

B+R STUDIO
Tomasz Wiktorski

www.brstudio.eu

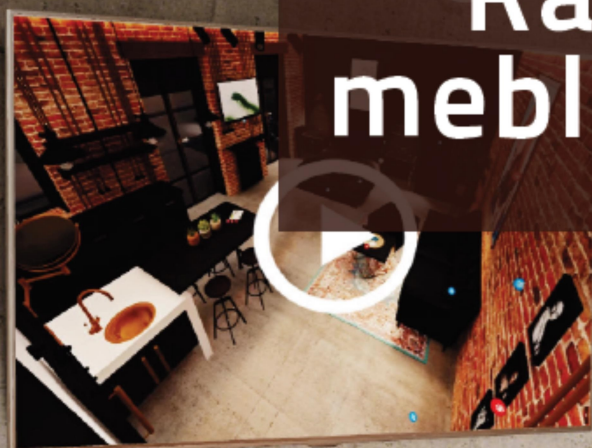
Ranking e-sklepów meblowych w Europie

RAPORT

Partner wydania:



wirtualnesteiska.com.pl



Spis treści

Spis treści.....	3
Metodologia	4
Wstęp	5
Wnioski.....	6
E-commerce w Europie	7
Top 20 stron w Europie	9
E-sklepy posiadające domeny w kilku krajach.....	11
E-commerce kraje.....	15
Niemcy.....	15
Francja	16
Wielka Brytania	17
Włochy.....	18
Hiszpania	19
Polska.....	20
Rumunia	21
Holandia	22
Belgia	23
Czechy.....	24
Szwecja	25
Portugalia	26
Grecja	27
Węgry	28
Austria	29
Spis rysunków.....	30
Spis tabel	31

Metodologia

B+R Studio przeprowadziło badanie dotyczące najczęściej odwiedzanych przez internautów stron sprzedających meble w wybranych krajach Europy. Wybrane kraje zostały ułożone według zaludnienia od największego do najmniejszego. Badaniem objęto następujące 15 największych krajów UE pod względem zaludnienia: Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Włochy, Hiszpania, Polska, Rumunia, Holandia, Belgia, Czechy, Grecja, Portugalia, Szwecja, Węgry, Austria. Badanie to dotyczy stron internetowych sprzedających meble online. Poprzez kluczowe słowo „sklep meblowy” zostały wyszukane najbardziej popularne strony internetowe w analizowanych krajach. Następnie z każdego kraju wybrano 10 stron internetowych, dla których za pomocą narzędzi internetowych określono: ilość wejść wszystkich miesięcznie, średni czas i średnią ilość odwiedzonych podstron podczas wizyty oraz współczynnik odrzuceń.

Wyjaśnienie pojęć:

Dane dotyczące **wszystkich wejść użytkowników** miesięcznie pokazują ile razy jest odwiedzana strona przez użytkowników miesięcznie, jednak jeden użytkownik odwiedzający stronę dziesięć razy jest liczony za każdym razem jako „nowy” użytkownik.

Badając **średni czas wizyty** na każdej stronie dostarczamy danych na temat średniej długości wizyty użytkownika na stronie. Można dzięki temu dowiedzieć się, na której z badanych stron wizyty użytkowników trwają najdłużej, a tym samym na jakich stronach użytkownicy oglądają najwięcej produktów, zwiększając szansę na potencjalny zakup.

Podobnie jest ze wskaźnikiem **średniej ilości odwiedzonych stron**. Analizując wytypowane strony otrzymujemy dane, które wskazują na jakich witrynach użytkownicy oglądają najwięcej stron, jak również przeglądają więcej produktów, zwiększając szansę na potencjalny zysk.

Z kolei **współczynnik odrzuceń** ukazuje, na której stronie jest największy odsetek użytkowników przeglądających wyłącznie jedną stronę.

W raporcie wzięto pod uwagę wyłącznie strony internetowe, na których odbywa się sprzedaż mebli przez Internet oraz artykuły dekoracyjne, z wyłączeniem portali aukcyjnych.

