

Απολογισμός Black Friday 2019: Τι αποκαλύπτουν τα στατιστικά του Skroutz

Η Black Friday αποτελεί τη μεγάλη εμπορική ημέρα, που τα τελευταία χρόνια καθιερώνεται και στην Ελλάδα σηματοδοτώντας την αρχή της εμπορικής εορταστικής περιόδου. Για πολλούς καταναλωτές που αναζητούν ευκαιρίες και οικονομικές αγορές είναι η αγαπημένη ημέρα του έτους, καθώς σχεδόν όλα τα φυσικά και online καταστήματα προχωρούν σε ειδικές εκπτώσεις και προωθητικές ενέργειες, προκειμένου να προσελκύσουν το ενδιαφέρον του κοινού.

Το Skroutz είναι η μεγαλύτερη ιστοσελίδα online αγορών στην Ελλάδα, την οποία εμπιστεύονται πάνω από 8,5 εκατομμύρια χρήστες σε μηνιαία βάση για να κάνουν την έρευνα και τις αγορές τους και καθ' όλο το διάστημα πριν και μετά τη Black Friday η ιστοσελίδα καταγράφει μεγάλη επισκεψιμότητα. Μια μελέτη στα στοιχεία των επισκέψεων και των αγορών μέσα από την ιστοσελίδα φανερώνει τις τάσεις και τη συμπεριφορά των καταναλωτών, κατά τη διάρκεια του μήνα και συγκεκριμένα σε αυτήν την ιδιαίτερη περίοδο για την αγορά.

Κίνηση ιστοσελίδας Skroutz

Σημείωση: Όλες οι συγκρίσεις στα παρακάτω στοιχεία έγιναν με βάση την εβδομάδα 11/11 έως 17/11, που θεωρείται ότι δεν έχει επηρεαστεί από το φαινόμενο της Black Friday.

Την εβδομάδα πριν την Black Friday και συγκεκριμένα την **Κυριακή 24/11** παρατηρήθηκε μια **αύξηση** στη συνηθισμένη κίνηση του Skroutz **κατά 37%**, όπου καταγράφηκαν συνολικά **1,3 εκατομμύρια επισκέψεις**. Πιθανότατα εκείνο το διάστημα ξεκίνησαν οι διαφημιστικές καμπάνιες και αρκετοί χρήστες έκαναν έρευνα αγοράς και διερευνητικές αναζητήσεις προκειμένου να προετοιμαστούν για τις αγορές τους.

Στις **29 Νοεμβρίου**, την ημέρα της **Black Friday** περίπου **1,15 εκατομμύρια χρήστες** επισκέφτηκαν το Skroutz, μια **αύξηση 65%** συγκριτικά με μια κανονική Παρασκευή (15 Νοεμβρίου), πραγματοποιώντας πάνω από 1,6 εκατομμύρια αναζητήσεις. Αντίστοιχα, αυξημένη ήταν και η συνολική επισκεψιμότητα της σελίδας την Παρασκευή κατά 93,5%, αφού καταγράφηκαν 1,9 εκατομμύρια επισκέψεις και 16 εκατομμύρια προβολές σελίδων.

Όσον αφορά την κατανομή της **mobile κίνησης**, μια ματιά στις προτιμώμενες συσκευές και τη χρήση της εφαρμογής του Skroutz σε Android και iOS την ημέρα της Black Friday, δείχνει ότι συνδυαστικά υπήρξαν 107.000 χρήστες (+33,7% Year-over-Year) και καταγράφηκαν 227.000 επισκέψεις και 5,3 εκατομμύρια προβολές σελίδων σε φορητές συσκευές.

Σύγκριση Black Friday 2019 vs 2018: Επίδραση στην αγορά και τα καταστήματα

Φέτος, η Black Friday για την ελληνική αγορά διήρκησε τουλάχιστον μία εβδομάδα, αφού πολλά καταστήματα ξεκίνησαν τις σχετικές προωθητικές ενέργειες και την επικοινωνία για τις προσφορές από την Παρασκευή 22 Νοεμβρίου.

