

---

## Τα ταχυδρομεία παρέδωσαν τα 2/3 των διασυνοριακών δεμάτων. Amazon, eBay, Alibaba οι “κορυφαίοι” του e-commerce

---

2018/02/02 13:34 στην κατηγορία ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ

---

Τα “σκήπτρα” της αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου κρατά το ταχυδρομείο, καθώς το 2/3 των παραδόσεων διασυνοριακών δεμάτων έγιναν από αυτά, σύμφωνα με έρευνα της IPC, όπου καταγράφονται οι προσδοκίες και η καταναλωτική εμπειρία κατά τη διασυνοριακή αγορά προϊόντων.

**Επιμέλεια: Β. Βεγιάζη**

Σημειωτέον, η εν λόγω [μελέτη](#) αποτελεί την 3<sup>η</sup> κατά σειρά έκδοση της έρευνας της IPC και σε αυτήν συμμετείχαν 29.000 ερωτηθέντες από 31 χώρες.

Image not found or type unknown



**Amazon, eBay και Alibaba οι κορυφαίοι του e-commerce**

Σύμφωνα με την έρευνα, οι καταναλωτές σε όλες τις αγορές αγκαλιάζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο, με τους πιο ενεργούς online καταναλωτές να εντοπίζονται σε Κίνα, Ινδία, Κορέα και ΗΠΑ.

Αναφορικά με την προέλευση των αγορασθέντων αγαθών, η Κίνα παραμένει η πιο δημοφιλής αγορά σε όλο τον κόσμο με το 34% των πιο πρόσφατων διασυννοριακών αγορών, ακολουθούμενη από τις ΗΠΑ (18%), τη Γερμανία (12%) και το Ην. Βασίλειο (12%).

Σημειώνεται ότι, οι αγορές από την Κίνα ήταν υψηλότερες στη Ρωσία (79%), στην Ουγγαρία (60%), στη Βραζιλία (53%) και στις ΗΠΑ (52%).

Οι Amazon, eBay και Alibaba/Alibaba/Alibaba αντιπροσωπεύουν το 56% των πιο πρόσφατων διασυννοριακών προϊόντων ηλεκτρονικού εμπορίου, με την Amazon να είναι η κορυφαία επιλογή στο Λουξεμβούργο (72%) και στην Αυστρία (64%), το eBay στην Κύπρο (63%) και το Alibaba στη Ρωσία (69%).

