**E-TİCARET’İN LİDERİ BELLİ OLDU!**

 **Türkiye’de büyük bir ivme kazanan ve tüm dünyada en hızlı gelişen sektör olan e-ticaret 2022 yılında da yükselmeye hızla devam ediyor. 2018’den bu yana “Türkiye’de E-Ticaret" raporlarıyla online ticarette yaşanan çeşitliliği ve hizmet kalitesini takip eden Twentify, 2022 raporuyla da Covid-19 sonrası e-ticaretteki gelişmelere dikkat çekiyor.**

Twentify, her yıl gözle görünür oranda büyüyen e-ticaret sektöründeki gelişmeleri yakında takip ediyor. E-ticaret markalarına duyulan ilginin ve online-offline kanal ilişkisinin yanında ürün-fiyat araştırma süreçlerinin, tercih motivasyonları ve salgın etkisinin yer aldığı rapor, markaları e-ticaret stratejisine bir katkı ve toplumun tercihlerine ışık tutuyor.

Türkiye temsili kriterlere uygun toplam **2361** katılımcı ile gerçekleştirilen rapor Şubat -Mart 2022 tarihlerini kapsıyor. Araştırma **Mobil Araştırma Yöntemi** kullanılarak, **Twentify Bounty** tüketici platformu üzerinde gerçekleştirilmiştir.

**Platform Tercihleri**

**Öncelikle belirtilmesi gereken en önemli konu online alışveriş alışkanlığımız…**

2021 yılında %86 oranında olan alışkanlık oranı 2022 yılında değerini koruyor ve %86 oranında devam ediyor.

Araştırmanın sonuçları gösteriyor ki; geçen sene e-ticaret platformları arasında zirveyi paylaşanlar farklılık gösteriyor. 2021’de ilk sırada Hepsiburada, Trendyol, Gittigidiyor ve n11 yer alırken, 2022 yılında zirvenin sahipleri Trendyol, Hepsiburada, LCWaikiki ve Getir oluyor. Bu noktada tek kendi markası özelinde satış yapan LCWaikiki listenin başındaki yeriyle dikkatleri üzerine çekiyor.

Son bir yılın lideri ise %78 ile Trendyol oluyor. Geçtiğimiz yıl **Hepsiburada** ile başa baş gelen **Trendyol**, bu sene birinciliği farkla alıyor. Aynı zamanda Trendyol en sık alışveriş yapılan platfromlar arasında da %51 orana sahip.

Aldıkları hizmetten memnun olup, memnuniyetlerini çevreleriyle paylaşan mutlu ve sadık müşteri grubuna en çok sahip olan markalarda ise Decathlon, Samsung ve Apple Store öne çıkıyor.

“2022’de de hızlı teslimat tercih sebebi

Hızlı teslimat, alışverişte en çok tercih sebebi oluyor. Online alışveriş yapanların kargo firması tercihinde firmanın daha hızlı olması, paketlerin eksiksiz teslim edilmesi ve zamanında teslim edilmesi seçimi etkileyen en önemli faktörler olarak karşımıza çıkıyor.

“Online platformlar üzerinden alışveriş yapanların %28’i sosyal medyada ürün tanıtımı yapan bir influencerdan etkilenip ürünü satın almaya karar veriyor.”

Sosyal medya üzerinden yapılan ürün tanıtımları giderek daha fazla ilgi çekerken, bu platformlar üzerinden yapılan alışverişler de artmaya devam ediyor. Geçen sene de yapılan araştırmada çıkan “sosyal medyada ürün tanıtımı yapan bir influencerdan etkilenme” rapor içeriği yerini koruyor. Bu yıl da en çok etkilenen kesim ise yine kadınlar.

Özellikle Instagram, TikTok gibi platformlarda gerçekleşen influencer iletişiminin tüketicileri alışverişe yönlendirmede etkili olduğu görülüyor. Instagram %92 oranla bu platformlar arasında tüketicileri alışverişe yönlendirmede en etkili platform olarak karşımıza çıkıyor.

Sosyal medya mecrasından en çok yapılan alışverişler kategorilerinde de ilk sırayı yine **giyim/aksesuar (%68)** ve **kozmetik/kişisel bakım (%45)** alıyor.

Tüketicilerin büyük bir çoğunluğu satın alma kararlarını vermeden önce hem internetten hem de mağazadan ürün ve fiyat araştırması yapıyor. Araştırmalar gösteriyor ki; internetten yapılan incelemeler sonucu tüketici kararını bu inceleme sonucuna göre veriyor ve bazen hedeflediği marka yerine başka bir marka tercih edebiliyor.

Kadınların ayda ortalama 11,55 kere giyim konusunda araştırma yaparken, bu sayı erkeklerde 8,58’te kalıyor. En çok satın alınan ürün grubu ise ayakkabı çıkıyor.

Tüm bu sürecin sonunda alışveriş büyük bir çoğunlukla online platformda tamamlanıyor. Bunun en büyük nedeni olarak e-ticaret platformlarının sağladığı özel indirimler ve avantajlar olduğu görülüyor.

Gıda ve temizlik ürünlerinin yer aldığı hızlı tüketim kategorisinde ise atıştırmalıklar, temizlik ürünleri ve kişisel bakım ürünleri en çok satın alınan ürünlerin başında geliyor. Özellikle son 12 ayda gıda ürünlerinde neredeyse 2 katına çıkan oranlardaki artış oldukça dikkat çekerken, satın alma sıklığı bakımından en çok alışveriş yapılan giyim kategorisini geride bırakıyor. **Bu alanda da online alışverişte en çok tercih edilen platformun %23 lük oranla Getir olduğu dikkat çekiyor.**

**Bilgi İçin:**

**Tuğçe Oral / Müşteri Grup Direktörü –** tugce.oral@goodworks.com.tr – 0532 413 12 24

**Nilay Aydoğan / Müşteri Direktörü** – nilay.aydogan@goodworks.com.tr - 0536 229 16 08

**Twentify Hakkında**

2014 yılında kurulan Twentify, geliştirdiği teknolojilerle tüketicilere kendi ortamlarında ulaşarak, markalarla olan etkileşim anlarını çözümleyen ve markalara içgörü temelli büyüme fırsatları yaratan bir tüketici araştırma şirketidir. Kitle kaynaklı mobil araştırma paneli Bounty ile dünya çapında 1,5 milyondan fazla tüketiciye saatler içerisinde erişebilmektedir.