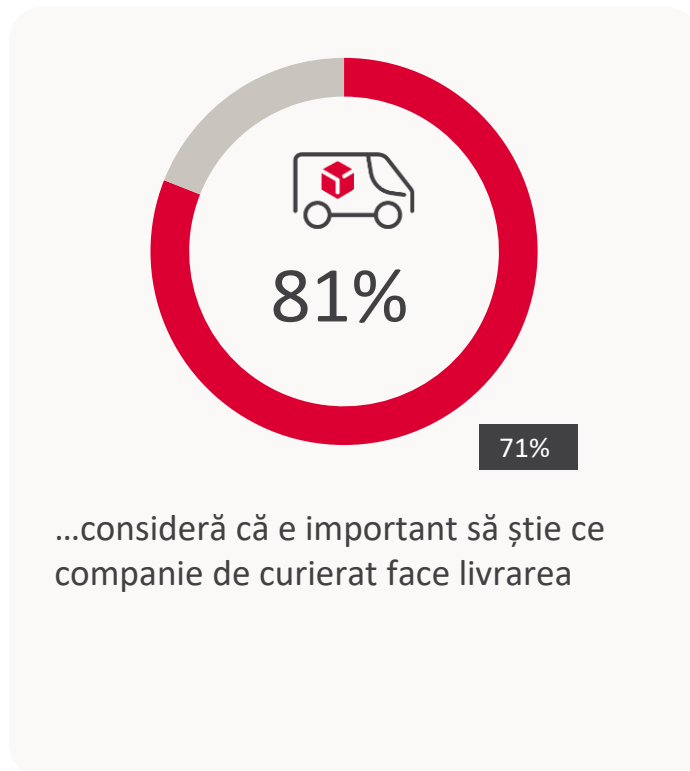
Folosesc de obicei mai multe locuri de livrare

**81%** 73%

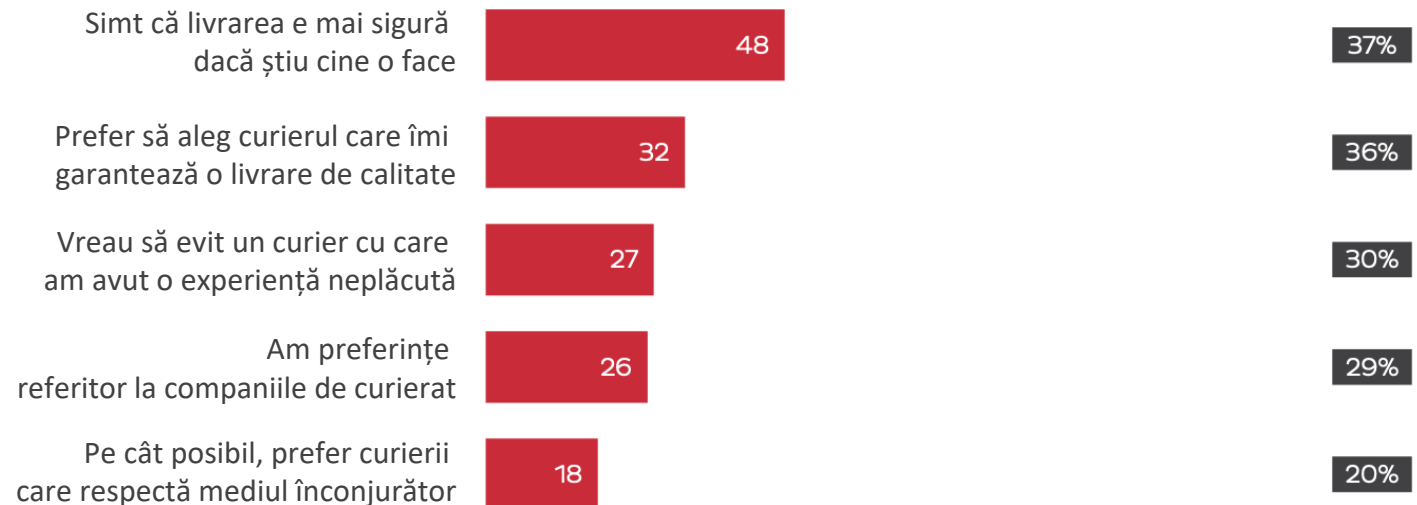
... livrarea se face ușor

# Compania de curierat

Pentru mai mult de 80% dintre e-shopperi este important să știe cine este curierul care face livrarea, deoarece acest lucru îi face să aibă mai multă încredere în livrare



