

«Σκιαγραφώντας τους Έλληνες Online Καταναλωτές»

Καθ. Γεώργιος Ι. Δουκίδης
Δρ. Κατερίνα Φραιδάκη



Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Ηλεκτρονικού Επιχειρείν
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Χαρτογραφηση της Ελληνικής online αγοράς B-C

**3,5 εκ.
Έλληνες
αγοράζουν
Online
προϊόντα/
υπηρεσίες
συνολικής
αξίας 4,5 - 5
δισ €**

**~7000
επιχειρήσεις
με ψηφιακό
κανάλι
πώλησης**

**25% των
Online
αγορών
από ξένα
sites**



Το κινητό υπερσχύει στην χρήση συσκευών

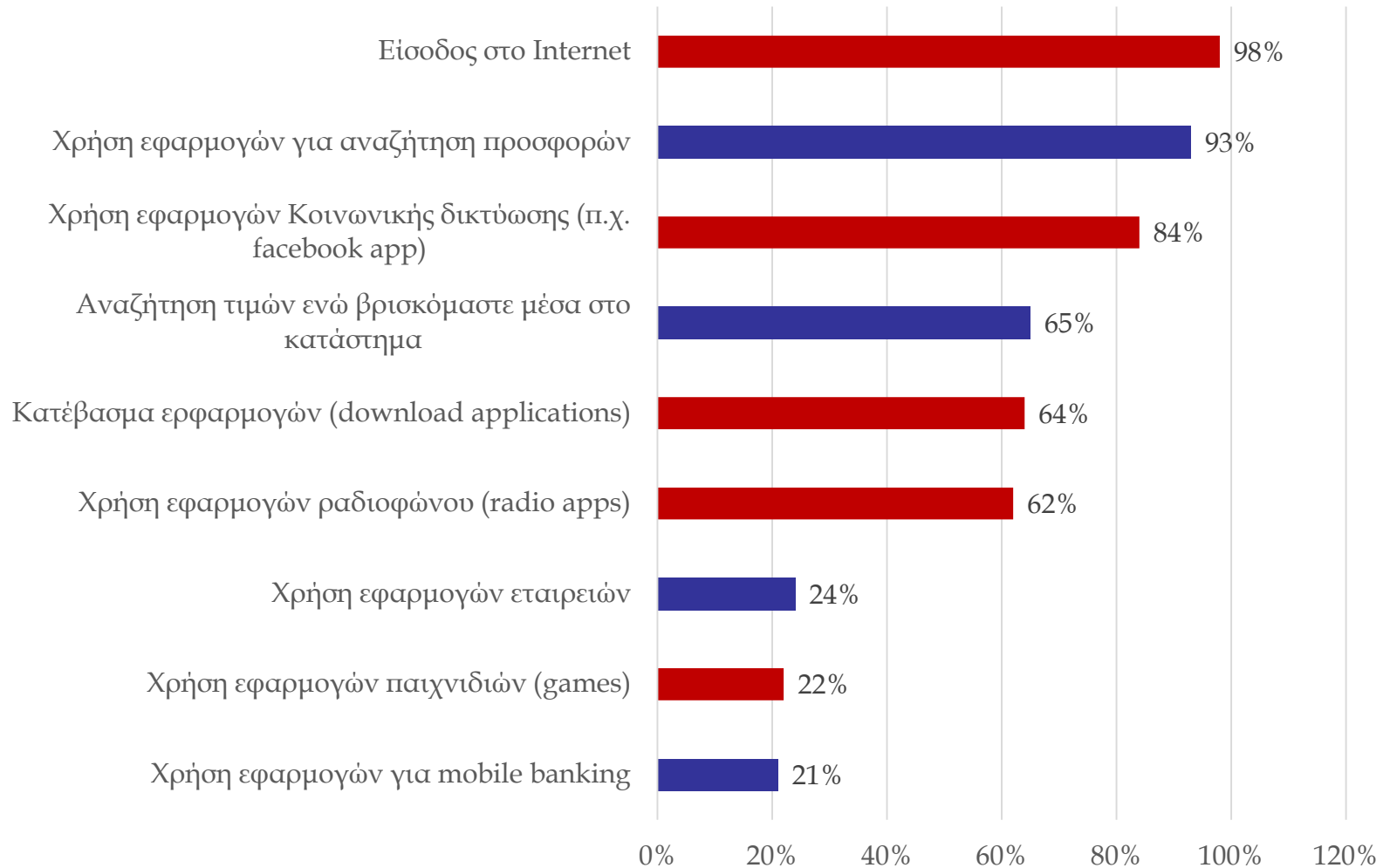


75% Χρήση μεγαλύτερη
από 10 ώρες/ ημέρα



54% Χρήση μεγαλύτερη
από 10 ώρες/ ημέρα

Αξιοποίηση των mobile συσκευών για ηλεκτρονικό εμπόριο



Δημοφιλείς κατηγορίες online αγορών

Ταξιδιωτικές υπηρεσίες

83%

Παραγγελία έτοιμου φαγητού

59%

Διαμονή σε καταλύματα

72%

Βιβλία

49%

Εξαρτήματα & περιφεριακός εξοπλισμός

67%

Ηλεκτρονικές συσκευές

47%

Εισιτηρια (εκδηλώσεις)

66%

Προϊόντα προσωπικής φροντίδας

45%

Ένδυση/Υπόδηση

61%

Βιταμίνες/ Συμπληρώματα Διατροφής

41%



ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ELTRUN

