



UPS Smart E-Commerce Report 2021:

Főbb megállapítások

Online vásárlás



10% a pandémia előtt 15% a pandémia után



Kényelem

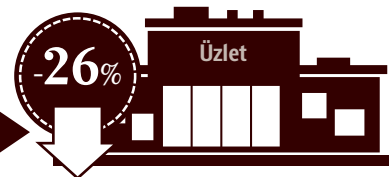


Olcsóbb árak

Vásárlási szokások a járvány előtti és utáni időszakban

Változás

Vásárlás üzletben



54% a pandémia előtt 40% a pandémia után

A vásárlói preferenciák mozgatói

Online vásárlás

Üzletben való vásárlás



A vásárlás élvezete



Személyesség

Miért vásárolnak kisebb, független üzletekben



akar a
kisvállalkozásokon segíteni



úgy gondolja, hogy jobb az
ügyfélszolgálat



szerint személyesebb
élményt nyújtanak

A vásárlási folyamaton túli tényezők

A kiskereskedő által választott szállítási partner a legfontosabb döntési tényező



41% szerint ez kulcsfontosságú tényező lesz a jövőbeli vásárlások során

A 25-34 évesek nagyobb valószínűséggel folytatják a "teljes egészében vagy nagyrészt" online vásárlást a korlátozások megszűnése után is



25-34 évesek



55 év felettek



az 55 év felettek közül minden online vásárlás esetén ingyenes kiszállítást szeretne

47% míg a 18-24 éveseknek csak 47%-a - ez 13%-os különbség

A válaszadók 75%-a számára a fenntarthatóság a legfontosabb tényező

A fogyasztók által a különböző méretű vállalatoktól elvárt intézkedések:



Fenntartható csomagolás

Nagy 54%
KKV 50%



Minimális összeg az ingyenes szállításhoz

Nagy 44%
KKV 31%



Alternatív szállítási lehetőségek (pl. csomagautomata)

Nagy 47%
KKV 32%



A kiszállítás karbonlábnyomának kiváltása

Nagy 48%
KKV 30%

Az e-kereskedelemre 2021-ben hatást gyakorló külső tényezők

57% várhatóan csökkenti a költségeit 2021-ben és azt követően is a világvárvány és egyéb gazdasági problémák miatt



66% úgy véli, hogy drágább lesz az EU-ból vásárolni

64% úgy véli, hogy az áruk lassabban érkeznek majd meg

72% úgy véli, hogy drágább lesz az Egyesült Királyságból vásárolni

69% úgy véli, hogy az áruk lassabban érkeznek majd meg



Az EU-ból az Egyesült Királyságba küldött áruk vagy szolgáltatások

Az Egyesült Királyságból az EU-ba küldött áruk vagy szolgáltatások