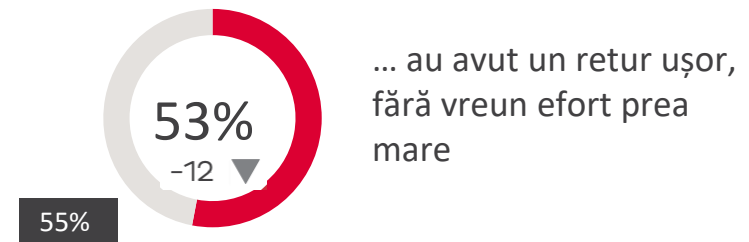
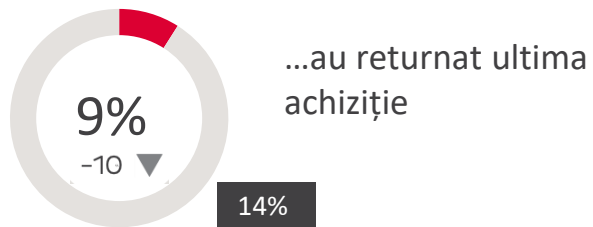
## Principalele motive pentru care este importantă compania de curierat





# Returul

Doar 7% dintre cumpărătorii obișnuiți și-au returnat ultima achiziție în anul 2022, adică mai puțini decât în 2021. Cu toate acestea, procesul de returnare a fost perceput ca fiind unul care nu a necesitat un efort prea mare. O explicație ar putea fi aceea că mulți e-shopperi au verificat politicile de returnare înainte de a face returul. În cele mai multe cazuri, coletul a fost ridicat de curier.



## Top 3 metode de returnare



Coletul-retur ridicat de la domiciliu de către curier	61%	65%	26%
Coletul-retur lăsat la oficiu	14%	14%	31%
Coletul-retur lăsat la un Pick-up Point	14%	13%	14%

## Politicile de returnare



E-shopperii care au returnat un colet în ultimele 12 luni au studiat politicile de returnare...

Înainte de a face achiziția	52%	54%
În timpul procesului de cumpărare	26%	27%
După cumpărare, atunci când am vrut să returnez	23%	20%



## Străin vs. Local

### Livrări internaționale

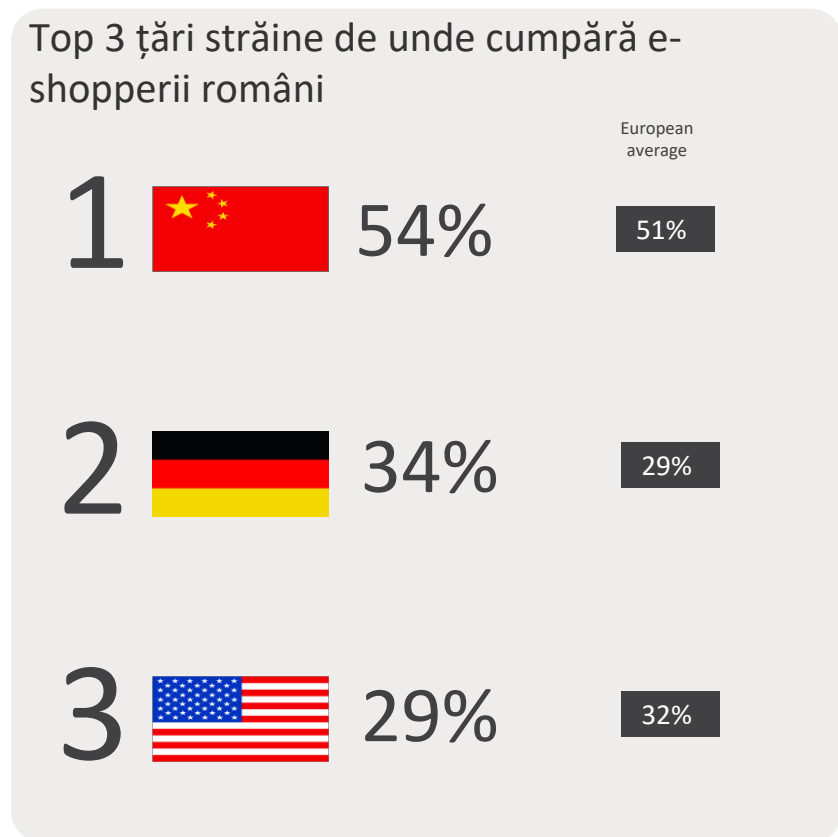
- Două treimi din e-shopperii români caută oferte mai bune în magazine online străine
- Piețele regionale din jurul României au multe în comun. În top 3 categorii de produse sunt cele Beauty, Fashion și încălțăminte.



5.