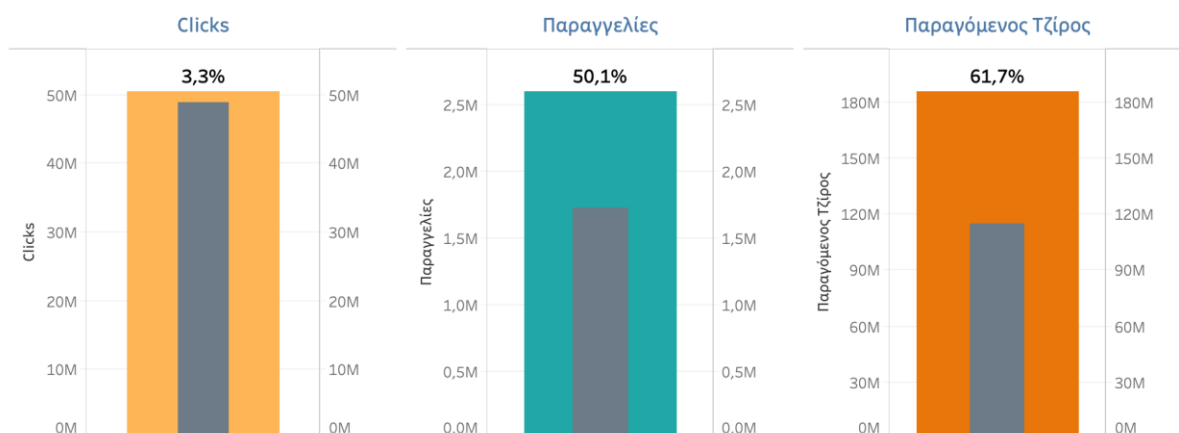
Συγκρίνοντας τα στοιχεία της εβδομάδας της Black Friday για το 2019 (από 25/11 έως 1/12) με την περσινή χρονιά (από 19/11 έως 25/11) και εξετάζοντας τη συμπεριφορά των καταναλωτών στην πλατφόρμα του Skroutz, προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα:

- Τα clicks που έκαναν οι χρήστες στη σελίδα παρουσιάζουν μια μείωση 0,7% YoY από τα 7,25 εκ. στα 7 εκατομμύρια.
- Ο όγκος των παραγγελιών σε σχέση με το 2018 έχει μια μεγάλη αύξηση κατά 44,7%, αγγίζοντας τις 370.000 παραγγελίες.
- Η σημαντική αύξηση των παραγγελιών δημιούργησε κατ' επέκταση μια **εντυπωσιακή αύξηση 56,9% YoY στον παραγόμενο τζίρο (GMV)** προς τα καταστήματα, ο οποίος εκτιμάται ότι έφτασε τα **26,5 εκατομμύρια ευρώ**.

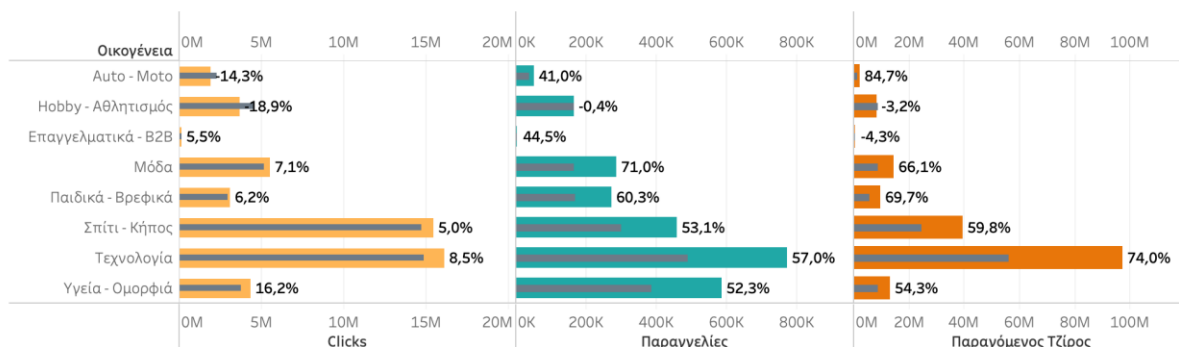
Όσον αφορά την **ανάπτυξη YoY στις οικογένειες προϊόντων (Γράφημα 1)** για όλη την εβδομάδα της Black Friday, πρωταγωνιστής είναι η τεχνολογία με 57% περισσότερες

