
Σχεδόν 1 στις 10 εμπορικές επιχειρήσεις (6%) απέκτησε e-κατάστημα από την έναρξη της πανδημίας του κορωνοϊού

2020/12/01 15:48 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Από την έναρξη της πανδημίας του Covid-19 μέχρι σήμερα, σχεδόν μια στις 10 εμπορικές επιχειρήσεις (6%) απέκτησε ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop).

Σύμφωνα με [έρευνα](#) από το INEMY-ΕΣΕΕ, μπορεί το ποσοστό να μην είναι μεγάλο, ωστόσο είναι ενδεικτικό ότι το ελληνικό εμπόριο κάνει μια τεράστια προσπάθεια να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα.

Ταυτόχρονα, οι εμπορικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα ενεργοποιούν όλα τα διαθέσιμα εργαλεία, για να διατηρήσουν μια επιχειρηματική κανονικότητα. Για παράδειγμα, το 12% απαντά ότι από την έναρξη της υγειονομικής κρίσης, άρχισε να κάνει πωλήσεις μέσω Facebook και άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

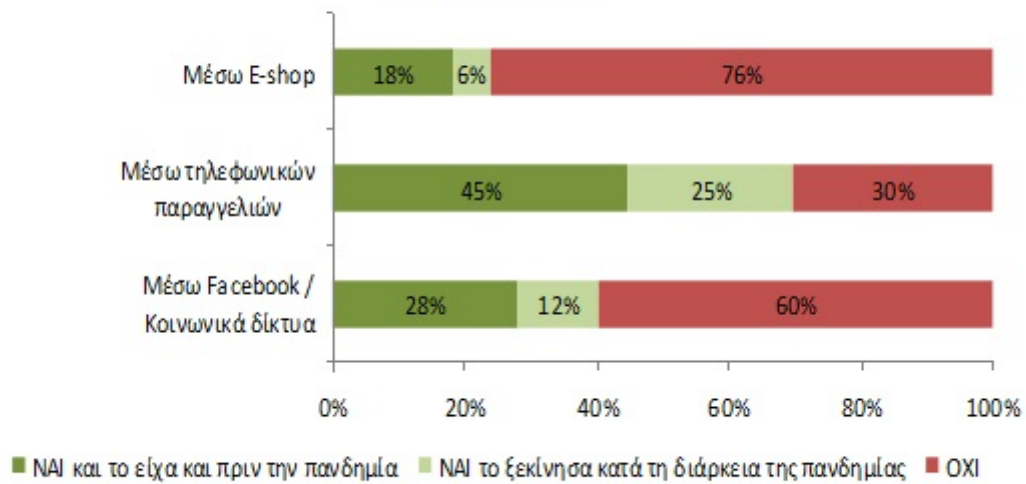
Αυτή η ψηφιακή κινητικότητα, άλλωστε, είναι που εκτοξεύει στον τζίρο του ηλεκτρονικού εμπορίου και στη χώρα μας. Σύμφωνα με όλα τα διαθέσιμα στοιχεία, ο κύκλος εργασιών του **e-commerce στην Ελλάδα θα διπλασιαστεί το 2020, φθάνοντας τα 15 δισ. ευρώ.**

Μπορεί οι μικρότερες εμπορικές επιχειρήσεις να καταγράφουν μια σημαντική υστέρηση σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες στα ψηφιακά τους αντανακλαστικά, ωστόσο, βρίσκουν τρόπους να ανταποκριθούν στην ψηφιακή πρόκληση της εποχής.