# Cumpărături online din străinătate

Atunci când vine vorba de cumpărături online de la magazine din străinătate, cele mai multe se află în China, Germania și SUA



66%

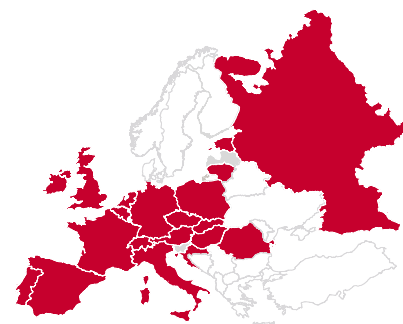
66%

în alte părți ale lumii

76%

75%

în Europe



16%

44%

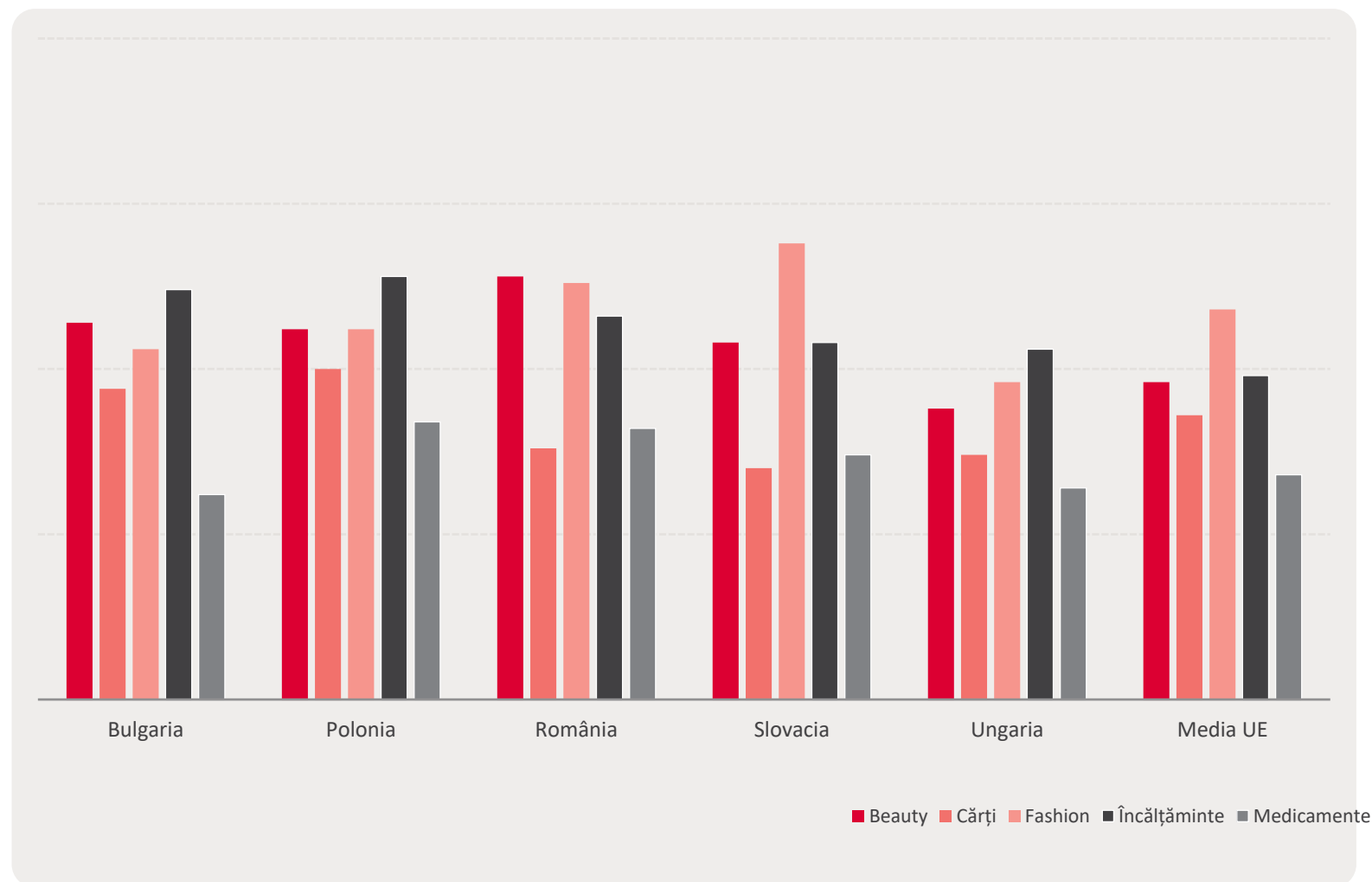
din țări învecinate

# Top produse comercializate online în SE Europei

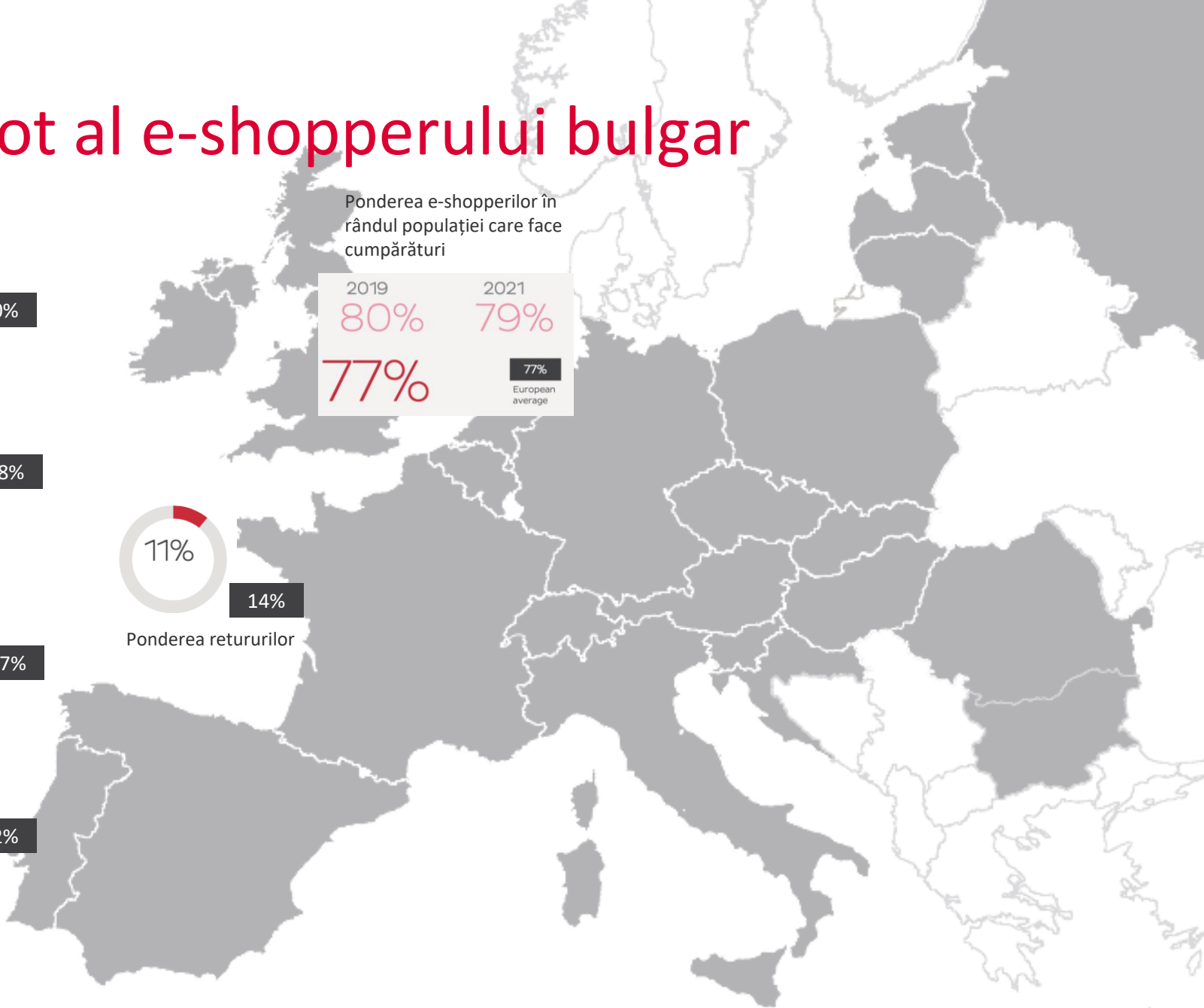