παραγγελίες και 74% αύξηση στον παραγόμενο τζίρο, φτάνοντας τα 13,9 εκατομμύρια ευρώ. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην Τεχνολογία, τα κινητά τηλέφωνα μόνο, δημιούργησαν τζίρο ύψους 5,9 εκατομμυρίων ευρώ.

Black Friday @ Skroutz
Ανάπτυξη από το 2018



Ανάπτυξη ανά Οικογένεια Προϊόντων



Στο παραπάνω γράφημα, το γκρι χρώμα αναφέρεται στα στατιστικά του 2018.

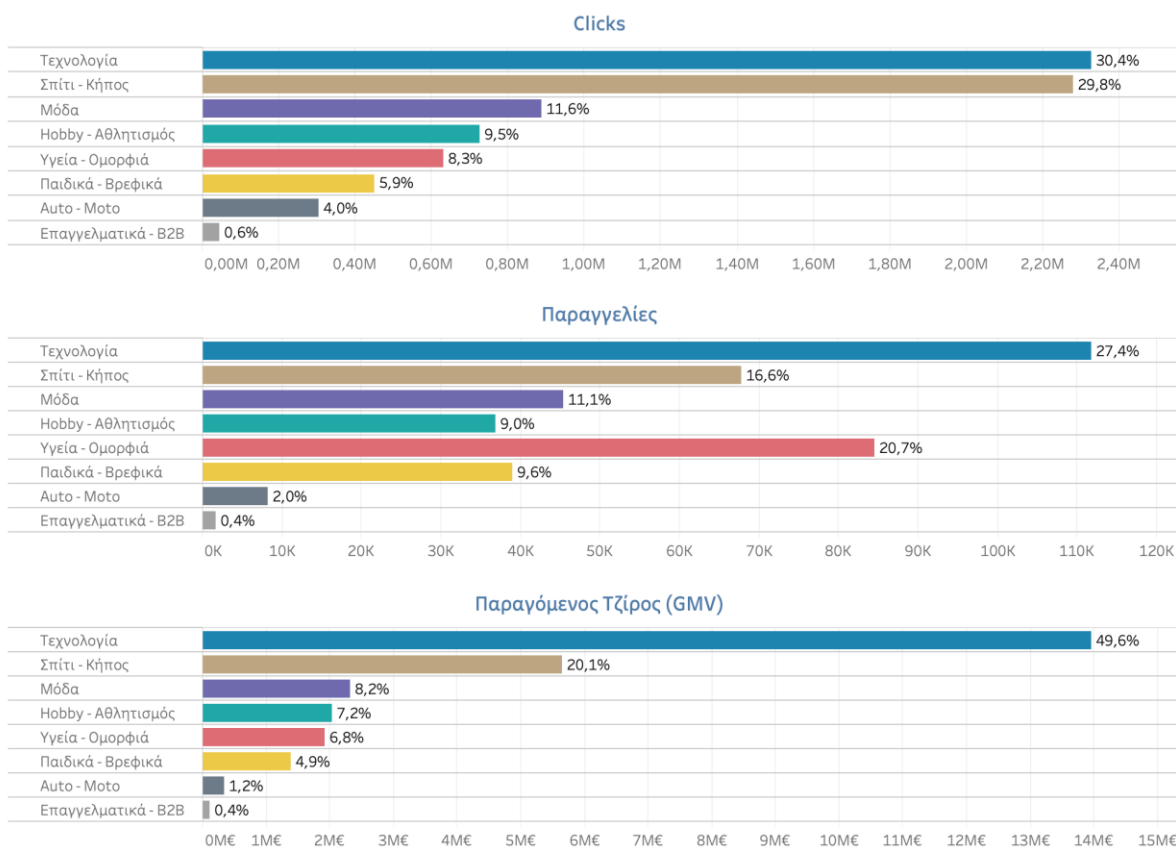
Οικογένειες Προϊόντων: Ποιες ήταν οι πιο δημοφιλείς;

