



Το e-commerce στην «meta-covid» εποχή

28 Σεπτεμβρίου 2021

Ξένια Κούρτογλου, MSc.

Ιδρύτρια Focus Bari, e-satisfaction, MEX,
Mentor & Coach, Ψυχοθεραπεύτρια, Συγγραφέας



10ο Συνέδριο
e-business
Digital Marketing World
Τα πάντα για το social media
και το e-business



**EVERY BUSINESS IS
E-BUSINESS!**
28-29 / 09 / 2021

Τι θα δούμε ...

- Η εξέλιξη της τεχνολογίας
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο
- Οι ώριμοι ενήλικες
- Το λιανεμπόριο





Οι πηγές μου:



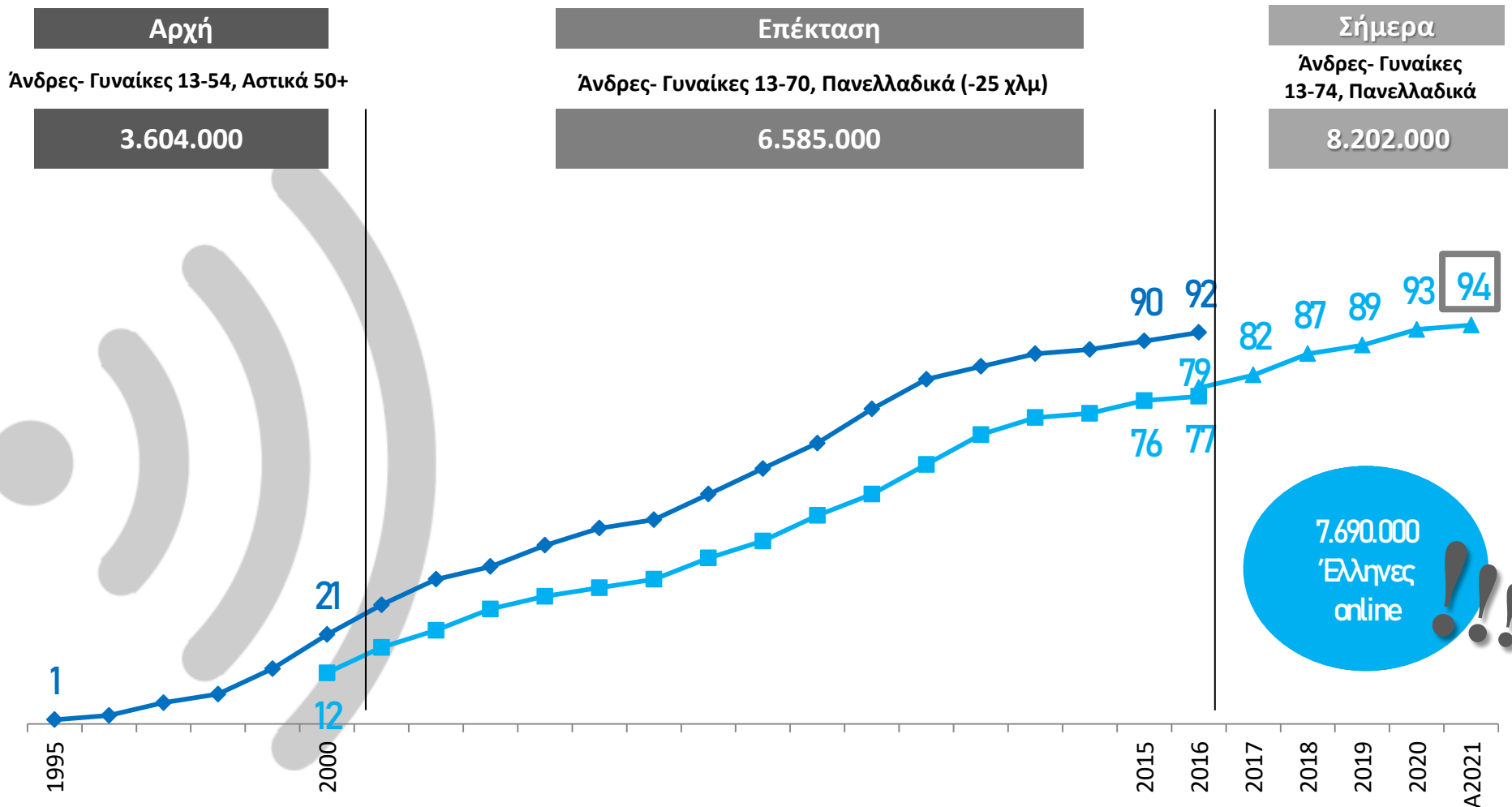
YouGov BrandIndex



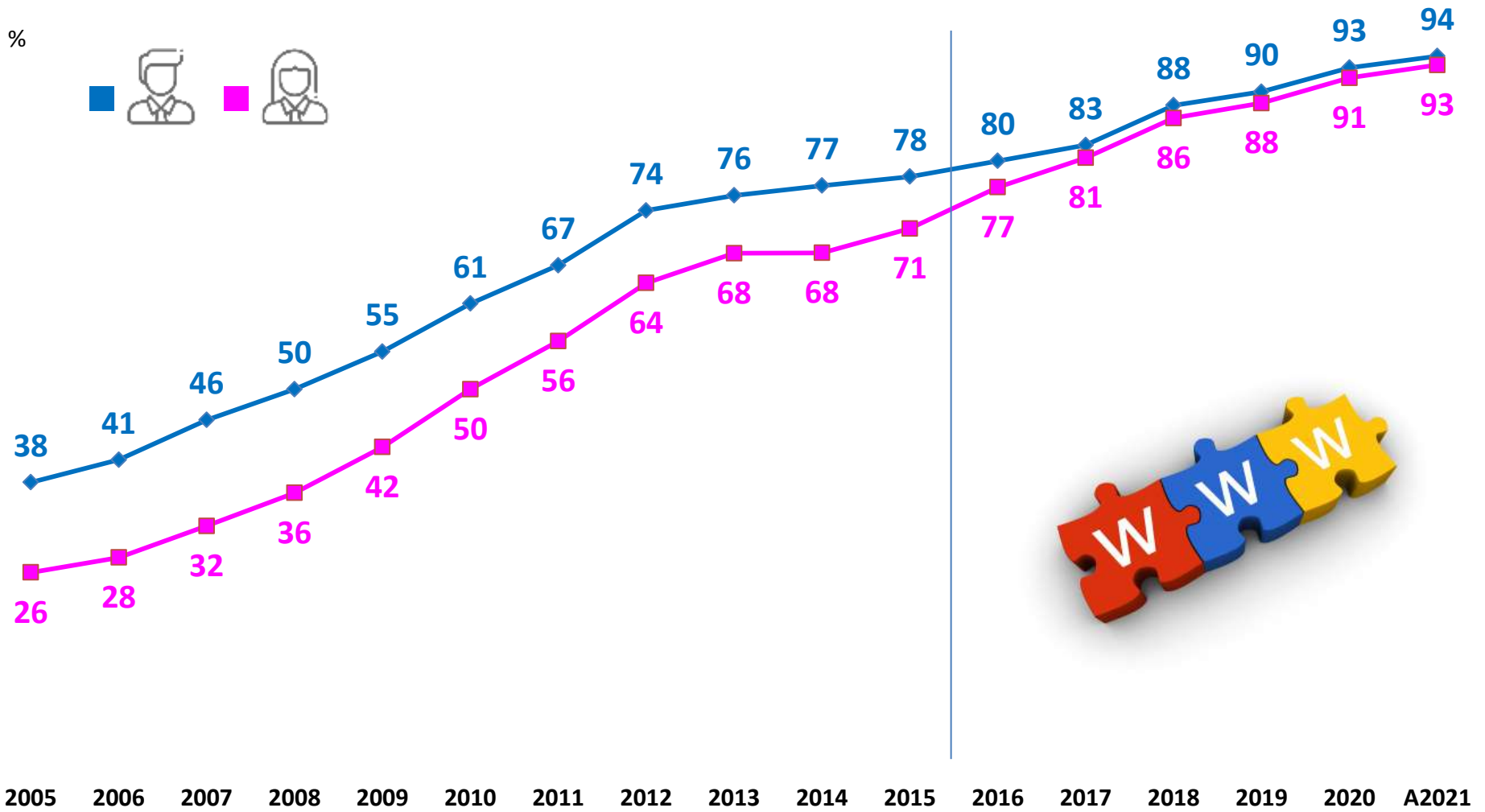


Η εξέλιξη της τεχνολογίας

Η σχέση των Ελλήνων με το WWW: από το 1995



... και πώς εξελίσσεται η σχέση με το internet ως προς φύλο (Μ.Ο. έτους)

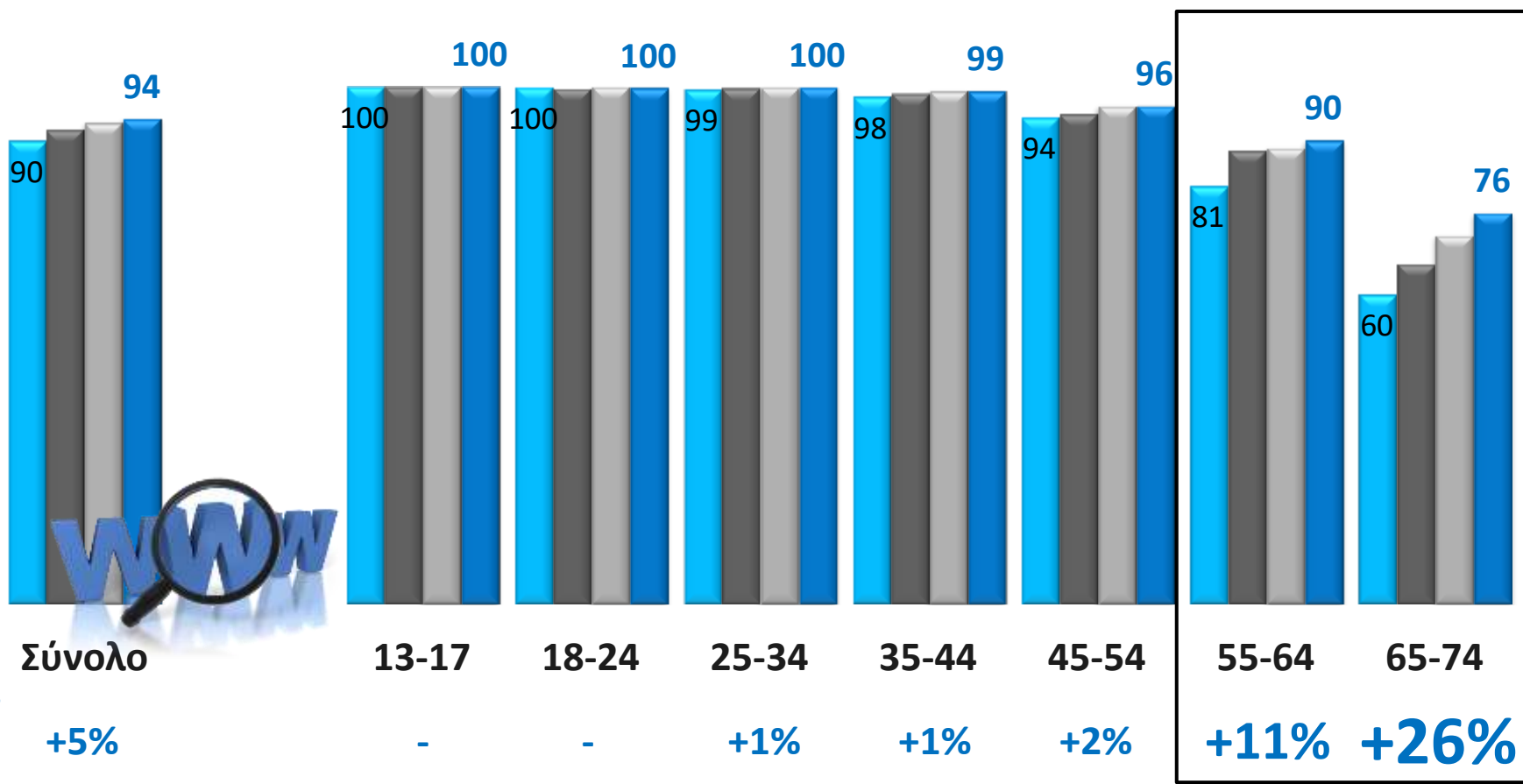


... και ως προς ηλικία

Οι μεγαλύτερες ηλικίες συμπεριλαμβάνονται πλέον ενεργά στον “digital world”

■ B 2019 ■ A 2020 ■ B 2020 ■ A2021

%

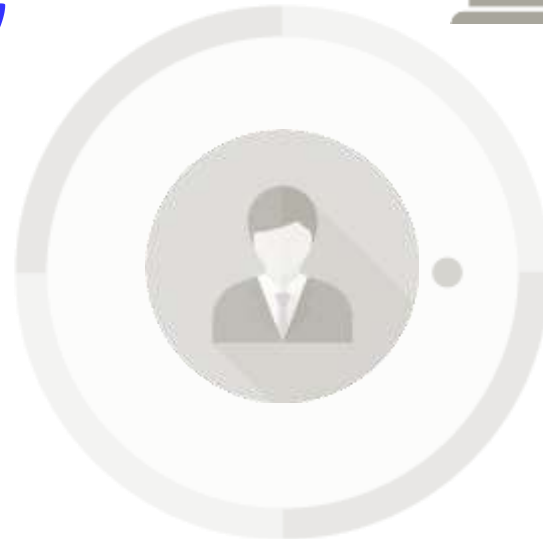


Η χρήση internet (μετ)άλλαξε σταδιακά τους τρόπους που οι Έλληνες μέχρι πρόσφατα ...