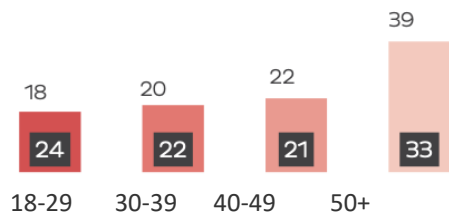
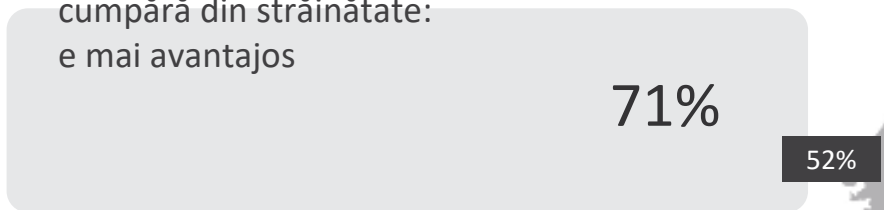
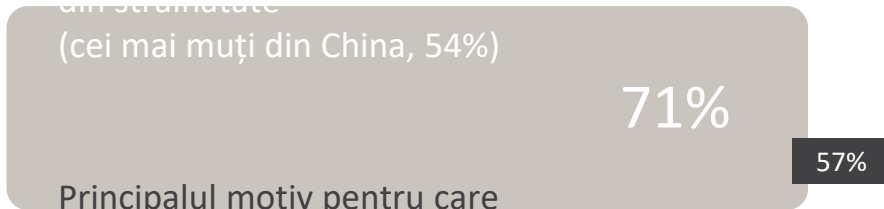
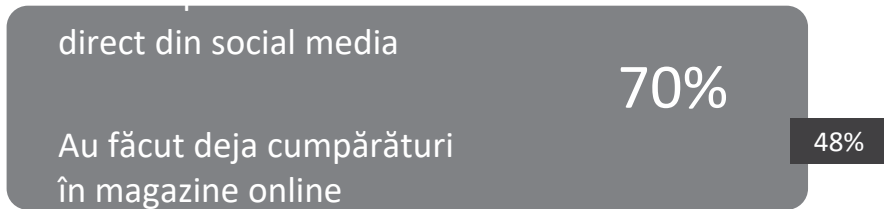
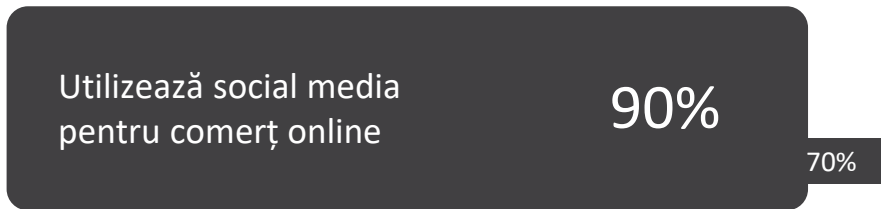
Principalele categorii de produse cumpărate online în țările din Sud-Estul Europei sunt cele din categoriile Beauty/Health Care, Fashion și Încălțăminte.