Wstęp

Popularność Internetu jest znakiem naszych czasów. Korzystanie z mediów społecznościowych, zakupy online czy poszukiwanie pracy lub miejsca spędzenia wakacji nigdy nie było tak proste jak dziś. Do Internetu podłączone jest już niemal każde urządzenie elektroniczne począwszy od komputerów i telefonów na samochodach i lodówkach kończąc.

Niebagatelny wpływ na popularność zakupów online miała w ostatnim czasie pandemia Covid-19. W wielu krajach na świecie życie przeniosło się do sieci. Ludzie nie tylko dokonują zakupu małych rzeczy w Internecie, ale również nabywają większe rzeczy np. meble czy sprzęt RTV i AGD. Dużą konkurencją niejako wymusiła niższe ceny za dostawę gabarytów, a to również przyczyniło się do powiększenia sprzedaży dużych przedmiotów domowego użytku jakim są meble. Zakupy w Internecie stały się także znacznie bezpieczniejsze przez co maleje także liczba osób, które obawiają, że stracą swoje pieniądze lub udostępnią swoje dane osobom niepożądanym. Dla dużej grupy osób zakupy przez Internet stały się takimi samymi jak te, które robimy stacjonarnie w sklepie. Dzięki przyjaznym politykom zwrotów klienci decydują się na zakup, mimo że nie mogą dotknąć produktu, a zdjęcie znajdujące się na stronie internetowej może odbiegać od rzeczywistego wyglądu towaru.

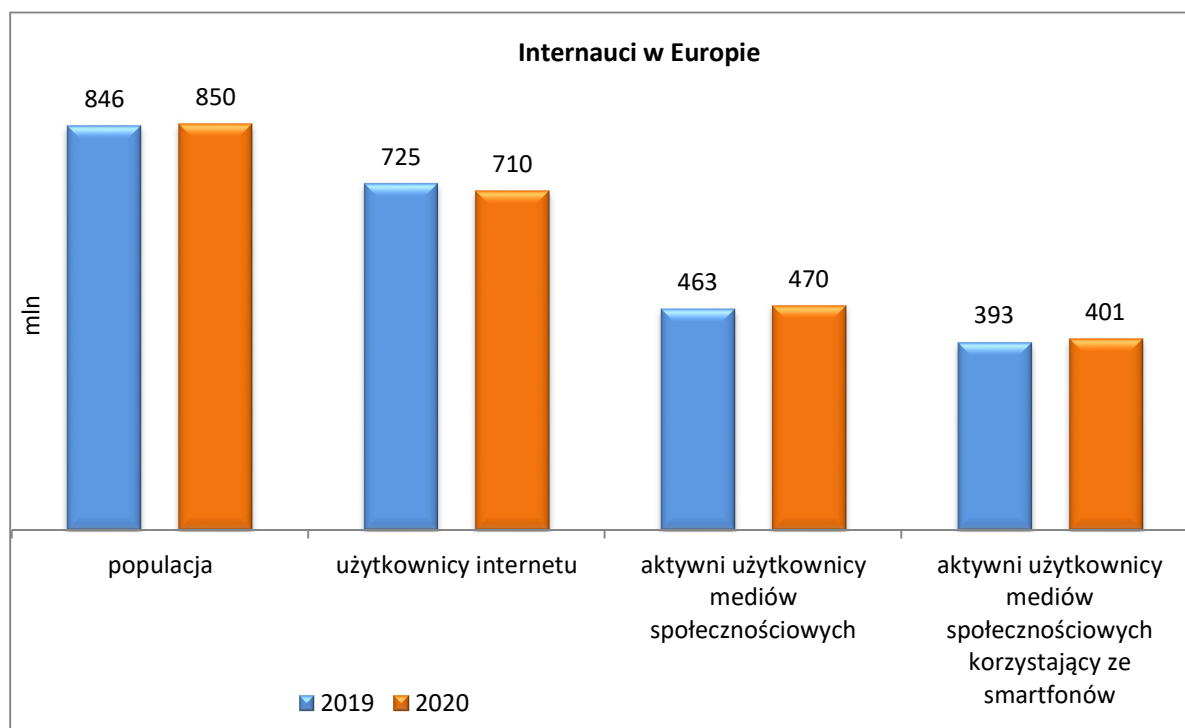
Za wzrost zakupów w Internecie odpowiadają dzisiaj również kwestie zdrowotne. Lockdowny często odbierały możliwość odwiedzenia sklepu stacjonarnego, a nawet gdy już taka możliwość się pojawiała, to klienci sami dalej chętnie korzystali z zakupów online, gdyż ogranicza to kontakt z osobami postronnymi do minimum.

