

Mladá generace nakupuje jinak. E-shopy se jí musí přizpůsobit

25. dubna 2016, Praha – Co pomáhá Čechům při výběru e-shopu pro jejich nákup? Jakými nástroji je vhodné zákazníky oslovit? Asociace pro elektronickou komerci (APEK) se ptala nakupujících, který reklamní kanál je při výběru internetového obchodu oslovuje nejvíc. Průzkum podle očekávání potvrdil, že klíčem ke každé věkové kategorii je jiná strategie.

„Výzkum potvrdil, že mladí nakupující kladou velký důraz na uživatelské recenze a hodnocení na sociálních sítích. Starší zákazníci se zase nechají více ovlivnit pomocí tradičních kanálů, jako jsou například newslettery,“ říká výkonný ředitel APEK Jan Vetyška. „Výsledky jsou v zásadě s našimi očekáváními, v každém případě ale pomůžou provozovatelům internetových obchodů ve volbě správné strategie,“ doplňuje Vetyška.

Právě na newslettery reaguje podle průzkumu APEK 37 % nakupujících ve věku mezi 35 a 44 lety. Naopak pro zákazníky v nejmladší kategorii, tedy 15 – 24, je alespoň občas motivací k nákupu pouze u 20 %. Pro účely personalizace, která se stává stále větší nutností, se tedy jedná o velmi důležitý údaj. *„Newslettery jsou svým způsobem sofistikovanějším ekvivalentem papírových letáků. Jedná se o tradiční formu reklamy, která při dobrém zacílení funguje na zákazníky jako impuls k výhodnému nákupu,“ říká Vetyška.*

A v kombinaci s tím, jak přistupují nakupující v jednotlivých věkových kategoriích k uživatelským recenzím, vzniká důležitý mix. Při výběru e-shopů totiž často zohlední uživatelské recenze (ať již ve srovnávacích nebo na sociálních sítích) 43 % nakupujících ve věku do 24 let. Mezi 35 a 44 lety je to o devět procent méně, tedy 34 %. A nakonec v kategorii nad 55 let už uživatelské recenze významně ovlivní pouze 26 % spotřebitelů.

„Mladí zákazníci se chovají (nejen) v e-shopech jinak. Vybírají si zboží a obchody primárně na základě hodnocení na sociálních sítích, nákupní proces je pro ně potřeba mít co nejsnadnější a nejrychlejší. E-shopy se musí snažit zbavit jakýchkoli bariér - například povinná registrace odradí od nákupu 24 % spotřebitelů v kategorii do 24 let! U všech starších zákazníků se přitom tato hranice pohybuje mezi 10 a 14 %,“ říká Jan Vetyška a pokračuje: „Při personalizaci, kterou se vydává většina moderních e-shopů, je důležité sledovat všechny aspekty. A především věk hraje v současné době významnou roli, jelikož očekávání nové mobilní generace jsou odlišná od předchozí počítačové.“

Pro další informace kontaktujte:

Asociace pro elektronickou komerci (APEK)

Jan Vetyška

tel: 222 510 100 nebo 775 692 735

e-mail: jan.vetyska@apek.cz

<http://www.apek.cz/>

O APEKu

Asociace pro elektronickou komerci (APEK) je sdružením více než 350 firem, podnikatelů a odborníků v



oboru elektronického obchodu. Cílem Asociace je soustavně podporovat rozvoj elektronického obchodování v České republice. Více informací na www.appek.cz.