

Zakupy online Polacy najchętniej robią w czasie pracy

data aktualizacji: 2020.02.20



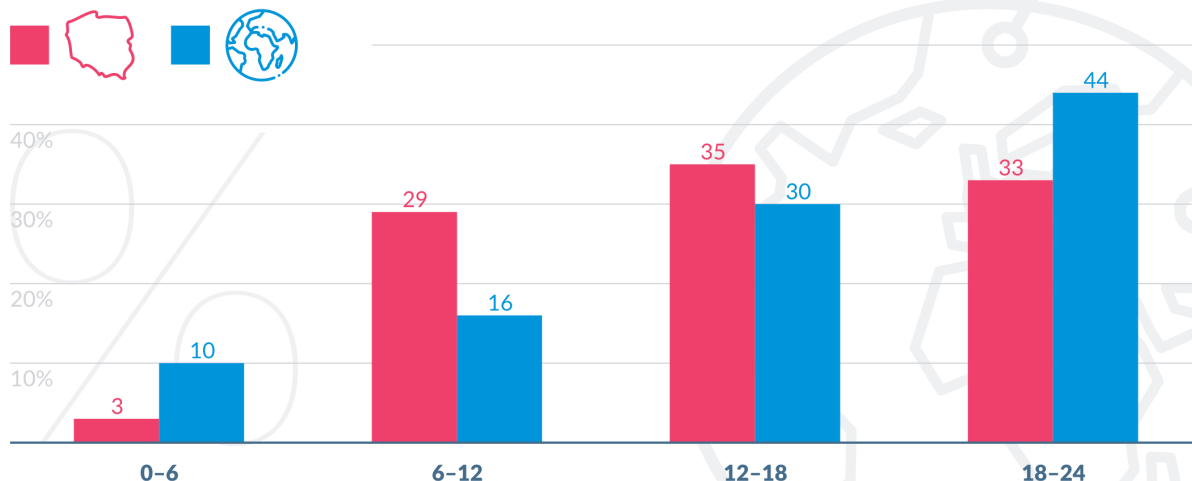
Polscy e-konsumenci z upodobaniem robią zakupy w czasie pracy. Co ciekawe, znacznie mniej chętniej kupują online w weekendy. W tym zakresie bardzo różni się od innych nacji.

Nawet połowa e-zakupów polskich internautów w 2019 roku została zrealizowana w godzinach pracy - wynika z danych Blue Media. Polacy wyróżniają się pod tym względem na tle innych krajów, których mieszkańcy na zakupy w sieci zdecydowanie częściej wybierają godziny wieczorne.

W jakich godzinach kupujemy online w Polsce i globalnie?

BLUE
MEDIA

Źródło: Blue Media (zagregowane dane za rok 2019), Worldpay Global online shopper report. Dane deklaracyjne. N = 19 000 respondentów z USA, Kanady, UK, Francji, Niemiec, Finlandii, Hiszpanii, Rosji, Australii, Brazylii, Argentyny, Meksyku, Indii, Chin, Japonii.



Zakładając, że większość dorosłych Polaków pracuje w godzinach 9-17 lub 8-16, można postawić tezę, że nawet połowa zakupów w sieci jest dokonywana w czasie pracy: 29 proc. w godzinach między 6 a 12, a 35 proc. pomiędzy 12 a 19.

Nie jest to bynajmniej zachowanie na świecie powszechne. Według raportu Worldpay Global Online Shopper Report, który powstał na podstawie odpowiedzi 19 tysięcy respondentów z pięciu kontynentów, większość osób w czasie pracy ogranicza swoje konsumpcyjne zapędy.

W godzinach przedpołudniowych mieszkańcy krajów, w których przeprowadzono badanie, dokonują zakupów prawie dwa razy rzadziej niż Polacy (16 proc. vs 29 proc.). Również w godzinach popołudniowych chętnych na e-zakupy poza Polską jest mniej, choć różnica nie jest już tak wyraźna jak przed południem (30 proc vs 35 proc.). Dla zagranicznych internautów czas wolny od pracy - między godziną 18 a 24 - jest zdecydowanie najpopularniejszą porą dnia na zakupy.

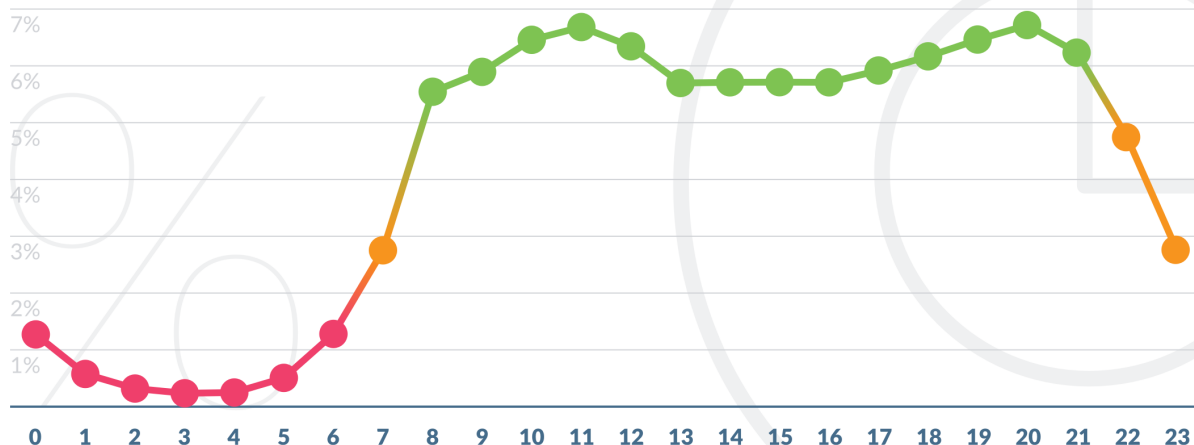
Analizując zestawienie godzinowe dokonanych transakcji, szybko zauważymy dwa momenty szczytowe w ciągu dnia. Najpopularniejszą porą na zakupy przez internet (wybraną przez 6 proc. Polaków) jest moment, gdy pierwsze zadania zostaną zrealizowane, a kawa dopita, czyli okolice godziny 11 rano. Drugi moment kulminacyjny przypada na czas po pracy, około godziny 20.

