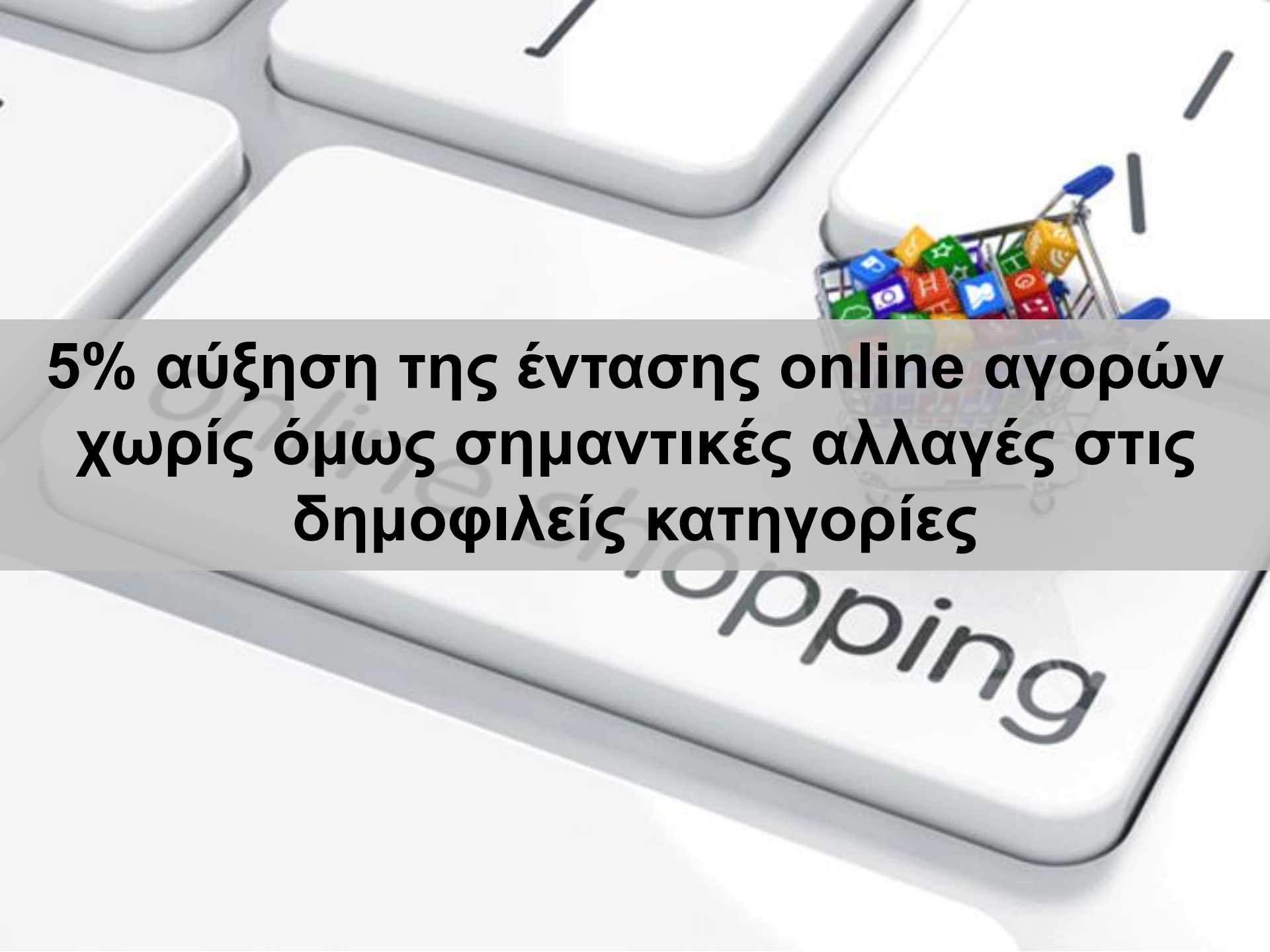


Έρευνα Ηλεκτρονικού Εμπορίου 2016 B-C στην Ελλάδα: Η Συμπεριφορά των Online Καταναλωτών