ενημερώνονταν



διασκέδαζαν



ψώνιζαν



επικοινωνούσαν



εργάζονταν

κοινωνικοποιούνταν

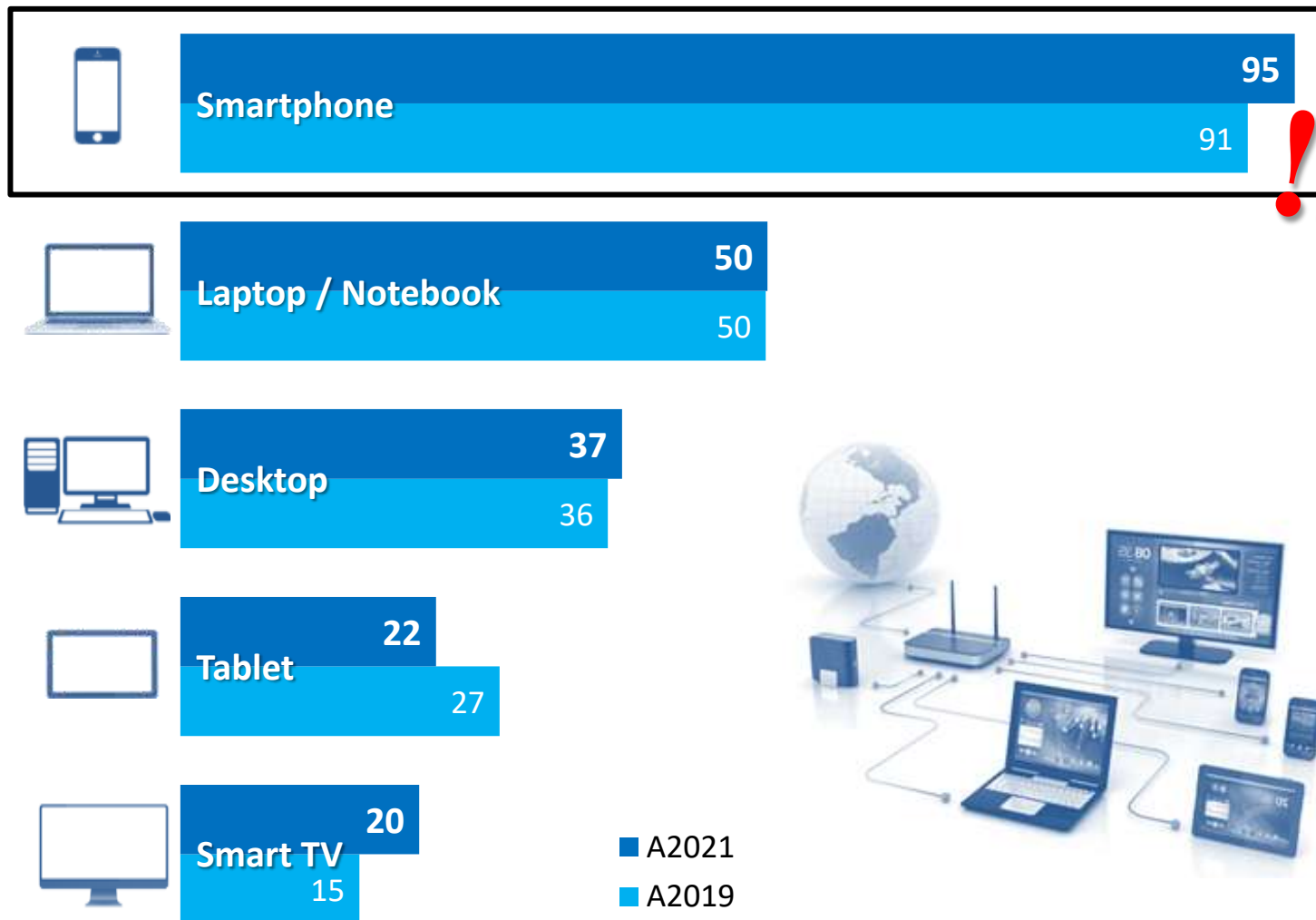


... και ήρθε ο **covid** με τα **lockdown** να αλλάξει
ακόμα περισσότερο στη σχέση όλων μας ...



Οι συσκευές πρόσβασης στο WWW ...

%



Τι συνέβη
τα τελευταία 2 χρόνια
[A2021 vs. A2019]

+4%

-

+3%

-20%

+33%!!!



Και **μετά τα lockdown** οι συνήθειες που **«κερδίζουν»**
και τείνουν να **παραμείνουν** είναι ...

31%

περισσότερο
χρόνο με την
οικογένεια



37%

περισσότερες
αγορές online



37%

περισσότερη
προσοχή στα
έξοδα



46%

περισσότεροι
εργαζόμενοι εξ
αποστάσεως



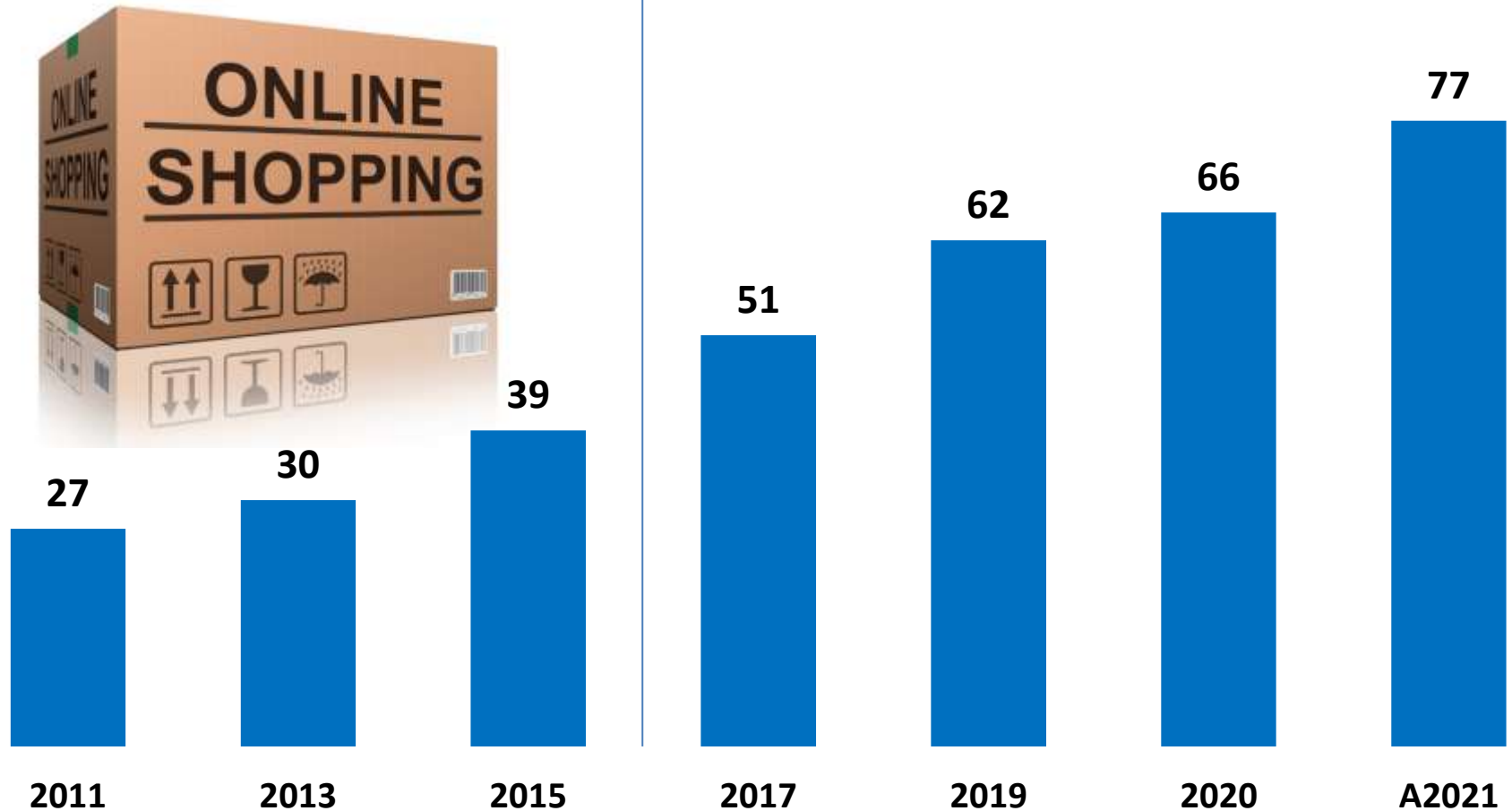


Το ηλεκτρονικό εμπόριο

Η εξέλιξη του e-shopping ...

