

Чаще всего по купонам жители покупают услуги косметических салонов, путешествуют и обедают в ресторанах

За текущий год существенно выросла популярность купонов коллективных покупок, предлагающих путешествия по Латвии и за границу: сегодня 16,6% покупателей купонов организуют свой отдых с помощью скидок от купонаторов. Первое место стабильно занимают предложения по красоте и уходу за внешностью. Таковы данные исследования сервиса сравнения купонов коллективных покупок Gudriem.lv. Месяц работы без двух компаний коллективных покупок -- City Life и Cherry.lv, решивших работать на рынке самостоятельно, не выявил снижения оборотов и посещаемости клиентов, покупающих купоны коллективных покупок на Gudriem.lv.

Опрос предпочтений клиентов, покупающих купоны коллективных покупок*, показал: 50,4% пользователей регулярно просматривают все новые предложения от купонаторов, 38,6% смотрят купоны в интересующих их категориях (например «Еда», «Путешествия», «Авто») и только 6,3% готовы покупать купоны конкретных компаний. Подавляющее большинство опрошенных (91,8%) признались, что им удобно пользоваться интернет-ресурсами, объединяющие все предложения от порталов коллективных покупок. 8,2% ответили, что смотрят купоны только на нужных им сайтах коллективных покупок.

«Мы регулярно отслеживаем предпочтения клиентов, покупающих товары с помощью купонов, и можем с уверенностью заявить: большинство людей делают свой выбор, в первую очередь, оценивая выгоду от размера скидки и необходимость услуги в целом. – говорит представитель Gudriem.lv Дмитрий Зазнов. – Очень маленький процент потребителей отбирает предложения от конкретных фирм, хотя это легко можно сделать с помощью нашей системы отбора купонов по параметрам поиска. Поэтому когда месяц назад два портала объявили, что не будут больше работать с сайтами, объединяющими все предложения от купонаторов, мы очень удивились этому решению, так как не видим в нем коммерческой выгоды для самих же компаний».

По словам Дмитрия Зазнова, уход двух порталов коллективных покупок практически не повлиял на посещаемость и продажи купонов на Gudriem.lv. «Посещаемость в июле упала на 3-5%, что скорей объясняется сезонностью, когда летом люди больше времени проводят на природе, чем у компьютера, -- говорит он. – При этом июльские обороты продаж у Cherry Group, по нашим данным, упали гораздо существенней. В выигрыше от этой ситуации в первую очередь будет основной конкурент этих двух порталов -- Zizu.lv, который способен заменить ушедших игроков не менее качественными предложениями».

«Мы видим, что наши продажи на агрегаторах (порталы, объединяющие все предложения купонов, -- прим.) после ухода конкурентов возросли, -- комментирует Самад Мухаммедов, региональный директор компании Kurikuron Global по странам Балтии (Zizu.lv). – Пользователи порталов коллективных покупок действительно привыкли выбирать самые лучшие предложения именно на агрегаторах, и уход нескольких игроков не может изменить эти привычки. Я думаю, что ушедшие компании могут вернуться к прежней форме торговли, признав свою ошибку».

Данные Gudriem.lv показывают: за год произошли существенные изменения в топе самых популярных купонов. На первом месте, как и прежде, остаются купоны по услугам красоты – их используют 19,5% пользователей. На 2 месте (16,6%) – путешествия, которые ранее не входили даже в десятку категорий

самых популярных купонов. На 3 месте (14,5%) – услуги кафе и ресторанов, на 4 месте (10,4%) – покупка косметики и на 5 месте (10,8%) – услуги, связанные со здоровьем.

*Опрос проведен в период с 22 по 31 июля, в нем приняли участие 455 человек.

Gudriem.lv начал работу в 2009 году, как независимый интернет-ресурс, пользователи которого получили возможность самостоятельно сравнить цены на различные услуги. Начав со сравнения мобильных тарифов, сегодня также можно сравнить карты предоплаты, депозиты, быстрые кредиты, потребительское кредитование, ОСТА, страхование путешествий, гостиницы по всему миру, интернет и TV-услуги, предложения сайтов коллективных покупок.