Καθ. Γεώργιος Ι. Δουκίδης
Δρ. Κατερίνα Φραιδάκη



Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και Εμπορίου
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών



**5% αύξηση της έντασης online αγορών
χωρίς όμως σημαντικές αλλαγές στις
δημοφιλείς κατηγορίες**

Ταξιδιωτικές υπηρεσίες

84%



+10%

Διαμονή σε καταλύματα

70%



+9%

Εξαρτήματα &
περιφερειακός εξοπλισμός

69%



+7%

Εισιτηρια (εκδηλώσεις)

69%



+6%

Ένδυση/
Υπόδηση


62%



ΕΦΑΓΗΓΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗ

ELTRUN

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



Το 10% των online αγοραστών ξεκίνησε το 2016, 3/10 είναι πλέον μεθοδικοί/ώριμοι online αγοραστές, ενώ υπάρχει αύξηση των αγορών απο Ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα

Έναρξη Αγορών

1/10 έναρξη
Online αγορών το
2016

% αγορών που
πραγματοποιούνται
Online

29%

πραγματοποιούν 1
στις 2 αγορές online
(2016)

25%

πραγματοποιούν 1
στις 2 αγορές online
(2015)

9%


πραγματοποιούν 1
στις 2 αγορές online
(2014)

Αγορά από
ελληνικά
e-shops

6/10 πάνω από

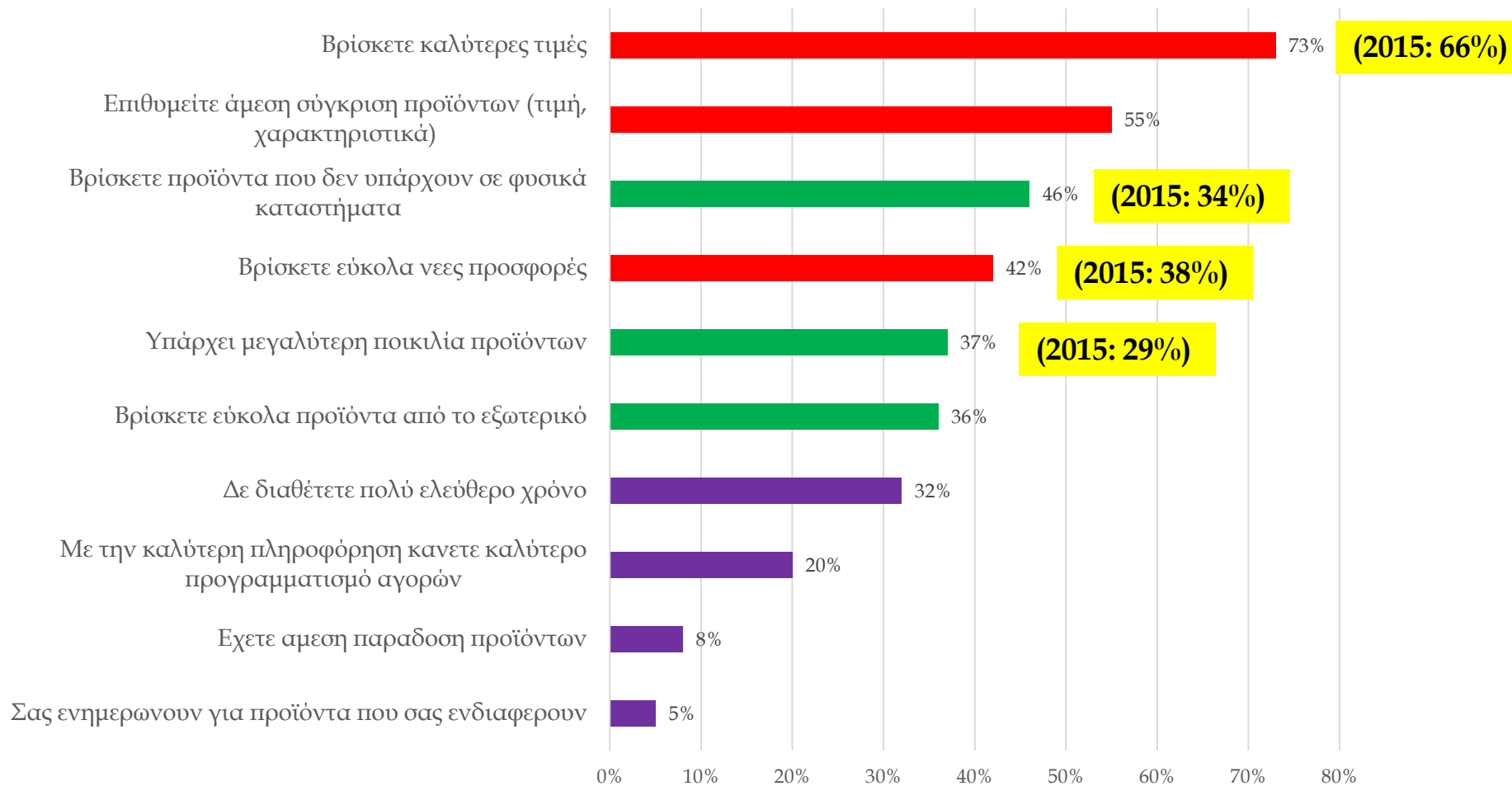
το **80%** των αγορών
σε ελληνικά e-shops
(2016)