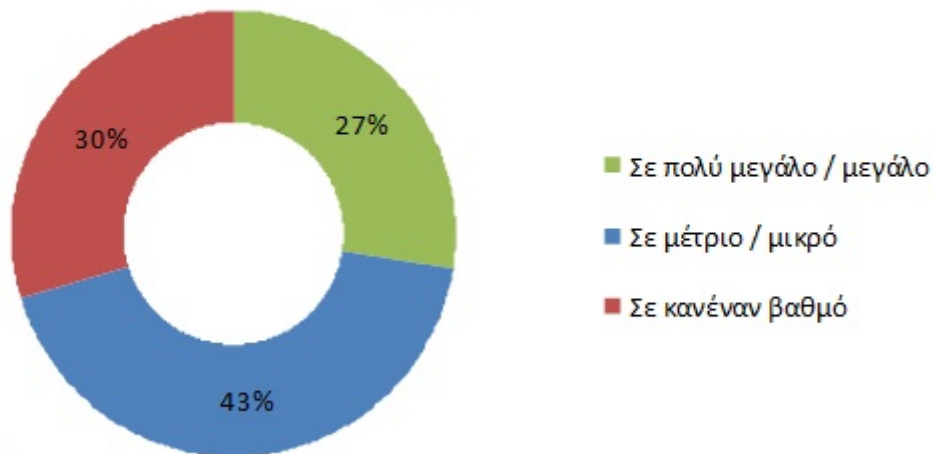
Σύμφωνα με την έρευνα, σε δείγμα 500 επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου, **επτά στις 10 εταιρείες απαντούν ότι η πανδημία τις ώθησε να επενδύσουν στον ψηφιακό μετασχηματισμό.**

Μάλιστα, σχεδόν μία στις τρεις (27%) απαντά ότι αυτό έγινε σε πολύ μεγάλο βαθμό, ενώ το 47% σε μέτριο ή σε μικρό βαθμό.

Διάγραμμα 1: Έχετε τη δυνατότητα να πραγματοποιείτε πωλήσεις στην επιχείρησή σας...

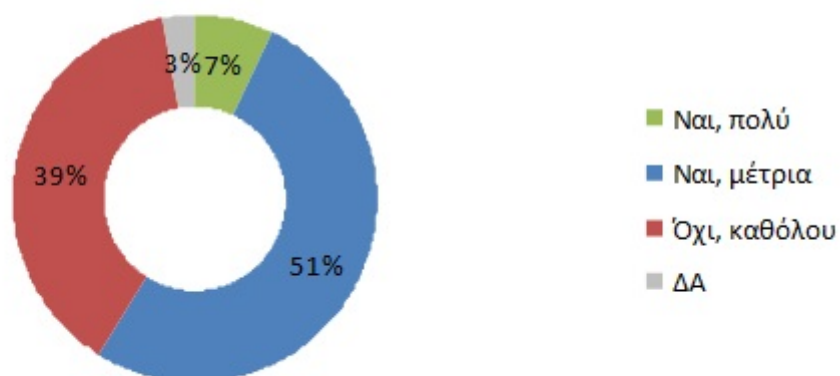


Διάγραμμα 1.4: Η πανδημία σε ποιο βαθμό σας ώθησε να επενδύσετε στο ψηφιακό μετασχηματισμό της επιχείρησής σας



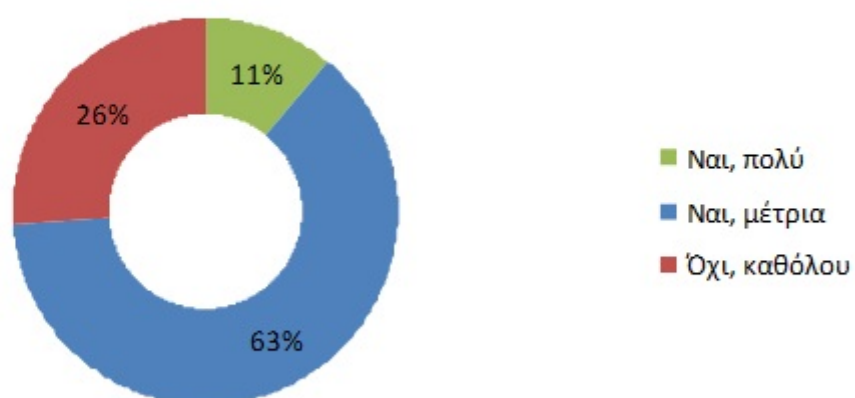
*επιχειρήσεις εκτός τροφίμων

Διάγραμμα 2: Οι πωλήσεις εκτός της απευθείας πώλησης στο φυσικό κατάστημα έχουν αυξηθεί το 2020 σε σύγκριση με το 2019;