- Campionii la produse Beauty sunt din România (64%), la Fashion Slovacia (69%), la Încălțăminte Polonia (64%), în vreme ce în Ungaria categoria Fresh-food (43%) e cea mai bine reprezentată din regiune.
- Cărțile sunt o categorie de top în Polonia (50%), în vreme ce în România ajung abia la 38%.

La nivel european, categoriile de produse-vedetă sunt Fashion, Încălțăminte, Beauty și Cărți, dar diferențele între ele sunt mici.

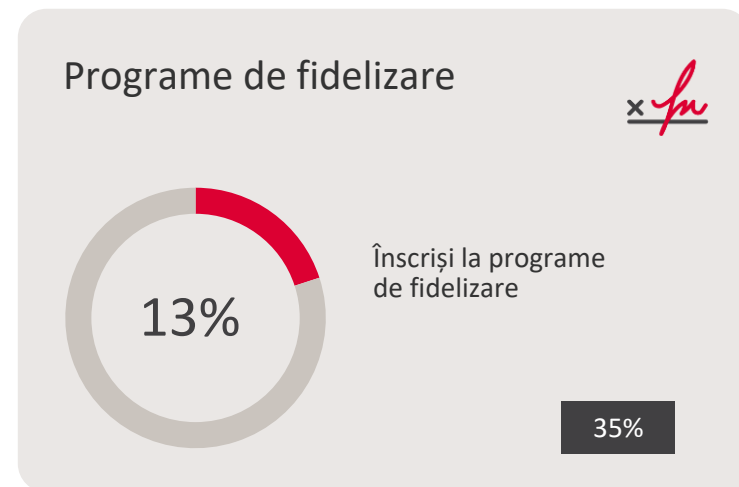


# Bulgaria. Portret-robot al e-shopperului bulgar



# Loialitatea e-shopperilor bulgari

E-shopperii bulgari sunt la fel de loiali website-urilor de pe care fac cumpărături online la fel ca toți europenii, cei mai mulți cumpărând de la magazine online pe care le cunosc. În schimb, sunt de trei ori mai puțini e-shopperi bulgari abonați la programe de fidelizare decât media UE.



14% 11% Nu am mai cumpărat de pe acest magazin online înainte de ultima comandă, dar auzisem despre el

5% 3% Nu am auzit niciodată despre acest magazin online înainte de a comanda ceva de acolo

21% 23% Întotdeauna cumpăr de la același magazin online

22% 12% Întotdeauna aleg alt magazin online

26% 14% Nu sunt înscris în vreun program de fidelizare, dar intenționez să o fac în câteva luni

52% 44% Nu, și nici nu am de gând să o fac în perioada următoare

9% 7% Nu știu / nu îmi amintesc

Media UE

xx%

# Polonia. Portret-robot al e-shopperului polonez

Utilizează social media pentru comerț online

86%

70%

direct din social media

54%

48%

Au făcut deja cumpărături în magazine online

(cei mai muți din China, 54%)

59%

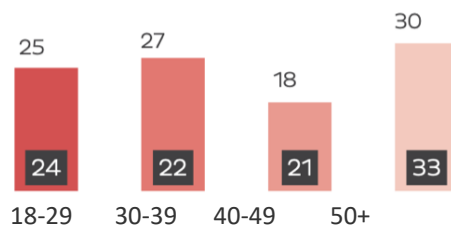
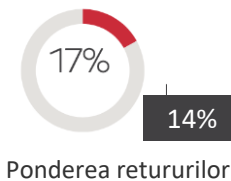
57%