Μελετώντας τις οικογένειες προϊόντων του Skroutz και το πώς συμπεριφέρθηκαν οι βασικές κατηγορίες, η Τεχνολογία και το Σπίτι – Κήπος βρέθηκαν στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των καταναλωτών, απορροφώντας το σημαντικότερο ποσοστό των clicks, του παραγόμενου τζίρου και του όγκου των παραγγελιών. Επιπλέον, η Υγεία – Ομορφιά αν και

βρίσκεται στην 5^η θέση κατάταξης σε συνολικά clicks (8,3%), είχε τον 3^ο μεγαλύτερο όγκο παραγγελιών επί του συνόλου με 84.570 παραγγελίες (20,7%), γεγονός που οφείλεται στο ότι ναι μεν πρόκειται για μικρής αξίας προϊόντα, ωστόσο υπάρχει αυξημένος αριθμός προϊόντων ανά καλάθι αγοράς.

Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τη συμπεριφορά των κατηγοριών φαίνονται στο παρακάτω **Γράφημα 2:**

Black Friday @ Skroutz
Οικογένειες Προϊόντων



Ας δούμε όμως τι έψαξαν, τι αγόρασαν και, κυρίως, τι αγόρασαν φθηνότερα οι χρήστες στην Black Friday 2019:

Αναζητήσεις

Όσον αφορά τις αναζητήσεις των χρηστών (searches) την ημέρα της Black Friday, στο Skroutz πραγματοποιήθηκαν 1,6 εκατομμύρια αναζητήσεις (αύξηση 77,7% YoY). Οι μεγαλύτεροι πρωταγωνιστές ήταν τα Κινητά Τηλέφωνα, τα Αθλητικά Παπούτσια, οι Τηλεοράσεις και οι Αφυγραντήρες. Ακόμη, μεταξύ των δημοφιλών επιλογών για τους καταναλωτές συμπεριλαμβάνονται τα Laptops, τα Ανδρικά Μπουφάν και τα Γυναικεία Μποτάκια.

Κατηγορίες - Οι Top 10 σε πωλήσεις

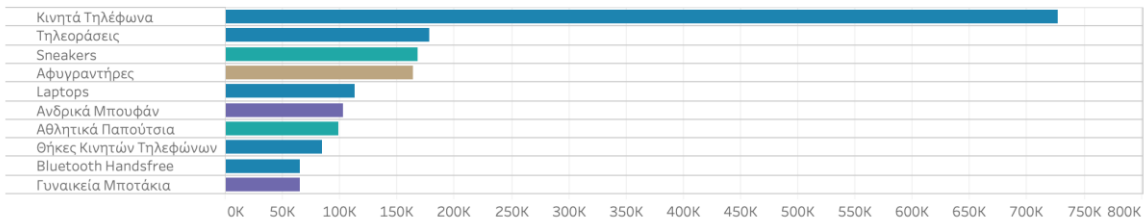
Όσον αφορά τις πωλήσεις σε όγκο, ρεκόρ σημείωσαν οι κατηγορίες Κινητά Τηλέφωνα, Sneakers, Θήκες Κινητών Τηλεφώνων και Κρέμες Προσώπου. Σημαντικές πωλήσεις, επιπλέον, είχαν τα Αθλητικά Παπούτσια, τα Ειδικά Συμπληρώματα, τα Bluetooth Handsfree, οι Βιταμίνες και τα είδη Προστασίας Οθόνης Κινητών. Τα κινητά τηλέφωνα συνεισέφεραν με αύξηση ρεκόρ στον παραγόμενο τζίρο με 5,91 εκατομμύρια ευρώ, ενώ τα Laptops και οι Τηλεοράσεις δημιούργησαν τζίρο ύψους 1,33 εκ. ευρώ και 1,26 εκ. ευρώ αντίστοιχα.

