الخليج

اقتصاد, أسواق الإمارات

25 مايو 2022 22:02 مساء

«من المتسوّقين في الإمارات مستعدّون لإنفاق المزيد «أونلاين 74%





«دبي: «الخليج

أظهر استطلاع لشركة باترن الشرق الأوسط وشمال إفريقيا رغبة واستعداد 74% من المتسوقين عبر الإنترنت لإنفاق المزيد خلال عام 2022، حيث أظهرت الإحصائيات إنفاق المتسوقين عبر الإنترنت 27 مليار درهم خلال عام 2021، فيما توقعت الإحصائيات توسع الشراء عبر الإنترنت حتى العام 2025 ليصل إلى أكثر من 45 مليار درهم، كما أظهر الاستطلاع تصدر منصتي أمازون ونون لقائمة المواقع الأبرز بين المتسوقين على الإنترنت في جميع فئات المنتجات.

وكشف التقرير أنّ 74% من المتسوّقين على الإنترنت في دولة الإمارات يتوقعون إنفاق المزيد وقد أتت النتائج داعمةً لتوقعات النمو في حجم سوق التجارة الإلكترونية في الإمارات وتوقّعت نسبة 19% منهم إنفاق مبالغ مماثلة للّتي أنفقوها في العام 2021 في حين توقّع 6% منهم فقط أن يُنفقوا أموالاً أقل.

شراء الإلكترونيات

وأظهر الاستطلاع رغبة 61% من المتسوّقين على الإنترنت في فئة الإلكترونيات الشراء من أمازون، و42% من نون وعلى سبيل المقارنة، كما توقّعت نسبة 14% فقط من المتسوّقين شراء الإلكترونيات من متاجر بيع تملك فروعاً فعلية ولها وموقعاً إلكترونياً على حدّ سواء.

وينعكس هذا الاتجاه نفسه في عدة فئات أخرى فبالنسبة لمستلزمات المنزل والمطبخ، توقّعت نسبة 60% الشراء من أمازون، و46% من نون و18% فقط الشراء على الإنترنت من متاجر بيع تملك فروعاً فعلية لها وموقعاً إلكترونياً على حدّ سواء.

اتجاهات المتسوقين

وتشمل النتائج الرئيسية الأخرى الواردة في التقرير رغبة المتسوّقين عبر الإنترنت في الإمارات في توصيل سريع بنسبة 39% في اليوم التالي فيما يؤكد 20% رغبتهم في توصيل المنتجات في اليوم نفسه.

وقد عبّرت الأغلبية الساحقة (94%) من المتسوّقين على الإنترنت في الإمارات ممّن تمّ استطلاعهم، عن الشراء من موقع واحد على الأقل تابع لأمازون في الأشهر ال12 الماضية، بمن فيهم 83% ممّن استعانوا بموقع أمازون للشراء وقد تُعزى قاعدة العملاء العريضة لدى أمازون بشكل جزئي إلى الإقبال العالي على شراء عضوية برايم للاستفادة من توصيل سريع ومجاني وأفاد 67% من المتسوّقين عبر أمازون بأنّهم يملكون عضوية برايم الخاصة بهم أو يستخدمون حساب برايم الخاص بشخص آخر.

علامات تجارية جديدة

وأشار 89% ممّن تم استطلاعهم إلى أنّهم سبق واشتروا منتجاً على الإنترنت تمّ توصيله من بلد آخر خلال العام 2021. ويشير ذلك إلى أنّه بإمكان التجار والبائعين المحليين زيادة مبيعاتهم عبر توسيع مجموعاتهم وعرض منتجات غير متوفرة بعد على الصعيد المحلي.

يكتشف عملاء أمازون علامات تجارية جديدة في السوق وبرز بوضوح ميل المستهلكين لاستكشاف منتجات وعلامات تجارية جديدة عبر أمازون فقد قام 42% من المتسوّقين عبر أمازون والمشاركين بالاستطلاع، بشراء منتج من علامة تجارية لم يسبق لهم أن اشتروا منتجاتها من قبل وأظهرت نتائج باترن أنّ موقع أمازون هو منصة استثنائية تتيح للعلامات التجارية الترويج لمنتجاتها أمام المتسوقين على الإنترنت في الإمارات.

وفي سياق تعليقه على التقرير، قال ديفيد كوايف، المدير العام لشركة باترن في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: تثبت الأسواق الإلكترونية دورها المحوري كقناة رئيسية تتيح للعلامات الاستهلاكية الترويج لعروضها في الإمارات ومن المتوقع أن تشهد شعبيتها المزيد من النمو في السنوات المقبلة وفي ظل سعي المتسوقين لاستكشاف علامات ومنتجات جديدة، ونظراً للتوقعات بزيادة إنفاقهم الإجمالي على الإنترنت واستخدامهم لعضوية برايم، يُعدّ أمازون على وجه التحديد منصةً ينبغي للعلامات الاستهلاكية بناء حضور قوي عليها إذا ما أرادت زيادة مبيعاتها في الشرق الأوسط وإذا أرادت العلامات التجارية توسيع انتشارها وحصّتها في السوق، فعليها التفكير بالانضمام إلى منصة نون أيضاً وقد أجرت شركة ون بول هذا الاستطلاع في أواخر العام 2021 والذي شمل مشاركين في الإمارات العربية المتحدة ممّن أفادوا قيامهم بالتسوق عبر الإنترنت في الأشهر ال12 الماضية.

"حقوق النشر محفوظة "لصحيفة الخليج .2024 ©