

Tisková zpráva STEM/MARK

Kontakt: Jana Michalková, michalkova@stemmark.cz

V Praze, 14. října 2013

Zákazníci e-shopů si přejí, aby s nimi e-shopy více komunikovaly



E-shopů na českém trhu pořád přibývá a jejich boj o zákazníka se každým dnem přitvrdňuje. Jestli e-shop v poli konkurentů uspěje, závisí na mnoha faktorech. Jedním z klíčových je bezpochyby jeho schopnost vyjít vstříc potřebám svých zákazníků. Podle čeho si zákazníci vybírají, ve kterém e-shopu nakoupí? Co je při nakupování online potěší a co jim vadí? Do kterých trendů v online nakupování se vyplatí investovat? Tyto i spoustu dalších otázek se zeptal STEM/MARK pravidelných zákazníků e-shopů ve své nedávné studii „Aby vás e-zákazníci milovali...“

Dle výsledků této studie si český zákazník nakupující online si vybírá e-shop především podle ceny. Tato tendence do velké míry souvisí s oblibou internetových cenových srovnávačů, které ulehčují zákazníkovi hledání nejvýhodnějších nabídek. Téměř polovina zákazníků totiž využije cenový srovnávač při každém nákupu na internetu; pravidelně je při nakupování využívají všichni dotázaní zákazníci e-shopů. Důležitým kritériem výběru e-shopu je také informace o dostupnosti zboží na skladě. Zákazníci se pak rozhodují podle možnosti doručení zboží zdarma.

Ze studie dále vyplývá, že běžný zákazník potřebuje mít v souvislosti s online nakupováním naplněny 3 základní potřeby:

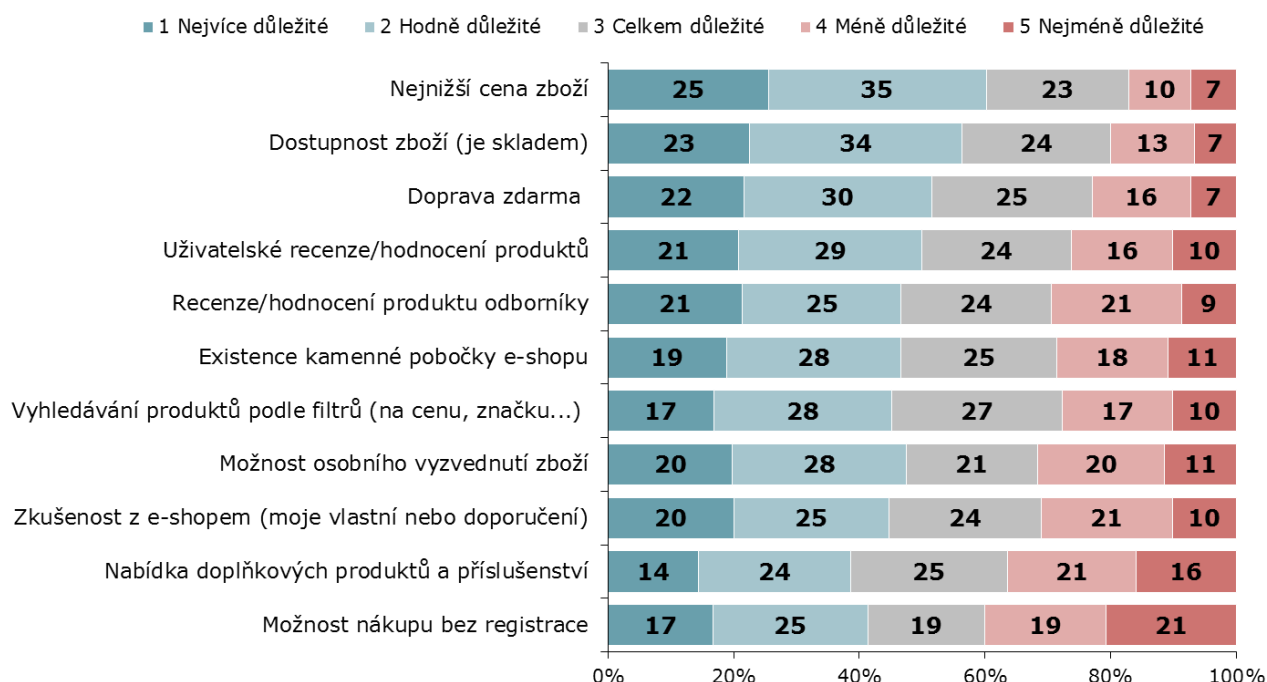
1. Rychlé dodání
2. Zboží na skladě (pokud to tak e-shop uvádí)
3. Aktivní komunikace e-shopu

Nenaplnění některé z těchto tří potřeb je totiž nejčastějším zdrojem negativních zážitků, které nám zákazníci ve výzkumu sdělili. Pokročilejší funkcionalitu v nakupování (jako jsou například zobrazení nejprodávanějších výrobků v kategorii, automatická nabídka doplňkových produktů...) ocení jen zhruba polovina zákazníků, a to bez ohledu na jejich frekvenci nakupování. Naopak, zákazníci potěší více osobního přístupu ze strany e-shopu.

Zdá se, že český „e-zákazník“ je tvor zcela jednoduchý ve svých potřebách a pro získání jeho věrnosti není nutné nabízet mu všechny vymoženosti online nakupování. I za monitory svých počítačů zůstáváme pořád lidmi se svými emocemi a z nakupování chceme mít především příjemný zážitek.

Důležitost kritérií výběru e-shopu při online nakupování

ZÁKLAD: Všichni respondenti, n=510



ZDROJ: STEM/MARK, Zákazníci e-shopů, říjen 2013

Kompletní výsledky výzkumu k tématu potřeb a preferencí zákazníků e-shopů jsou k dispozici jako **volně prodejná studie** „Aby vás e-zákazníci milovali...“ Více informací poskytne: michalkova@stemmark.cz

O výzkumu: Výzkum realizovala agentura **STEM/MARK** v září 2013 kvantitativním online dotazováním na reprezentativním vzorku české online populace o velikosti n=510 respondentů.