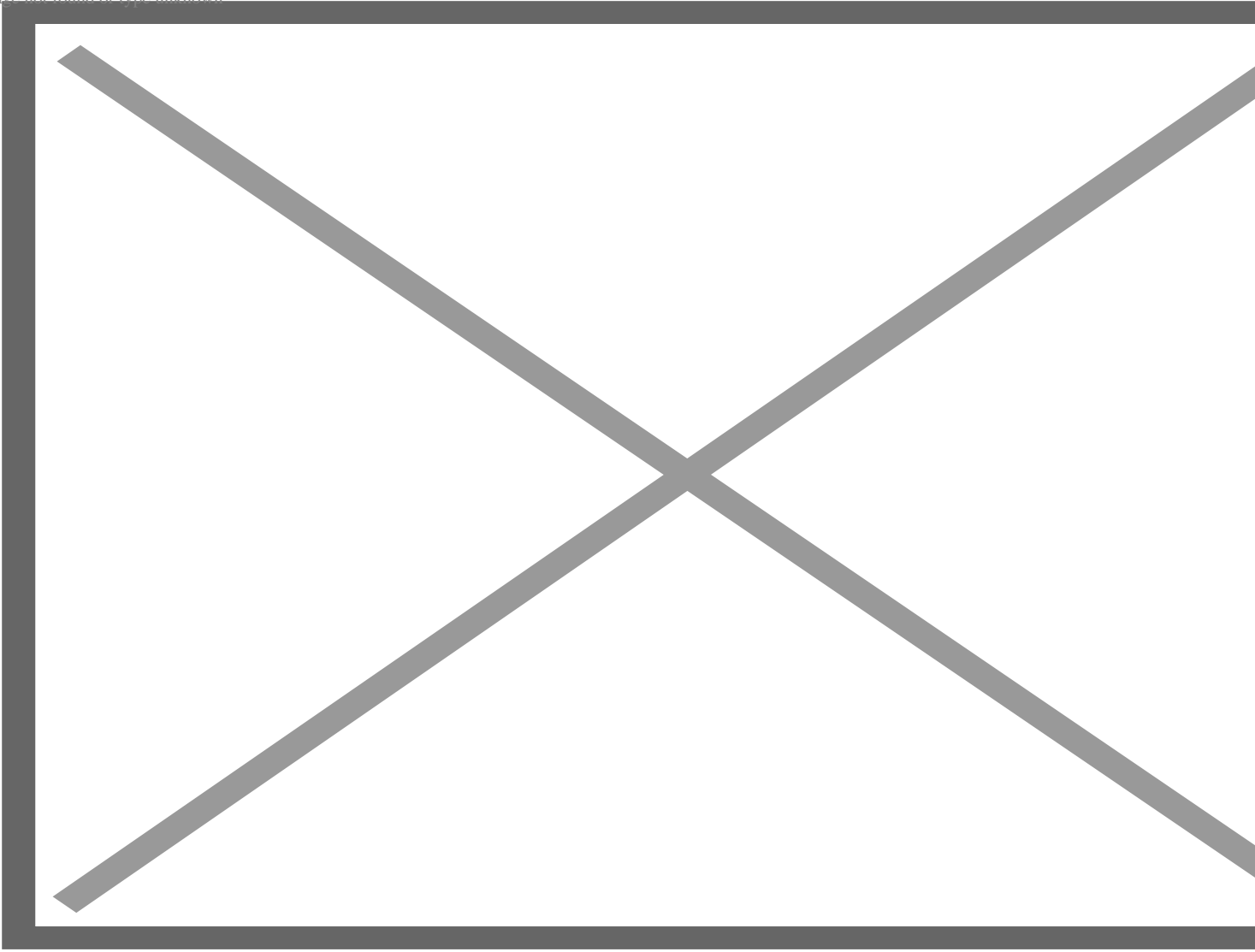
### **Σημαντικός ο ρόλος του direct mail στο ηλεκτρονικό εμπόριο**

Κατά τη φετινή έρευνα, οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν αν έλαβαν διαφημιστικό mail – direct mail (δηλ. διαφημιστικά έντυπα και καταλόγους) από ηλεκτρονικούς λιανοπωλητές το 2017. Κατά μέσο όρο το 51% απάντησε θετικά στην ερώτηση αυτή.

Η διαφημιστική αλληλογραφία χρησιμοποιήθηκε περισσότερο από τους ηλεκτρονικούς εμπόρους στην Ινδία (71%), την Κίνα (67%), την Ελβετία (65%), τη Φινλανδία (64%) και τη Γερμανία (63%) και λιγότερο από τους ηλεκτρονικούς λιανοπωλητές στην Κύπρο, την Ιρλανδία, τη Δανία και την Αυστραλία.

Οι απαντήσεις έδειξαν ότι η διαφημιστική αλληλογραφία είναι πολύ αποτελεσματική. Αξιοσημείωτο είναι ότι το 51% επισκέφθηκαν τον ιστότοπο του ηλεκτρονικού λιανοπωλητή που τους έστειλε mail.

Το 44% έκανε μια ηλεκτρονική αγορά ως αποτέλεσμα αυτής της άμεσης αλληλογραφίας, το 19% μοιράστηκε το διαφημιστικό ταχυδρομείο με κάποιον άλλο και το 14% ασχολήθηκε με τον ηλεκτρονικό έμπορο μέσω των social media μετά τη λήψη του mail.