Principalul motiv pentru care cumpără din străinătate: e mai avantajos

60%

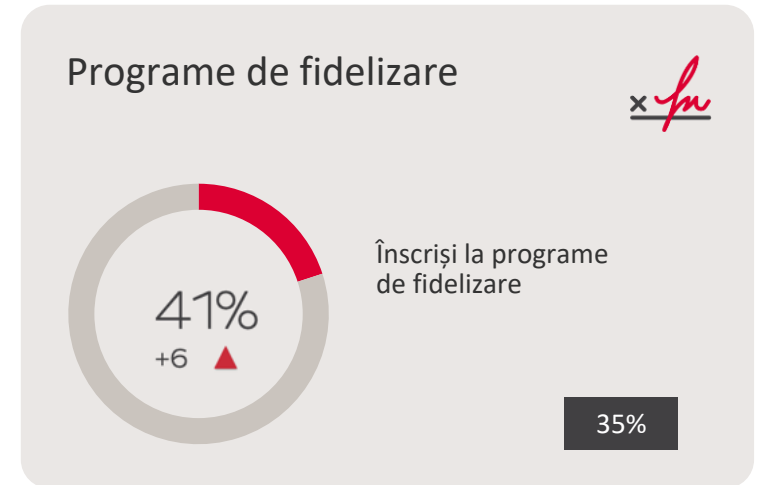
52%

Ponderea e-shopperilor în rândul populației care face cumpărături



# Loialitatea e-shopperilor polonezi

Cei mai mulți e-shopperi polonezi sunt loiali website-urilor de pe care fac cumpărături online și aproape jumătate din ei sunt abonați la programe de fidelizare .



10% 11% Nu am mai cumpărat de pe acest magazin online înainte de ultima comandă, dar auzisem despre el

2% 3% Nu am auzit niciodată despre acest magazin online înainte de a comanda ceva de acolo

18% 23% Întotdeauna cumpăr de la același magazin online

25% 12% Întotdeauna aleg alt magazin online

21% 14% Nu sunt înscris în vreun program de fidelizare, dar intenționez să o fac în câteva luni

28% 44% Nu, și nici nu am de gând să o fac în perioada următoare

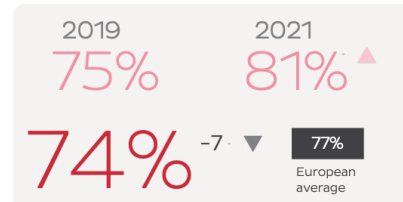
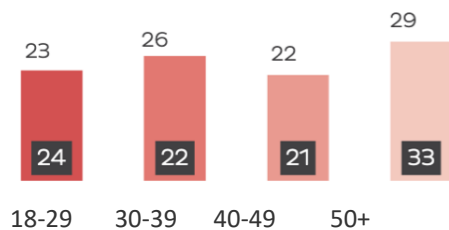
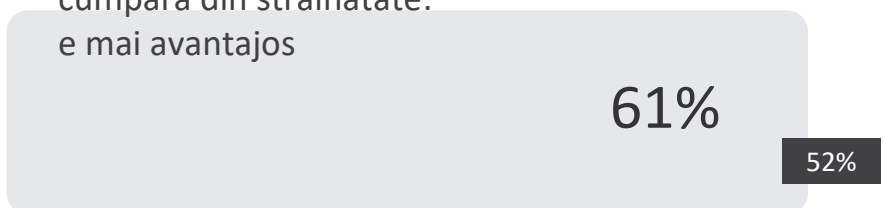
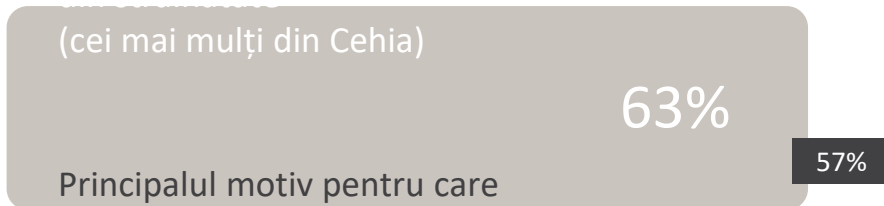
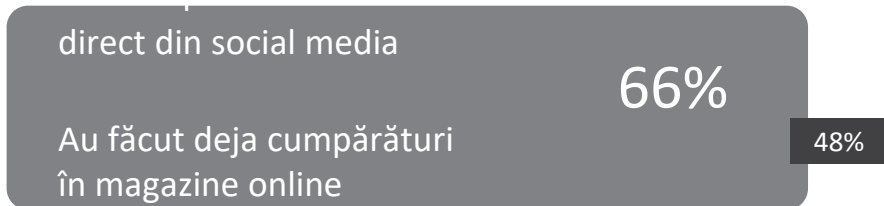
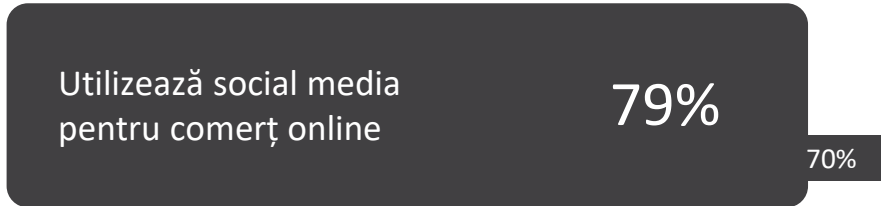
11% 7% Nu știu / nu îmi amintesc