Στο **Γράφημα 3** παρακάτω φαίνονται οι Top 10 κατηγορίες βάσει πωλήσεων, clicks και παραγόμενου τζίρου (GMV):

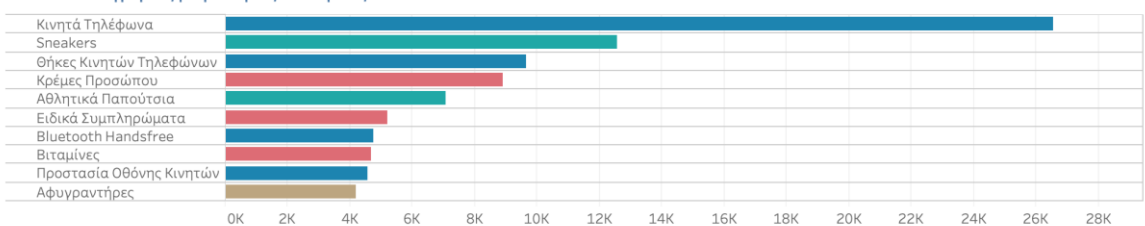
Black Friday @ Skroutz

Τοπ Κατηγορίες

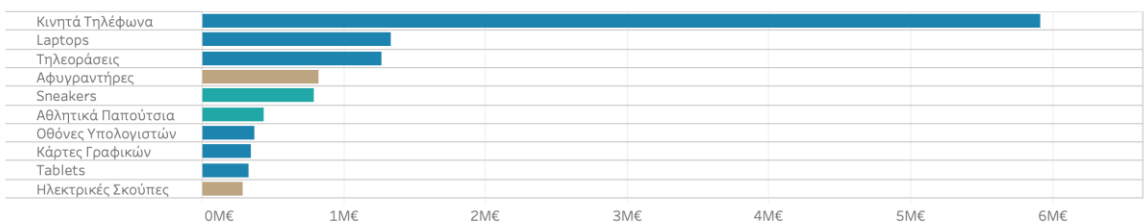
Τοπ 10 κατηγορίες με βάση τα clicks



Τοπ 10 κατηγορίες με βάση τις πωλήσεις



Τοπ 10 κατηγορίες με βάση τον παραγόμενο τζίρο



Πόσες από τις ευκαιρίες της Black Friday ήταν πραγματικές προσφορές;

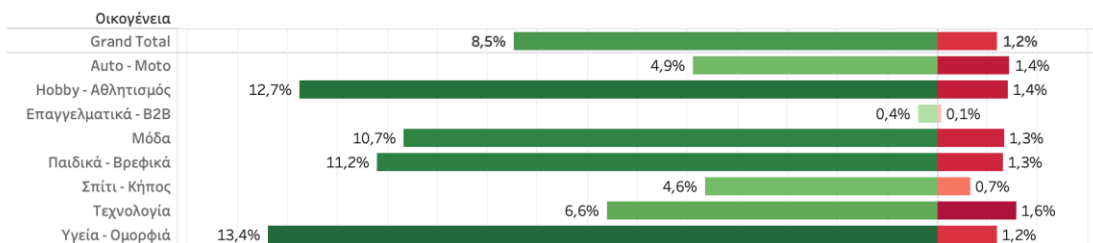
Είναι γεγονός ότι η Black Friday αποτελεί μια περίοδο προωθητικών ενεργειών και εκπτώσεων για πολλά καταστήματα και προσελκύει το έντονο ενδιαφέρον των καταναλωτών. Ωστόσο, προκειμένου να αξιολογήσουμε το πραγματικό όφελος για τους καταναλωτές από την εμπορική προώθηση της εβδομάδας της Black Friday, είναι αναγκαίο να απαντηθούν τα εξής ερωτήματα: **1) ποια προϊόντα αγοράστηκαν φθηνότερα, 2) ποια ήταν ακριβότερα και 3) πόσα αγοράστηκαν σε παρόμοια τιμή ($\pm 10\%$)** συγκριτικά με την αρχική τους τιμή σε σχέση με την προηγούμενη και την επόμενη περίοδο.