Głównym celem raportu jest analiza stron internetowych mających w ofercie meble w 15 największych pod względem ludności krajach UE z wyłączeniem portali aukcyjnych.

Raport dostarczy Państwu informacji na temat najczęściej odwiedzanych stron sprzedających meble oraz artykuły dekoracyjne w poszczególnych krajach Europy. Dowiedzą się Państwo również, które strony internetowe generują najwięcej ruchu na stronach internetowych.

E-commerce w Europie

Na przestrzeni ostatnich lat populacja osób, którzy korzystają z Internetu cały czas powiększa się. Według raportu Digital In 2020 w Europie jest około 710 mln użytkowników korzystających z Internetu. Prawie 83,5% całej populacji Europy „surfuje w sieci”. Grupa użytkowników social media zwiększyła się do poziomu 470 mln, co stanowi aż 55% całej populacji Europy. Natomiast ilość użytkowników korzystających z social media na smartfonach to około 47% populacji Europy.



Rysunek 1 Internauci w Europie.

Źródło: We are social, raport Digital in 2020

Spśród analizowanych krajów najwyższe PKB na jednego mieszkańca ma Szwecja ponad 42 tys. USD/os., następne miejsce zajmuje Holandia 40 tys. USD/os. Na kolejnych czterech pozycjach są kraje takie jak: Austria, Niemcy, Belgia i Francja z wartością PKB wynoszącą ponad 30 tys. USD/os. W tym rankingu Polska zajmuje 13 miejsce. Podczas analizy danych najniższa wartość PKB przypada na mieszkańca Rumunii – 8,7 tys. USD/os.

Portugalia


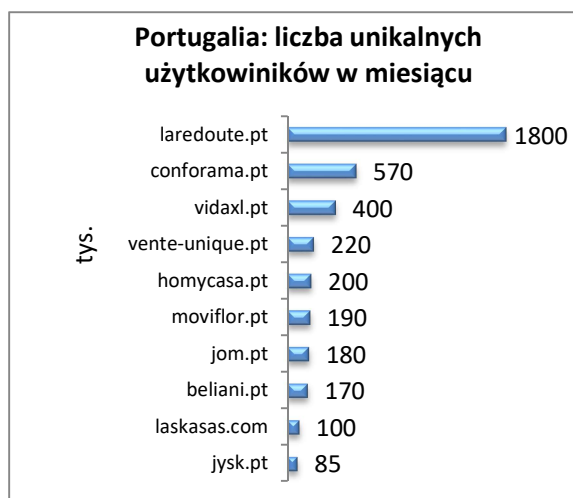
	Powierzchnia	Liczba mieszkańców	PKB na mieszkańca
Portugalia	92 212 km ²	10,3 mln	17 200 USD/os.