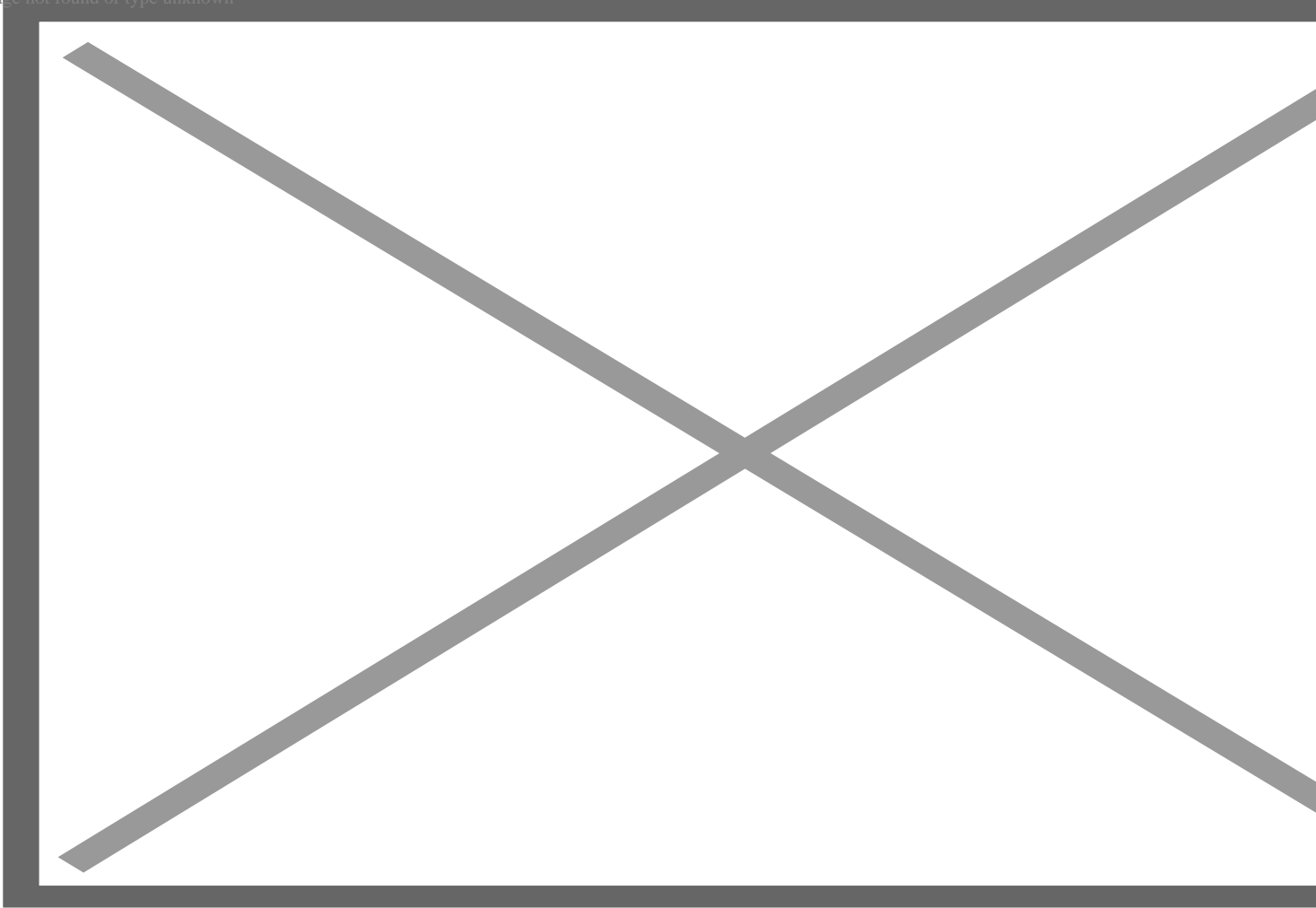


## **Οι προτιμήσεις των καταναλωτών**

Ενώ ο φορητός υπολογιστής (34%) είναι η πιο δημοφιλής συσκευή που χρησιμοποιείται στις online αγορές, το 2017 η προτίμηση στα smartphone αυξήθηκε στο 24% και ήταν υψηλότερη στην Κίνα (53%), στην Ινδία (51%) και στις ΗΠΑ (43%).