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Κατηγορίες που πρωτοστάτησαν το 2017

Ξοδεύτηκαν τα
περισσότερα χρήματα

Ταξιδιωτικές
υπηρεσίες

Καταλύματα



Πραγματοποιήθηκαν οι περισσότερες
παραγγελίες

Εισιτήρια

Έτοιμο φαγητό



Μεγαλύτερη αύξηση Online αγορών

Έτοιμο φαγητό

Εισιτήρια

Βιταμίνες/
Συμπληρώματα
Διατροφής



Σημαντική αύξηση το 2017: Νέοι αγοραστές, πιο ώριμοι και πιο Ελληνοκεντρικοί

Έναρξη Αγορών

% αγοραστών που πραγματοποιούν Online (50% αγορών)

Αγορά από ελληνικά e-shops

2/10 online
καταναλωτές έναρξη
Online αγορών το 2017

31% πραγματοποιούν
ψηφιακά 1 στις 2 συνολικές
αγορές τους (2017)

7/10 πάνω από
το **80%** των αγορών
σε ελληνικά e-shops (2017)

1/10 online
καταναλωτές έναρξη
Online αγορών το 2016

29% πραγματοποιούν
ψηφιακά 1 στις 2 συνολικές
αγορές τους (2016)

6/10 πάνω από
το **80%** των αγορών
σε ελληνικά e-shops (2016)

25% πραγματοποιούν
ψηφιακά 1 στις 2 συνολικές
αγορές τους (2015)

9% πραγματοποιούν

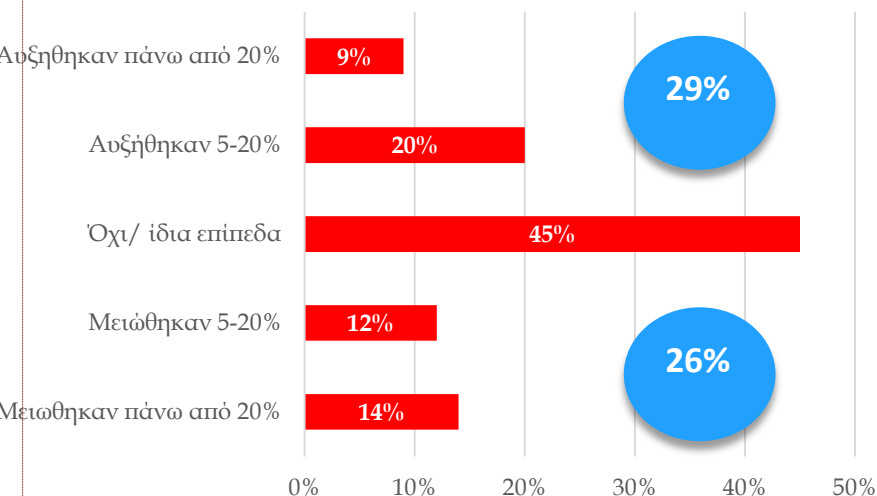
ψηφιακά 1 στις 2 συνολικές
αγορές τους (2014)