% που έχει κάνει τουλάχιστον μια αγορά online τους τελευταίους 6 μήνες

%



Οι Έλληνες e-shoppers

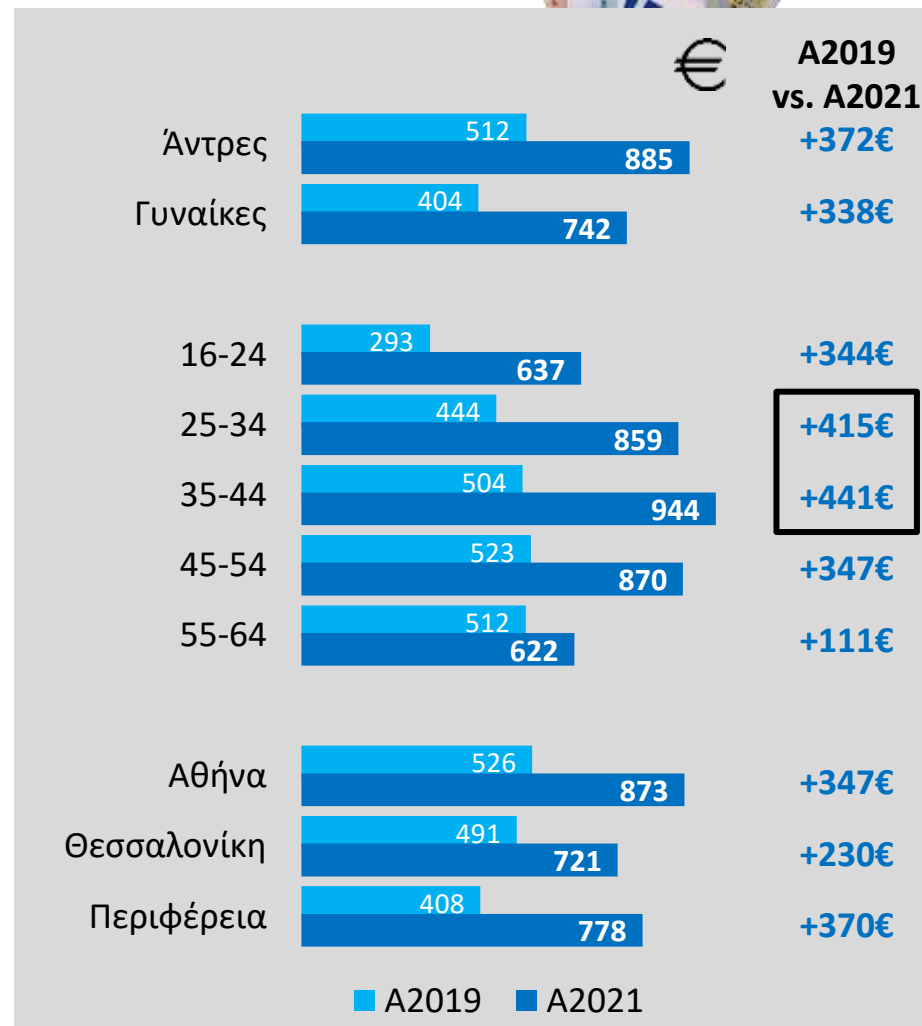


Μέση βηνιαία online δαπάνη

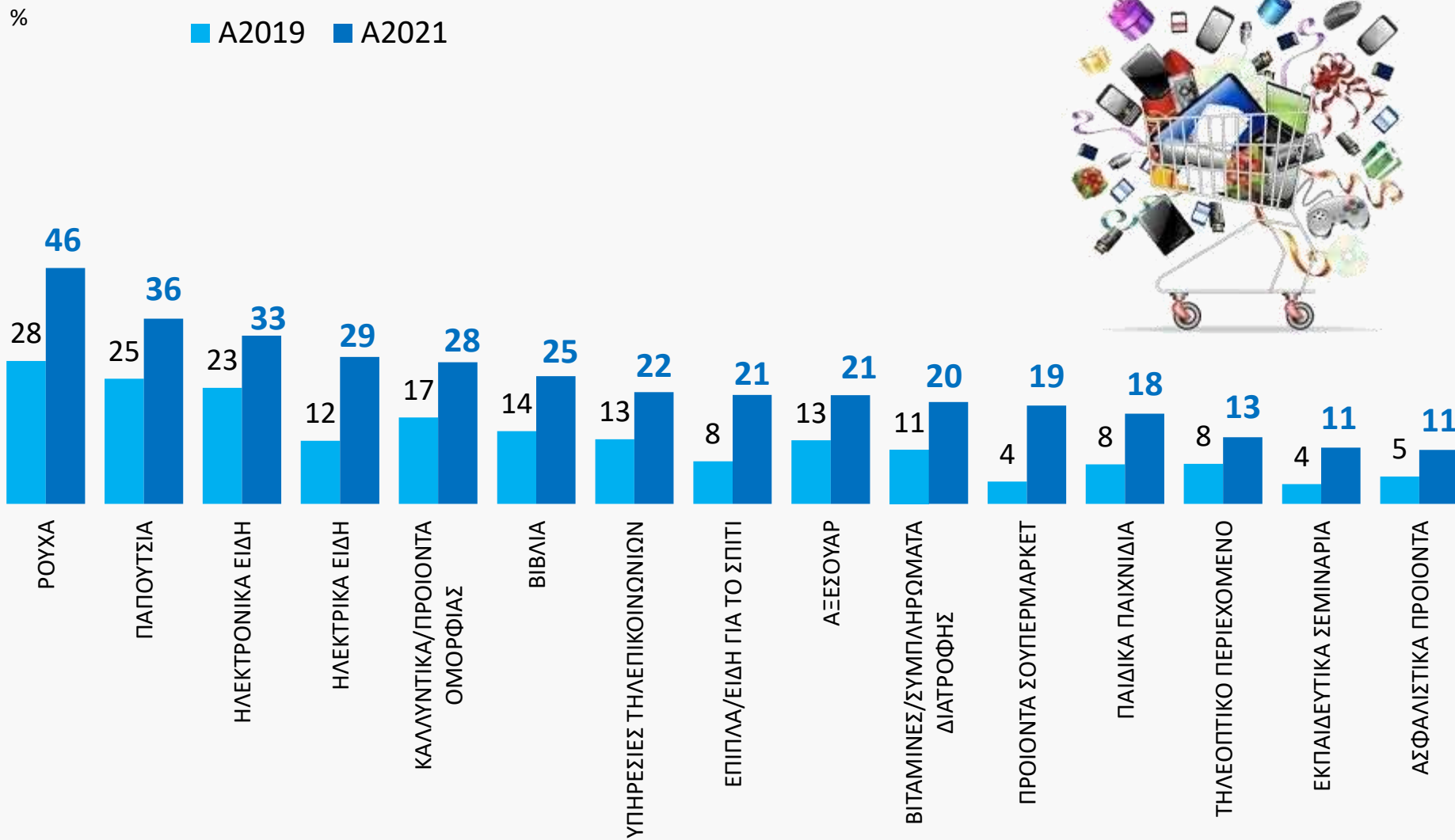
A2019:
459€

A2021:
806€

+76%!!!
+347€



Είδη online αγορών ... [top 15]



Είδη online αγορών ...

Τι συνέβη «meta-covid» ...

[A2019 vs. A2021]



Super Market

+339%



Webinars

+183%



Έπιπλα / Είδη σπιτιού

+155%



Ηλεκτρικά είδη

+133%



Παιδικά παιχνίδια

+128%



Ασφαλιστικά

+96%



Βιταμίνες / Συμπλ.

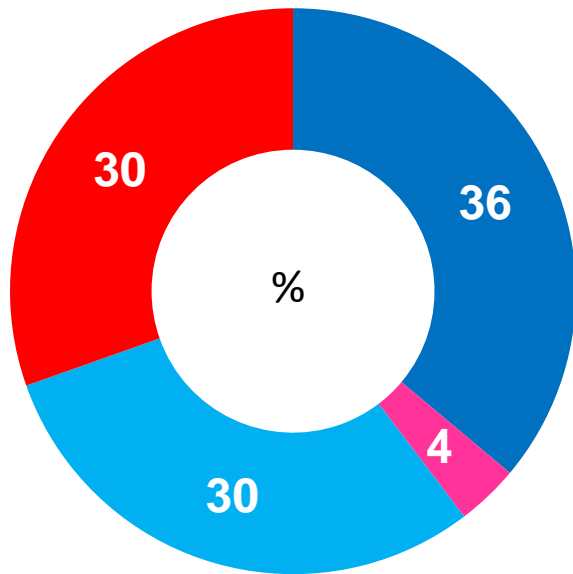
+89%



Βιβλία

+75%

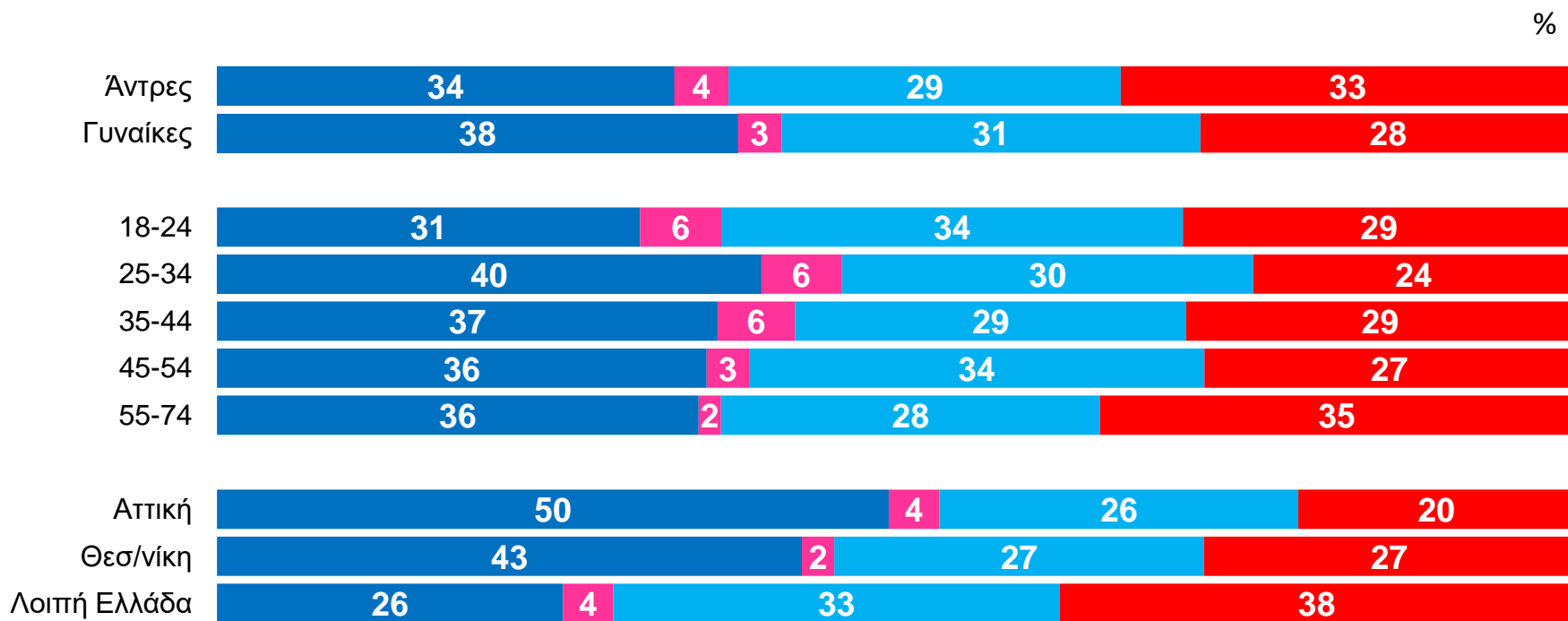
Το 40% έχουν δοκιμάσει την εμπειρία της αγοράς ειδών Super Market* μέσω internet, με ένα επιπλέον 30% να εξετάζει την πιθανότητα να τη δοκιμάσει στο μέλλον



- Κάνουν αγορές Super Market online (είτε τακτικά είτε περιστασιακά)
- Έχουν κάνει αγορές Super Market online στο παρελθόν, αλλά δεν σκοπεύουν να συνεχίσουν
- Δεν έχουν κάνει ΠΟΤΕ αγορές Super Market online, αλλά σκέφτονται / σκοπεύουν να κάνουν
- Δεν έχουν κάνει ΠΟΤΕ αγορές Super Market online και ΔΕΝ σκέφτονται / σκοπεύουν να κάνουν

