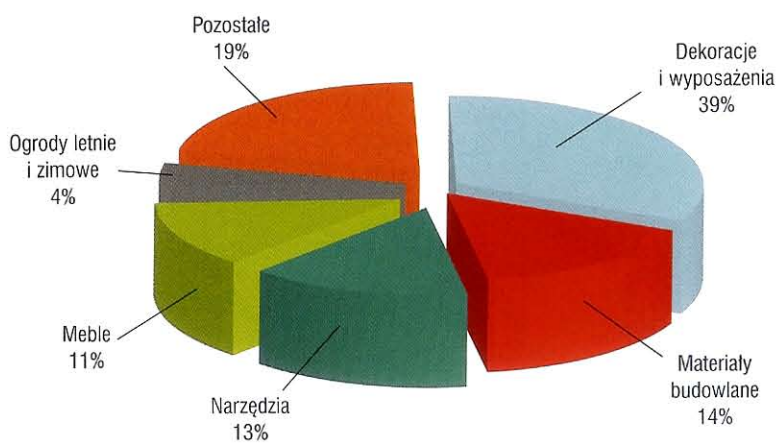
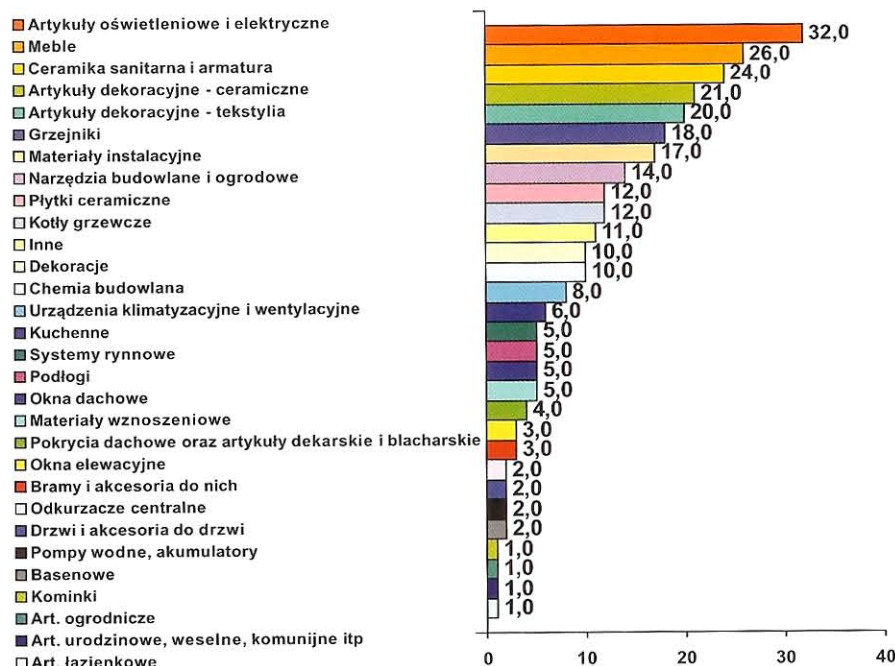


Budowlanka w e-commerce?

Sklepów internetowych przybywa, jak grzybów po deszczu. Polacy przyzwyczajają się do zakupów dokonywanych przez Internet. Nie ulega wątpliwości, że oprócz tradycyjnego punktu sprzedaży optaca się mieć sklep e-commerce.



Branże firm na portalu sklepy24 z kategorii „Dom i ogród” (N=1 517)
Źródło: ASM na podstawie sklepy24.pl



Rodzaj asortymentu na portalu sklepy24 w kategorii „Dom i Ogród” (N=1517)
Źródło: ASM na podstawie sklepy24.pl

Czy jednak wszystkie branże mają szansę na boom w tym zakresie? Oszczędność czasu i ogromne możliwości wyboru i porównania cen powodują, że klienci coraz chętniej korzystają z ofert sklepów internetowych. Strach Polaków przed nowością i możliwymi nadużyciami zdecydowanie zmalał i w ofercie e-commerce pojawiają się coraz to nowe asortymenty towarów. Jest to rynek bardzo dynamiczny i dającego wart zbadania. Nie wszystkie branże doczekały się szczegółowych analiz pod kątem e-commerce, dotyczy to również rynku budowlanego.