**Στο κυνήγι των προσφορών/τιμών με
μικρό όμως % επαναλαμβανόμενων
online αγορών**





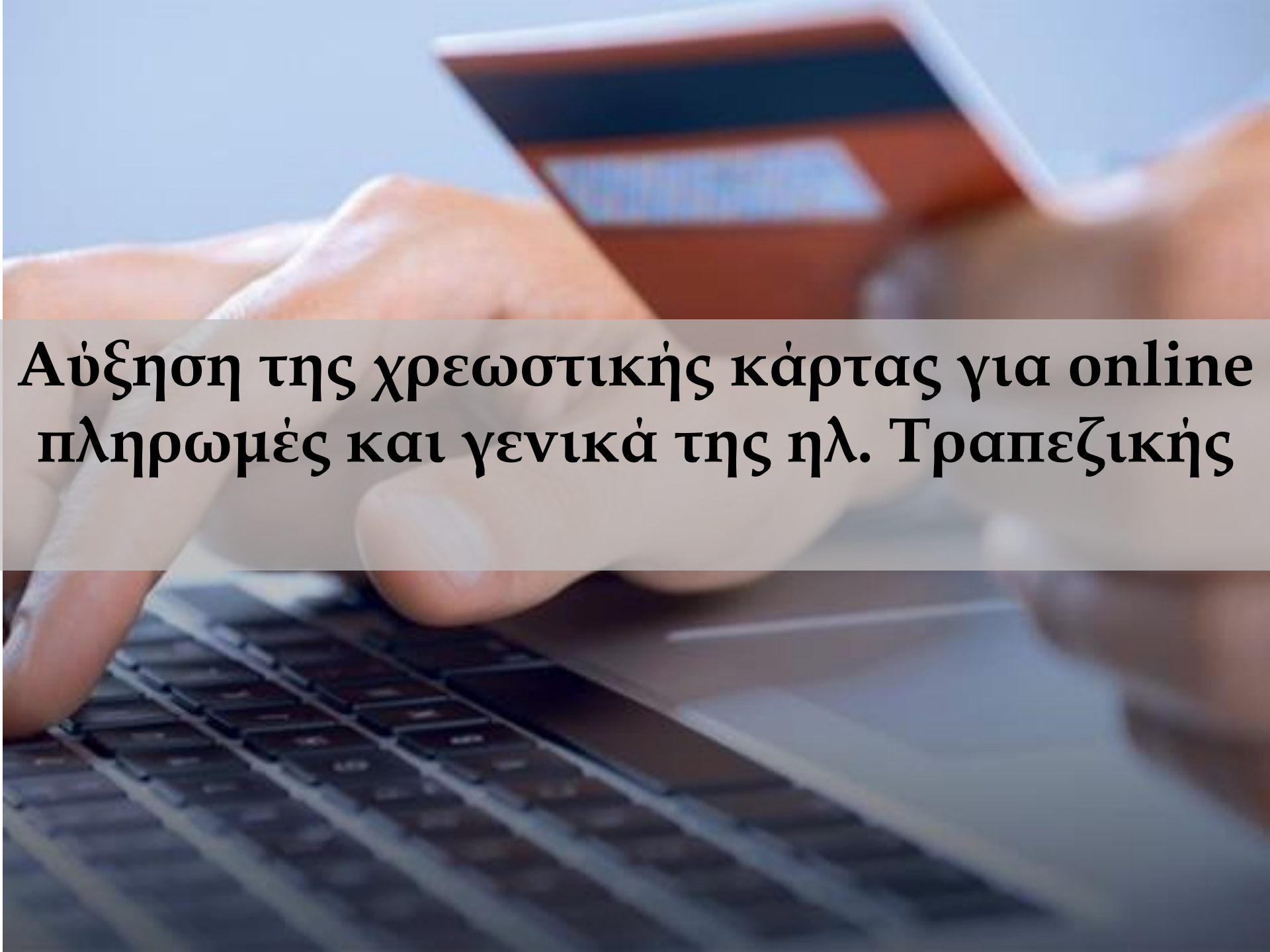
Τιμές/
Προσφορές

Εύρεση /
Γκάμα

Διαδικασία
/ Χρόνος

3/10 αγόρασαν απο ενα eshop και δεν επέστρεψαν ξανα => χαμηλή εμπιστοσύνη



A close-up photograph of a person's hands. One hand is typing on a laptop keyboard, while the other hand holds a credit card. The background is a soft, out-of-focus blue. A semi-transparent grey banner is overlaid across the middle of the image, containing text in Greek.

Αύξηση της χρεωστικής κάρτας για online πληρωμές και γενικά της ηλ. Τραπεζικής



56%



51%



15%



ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

ELTRUN

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



Σοβαρή Πολυκαναλική συμπεριφορά και επίδραση των ψηφιακών μέσων στο 1/3 των συνολικών φυσικών αγορών.

