

Popularna marka czy niska cena – co wybierają Polacy?

Polscy e-konsumenci są coraz bardziej świadomi tego, co do zaoferowania mają im sprzedawcy internetowi. Zamawiając produkty w sieci, kierują się nie tylko rozpoznawalnością marki, lecz przede wszystkim ofertą promocyjną przygotowaną przez dany sklep. Jest to jeden z kluczowych wniosków jaki płynie z badania przeprowadzonego przez [CupoNation Polska](#), przy współpracy z [InPost](#) oraz [InternetSTANDARD](#). Sklep, który zdaniem respondentów przygotował najlepszą ofertę zakupową, otrzymał miano Promotora Roku 2014.

Plebiscyt na Promotora Roku 2014 jest nowatorskim badaniem opracowanym przez [CupoNation Polska](#), portal specjalizujący się w publikowaniu kuponów rabatowych oraz promocji, dostępnych do zrealizowania w sklepach internetowych. Spośród ofert, które w 2014 pojawiły się na stronie, CupoNation wytypowano dwadzieścia najatrakcyjniejszych, które podzielone zostały na cztery kategorie: moda, uroda, elektronika oraz pozostałe. Każdy użytkownik, mógł oddać jeden głos i tym samym przyczynić się do wyboru najlepszej oferty zakupowej 2014 roku. Łącznie w badaniu oddano 5531 głosów, oraz pozostawiono 209 komentarzy.

Mianem Promotora Roku 2014 został uhonorowany sklep Komputronik, który zdobył 17% wszystkich głosów. Zwycięska oferta oferowała zniżkę w wysokości 100zł na nowoczesny tablet firmy Acer oraz pakiet Office 365 w prezencie. *Kod rabatowy przygotowany przez Komputronik umożliwił zakup najpopularniejszego ostatnio gadżetu jakim jest tablet, ze zniżką około 13% w porównaniu do ceny rynkowej. Tego typu oferty są prawdziwą okazją dla kupujących i zawsze cieszą się dużą popularnością - mówi Małgorzata Zimoch, ekspert od zakupów w CupoNation.* Poza samą ofertą użytkownicy docenili w komentarzach wysoki poziom obsługi klienta oraz niskie ceny. Jakość usług oferowanych przez Komputronik została również nagrodzona w rankingu Money.pl na najlepszy sklep internetowy 2014, gdzie Komputronik zajął pierwsze miejsce wśród sprzedawców elektroniki i AGD. W plebiscycie na Promotora Roku 2014 kategoria elektronika cieszyła się największą popularnością wśród respondentów (35% wszystkich głosów). Wynika to z faktu, iż to właśnie na ten rodzaj produktów polscy e-konsumenci wydają najwięcej pieniędzy¹.

W kategorii moda, bezkonkurencyjnym liderem okazała się marka Deichmann. Kod rabatowy oferujący 10% zniżki, darmową dostawę oraz zwrot najbardziej spodobał się 15% respondentów. *Co ciekawe popularny sklep Zalando standardowo oferuje darmową dostawę oraz zwrot, tak więc zwycięstwem marki Deichmann zadecydowała nie tylko oferta dopasowana do potrzeb*

¹Według raportu „E-Commerce w Polsce 2014. Gemius dla e-Commerce Polska”, przygotowanego przez firmę badawczą Gemius.

klientów, ale również ceny jednostkowe asortymentu, które są zdecydowanie niższe niż w przypadku takich sklepów jak Zalando- mówi Katarzyna Kazior, Dyrektor Zarządzający CupoNation w Polsce. Na ofertę sklepu Zalando- 10% dodatkowego rabatu na przecenione produkty wyróżniło około 5% respondentów.

Niespodziewany sukces odniósł sklep Empik. Marka dotychczas utożsamiana głównie ze sprzedażą książek, filmów czy płyt z muzyką triumfowała w kategorii uroda. Ofertę promocyjną na zakup perfum z 60% zniżką wyróżniło 8% ankietowanych. Dodatkowo, Empik pokonał czołowych dystrybutorów produktów do pielęgnacji i makijażu jak Douglas czy Sephora, na których oferty zagłosowało kolejno 4% i 3% respondentów. Wygrana Empiku w segmencie uroda jest ogromnym osiągnięciem dla sprzedawcy, gdyż szybko i skutecznie udało mu się zredefiniować markę oraz poszerzyć asortyment w oczach klientów.

Internetowy sprzedawca OleOle został zwycięzcą w kategorii pozostałe, pokonując między innymi Merlin.pl – lidera w internetowej sprzedaży książek i multimediiów według Money.pl oraz raportu Gemius. Internauci docenili OleOle ze względu na dużą ilość ofert promocyjnych oraz bogaty asortyment w naprawdę niskich cenach, przyznając sprzedawcy 412 głosów, co stanowi 7% wszystkich oddanych głosów.

Jak pokazują wyniki plebiscytu na Promotora Roku 2014 polscy e-konsumenci coraz bardziej świadomie podejmują decyzje odnośnie zakupów w Internecie. Rozpoznawalność danej marki zaczyna stanowić kwestię drugorzędną, podczas gdy największa uwaga przywiązywana jest do ceny oraz jakości obsługi w danym sklepie. Rozwój rynku e-commerce w Polsce napędzany jest przede wszystkim przez internautów, którzy coraz częściej wybierają zakupy przez Internet i z każdą sfinalizowaną transakcją stają się ekspertami w wyszukiwaniu ofert najlepiej spełniających ich oczekiwania.

Strona plebiscytu : <http://www.cuponation.pl/promotor-roku>

Oficjalnymi partnerami konkursu zostali [internetSTANDARD](#) oraz [InPost](#).

O organizatorach

Cuponation- Wiodący serwis poświęcony oszczędzaniu w Internecie, należący do grupy Rocket Internet. Cuponation działa na 16 rynkach, prowadząc ponad 30 platform internetowych, pomagając oszczędzać milionom użytkowników każdego dnia. Serwisy Cuponation skupiają ponad 20 tys. voucherów i kuponów rabatowych do ponad 10 tys. sklepów internetowych.

InPost- należy do Grupy Integer.pl – jednej z najdynamiczniej rozwijających się prywatnych firm pocztowych w Europie, zatrudniającej 10.000 osób. InPost jest operatorem największej na świecie sieci Paczkomatów®, które obecne są już w 22 krajach.

Innowacyjność Paczkomatów® InPost została także wyróżniona w wielu prestiżowych konkursach międzynarodowych, m.in. World Mail Awards 2013, Retail Innovation of the Year (2013), Delivery Innovation Excellence UK (2014).

Grupa Integer.pl jest od 2007 roku notowana na GPW w Warszawie.

InternetSTANDARD- to organizator uznanych konferencji i warsztatów dla osób związanych z marketingiem internetowym, e-commerce i reklama on-line. To także marka, pod którą wydawane są raporty dające wiedzę i obraz aktualnego stanu poszczególnych branż internetowych.

Kontakt dla mediów

Małgorzata Zimoch

tel: +48 691 700 644

e-mail: malgorzata.zimoch@cuponation.pl