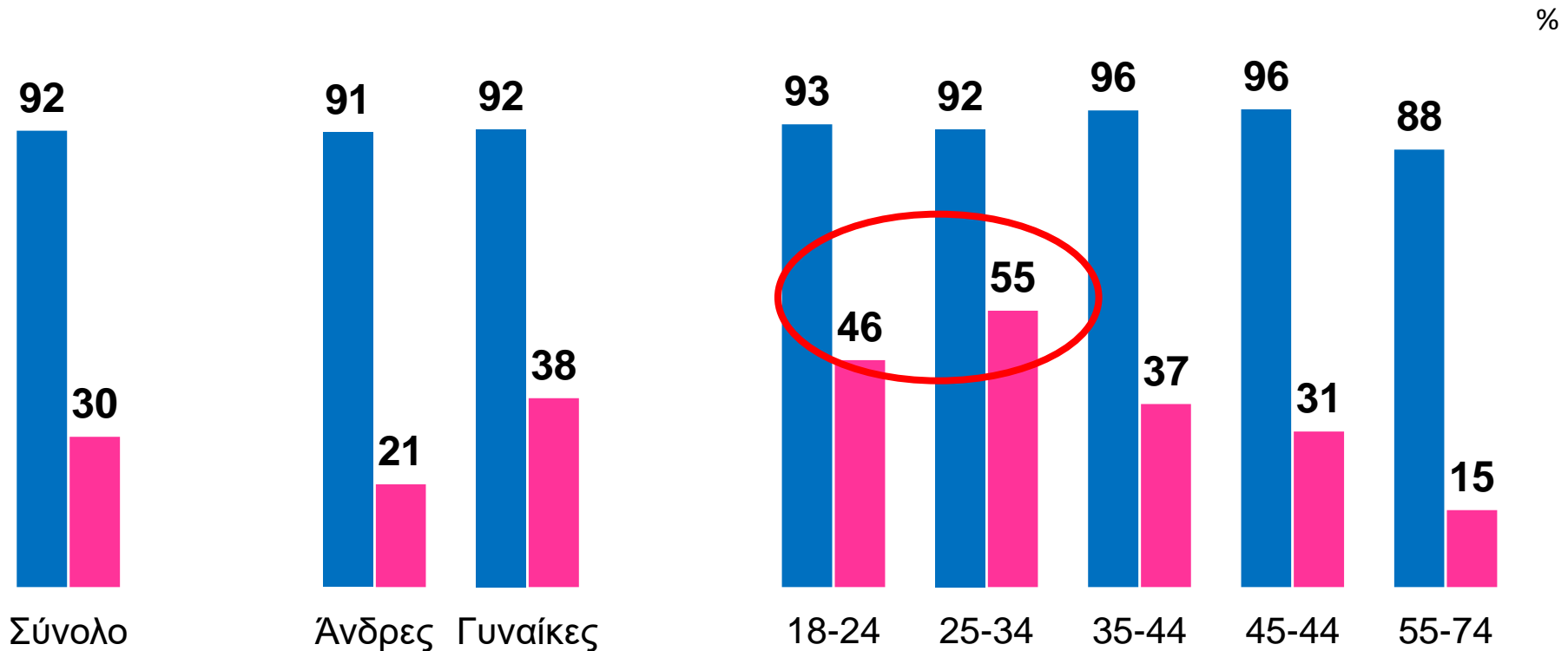
**Στην ερώτηση περιλαμβάνονται super markets που έχουν και φυσική και online παρουσία (π.χ. ΑΒ Βασιλόπουλος, Σκλαβενίτης κτλ.), super markets που έχουν αποκλειστικά online παρουσία (π.χ. E-fresh.gr), καθώς και οι εφαρμογές παραγγελιών delivery που δίνουν τη δυνατότητα και παραγγελιών από συνεργαζόμενα super market (π.χ. E-food, Wolt, κτλ.)*

Το online κοινό των supermarkets περισσότερο millennials, Αθήνα & Θεσσαλονίκη



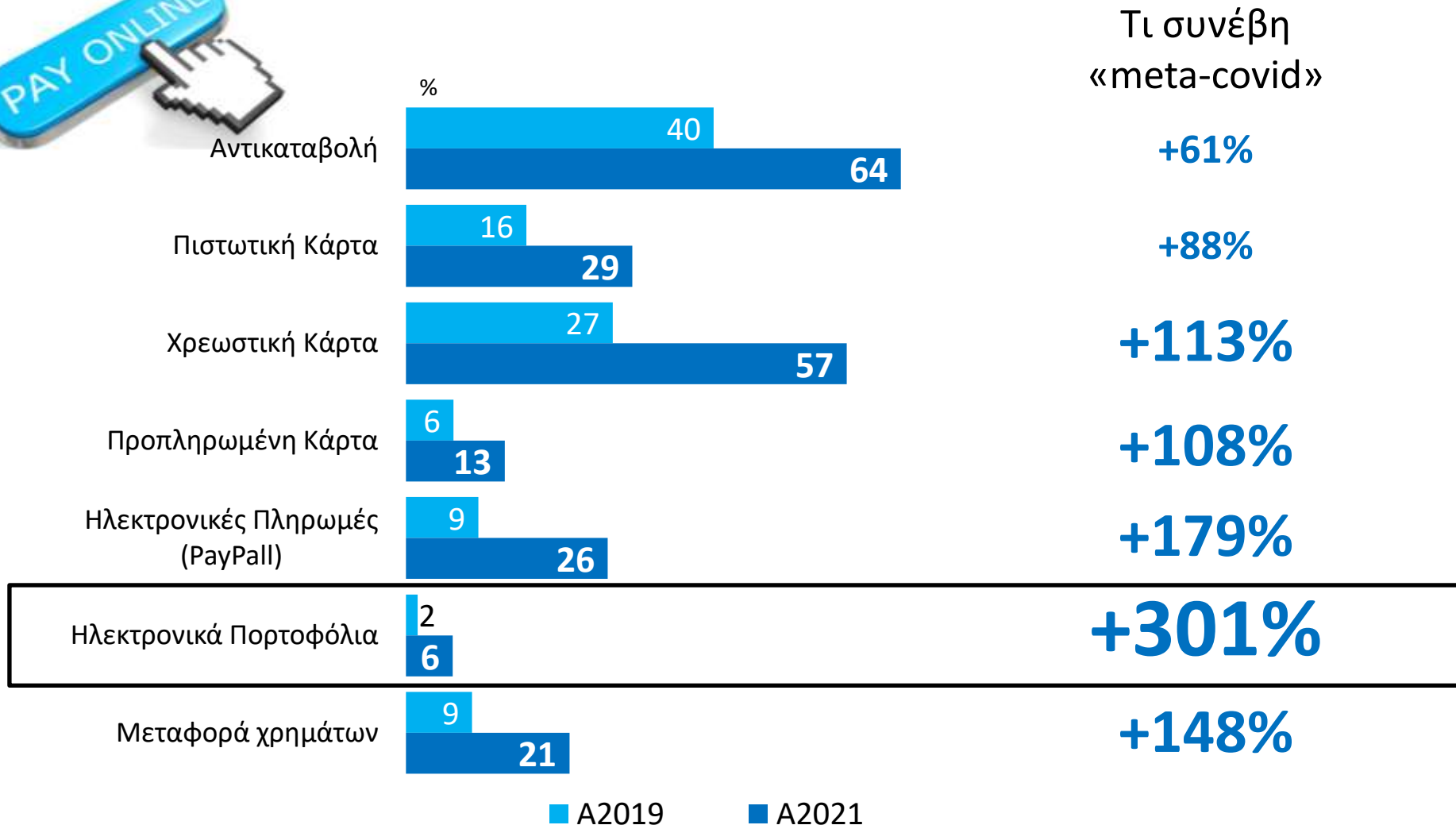
- Κάνουν αγορές Super Market online (είτε τακτικά είτε περιστασιακά)
- Έχουν κάνει αγορές Super Market online στο παρελθόν, αλλά δεν σκοπεύουν να συνεχίσουν
- Δεν έχουν κάνει ΠΟΤΕ αγορές Super Market online, αλλά σκέφτονται / σκοπεύουν να κάνουν
- Δεν έχουν κάνει ΠΟΤΕ αγορές Super Market online και ΔΕΝ σκέφτονται / σκοπεύουν να κάνουν

Site or app? Σχεδόν όλοι έχουν παραγγείλει απ' ευθείας από τα sites, ένας στους τρεις μέσω app



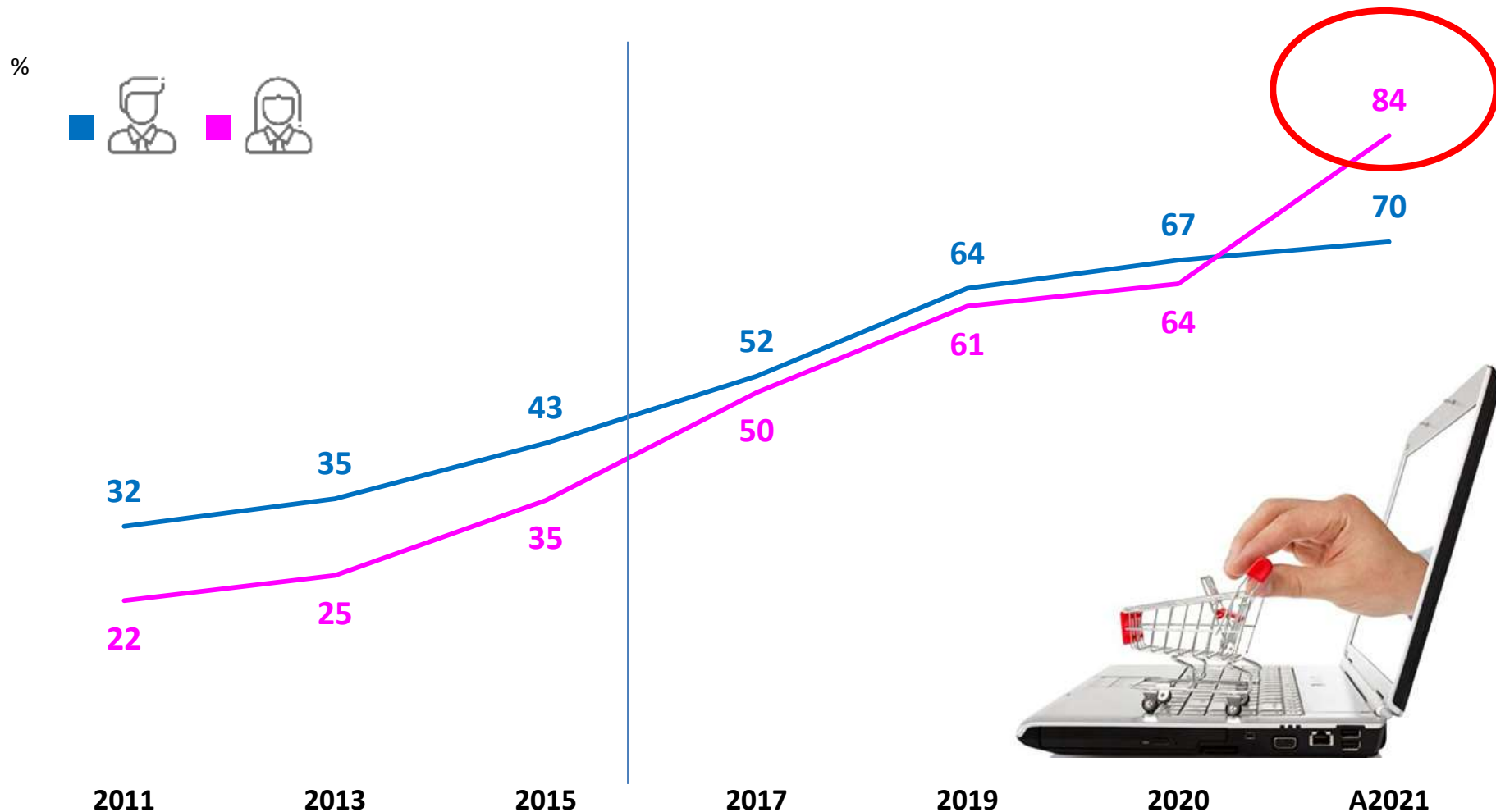
- Έχουν κάνει αγορές Super Market απευθείας από το site μιας αλυσίδας
- Έχουν κάνει αγορές Super Market μέσω app delivery φαγητού

Online Πληρωμές



Η εξέλιξη του e-shopping σε άντρες & γυναίκες ...

% που έχει κάνει τουλάχιστον μια αγορά online τους τελευταίους 6 μήνες

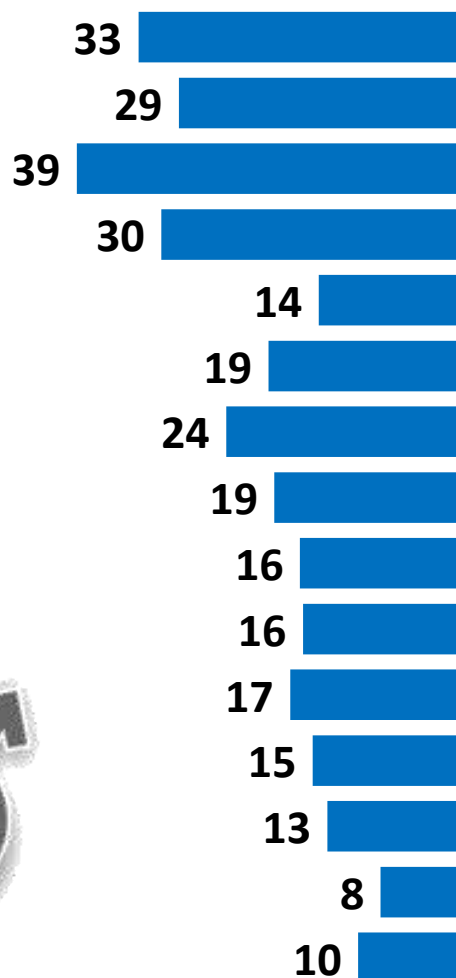


Είδη που αγοράζουν online ...