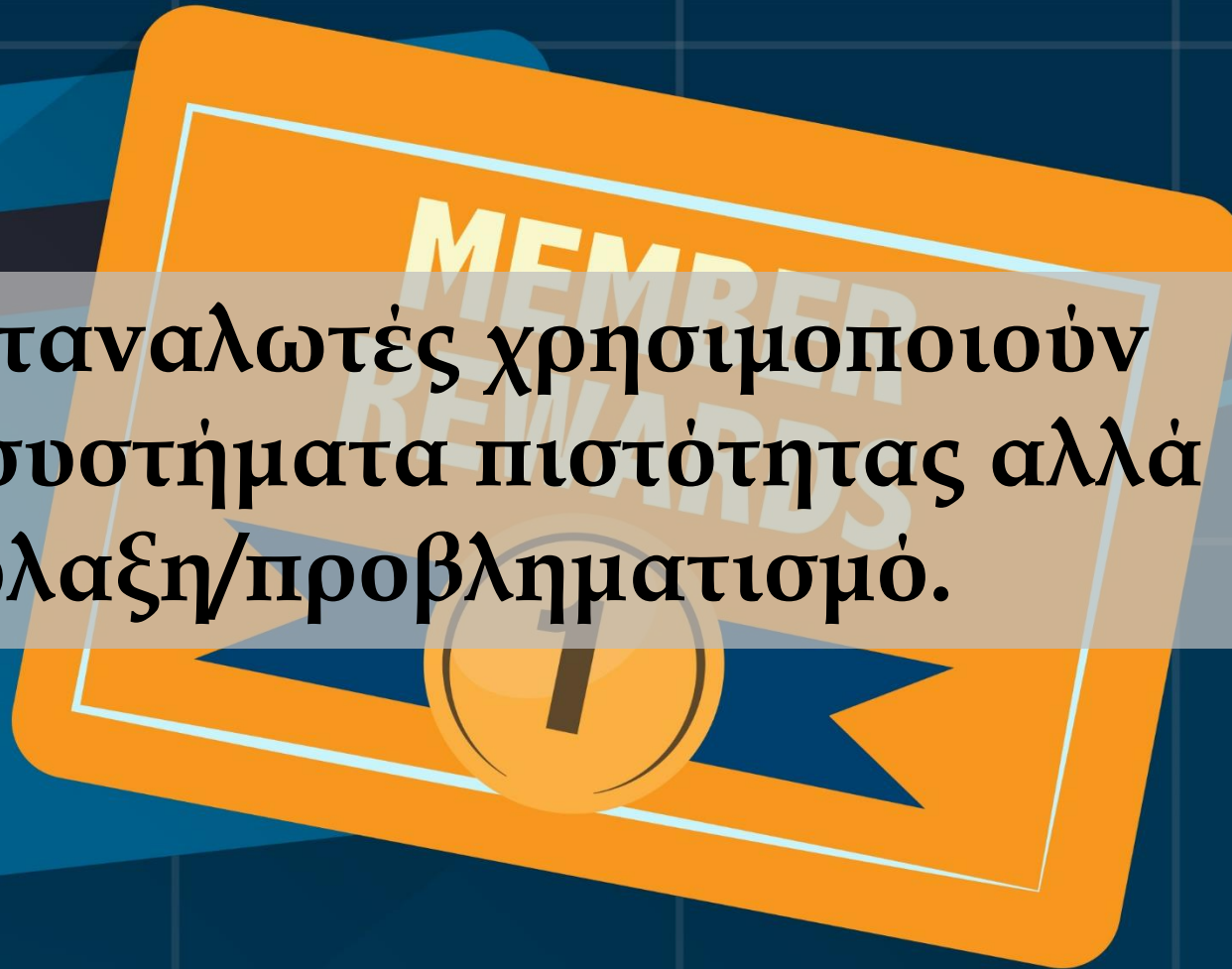
**Ψάχνουν Online - Αγοράζουν
Offline**

1/3 ΤΩΝ
συνολικών
φυσικών
αγορών

1/6 ΤΩΝ
συνολικών
Online
αγορών

**Ψάχνουν offline- Αγοράζουν
online**

1/3 online καταναλωτές χρησιμοποιούν συχνά online συστήματα πιστότητας αλλά με επιφύλαξη/προβληματισμό.



