

Jak kupuje Klient 2020?

Customer Journey w branży meblarskiej



24 mln Polaków

korzysta z sieci na komputerach i laptopach w domu oraz w pracy



20,9 mln Polaków

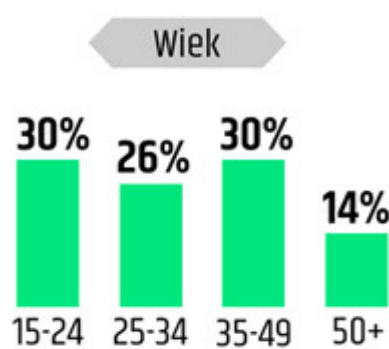
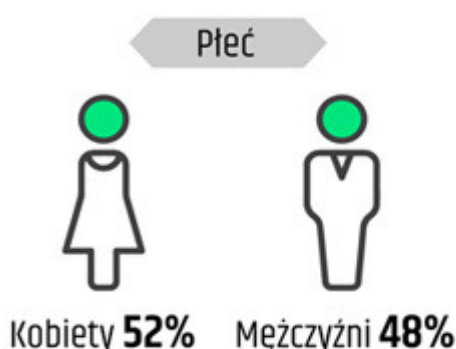
korzysta z sieci na urządzeniach mobilnych



80% gospodarstw domowych

w Polsce posiada dostęp do sieci

Profil typowego konsumenta cyfrowego w Polsce

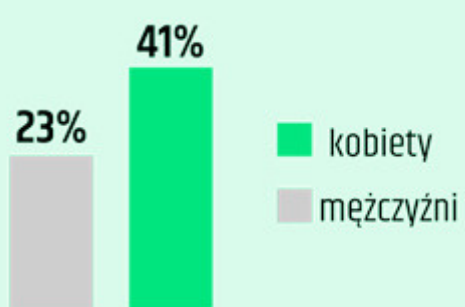


Typowym polskim e-konsumentem jest kobieta w wieku do 34 lat, z wykształceniem średnim lub wyższym, mieszkająca w mieście i deklarująca dobrą sytuację materialną.

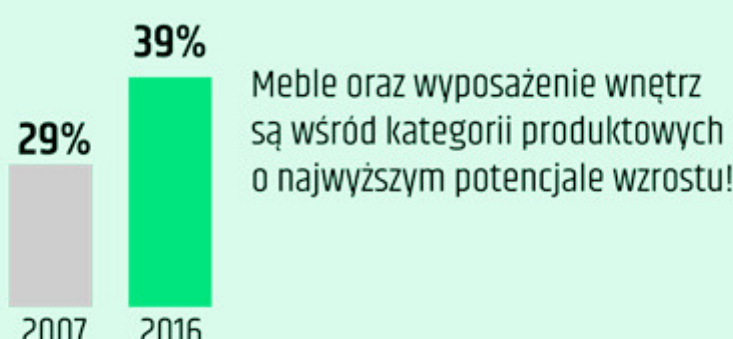


28% Polaków deklaruje, że kupuje meble w internecie

Odsetek polskich internautów, którzy nabyli meble lub wyposażenie wnętrz w sklepie internetowym



