

59 proc. lietuvių reikiamos prekės neieško paieškos sistemose - eina tiesiai į žinomą elektroninę parduotuvę ir perka ten. Tie, kas renkasi prekės ieškoti, tai daro socialiniuose tinkluose - paieškos platformų populiarumas menksta visoje Europoje.

Prekių ieško jiems žinomų prekės ženklų svetainėse

Kaip parodė „DPD grupės“ vykdytos tarptautinės apklausos duomenys, internetiniai pirkėjai yra linkę apsipirkinėti jiems jau žinomų prekės ženklų elektroninėse parduotuvėse - ieškodami norimų prekių jie iš karto apsilanko jose. Tuo pačiu pastebimas prekių paieškų per paieškos variklius mažėjimas - Lietuvoje šiandien taip prekių ieško vos 25 proc., Europoje - 19 proc. vartotojų.

„Internetiniai pirkėjai, asocijuodami tam tikrų kategorijų prekes su jiems žinomais prekės ženklais bei norėdami jas įsigyti, eina tiesiogiai į šių prekės ženklų elektronines parduotuves. Tad pardavėjams itin svarbu stiprinti savo prekės ženklų žinomumą, kuris gali padėti siekiant auginti vartotojų, apsiperkančių el. parduotuvėse, lojalumą“, - sako Gabrielius Bilevičius, „DPD Lietuva“ pardavimų ir rinkodaros vadovas Baltijos šalims.

Nesinaudoja ir kainų palyginimo svetainėmis

Apklausa parodė, kad per palyginimo portalus prekių Lietuvoje ieško 6 proc. vartotojų, kiek daugiau - 8 proc. - Europoje.

„Labai mažai vartotojų lygina kainas tarpusavyje tokią galimybę suteikiančiose svetainėse. Jie iš karto eina į tas svetaines, kurios jiems žinomos, kur jie jau yra pirkę ir turėję teigiamas patirtis - jiems prekių palyginimas nėra aktualus. Tai reiškia, kad šiandien itin svarbu kurti ir stiprinti savo prekės ženklus, kad vartotojai jiems potencialiai reikalingas prekes asocijuotų būtent su jais. Jeigu prekės ženklo žinomumas nėra stiprus, nepaisant išskirtinių jų siūlomų akcijų, vartotojai gali į el. parduotuvę ir neužsukti“, - tikina G. Bilevičius.

Socialinių medijų įtaka elektroniniam verslui auga

Tai, kad vartotojai randa prekes naudodamiesi socialiniais tinklais ir į krepšelius elektroninėje parduotuvėje yra nukreipiami tiesiogiai iš jų, yra auganti tendencija. Apklausos duomenimis, iš socialinių tinklų į elektronines parduotuves ateina apie 6 proc., o Europoje - 5 proc. internetinių pirkėjų.

„Socialinės medijos šiandien tampa patogia priemone prekių reklamavimui ir sąsajų su

internetinėmis parduotuvėmis kūrimui. Vartotojai neretai prekes įsigyja impulsyviai ir jų nukreipimas iš socialinių tinklų į el. parduotuves yra tai dar labiau paskatinantis procesas“, – sako „DPD Lietuva“ atstovas.

Tyrimo „E-shopper barometer Global report“ duomenys. Šį tyrimą „DPD group“ užsakymu atliko „Kantar TNS“. 2017 m. birželio-liepos mėnesiais apklausta 24,871 žmonių 22 Europos valstybėse, Lietuvoje apklausti 821 asmenys.

Būkite atrasti Google – [Bereklamosnegerai SEO paslaugos](#)