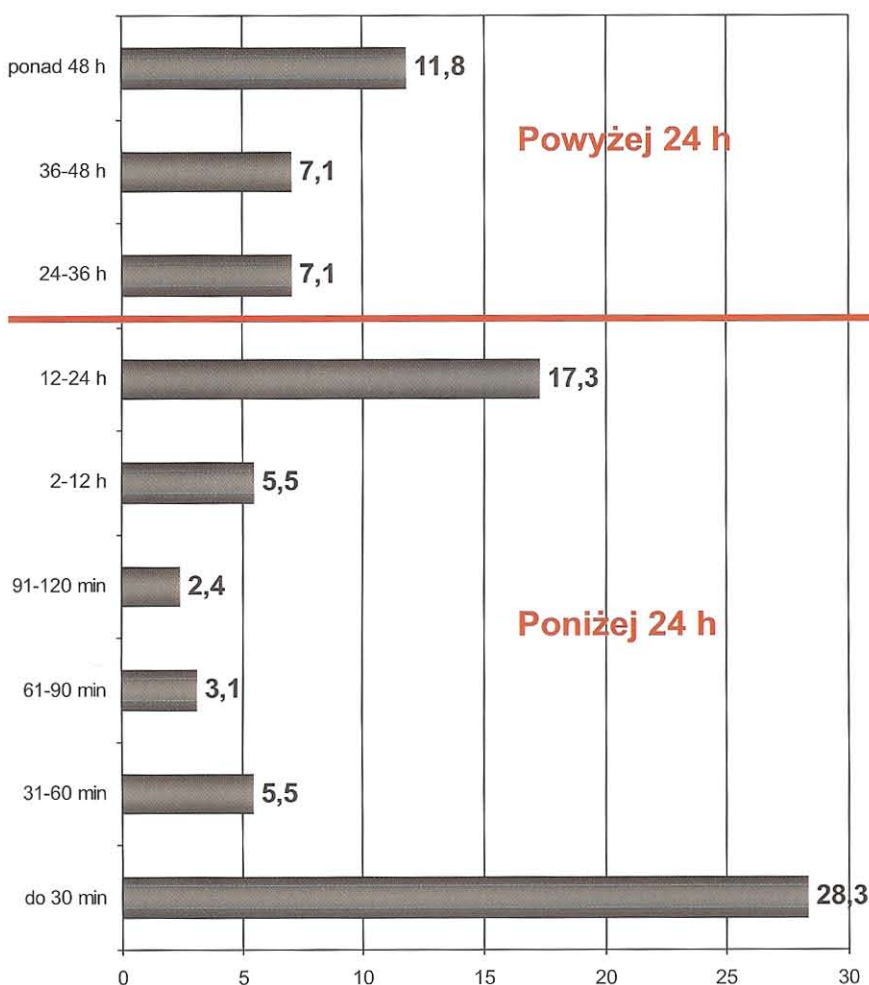
Aby sprawdzić e-rynek sektora specjaliści ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o. poddali badaniu 150 sklepów internetowych zarejestrowanych w przewodniku kupujących on-line www.sklepy24.pl. W ramach przewodnika on-line w badaniu poddano następujące obszary, wchodzące w skład kategorii „Dom i Ogród”:

- dekoracje i wyposażenie,
- materiały budowlane,
- meble,
- narzędzia,
- wyposażenie pozostałe.

Okazuje się, że w kategorii „Dom i Ogród” dominują firmy specjalizujące się w sprzedaży elementów wyposażenia i dekoracyjnych. Przedsiębiorstwa z tej branży stanowią 39% wszystkich sklepów internetowych w kategorii. Następne miejsce w kolejności aktywnych na portalu firm zajmują te, których sprzedaż obejmuje materiały budowlane (14%). Najmniej licznie sprzedawane przez Internet są ogrody letnie i zimowe (4%). Jednakże należy zaznaczyć, iż ich mniejszy udział może wynikać z niewielkiej ogólnej liczby firm działających na rynku.