Media UE

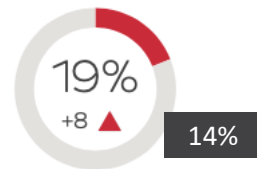
xx%



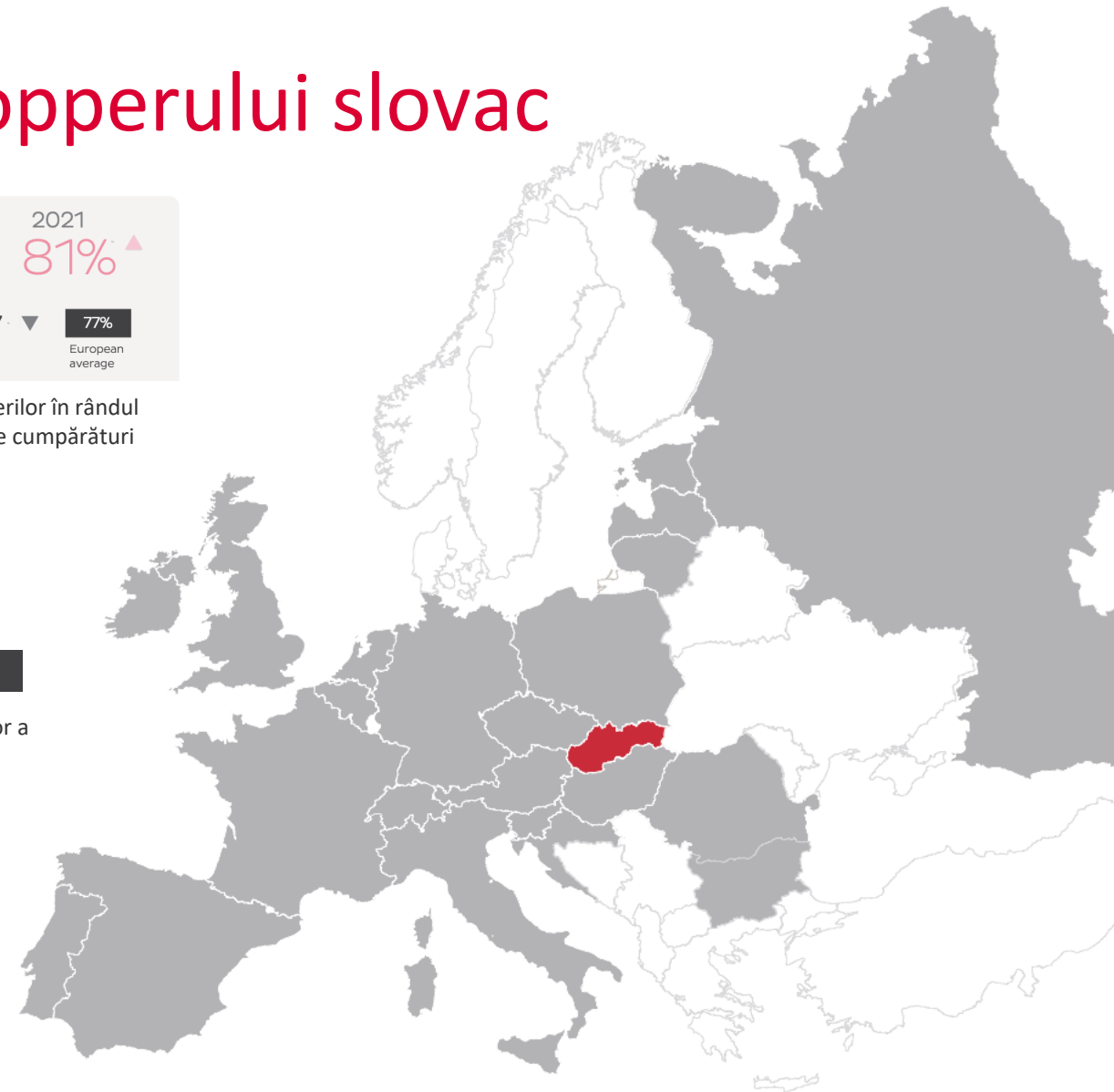
# Slovacia. Portret-robot al e-shopperului slovac