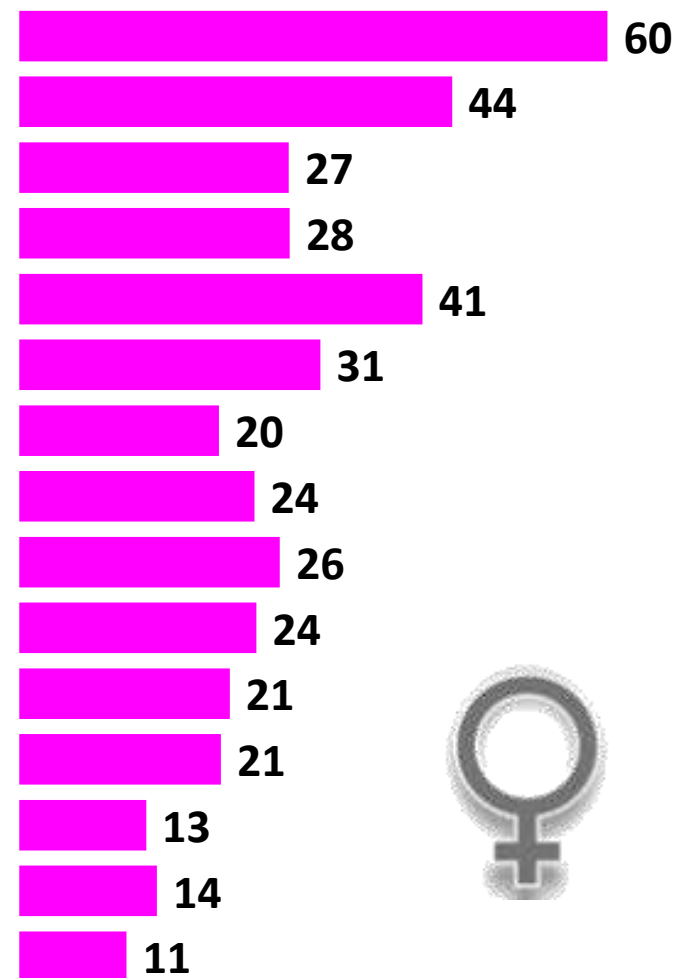
[top 15] τελευταίους 6 μήνες




%



Ρούχα
Παπούτσια
Ηλεκτρονικά
Ηλεκτρικές συσκευές
Καλλυντικά
Βιβλία
Τηλεπικοινωνίες
Αξεσουάρ
Έπιπλα / είδη σπιτιού
Βιταμίνες / διατροφή
Σούπερ μάρκετ
Παιδικά παιχνίδια
Τηλεοπτικό περιεχόμενο
Webinars
Ασφαλιστικά προϊόντα



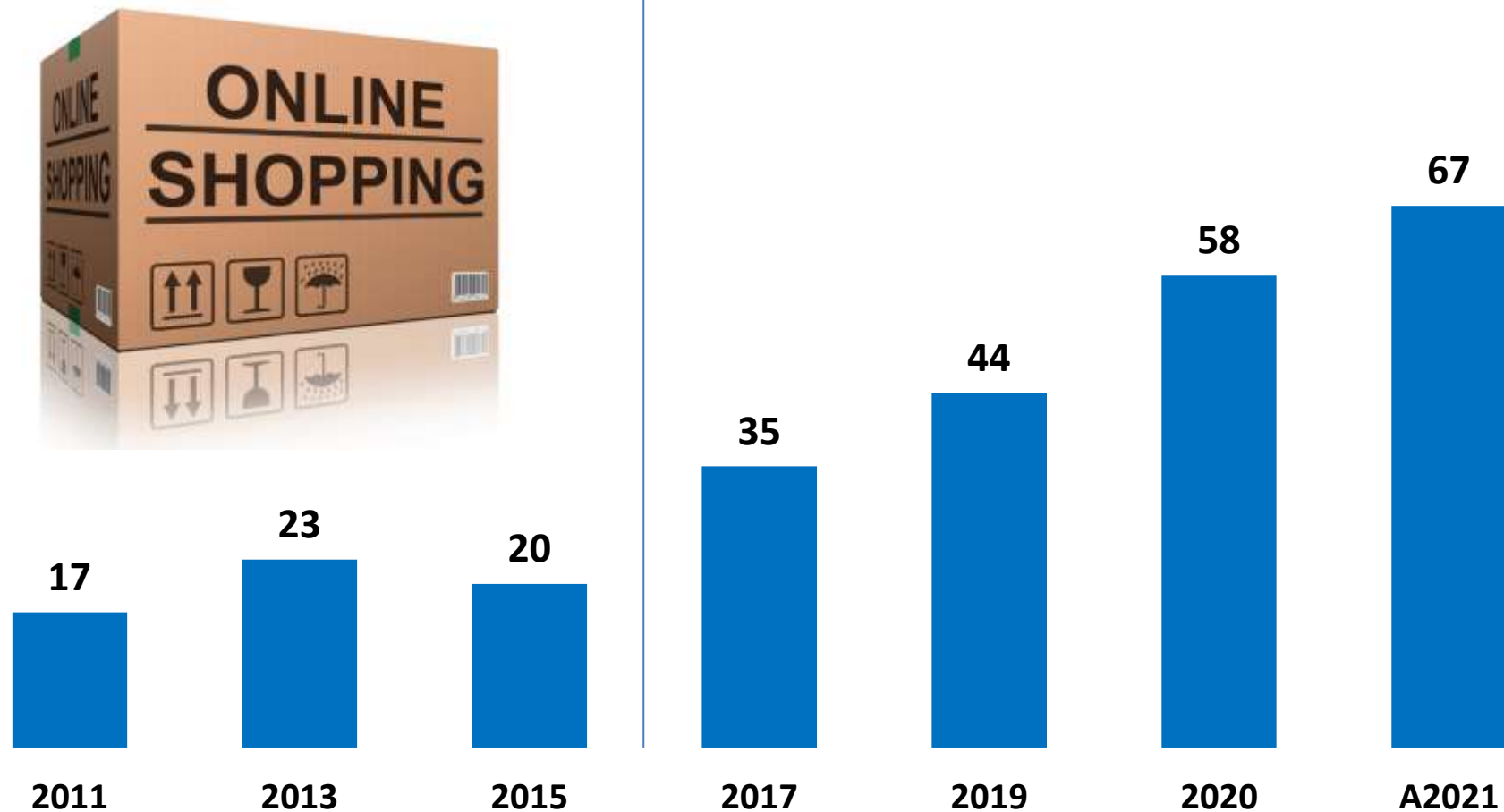


Οι ώριμοι ενήλικες (55-64) και το e-shopping

Η εξέλιξη του e-shopping σε ώριμους ενήλικες ...

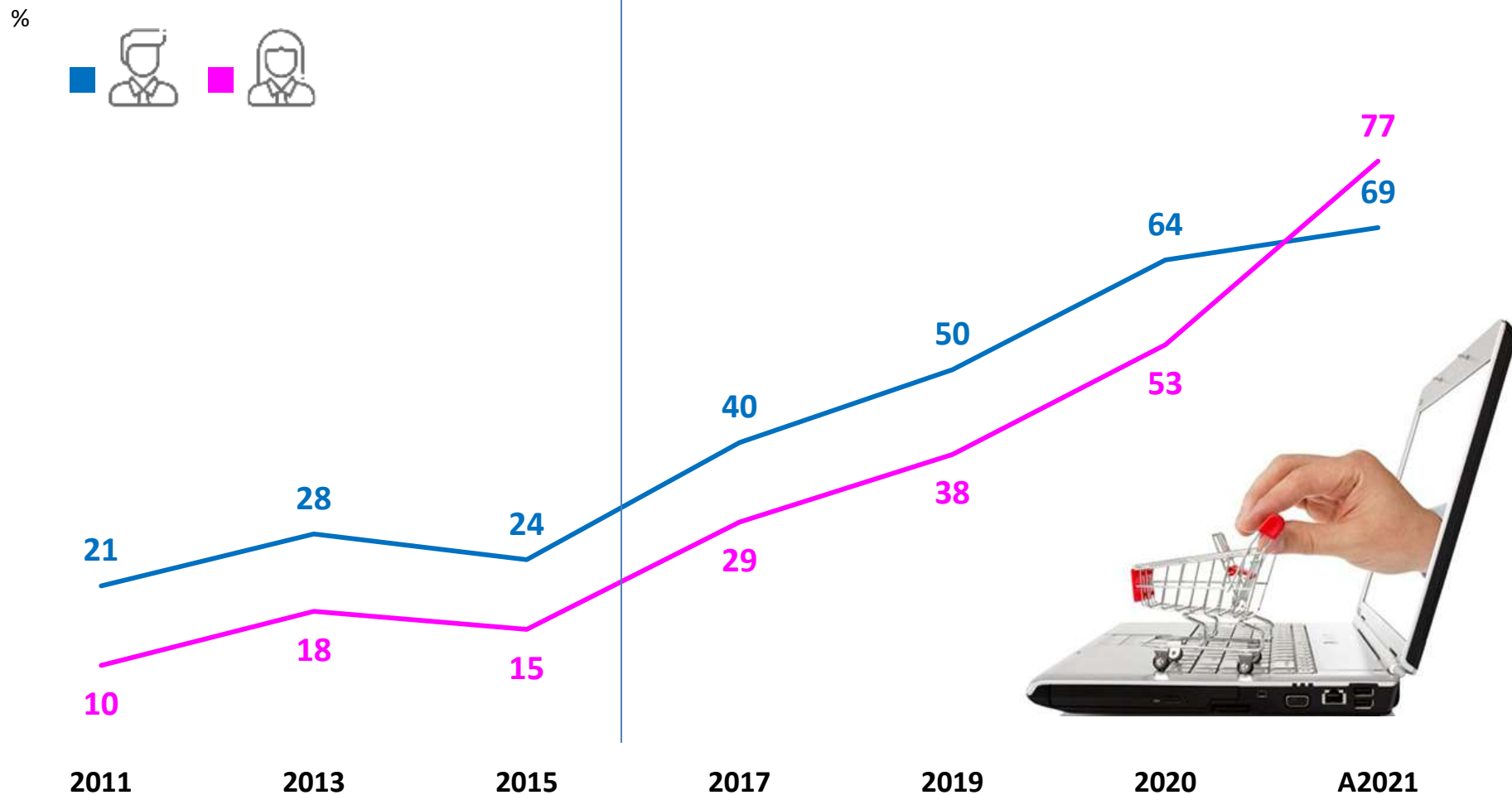
% που έχει κάνει τουλάχιστον μια αγορά online τους τελευταίους 6 μήνες