Όταν αγοράζουν διαδικτυακά με διασυνοριακές συναλλαγές, η μεγάλη πλειοψηφία των καταναλωτών (93%) θέλουν να γνωρίζουν το πλήρες κόστος της παράδοσης πριν από την αγορά, ενώ βασίζονται σε μια απλή και αξιόπιστη διαδικασία επιστροφής (90%).

Το 74% των ερωτηθέντων παρέλαβε κατ' οίκον πακέτο το 2017, ενώ το 26% παρέλαβε ένα δέμα από το πλησιέστερο ταχυδρομείο. Η παραλαβή από το ταχυδρομείο ήταν υψηλότερη στη Ρωσία (76%), ενώ η παράδοση στο γραφείο-χώρο εργασίας ήταν πιο δημοφιλής σε Κίνα (44%) και Ινδία (41%).



Εξετάζοντας τις επιλογές παρακολούθησης των αποστολών, το 27% των καταναλωτών δήλωσε ότι η επιλογή παρακολούθησης του πακέτου τους προσφέρθηκε πάντα και οι μισοί δήλωσαν ότι προσφερόταν τις περισσότερες φορές.

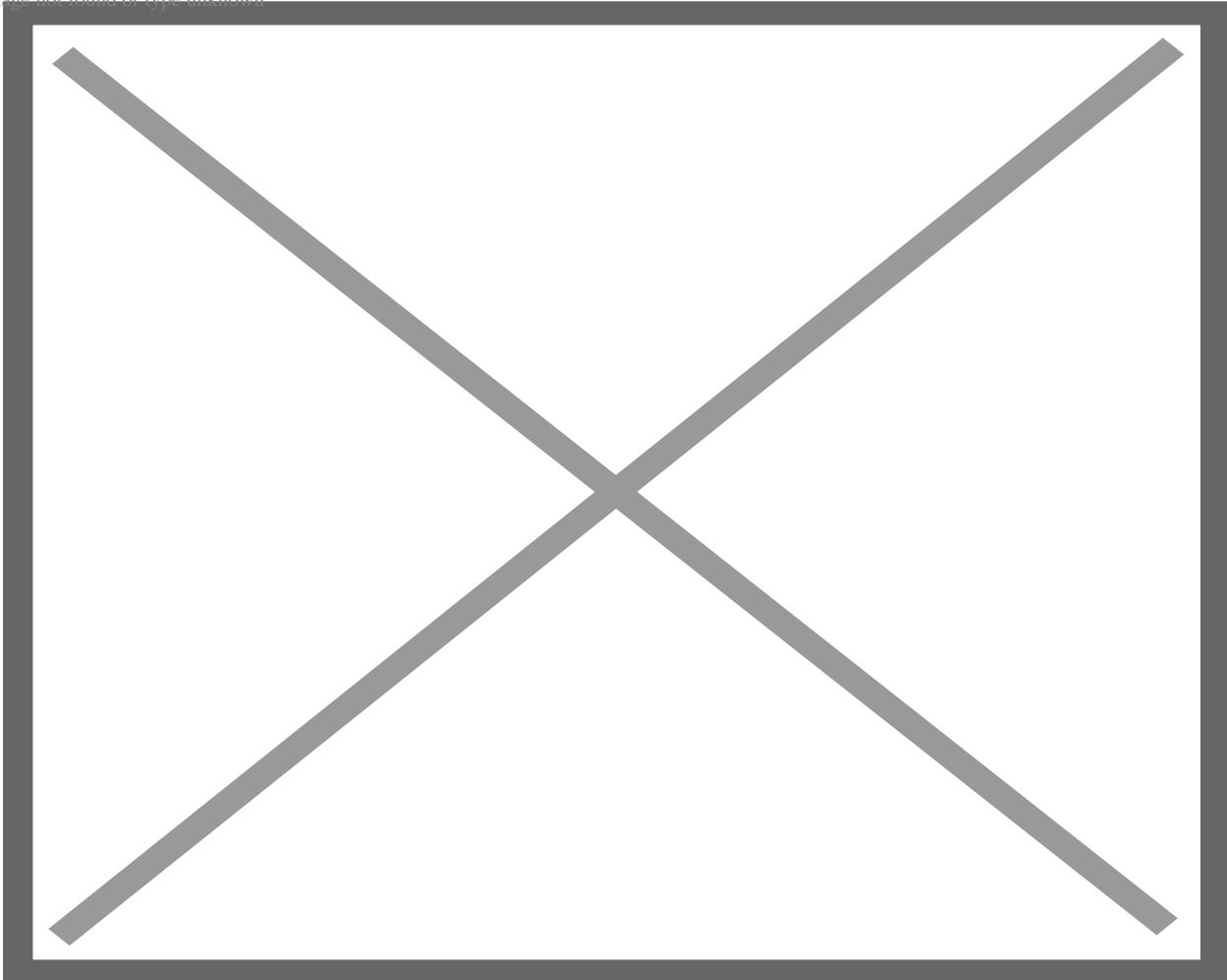
Ενώ όλα τα στάδια της διασυνοριακής παρακολούθησης θεωρήθηκαν «πολύ/μάλλον σημαντικά», το υψηλότερο επίπεδο σπουδαιότητας όλων των δοκιμασμένων σταδίων ήταν το «δέμα θα παραδοθεί σήμερα, σε συγκεκριμένη ημερομηνία/ώρα», κρίνοντάς το ως «πολύ σημαντικό» το 60% των συμμετεχόντων στην έρευνα.