- Różnice w udziale procentowym zakupów w poszczególnych porach dnia mogą być związane z prozaicznymi sprawami np. tym kiedy mieszkańcy danego kraju wstają. Przykładowo w poniedziałki Afryka Południowa wstaje średnio najwcześniej, już o 6:09, ok. 15 minut wcześniej niż inne regiony świata. Szwajcarzy budzą się w poniedziałki ponad pół godziny później o 6:49 (dane aplikacji Sleep Cycle). Dlatego dla większości sklepów internetowych ten rozkład czasowy pozostanie w kategorii ciekawostki. Choć uważnym może poprawić konwersję poprzez wytypowanie odpowiedniego momentu na wysłanie mailingu, kampanii SMS, czy zmianę głównego slajdera - komentuje **Krystian Wesołowski**, head of sales w Blue Media.

W jakich godzinach kupujemy online?

Źródło: Blue Media (zagregowane dane za rok 2019)

BLUE
MEDIA

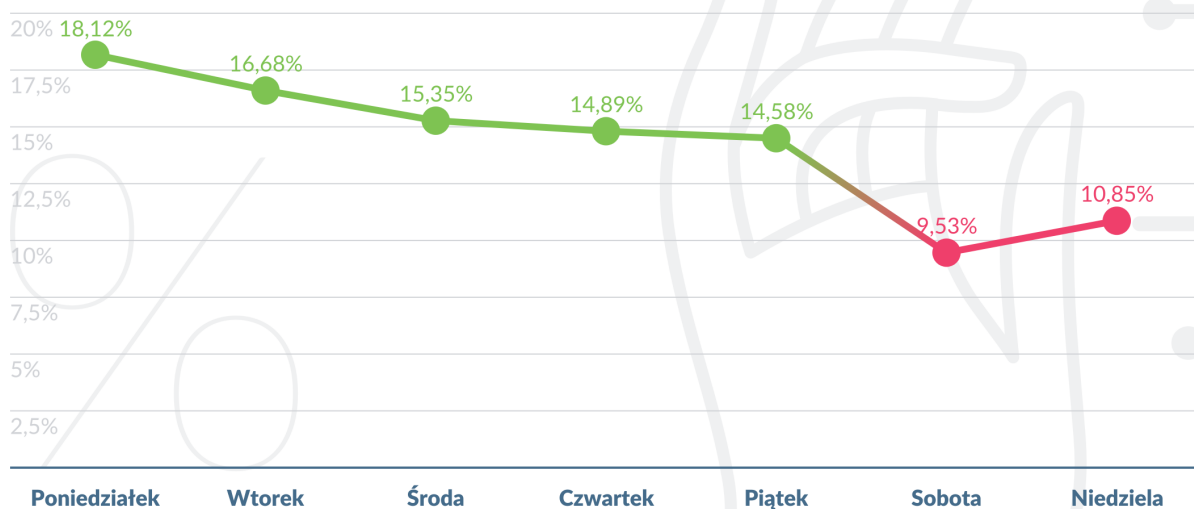


Wbrew pozorom, ulubionym dniami na e-zakupy wcale nie są sobota i niedziela. Piątek również wypada relatywnie słabo. W weekend (w sobotę i niedzielę) dochodzi do 20 proc. transakcji. Najczęściej zakupy są realizowane w poniedziałek. Z każdym kolejnym dniem aż do soboty, liczba transakcji systematycznie spada.

W które dni kupujemy online?

Źródło: Blue Media (zagregowane dane za rok 2019)

BLUE
MEDIA



Również pod tym względem różni się od mieszkańców innych krajów. Niedziela jest ulubionym

dniem tygodnia na e-zakupy wśród Brytyjczyków i Amerykanów.

- W sobotę statystycznie śpimy najdłużej. Czy to wpływa na spadek sprzedaży w weekend? Nie, po prostu nie ma nas w pracy i nie siedzimy przed komputerem, a w telefonie zamiast filtrować zakupowe aplikacje raczej zaspokajamy swoją ciekawość informacyjną. Z punktu widzenia e-commerce i operatora płatności w weekend występuje inne, bardzo ważne zjawisko. Systematyczny już brak dostępności bankowości internetowej. Co skutkuje niedostępnością różnych metod płatności. W tym kontekście integrując płatności osadzone bezpośrednio w koszyku sklepu, warto zadbać o mechanizm odpytywania swojego operatora płatności o aktualną na dany moment listę metod płatności. Jeśli osadzimy tę opcję "na stałe", bez stałych aktualizacji, to po pierwsze mamy nieaktualne metody płatności, po drugie po wyborze banku, którego już nie ma lub który nie działa w momencie jego wyboru, wyślemy klienta do banku, w którym nie zrealizuje płatności - podkreśla Krystian Wesołowski.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/zakupy-online-polacy-najchetniej-robia-w-czasie-pr,61048>