5/10 (2015)

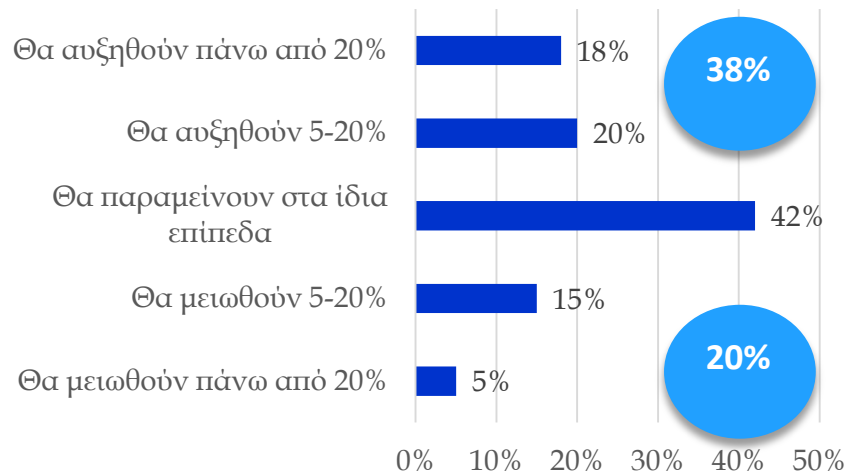


Αναμενόμενη αύξηση των online αγορών το 2018

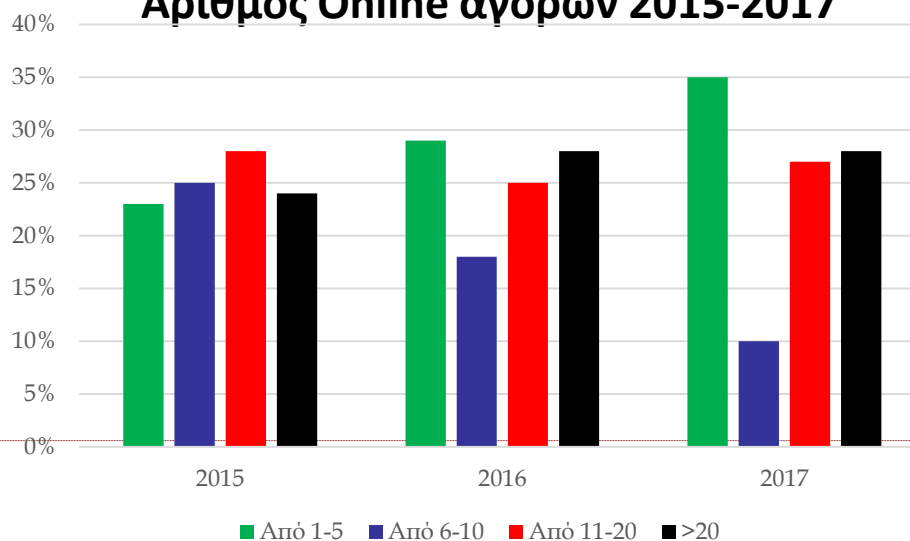
Σύγκριση spending 2016-2017



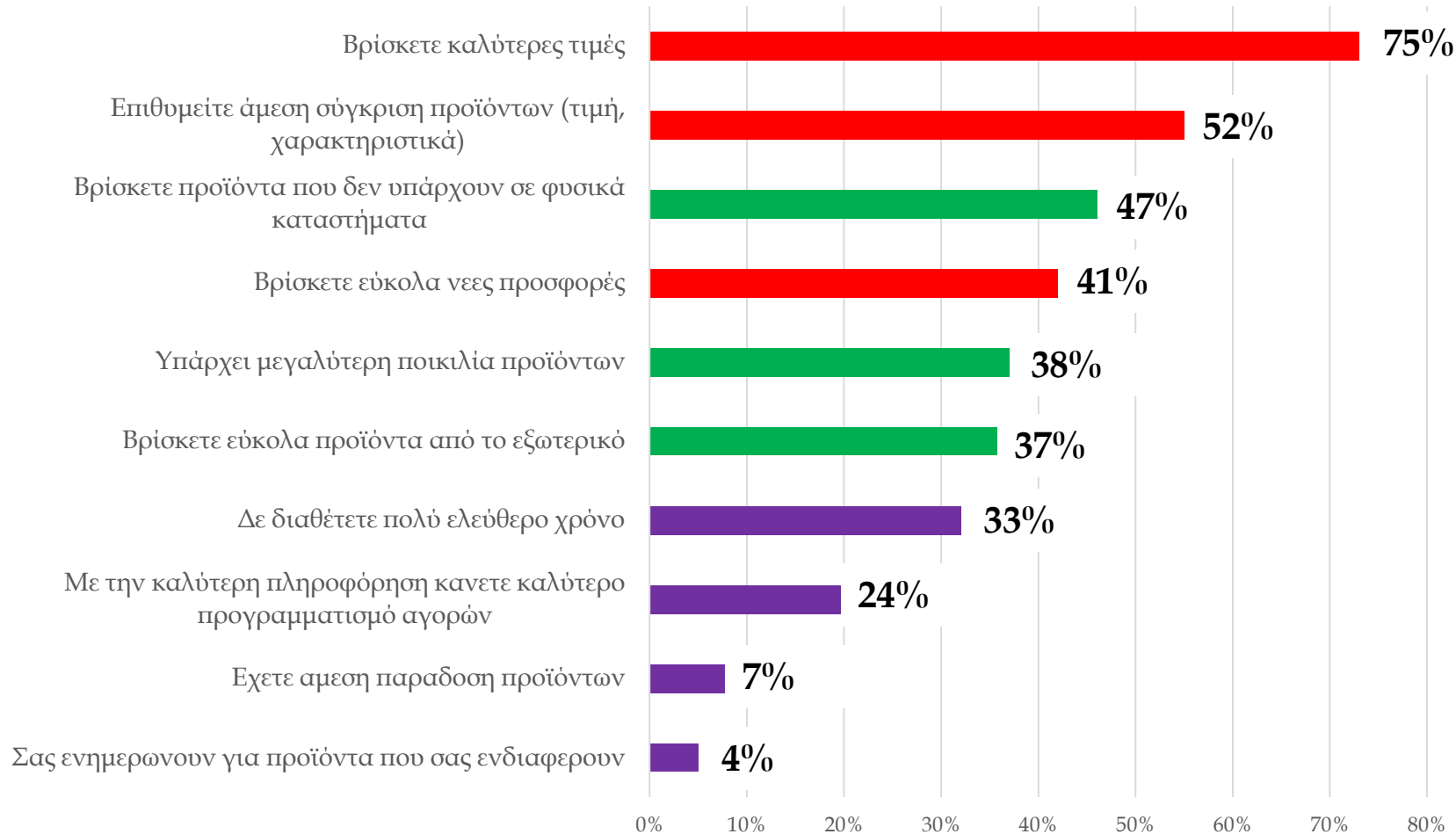
Σύγκριση spending 2017-2018



Αριθμός Online αγορών 2015-2017



Γιατι αγοράζουν online οι Έλληνες



Τιμές/
Προσφορές

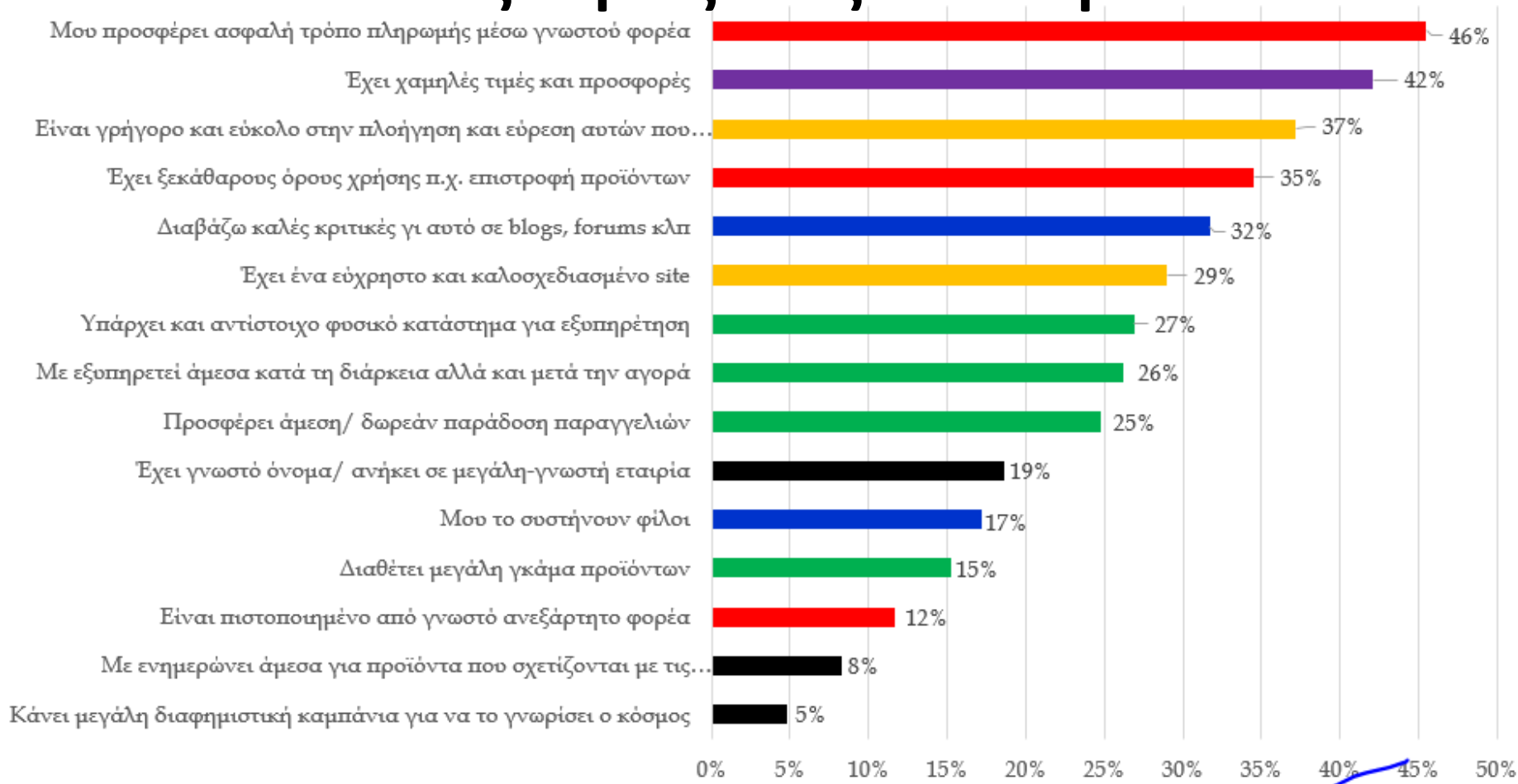
Εύρεση /
Γκάμα

Διαδικασία
/ Χρόνος



ΕΓΓΑΣΤΗΡΙΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ
ELTRUN
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το εμπιστεύονται και τους κερδίζει ως πελάτη όταν:



Ασφάλεια/
Πιστοποίηση

Εξυπηρέτηση
/ Προϊόντα

Site (Γρήγορο
/ Εύχρηστο

Τιμές/
Προσφορές

Κριτική/
Συστάσεις

Branding /
Διαφήμιση



Υπερέχουν πλέον οι κάρτες στις πληρωμές



64%



17%

E-Wallets



57%



9%



42%

Σοβαρή Πολυκαναλική συμπεριφορά

Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Ψάχνουν Online - Αγοράζουν Offline

Πελατοκεντρικότητα για brands

1/2 ΤΩΝ
συνολικών
φυσικών
αγορών

Show-Rooming

1/5 ΤΩΝ
συνολικών
Online
αγορών

Ψάχνουν offline- Αγοράζουν online

Omni-channel για καταστήματα



Χαμηλό Loyalty και μέγεθος καλαθιού

Το 65% των online αγοραστών δηλώνει ότι **1 στις 2 αγορές** του πραγματοποιείται σε κατάστημα που επισκέφθηκε μόνο 1 φορά μέσα στον χρόνο

