

## Românii cheltuie în medie cu 9,2% mai mult pentru un coș de cumpărături în online

03 Jun 2021 | de Andra Imbrea



[1]

Românii cheltuie în medie mai mult cu 9,2% pentru o comandă online, iar valoarea coșului de cumpărături se ridică în primele patru luni ale anului la 49,89 euro fără TVA față de perioadă similară a anului trecut. De asemenea, românii preferă cumpărăturile de pe mobil, arată o analiză 2Performant.

Compania de tehnologie 2Performant observă o păstrare a trendului de cumpărare preponderent online, tendință puternic accelerată de pandemie, cu o preferință pentru cumpărăturile realizate de pe mobil, dar și o creștere a valorii coșului de cumpărături. Conform datelor disponibile în platforma de marketing afiliat 2Performant.com, **în perioada ianuarie - aprilie 2021, 66,4% din vânzări s-au realizat de pe mobil, în vreme ce 33,1% de pe desktop**. Totodată, românii cheltuie cu 9,2% mai mult pentru un coș de cumpărături în magazinele online, față de aceeași perioadă a anului trecut.

## Cât cheltuie românii într-un magazin online

Primele patru luni ale acestui an indică o creștere valorii medii a comenzii plasate într-un magazin online. Astfel, valoarea medie a coșului de cumpărături crește în intervalul ianuarie - aprilie 2021 față de aceeași perioadă a anului trecut cu 9,2% și ajunge la 49,89 euro fără TVA.

În privința dispozitivului de pe care se face comanda online, valoarea medie a comenzii de pe mobil se situează la 43,47 euro fără TVA, în creștere cu 7% față de anul trecut, în timp ce valoarea medie a comenzii de pe desktop crește cu 12 procente și ajunge la 62,72 euro fără TVA. Se observă astfel că o proporție mai mare din trafic și din vânzări se întâmplă pe mobil, în schimb vânzările de pe desktop au o valoare medie mai mare decât cele de pe mobil. Cu alte cuvinte, **românii cheltuie mai mult în medie pe o comandă online, față de anul trecut, iar produsele mai scumpe sunt achiziționate de pe desktop**, care prezintă încredere mai mare pentru cumpărători atunci când vine vorba de alegerea unui produs mai scump și plata online.

„Tendințele generate de pandemie în special în zona online-ului se păstrează și în acest an, iar semnalele sunt că le vom avea alături mult timp de acum înainte. Anul 2020 a adus un număr semnificativ de clienți noi pentru magazinele online, sunt mai prezenți în online clienții cu o forță de cumpărare ceva mai mare, cei care nu caută neapărat un discount, ci anumite branduri sau produse cu caracteristici clare și care forțează magazinele online să ridice standardele. Față de aceeași perioadă a anului trecut observăm în platforma noastră de marketing afiliat o valoare medie a coșului în creștere cu peste 9% și simțim prezența consumatorilor interesați de produse de lux și de produse fabricate local”, spune Raluca Negrea, Country Manager România și Bulgaria 2Performant.

## Când vizitează utilizatorii de internet magazinele online

Analiza datelor din platforma 2Performant.com arată că în primele patru luni ale acestui an cea mai mare proporție din traficul total pe desktop s-

a înregistrat la ora 00:00 în zilele de marți (1,6%), urmat de ora 11:00 dimineața în zilele de marți (1,4%), în timp ce pe mobil, între orele 21:00 și 22:00 din zilele de duminică s-a înregistrat cea mai mare proporție din trafic, respectiv 2,5%. Se observă că în perioada analizată cele mai multe vânzări pe mobil au loc în zilele de luni, marți și duminică la ora 21:00, în timp ce pe desktop ziua de marți înregistrează cea mai mare proporție din vânzări, în special între orele 11:00 și 15:00.

Conform datelor 2Performant, în perioada ianuarie - aprilie 2021, în medie, 2% dintre vizitatori s-au transformat în clienți ai magazinelor online, ceea ce reprezintă o rată de conversie foarte bună pentru sectorul e-commerce. Media pentru cumpărătorii online de pe mobil este de 1,6%, iar pentru cei de pe desktop de 2,2%. În privința timpului necesar de la accesarea magazinului online și până la efectuarea unei achiziții, conform datelor 2Performant 65% dintre cumpărături au avut loc în mai puțin de 24 de ore de la vizitarea magazinului online. Acest lucru se reflectă atât în cazul cumpărăturilor de pe mobil, unde 63% dintre conversii au loc în mai puțin de 24 de ore de la click, iar 26% la peste 4 zile distanță de la click, dar și în cazul cumpărăturilor de pe desktop, cu 68% dintre conversii în mai puțin de 24 de ore și 22,4% la distanță de 4 zile.

## Articole Asemănătoare

**Source URL:** <https://revistaprogresiv.ro/articole/romanii-cheltuie-medie-cu-92-mai-mult-pentru-un-cos-de-cumparaturi-online>

### Legături

[1] [https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/shutterstock\\_1786435313.jpg](https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/shutterstock_1786435313.jpg)