%

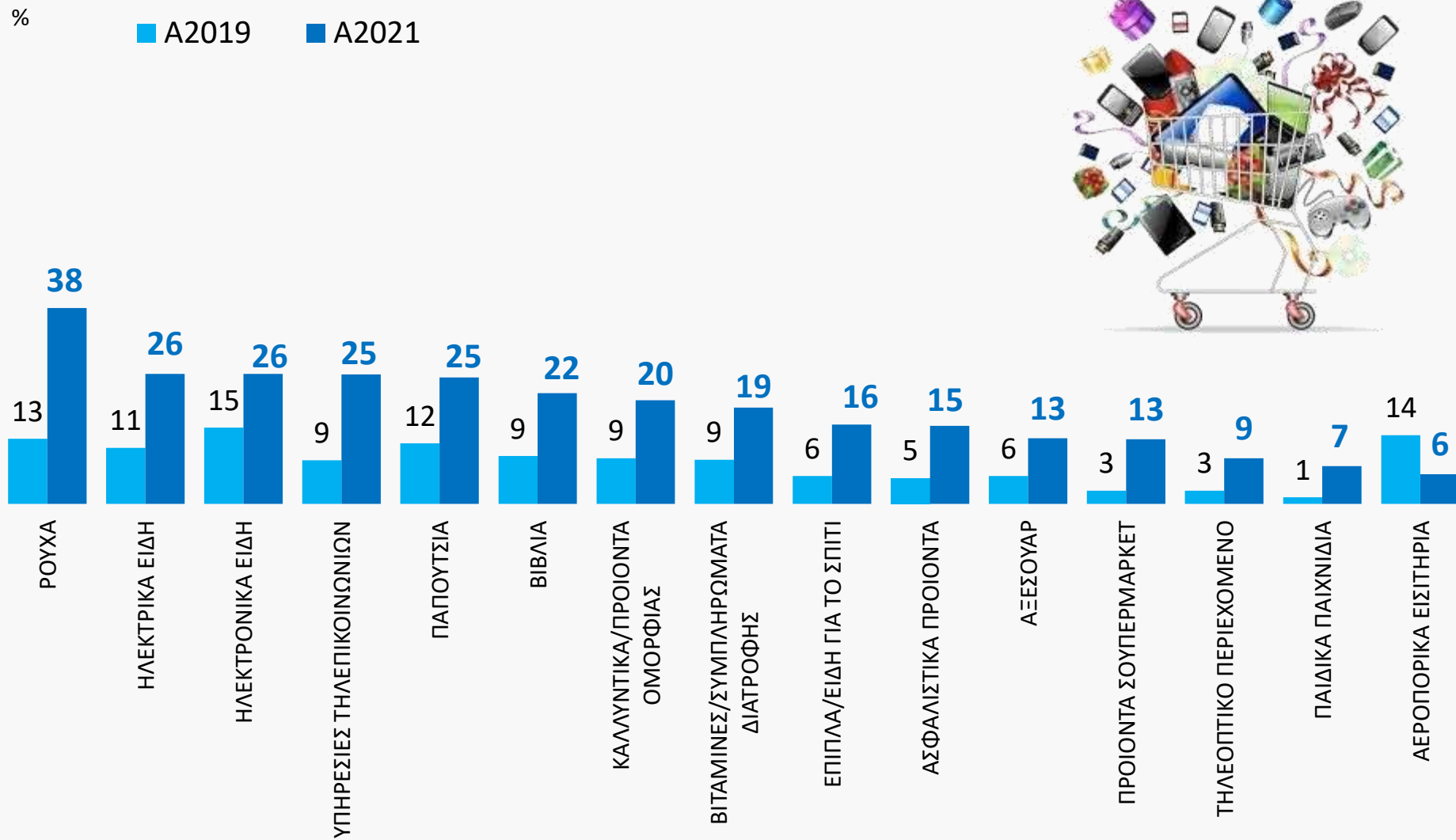


Η εξέλιξη του e-shopping σε ώριμους ενήλικες ...

% που έχει κάνει τουλάχιστον μια αγορά online τους τελευταίους 6 μήνες



Είδη online αγορών ... [top 15]



Οι ώριμοι αγοράζουν online ...