Το 80% των online αγοραστών δηλώνει ότι το καλάθι τους περιλαμβάνει συνήθως 1-4 προϊόντα



Λόγοι αγοράς από έναν e-retailer

52%  SPECIAL OFFER

37% Special Occasions

21% *Weekly Shopping*

Τρόποι παραλαβής προϊόντων



83%



15%



10%

60%



Προτιμήσεις για εναλλακτικά μοντέλα παράδοσης

25,8% ➡

 -  **3 hours**
time window -  **2€**

 -  **1 hour**
time window -  **5€**

36,1% ➡

 -  **1 hour**
time window -  **Free**

 -  **3 hours**
time window -  **5€**

 -  **1 hour**
time window -  **Free**

 -  **3 hours**
time window -  **2€**

Κατηγοροποίηση των online αγοραστών με βάση την ωριμότητα χρήσης

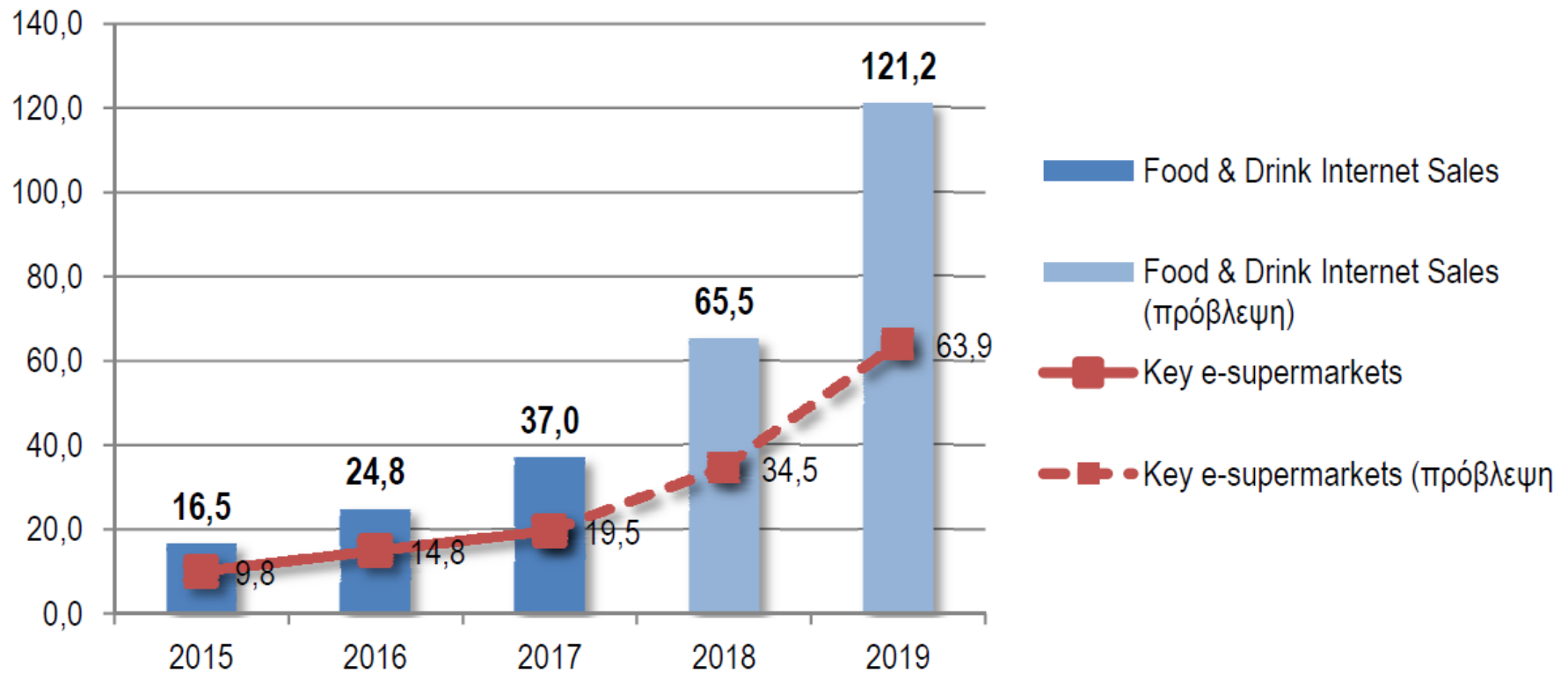
	Νεο-εισερχόμενοι	Σταθεροί	Δυνατοί παίκτες
Έτη Online αγορών	<2 χρόνια	2-8 χρόνια	>10 χρόνια
Χρήση Mobile συσκευών	Μέτρια	Υψηλή	Υψηλή
% αγορών που πραγματοποιούν online	<18%	20-40%	45-60%