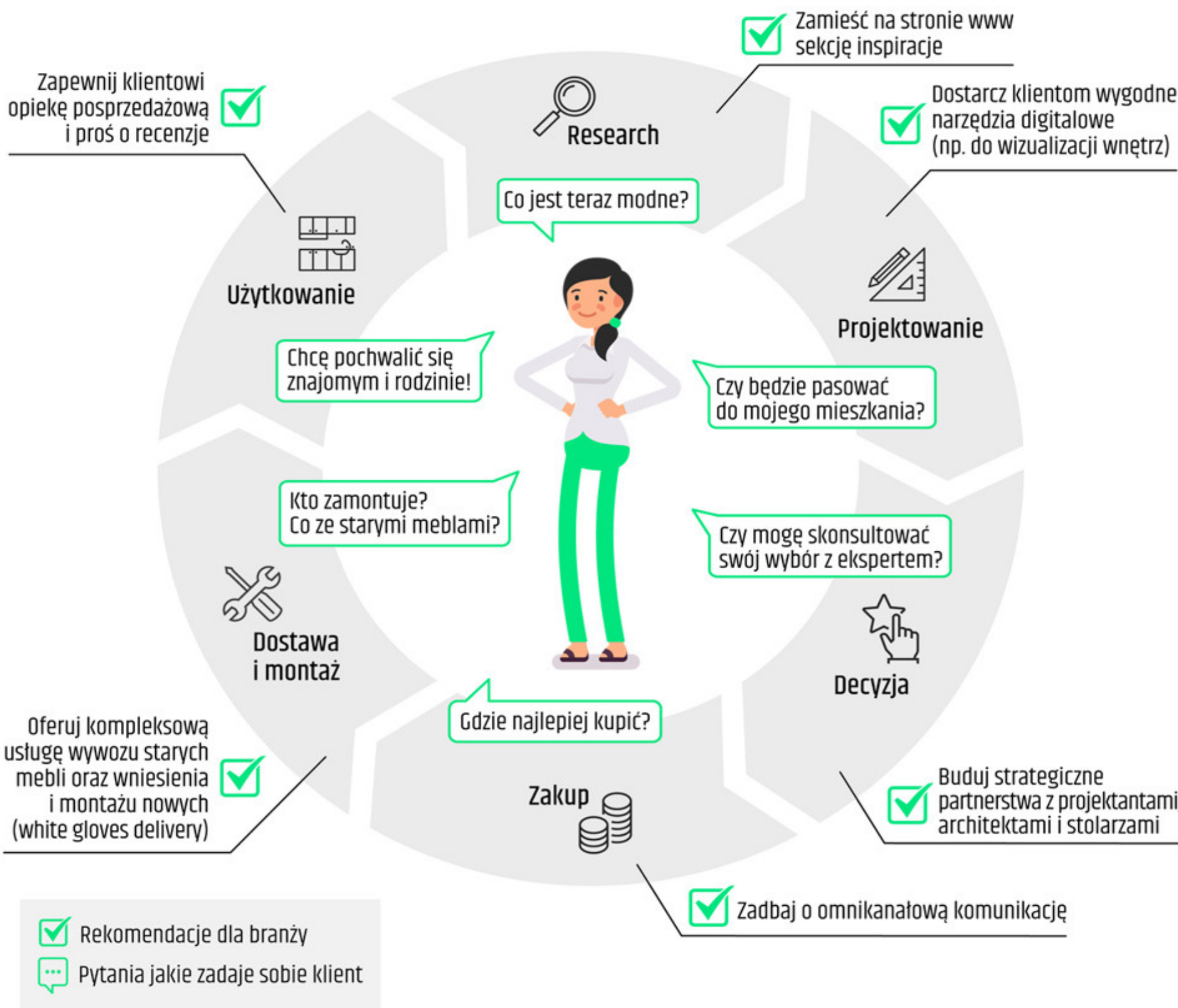
Odsetek cyfrowych klientów, którzy nabyli produkty wyposażenia domu, w tym meble w porównaniu do wcześniejszych lat



Branża musi zacząć przygotowania na klienta przyszłości już dziś!

Customer Journey

Jak wygląda ścieżka zakupowa klienta?



Trendy, które w najbliższym czasie będą definiowały branżę. Są one kluczowe dla kształtowania ścieżki cyfrowego klienta.



Komunikacja lifestyle'owa

Popularność programów o tematyce wnętrzarskiej. Wystrój wnętrza i urządzenie mieszkania stały się ważnym elementem stylu życia oraz narzędziem wyrażania swojej indywidualności.

Rola społeczności w procesie zakupowym

Media społecznościowe to nie tylko nawiązywanie relacji, podtrzymywanie kontaktu z klientami oraz inspirowanie ich, ale także potężne narzędzie sprzedażowe.



Omnichannel i sposób dostaw

Dostawa jako kompleksowa usługa, obejmująca wniesienie i montaż nowych mebli oraz zabranie starych.

Personalizacja

Dopasowywanie przekazu do konkretnego odbiorcy i jego potrzeb. Zwiększa to prawdopodobieństwo zakupu, ale również pomaga budować długotrwałe relacje z klientami.

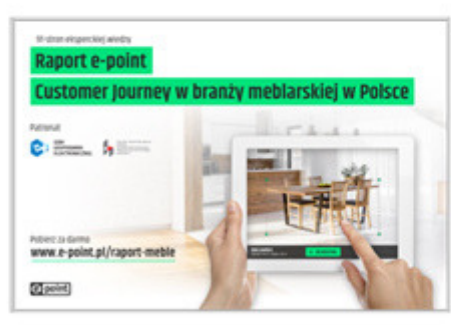


Nowe technologie

Rzeczywistość rozszerzona, rzeczywistość wirtualna czy sztuczna inteligencja to innowacje, które zmieniają sposób dokonywania zakupów. Dzięki nim klient będzie miał możliwość dokładnego obejrzenia i doświadczenia mebli w świecie wirtualnym.

Efekt ROPO i odwrócone ROPO oraz ROTOP

Wykorzystywanie synergii między kanałami online i offline, budowanie spójnej ścieżki zakupowej, na której wizyta na stronie w salonie stacjonarnym stanowią elementy jednego procesu, a nie odrębne zjawiska.



Pobierz raport!

Ponad 90 stron eksperckiej wiedzy:
• pionierskie badania
• analizy trendów
• wypowiedzi ekspertów branżowych

Pobierz darmowy raport: www.e-point.pl/raporty/meble



Źródła:
• Raport „E-commerce w Polsce 2016”, Gemius dla e-Commerce Polska, dane Eurostat
• „Population. Size and structure of population and vital statistics in Poland by territorial division in 2016 as of Dec 31”, Central Statistical Office of Poland
• Raport „Rynek meblarski w Polsce”, KPMG Polska, czerwiec 2017
• Raport „Customer Journey w branży meblarskiej w Polsce”, e-point, październik 2017