Tabela 12 Podstawowe informacje o Portugalii

Źródło: www.cia.gov/index.html



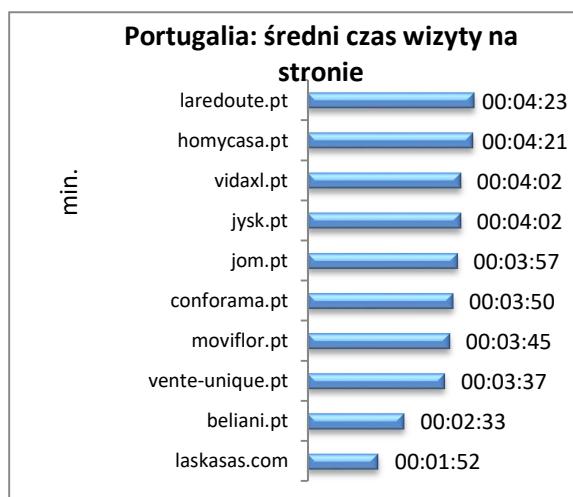
Rysunek 57 Portugalia: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu

Źródło: Badania własne B+R Studio na podstawie narzędzi internetowych



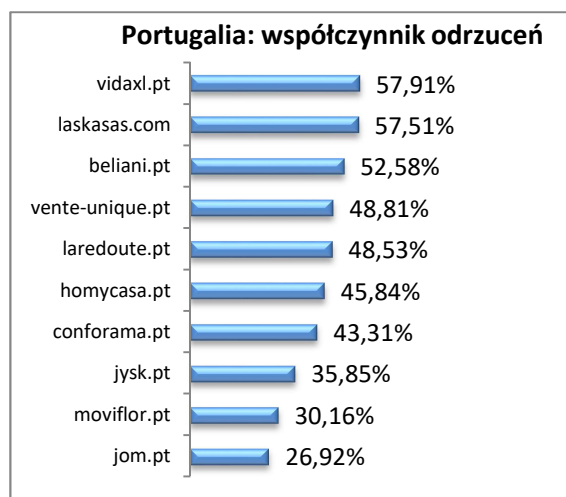
Rysunek 59 Portugalia: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty

Źródło: Badania własne B+R Studio na podstawie narzędzi internetowych



Rysunek 58 Portugalia: średni czas wizyty na stronie

Źródło: Badania własne B+R Studio na podstawie narzędzi internetowych



Rysunek 60 Portugalia: współczynnik odrzuceń

Źródło: Badania własne B+R Studio na podstawie narzędzi internetowych



Spis rysunków

Rysunek 1 Internauci w Europie.....	7
Rysunek 2 PKB na mieszkańca w wybranych krajach.....	8
Rysunek 3 Liczba mieszkańców	8
Rysunek 4 Liczba wejść użytkowników w miesiącu (TOP 20).....	9
Rysunek 5 Średni czas wizyty na stronie (TOP 20)	10
Rysunek 6 Średnia ilość odwiedzonych podstron podczas wizyty (TOP 20)	10
Rysunek 7 Współczynnik odrzuceń (TOP 20)	11
Rysunek 8 Liczba odwiedzin wszystkich użytkowników miesięcznie stron jysk w poszczególnych krajach	12
Rysunek 9 Liczba odwiedzin wszystkich użytkowników stron ikea w poszczególnych krajach	13
Rysunek 10 Liczba odwiedzin wszystkich użytkowników stron home24 w poszczególnych krajach....	13
Rysunek 11 Liczba odwiedzin wszystkich użytkowników stron moebelix w poszczególnych krajach ..	14
Rysunek 12 Liczba odwiedzin wszystkich użytkowników stron moebelix w poszczególnych krajach ..	14
Rysunek 13 Niemcy: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	15
Rysunek 14 Niemcy: średni czas wizyty na stronie	15
Rysunek 15 Niemcy: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty.....	15
Rysunek 16 Niemcy: współczynnik odrzuceń	15
Rysunek 17 Francja: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu	16
Rysunek 18 Francja: średni czas wizyty na stronie.....	16
Rysunek 19 Francja: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	16
Rysunek 20 Francja: współczynnik odrzuceń	16
Rysunek 21 Wielka Brytania: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu	17
Rysunek 22 Wielka Brytania: średni czas wizyty na stronie	17
Rysunek 23 Wielka Brytania: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	17
Rysunek 24 Wielka Brytania: współczynnik odrzuceń.....	17
Rysunek 25 Włochy: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	18
Rysunek 26 Włochy: średni czas wizyty na stronie	18
Rysunek 27 Włochy: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty.....	18
Rysunek 28 Włochy: współczynnik odrzuceń.....	18
Rysunek 29 Hiszpania: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	19
Rysunek 30 Hiszpania: średni czas wizyty na stronie	19
Rysunek 31 Hiszpania: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	19
Rysunek 32 Hiszpania: współczynnik odrzuceń.....	19
Rysunek 33 Polska: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	20
Rysunek 34 Polska: średni czas wizyty na stronie	20
Rysunek 35 Polska: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	20
Rysunek 36 Polska: współczynnik odrzuceń.....	20
Rysunek 37 Rumunia: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	21
Rysunek 38 Rumunia: średni czas wizyty na stronie	21
Rysunek 39 Rumunia: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	21
Rysunek 40 Rumunia: współczynnik odrzuceń.....	21