24%

59%

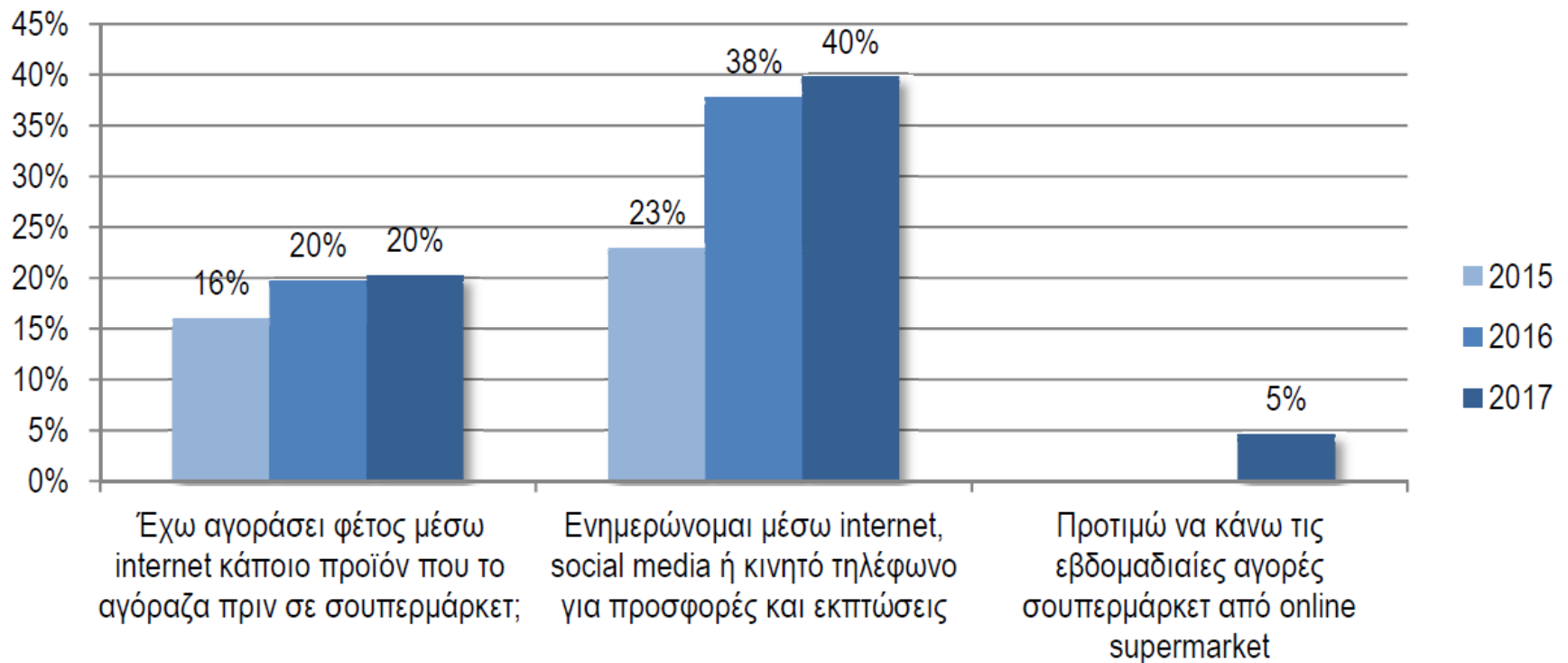
17%

Εκτίμηση πωλήσεων online supermarket στην Ελλάδα 2015-2019



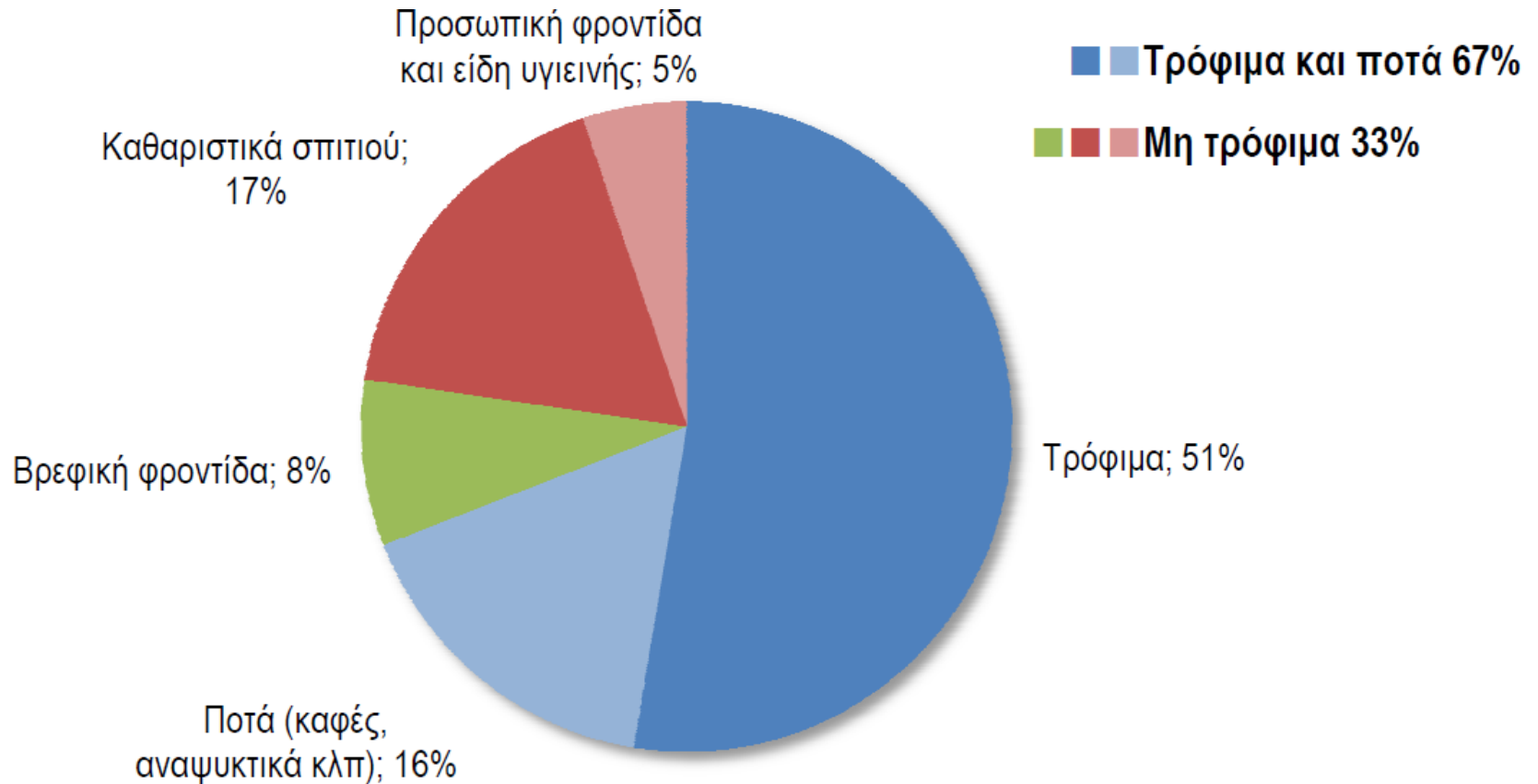
Πηγή: eRetail Audit

Βασικές καταναλωτικές τάσεις σε σχέση με τις online αγορές τροφίμων και τη χρήση νέων τεχνολογιών



Πηγή: Ετήσια Έρευνα Καταναλωτών ΙΕΛΚΑ

Κατανομή πωλήσεων online supermarket 2017



Πηγή: eRetail Audit



Ταυτότητα Έρευνας

Διάρκεια: Οκτώβριος – Νοέμβριος 2017

1300 online Ερωτηματολόγια

Εταιρείες που υποστήριξαν