Jeśli chodzi o szczegółowy asortyment produktów oferowanych w serwisie w kategorii Dom i Ogród to okazuje się, że dominują artykuły oświetleniowe i elektryczne (32%), meble (26%), ceramika sanitarna i armatura (24%) oraz artykuły dekoracyjne ceramiczne (21%) i tekstylne (20%). Podstawowe artykuły budowlane są mniej popularne w e-sklepach – np. chemię budowlaną ma w ofercie tylko 8% firm a materiały konstrukcyjne ścian, stropów i dachów 4%.

Można by wnioskować, że klient polski jeszcze koncentruje się na kupnie detalicznym w e-commerce. Sprzedaż hurtowa jest na razie mniej popularna.



Czas reakcji sklepu internetowego na zapytanie klienta (N=150)
Źródło: ASM na podstawie badania Mystery Shopping

Wygodą dokonywania zakupów to z kolei czynnik znacznie zwiększający konkurencyjność sklepów e-commerce. Badacze ASM sprawdzili jakość obsługi klienta w sklepach internetowych i wyniki

badania są obiecujące dla rozwoju tej dziedziny handlu. Obiektywność jest wynikiem odpowiedniego konstruowania kwestionariuszy używanych w tym badaniu: zawierają pytania o fakty, na które zazwy-

czaj odpowiedzieć można tak lub nie. Tajemniczym Klientom nie pozostawia się miejsca na subiektywne interpretacje opisywanych zdarzeń. Na potrzeby badania zastosowano technikę MYSTERY E-MAIL, która jest jedną z najlepszych metod badania poziomu obsługi klientów, ponieważ nie bada opinii czy deklaracji na temat hipotetycznych sytuacji, tylko relacjonuje przebieg prawdziwych doświadczeń klientów w wybranych punktach sprzedaży, w tym przypadku – sklepach internetowych. W odróżnieniu od badań satysfakcji klienta koncentrujących się na subiektywnych ocenach i odczuciach, jest to w pełni obiektywna metoda oceny procesu obsługi klienta. Realizacja badania odbywała się między 27 lutego 2011 a 1 marca 2011 roku. E-maile do sklepów internetowych wysłano również w trakcie weekendu.

Przeprowadzone przez ASM badania tajemniczego klienta wskazują, iż znacząca część badanych sklepów stara się udzielać odpowiedzi zainteresowanemu bardzo szybko – to znaczy w ciągu 30 minut od otrzymania maila. Taki czas reakcji na zapytania klientów wskazuje 28,3% sklepów internetowych.

Bardzo istotny jest fakt, iż badane sklepy udzielają odpowiedzi głównie w ciągu 24 godzin od momentu otrzymania zapytania.

Warto również zwrócić uwagę na to, iż realizacja badania trwała od 27.02.2011 do 01.03.2011, a większość odpowiedzi odesłanych w czasie dłuższym niż 24 godziny pochodzi od tych sklepów, do których zapytanie wysłano w weekend (17,3%). Jednak czas reakcji wynosił od 25 do 53 godzin.

Najdłuższy czas reakcji miały natomiast te sklepy, do których maile wysłano w piątek – ponad 66 godzin.

Opracowanie:
ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o.
na podstawie raportu: E-COMMERCE
W BUDOWNICTWIE
www.asm-poland.com.pl

SANT-TECH® Profesjonalny system ochrony szkła **30 YEARS**

ul. Wadowicka 5 30-347 Kraków tel. (12) 350 24 55 kom. 530 77 44 09 www.sant-tech.pl

ClearShield® Oficjalny dystrybutor 1981-2011

Zatrzymaj piękno szkła na lata...

Profesjonalne masy uszczelniające **PROVENTUSS**

We help you invent the future™ **DOW CORNING** **IGK** **Geocel** **DOW**

Proventuss Polska Sp. z o.o., ul. Gizów 6, 01-249 Warszawa
tel. 022 314 44 32-33, fax 022 314 44 34, e-mail: office.polska@proventuss.com, www.proventuss.com.pl