Ponderea e-shopperilor în rândul populației care face cumpărături

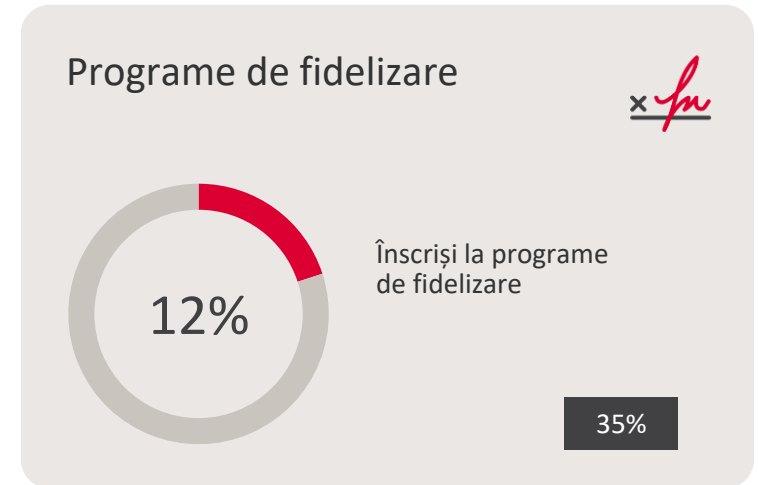


Ponderea retururilor a crescut cu 8%



# Loialitatea e-shopperilor slovaci

Cei mai mulți e-shopperi slovaci sunt loiali website-urilor de pe care au apucat să cumpere, dar foarte puțini dintre ei sunt abonați la programe de fidelizare și nici nu intenționează să procedeze altfel în viitor.



13% 11% Nu am mai cumpărat de pe acest magazin online înainte de ultima comandă, dar auzisem despre el

3% 3% Nu am auzit niciodată despre acest magazin online înainte de a comanda ceva de acolo

23% 23% Întotdeauna cumpăr de la același magazin online

11% 12% Întotdeauna aleg alt magazin online

12% 14% Nu sunt înscris în vreun program de fidelizare, dar intenționez să o fac în câteva luni

69% 44% Nu, și nici nu am de gând să o fac în perioada următoare

8% 7% Nu știu / nu îmi amintesc

Media UE

xx%

# Ungaria. Portret-robot al e-shopperului din Ungaria

Utilizează social media pentru comerț online

93%

70%

direct din social media

68%

48%

Au făcut deja cumpărături în magazine online

(cei mai muți din China, 69%)

71%

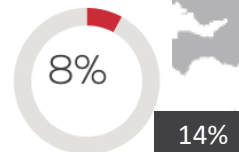
57%

Principalul motiv pentru care cumpără din străinătate: e mai avantajos

76%

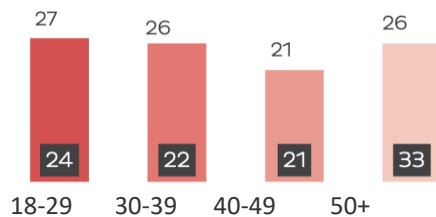
52%

Ponderea e-shopperilor în rândul populației care face cumpărături



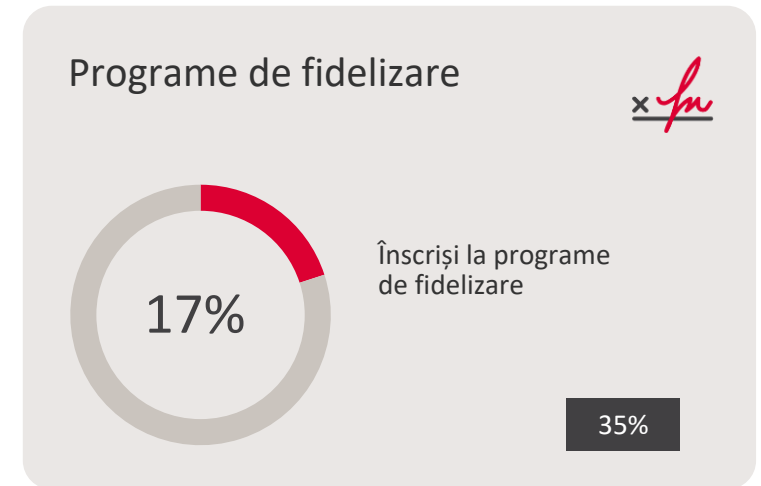
Ponderea retururilor

14%



# Loialitatea e-shopperilor unguri

E-shopperii bulgari sunt la fel de loiali website-urilor de pe care fac cumpărături online la fel ca toți europenii, cei mai mulți cumpărând de la magazine online pe care le cunosc. În schimb, sunt de trei ori mai puțini e-shopperi bulgari abonați la programe de fidelizare decât media UE.



13% 11% Nu am mai cumpărat de pe acest magazin online înainte de ultima comandă, dar auzisem despre el

6% 3% Nu am auzit niciodată despre acest magazin online înainte de a comanda ceva de acolo

15% 23% Întotdeauna cumpăr de la același magazin online

16% 12% Întotdeauna aleg alt magazin online

18% 14% Nu sunt înscris în vreun program de fidelizare, dar intenționez să o fac în câteva luni

55% +19 ▲ 44% Nu, și nici nu am de gând să o fac în perioada următoare

9% -27 ▼ 7% Nu știu / nu îmi amintesc

Media UE

xx%