### **Τα προϊόντα που προτιμήθηκαν περισσότερο**

Οι τέσσερις πρώτες κατηγορίες προϊόντων που αγοράστηκαν διασυνοριακά ήταν τα είδη ένδυσης, υποδημάτων και ενδυμάτων (30%), τα ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης (19%), τα είδη υγείας και ομορφιάς (14%) και τα βιβλία, τη μουσική και τα media (10%).

Εξετάζοντας την αξία των αγαθών που αγοράζονται από διασυνοριακούς αγοραστές, τα αγαθά που παραγγέλλονται διαδικτυακά διασυνοριακά είναι ως επί το πλείστον αντικείμενα μικρού βάρους και χαμηλής αξίας, με το 84% να ζυγίζει μέχρι 2 κιλά και το 39% να αποτιμάται λιγότερο από 25 ευρώ.

Image not found or type unknown



## Η εμπειρία του free shipping

Η φετινή έρευνα δείχνει ότι η δωρεάν αποστολή (free shipping) στις διασυνοριακές αγορές συνεχίζει να αυξάνεται. Το 62% των ερωτηθέντων έλαβε δωρεάν τα προϊόντα που αγόρασε κατά την πιο πρόσφατη διασυνοριακή ηλεκτρονική αγορά του.

Οι Ρώσοι (83%) και οι Κινέζοι (76%) επωφελήθηκαν περισσότερο από τις δωρεάν αποστολές.

Το 70% των αγοραστών χρησιμοποίησε το ταχυδρομείο για την πιο πρόσφατη διασυνοριακή αγορά του, με τη Ρωσία (87%) και τη Βραζιλία (86%) να έχουν το προβάδισμα.

Συνολικά, το 85% δήλωσε ικανοποιημένο από την εμπειρία της δωρεάν αποστολής προϊόντων.

## **Το «αγκάθι» των δασμών**

Τέλος, το 13% των καταναλωτών κατέβαλε τέλη τελωνειακών δασμών ή εκτελωνισμού για την πλέον πρόσφατη διασυνοριακή ηλεκτρονική αγορά του. Από τους ερωτηθέντες που έπρεπε να πληρώσουν δασμούς, σχεδόν το ήμισυ (48%) τους κατέβαλε ενώ πραγματοποιούσε την ηλεκτρονική αγορά.

Οι μη Ευρωπαίοι καταναλωτές, οι οποίοι συνήθως καταβάλουν δασμούς, τείνουν να πληρώνουν εκ των προτέρων, αντίθετα οι Ευρωπαίοι που είναι εξοικειωμένοι με την ενιαία Ευρωπαϊκή αγορά, τείνουν να πληρώνουν δασμούς σε μεταγενέστερο στάδιο.