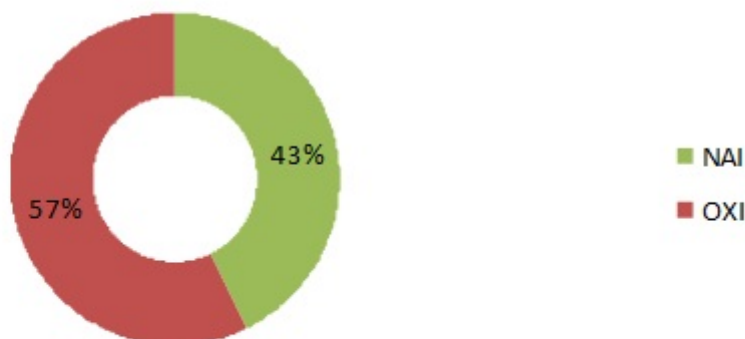
*επιχειρήσεις που πραγματοποιούν πωλήσεις εκτός φυσικού καταστήματος

Διάγραμμα 3: Είδατε αύξηση στην κίνηση του online καταστήματος το 2020 σε σύγκριση με το 2019;



*επιχειρήσεις που διαθέτουν ηλεκτρονικό κατάστημα τα τελευταία 2 έτη

Διάγραμμα 4: Κατά τη διάρκεια της πανδημίας έχετε κάνει online καμπάνιες π.χ. προωθητική ενέργεια στο Facebook, διαφήμιση σε άλλα site κλπ;



Αυξάνονται οι online πωλήσεις

Οι εμπορικές επιχειρήσεις της χώρας, οι οποίες από το ξέσπασμα της πανδημίας επένδυσαν στο online κανάλι, δείχνουν να επιβεβαιώνονται για την επιλογή τους.

Σχεδόν οι έξι στις 10 (59%) επιχειρήσεις, που έχουν τη δυνατότητα διάθεσης των προϊόντων τους εκτός φυσικού καταστήματος, κατέγραψαν αύξηση των πωλήσεων τους σε σχέση με πέρυσι.

Βέβαια, από αυτές τις επιχειρήσεις το μεγαλύτερο ποσοστό σημείωσε ήπια αύξηση των πωλήσεων. Το γεγονός αυτό -όπως αναφέρεται στην έρευνα- είναι ενδεικτικό των πιέσεων που ασκούνται στα εισοδήματα εν μέσω της πανδημίας και της οικονομικής ύφεσης.

Συνολικά, πάντως, **τρία στα τέσσερα (74%) καταστήματα είδαν την online επισκεψιμότητα** τους να αυξάνεται σε σχέση με το 2019. Εντούτοις από αυτές, μόνο το 11% καταγράφει ισχυρή άνοδο.

Ο ρόλος των social media

Κάτι παραπάνω από ενεργός αποδεικνύεται ο ρόλος των social media σε αυτήν τη συγκυρία της ραγδαίας ψηφιοποίησης της αγοραστικής διαδικασίας.

Παραπάνω από τέσσερις στις 10 (43%) επιχειρήσεις έχουν προβεί σε προωθητικές ενέργειες στο Facebook, ή σε διαφημίσεις σε άλλα sites.

Το κανάλι των social media ενεργοποιήθηκε, αν και όχι εντατικά, την περίοδο της φετινής “Black Friday”. Από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην “Black Friday”, η πλειονότητα αξιοποίησε ως κανάλι προώθησης τα κοινωνικά δίκτυα (49%).

Επίσης, αξιοποίησε την ιστοσελίδα της επιχείρησης (31%), η οποία μετατρέπεται, λόγω της κατάστασης, σε ένα ιδιότυπο marketplace σύνδεσης με τους πελάτες. Σημαντική θα είναι και η ενεργητική πληροφόρηση μέσω newsletters (20%) και SMSs (17%).

Μια στις τέσσερις επιχειρήσεις δεν πραγματοποίησε κάποια προωθητική ενέργεια, στοιχείο το οποίο τεκμηριώνει την περιορισμένη υιοθέτηση του digital marketing.