%



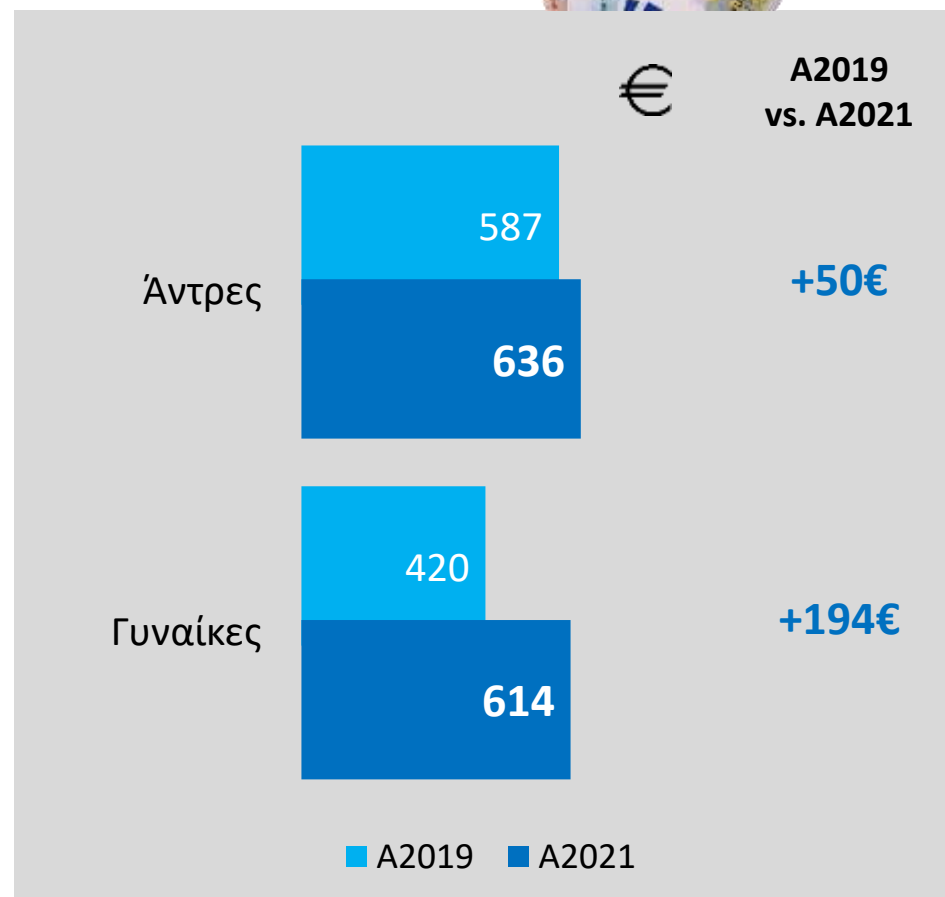
Οι ώριμοι e-shoppers



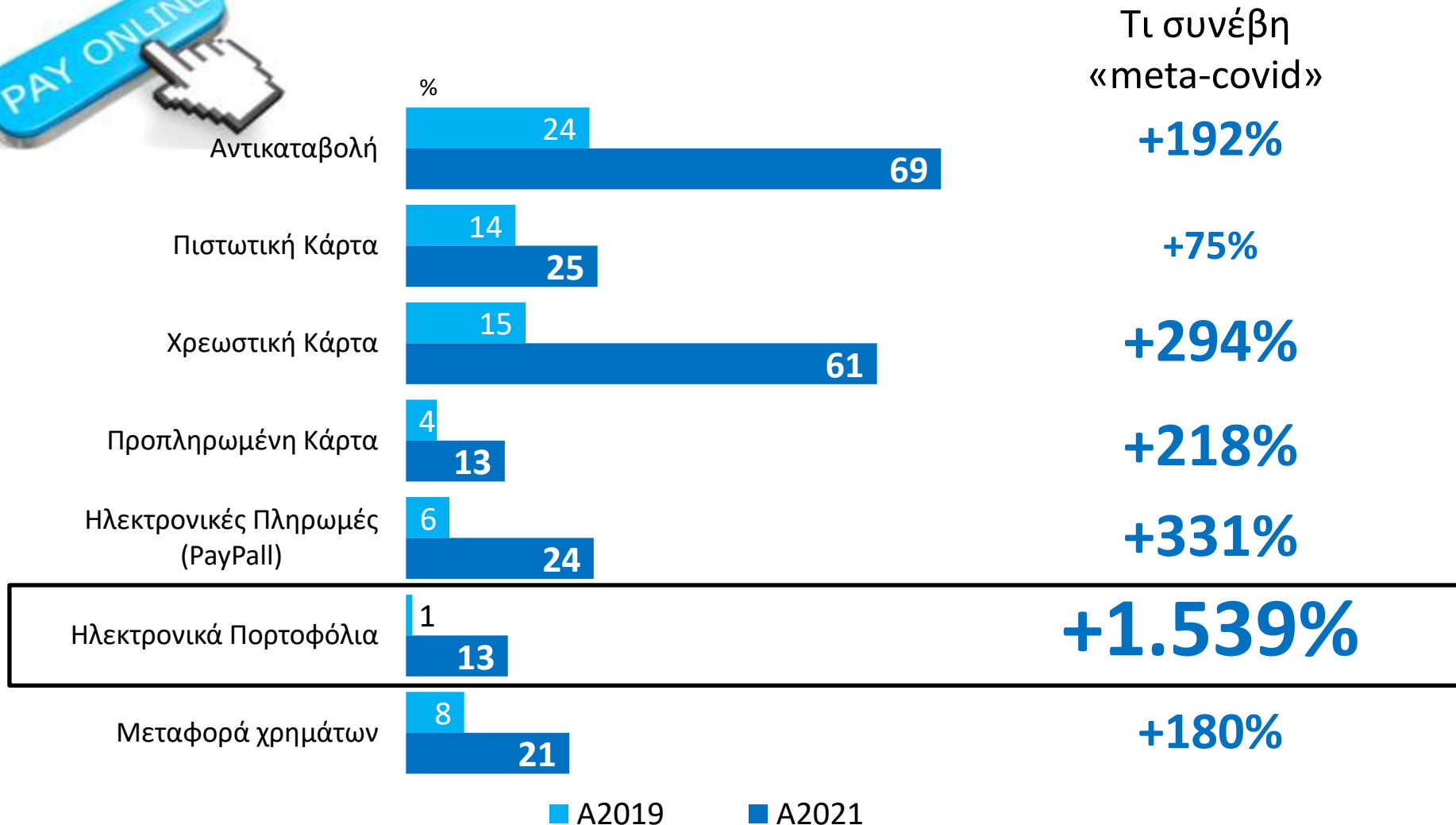
Μέση βηνιαία **online** δαπάνη

A2019:	A2021:
512€	622€

+22%!!!
+110€



Online Πληρωμές

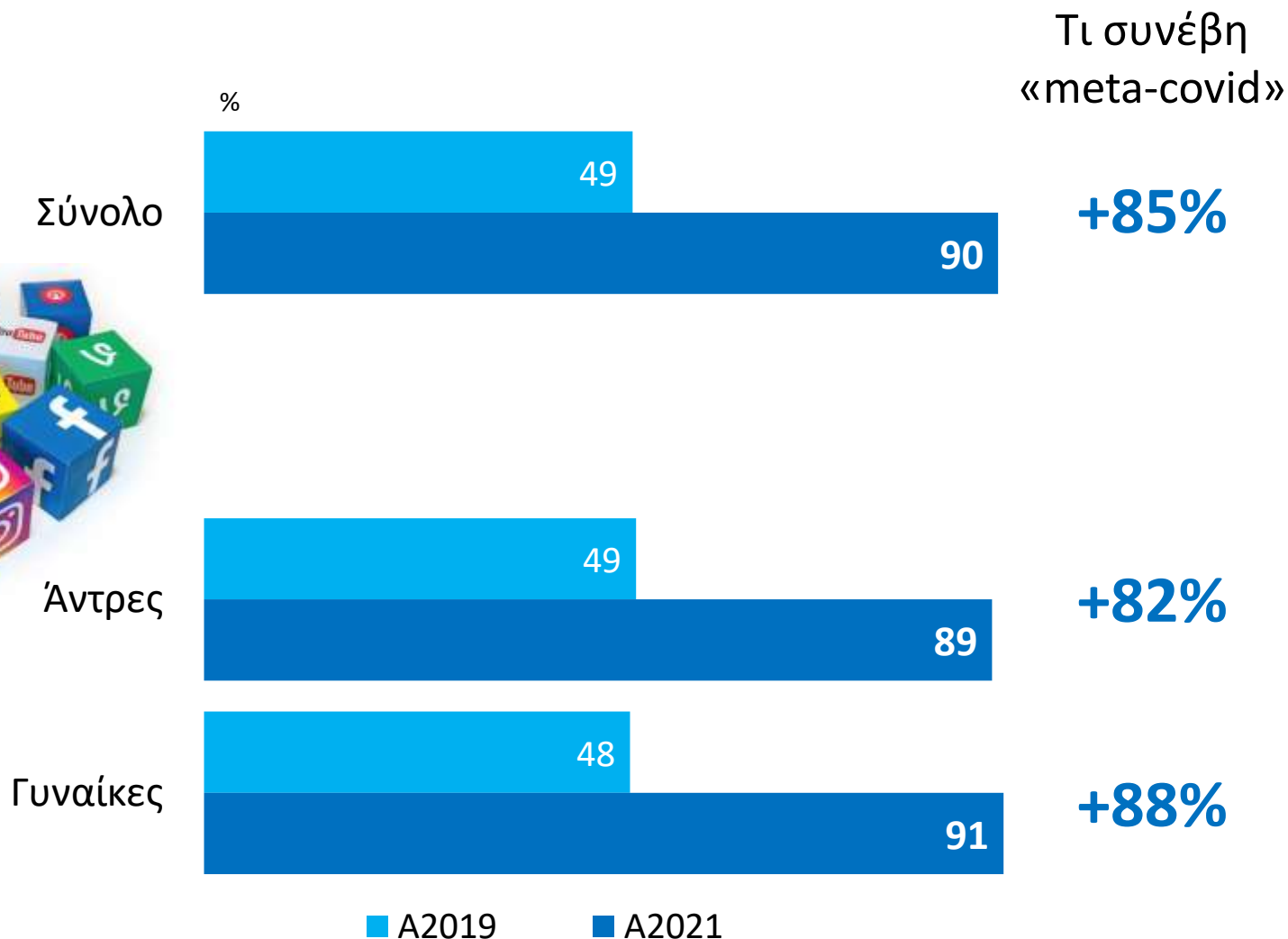




Οι ώριμοι ενήλικες και τα Social Media

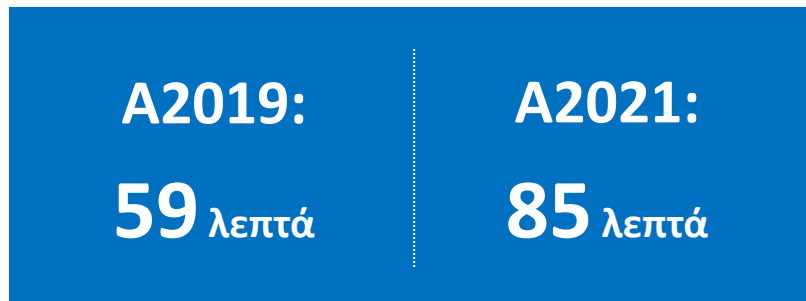
Οι ώριμοι ενήλικες και τα Social Media

Καθημερινή χρήση

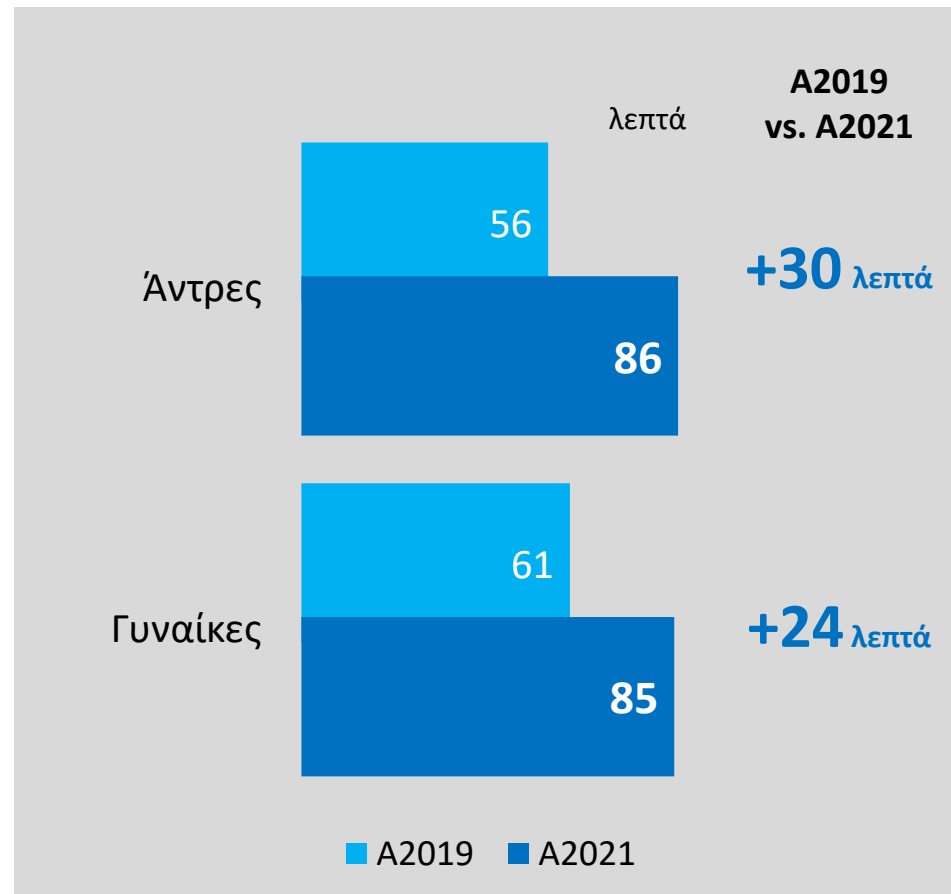


Οι ώριμοι ενήλικες και τα Social Media

Μέσος χρόνος που αφιερώνουν
στα **Social Media**

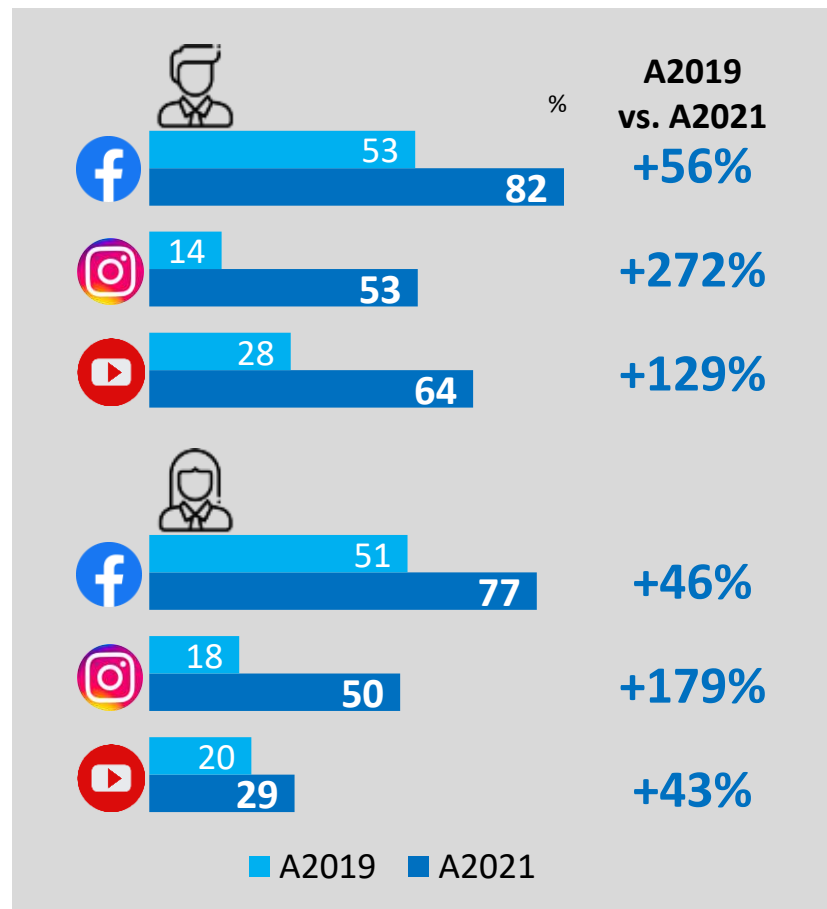
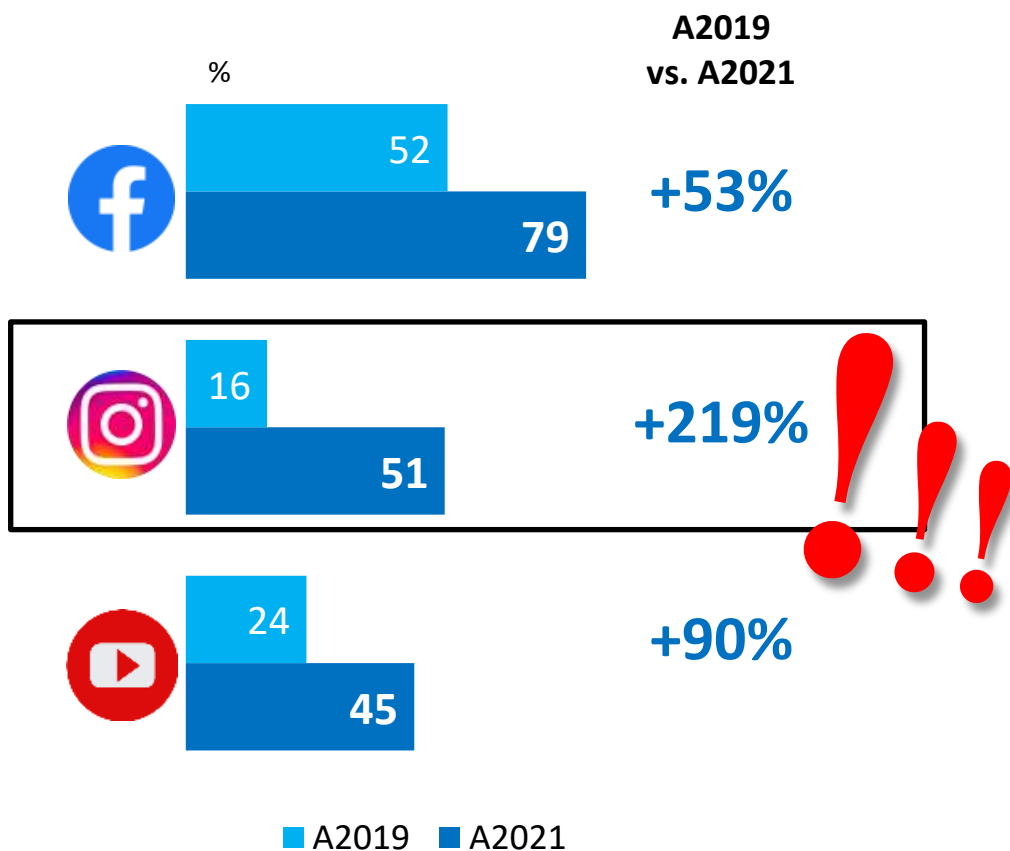


+45%!!!
+26 λεπτά



Οι ώριμοι ενήλικες και τα Social Media

Το **top 3** των **Social Media** που έχουν προφίλ οι ηλικίες **55-64**:



Και τι συνέβη συνολικά στο λιανεμπόριο;