Συνολικά από όλα τα προϊόντα που αγοράστηκαν μέσω του Skroutz κατά την εβδομάδα της Black Friday 2019, **μόνο το 8,5% αγοράστηκε φθηνότερα και το 90,3% αγοράστηκε σε παρόμοια τιμή. Το υπόλοιπο 1,2% αγοράστηκαν ακριβότερα.**

Σε σχέση με το 2018, **οι φετινές εκπτώσεις κατά την Black Friday ήταν αισθητά πιο περιορισμένες στο σύνολό τους.** Υπενθυμίζεται ότι πέρυσι το 15% των προϊόντων αγοράστηκαν φθηνότερα, δηλαδή σχεδόν τα διπλάσια αναλογικά από ότι φέτος.

Black Friday @ Skroutz

Πόσα προϊόντα αγοράστηκαν φθηνότερα;



Όσον αφορά **τις εκπτώσεις** που εφαρμόστηκαν και αξιοποιήθηκαν από τους χρήστες του Skroutz, κάθε κατηγορία προϊόντων παρουσίασε διαφοροποιημένη συμπεριφορά. Η μελέτη των στατιστικών της πλατφόρμας αποκαλύπτει ότι οι κατηγορίες προϊόντων **Υγείας & Ομορφιάς** και **Χόμπι - Αθλητισμός** είχαν τις σημαντικότερες εκπτώσεις και έτσι κατατάσσονται στην κορυφή της λίστας των προϊόντων που αγοράστηκαν φθηνότερα σε σχέση με την κανονική τους τιμή.

Αντίθετα, στην **Τεχνολογία** και τα είδη **Σπιτιού – Κήπου**, υπήρξαν οι μικρότερες εκπτώσεις επί της αρχικής τιμής των προϊόντων, άρα δεν υπήρξε σημαντικό όφελος αγοράς. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι χρήστες του Skroutz **αγόρασαν πάνω από 40.000 κινητά τηλέφωνα** από τα οποία **μόλις 2,5%** πουλήθηκαν με σημαντική έκπτωση, ενώ οι αγορές σε Sneakers και αθλητικά παπούτσια ξεπέρασαν τις 25.000 παραγγελίες, από τα οποία περίπου το 18% πουλήθηκαν με αξιοσημείωτη έκπτωση.

Σημείωση προς τους συντάκτες: Οι αναλυτικές πληροφορίες και περισσότερα γραφήματα υπάρχουν στη σελίδα της *Black Friday* του Skroutz και συγκεκριμένα στο www.skroutz.gr/black-friday. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τα δεδομένα και τα στοιχεία από την αναφορά για το ρεπορτάζ σας. Θερμή παράκληση εφόσον αξιοποιήσετε τα γραφήματα στο πλαίσιο του ρεπορτάζ, να υπάρχει μια αναφορά με έναν σύνδεσμο της πηγής προς την υποσελίδα του Skroutz.

###

Σχετικά με την Skroutz A.E.

Η Skroutz A.E. ιδρύθηκε το 2005 και δραστηριοποιείται στην ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών τεχνολογίας, δημιουργώντας πρωτοποριακές πλατφόρμες Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Έχοντας ως έδρα την Αθήνα, η Skroutz A.E. είναι το κορυφαίο digital brand πίσω από τη δημιουργία και την εξέλιξη των δυνατοτήτων του δημοφιλούς marketplace www.skroutz.gr. Η εταιρεία έχει παρουσία και στο Ηνωμένο Βασίλειο με το www.scrooge.co.uk. Η Skroutz A.E. απασχολεί περισσότερους από 250 υπαλλήλους, παρέχοντας εύρος χρηστοκεντρικών λύσεων, που αξιοποιούν τις νέες τεχνολογίες και μεθοδολογίες, αναδεικνύοντας το πάθος του ανθρώπινου δυναμικού της. Το Skroutz.gr έχει εδραιωθεί στην αντίληψη των Ελλήνων καταναλωτών ως η κορυφαία σελίδα ηλεκτρονικών αγορών, καταγράφοντας σε μηνιαία βάση 8,5 εκατομμύρια μοναδικές επισκέψεις.