30%

 ΤΩΝ

Internet users επιλέγει
e-shops που
προσφέρουν **πόντους**
επιβράβευσης



26%

 ΤΩΝ

Internet users
εξαργυρώνουν συχνά
τους **πόντους**

Όμως

Τρόποι εξαργύρωσης

6/10 έκπτωση σε
επόμενη αγορά

4/10 εξαργύρωση
σε συνεργαζόμενα
καταστήματα

4/10

 ΤΩΝ

Internet users θεωρεί ότι
δεν τους προσδίδει
μεγάλη αξία

3/10

 ΤΩΝ

Internet users **δεν** έχουν
εξαργυρώσει ποτε
πόντους



ΕΦΑΓΓΗΡΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΕΙΑΣ

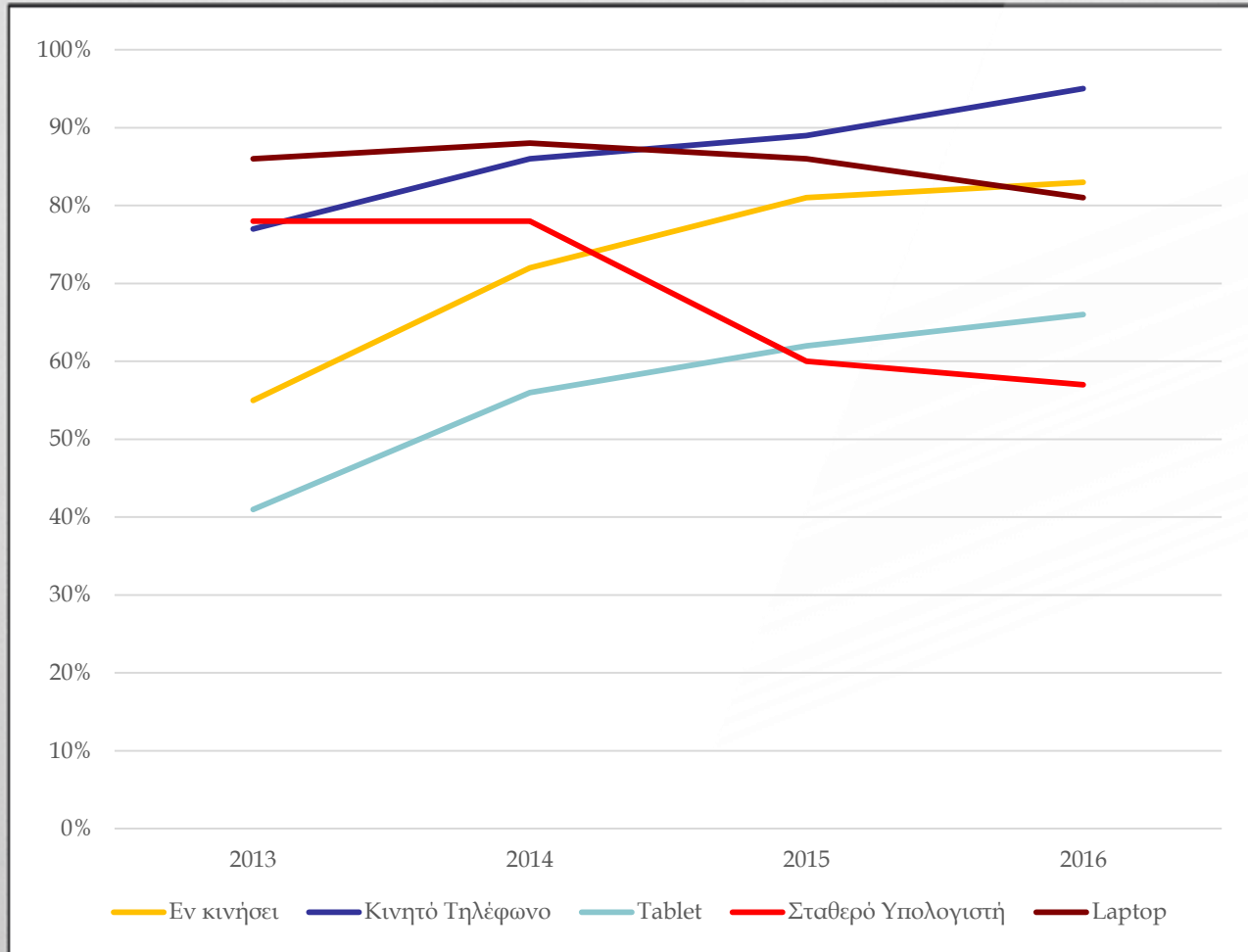
ELTRUN

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



Χρήση του κινητού πλέον σε σημαντικές ψηφιακές συναλλαγές.

Η σημασία της «κινητής πρόσβασης»



1/4 το χρησιμοποιεί καθημερινά/συχνά για online banking



1/5 για αναζήτηση προσφορών

1/5 για χρήση mobile εφαρμογών των εταιριών (προμηθευτών ή λιανεμπόρων)



1/6 για αναζήτησή τιμών ενώ βρίσκονται ήδη σε φυσικό κατάστημα.