1. Οι «αμιγώς» online retailers
2. Οι «omnichannel» retailers

Στοιχεία BrandIndex **11/9/20 – 23/9/21**

1. Οι «αμιγώς» online retailers

amazon

e-SHOPgr®

skroutz

2. Οι «omnichannel» retailers

IKEA

JUMBO

ΚΩΤΣΟΒΟΛΟΣ

LEROYMERLIN

MediaMarkt

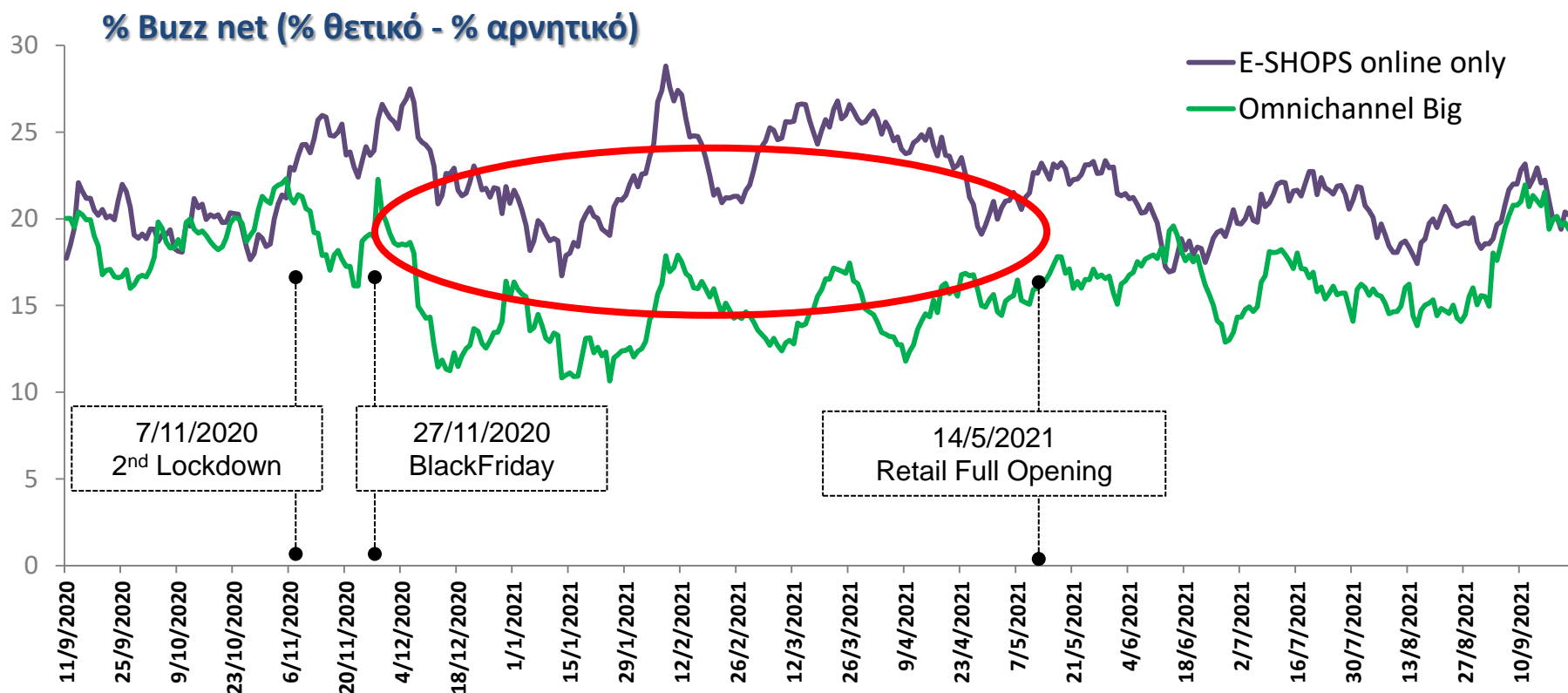
πλαίσιο

Praktiker

Public

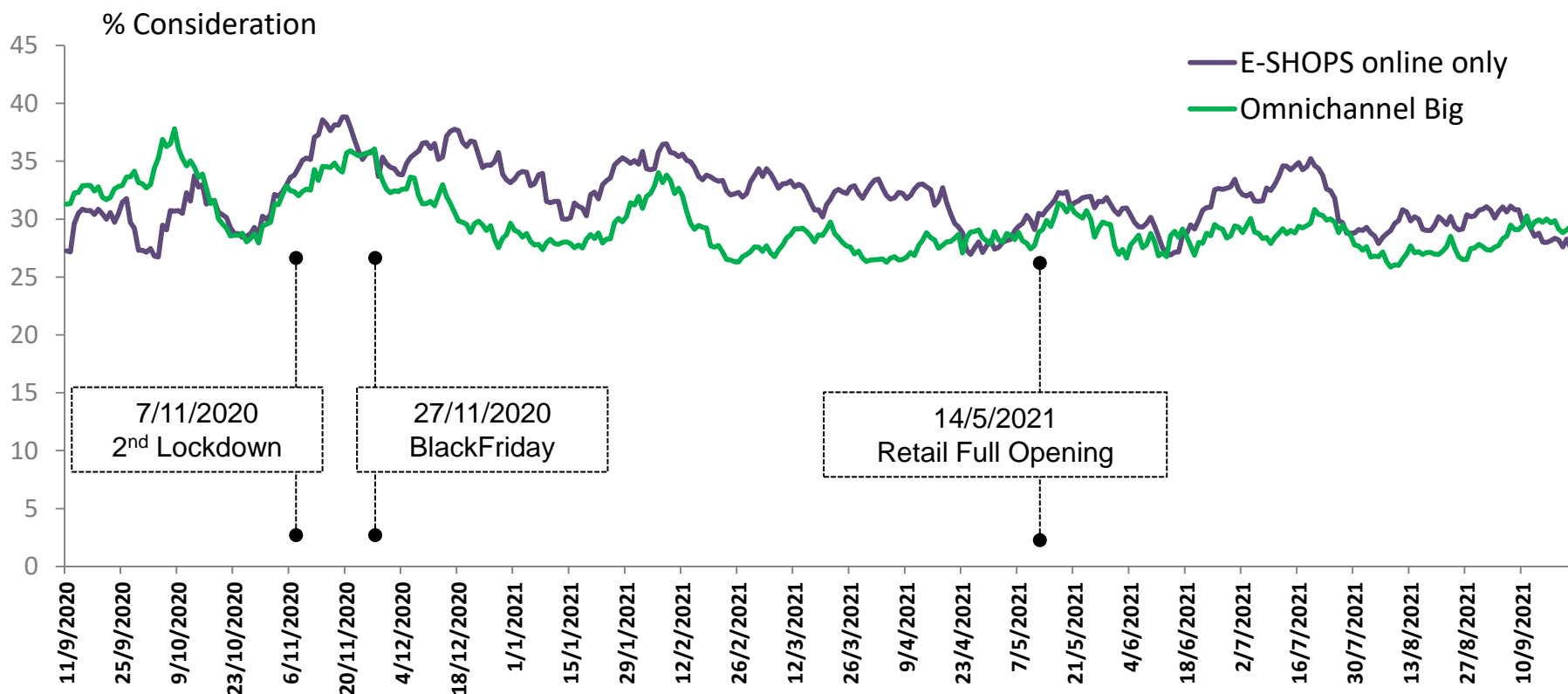
Το net positive buzz για τους αμιγώς online retailers προηγείται των omnichannel σε όλη την διάρκεια του «εγκλεισμού»

Στις τελευταίες 2 εβδομάδες για ποια από τα παρακάτω (φυσικά ή/και online) καταστήματα έχετε ακούσει κάτι ΘΕΤΙΚΟ (είτε στις ειδήσεις, είτε μέσω διαφήμισης είτε μιλώντας με φίλους ή/και την οικογένειά σας); | Και για ποια έχετε ακούσει κάτι ΑΡΝΗΤΙΚΟ;



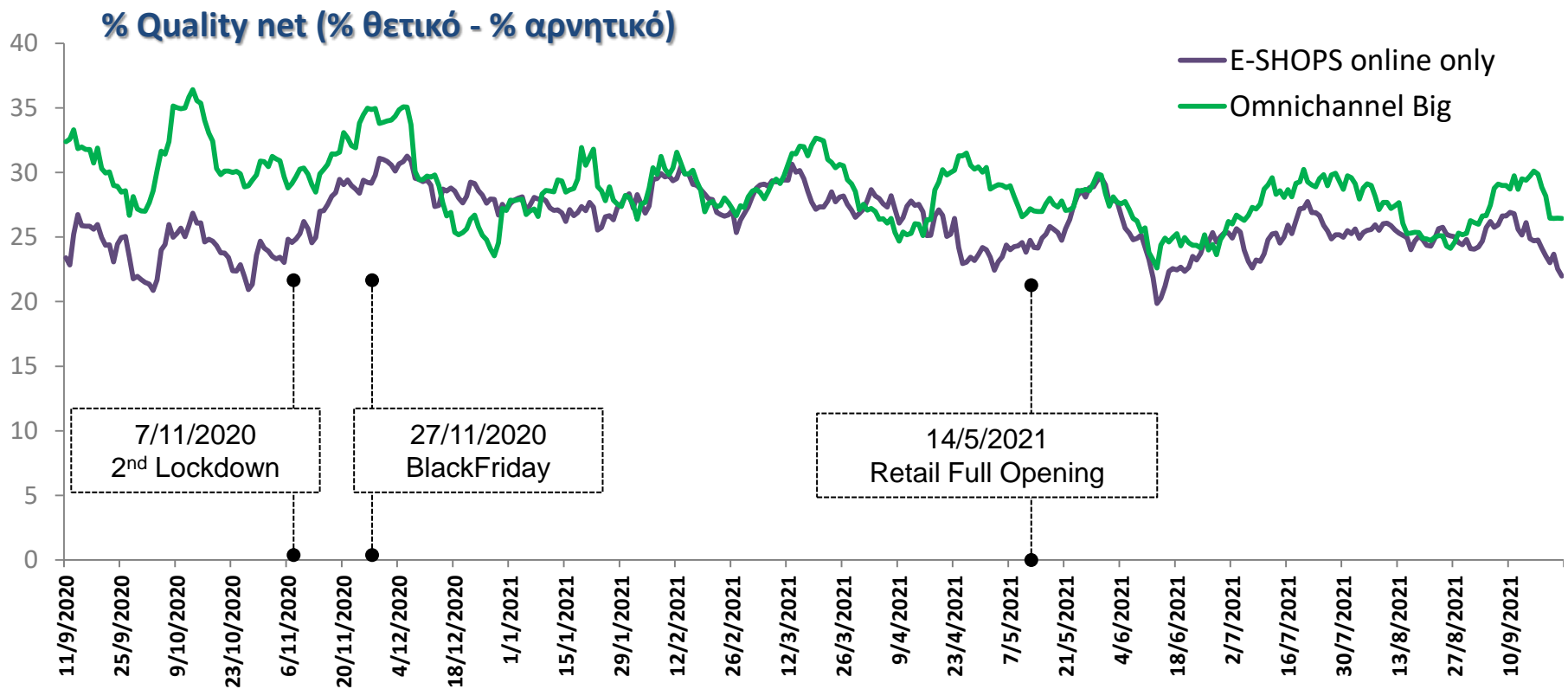
...ενώ παράλληλα κερδίζουν έδαφος και έρχονται πολύ κοντά στους “omnichannel big” παίκτες της αγοράς ως προς το θετικό consideration της επόμενης φοράς που θα αγοράσουν

Από ποια από τα παρακάτω (φυσικά ή/και online) καταστήματα θα σκεφτείτε να κάνετε τις αγορές σας την επόμενη φορά που θα είναι να αγοράσετε τέτοιου είδους προϊόντα ή υπηρεσίες ;



Σε θέματα όμως ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων / υπηρεσιών οι omnichannel big διατηρούν το προβάδισμα

Για ποια από τα παρακάτω (φυσικά ή/και online) θα λέγατε ότι τα προϊόντα & Οι υπηρεσίες που προσφέρουν είναι ΚΑΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ;| Για ποια θα λέγατε ότι είναι ΚΑΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ;





In a nutshell ...

Όλοι οι Έλληνες έχουν γίνει
«ψηφιακοί πολίτες»

Περιλαμβάνοντας και τους
ώριμους ενήλικες

Το ηλεκτρονικό εμπόριο
εκτοξεύεται ...

Με τους αμιγώς digital παίκτες
να κερδίζουν έδαφος



Το e-commerce στην «meta-covid» εποχή

28 Σεπτεμβρίου 2021

thank you!



Ξένια Κούρτογλου, MSc.
Ιδρύτρια Focus Bari, e-satisfaction, MEX,
Mentor & Coach, Ψυχοθεραπεύτρια, Συγγραφέας



10ο Συνέδριο
e-business
Digital Marketing World
Τά πάντα για τα social media
και το e-business



**EVERY BUSINESS IS
E-BUSINESS!**
28-29 / 09 / 2021