Rysunek 41 Holandia: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	22
Rysunek 42 Holandia: średni czas wizyty na stronie	22
Rysunek 43 Holandia: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	22
Rysunek 44 Holandia: współczynnik odrzuceń.....	22
Rysunek 45 Belgia: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu	23
Rysunek 46 Belgia: średni czas wizyty na stronie.....	23
Rysunek 47 Belgia: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	23
Rysunek 48 Belgia: współczynnik odrzuceń	23
Rysunek 49 Czechy: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	24
Rysunek 50 Czechy: średni czas wizyty na stronie	24
Rysunek 51 Czechy: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty.....	24
Rysunek 52 Czechy: współczynnik odrzuceń.....	24
Rysunek 53 Szwecja: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu	25
Rysunek 54 Szwecja: średni czas wizyty na stronie.....	25
Rysunek 55 Szwecja: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	25
Rysunek 56 Szwecja: współczynnik odrzuceń	25
Rysunek 57 Portugalia: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	26
Rysunek 58 Portugalia: średni czas wizyty na stronie	26
Rysunek 59 Portugalia: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	26
Rysunek 60 Portugalia: współczynnik odrzuceń.....	26
Rysunek 61 Grecja: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu.....	27
Rysunek 62 Grecja: średni czas wizyty na stronie	27
Rysunek 63 Grecja: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	27
Rysunek 64 Grecja: współczynnik odrzuceń.....	27
Rysunek 65 Węgry: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu	28
Rysunek 66 Węgry: średni czas wizyty na stronie	28
Rysunek 67 Węgry: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	28
Rysunek 68 Węgry: współczynnik odrzuceń	28
Rysunek 69 Austria: liczba unikalnych użytkowników w miesiącu	29
Rysunek 70 Austria: średni czas wizyty na stronie	29
Rysunek 71 Austria: średnia ilość odwiedzonych stron podczas wizyty	29
Rysunek 72 Austria: współczynnik odrzuceń.....	29

Spis tabel

Tabela 1 Podstawowe informacje o Niemczech.....	15
Tabela 2 Podstawowe informacje o Francji	16
Tabela 3 Podstawowe informacje o Wielkiej Brytanii.....	17
Tabela 4 Podstawowe informacje o Włoszech.....	18
Tabela 5 Podstawowe informacje o Hiszpanii.....	19
Tabela 6 Podstawowe informacje o Polsce	20
Tabela 7 Podstawowe informacje o Rumunii.....	21



Ranking e-sklepów meblowych w Europie

Tabela 8 Podstawowe informacje o Holandii.....	22
Tabela 9 Podstawowe informacje o Belgii	23
Tabela 10 Podstawowe informacje o Czechach	24
Tabela 11 Podstawowe informacje o Grecji.....	25
Tabela 12 Podstawowe informacje o Portugalii.....	26
Tabela 13 Podstawowe informacje o Grecji.....	27
Tabela 14 Podstawowe informacje o Węgrzech	28
Tabela 15 Podstawowe informacje o Austrii.....	29

