

Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Covid-19 εποχή: 1 στους 2 καταναλωτές θεωρεί πως άλλαξε την αγοραστική του συμπεριφορά

2020/11/17 16:40 στην κατηγορία ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ

Ανοδος κατά μέσο όρο 6,4% έχει καταγραφεί, μέχρι στιγμής, στη συχνότητα των ηλεκτρονικών αγορών σε όλους τους κλάδους, με τις κατηγορίες των ρούχων - υποδημάτων να εμφανίζουν ανάπτυξη 10%, τα είδη προσωπικής φροντίδας 9%, τα είδη γυμναστικής 7% και οι online αγορές από τα super market 6%.

Σύμφωνα με έρευνα, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο σε δείγμα 1.000 καταναλωτών και 50 επιχειρήσεων, από την Κραταιόν Συμβουλευτική, υπό την αιγίδα του Greca, προκύπτει πως το **16% των καταναλωτών ψώνισε για πρώτη φορά μέσω διαδικτύου**, όταν ξεκίνησε η πανδημία, ενώ 6 στους 10 καταναλωτές δήλωσαν διατεθειμένοι να διατηρήσουν αυτή τη συνήθεια.

Παρά την αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών και την πρόθεση για διατήρηση αυτής της καταναλωτικής συνήθειας, **μόνο 1 στους 2 (ποσοστό 47%) δηλώνει ικανοποιημένος** από την καταναλωτική εμπειρία, ενώ 8 στους 10 καταναλωτές «απομακρύνονται» από το καλάθι χωρίς να προβούν σε αγορά.

Δυσaréσκεια καταναλωτών για υψηλά πρόσθετα κόστη, ικανοποίηση για τη δυνατότητα επιστροφών

Βασικοί **λόγοι δυσaréσκειας είναι για 6 στους 10 (ποσοστό 59%)** τα υψηλά πρόσθετα κόστη (φόροι, αποστολή και άλλα τέλη), η υποχρεωτική δημιουργία λογαριασμού (27%) και για 1 στους 4 (ποσοστό 24%) η πολύπλοκη και χρονοβόρα ολοκλήρωση της αγοράς.

Οι παράγοντες που οδηγούν σε μεγαλύτερη ικανοποίηση, όπως τους περιέγραψαν οι ίδιοι οι καταναλωτές, είναι τα **δωρεάν μεταφορικά και η δυνατότητα εύκολων (και δωρεάν) επιστροφών (92%)**, η ασφάλεια στις συναλλαγές (91%), η παράδοση την επόμενη ημέρα (88%), η δυνατότητα αγοράς online και παραλαβής από

κατάστημα (67%) κ.ά.

Την ίδια ώρα πάντως που υπάρχει σαφής μετακίνηση, εν μέρει και λόγω ανάγκης, των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές αγορές οι επιχειρήσεις φαίνεται να μην μπορούν να ακολουθήσουν αυτή την τάση.

Παρά λοιπόν το γεγονός ότι το 65% των επιχειρήσεων δηλώνει πως έχει υιοθετήσει ψηφιακά εργαλεία σε μεγάλο/πολύ μεγάλο βαθμό, αντίστοιχο ποσοστό **(60%) αναφέρει πως δεν έχει εκπαιδεύσει επαρκώς το προσωπικό του** για αυτή τη νέα εποχή.

Από την έρευνα προκύπτει πως οι ελληνικές επιχειρήσεις λιανεμπορίου δυσκολεύονται ακόμα να υιοθετήσουν εργαλεία όπως η χρήση τεχνητής νοημοσύνης (91%), εφαρμογές για κινητά (87%), χρήση cloud (67%) ή big data analytics (60%).

Ενώ, 3 στις 4 επιχειρήσεις (ποσοστό 75%) δεν κάνει χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Για να διαβάσετε ολόκληρη τη μελέτη πατήστε στο σύνδεσμο που ακολουθεί: [**Έρευνα για το Retail στην COVID19 εποχή**](#)