

Hornbach: Coșul mediu în magazinul online, dublu comparativ cu cel din locațiile fizice

- Piața de e-commerce pe segmentul DIY va crește cu două puncte procentuale de la an la an
- 97% din produsele disponibile în magazinele fizice Hornbach pot fi achiziționate și online

București, 28 iulie 2020 Potrivit Hornbach, unul dintre principalii retaileri locali de materiale de construcții și grădinărit, valoarea medie a coșului de cumpărături în magazinul online este de două ori mai mare comparativ cu cea din offline. De asemenea, în valoare absolută, achiziția medie realizată de români în shopul online este de câteva sute de lei.

„Diferența principală dintre coșul mediu din magazinul online versus cel din magazinele staționare este dată de faptul că, în online, clienții știu exact ceea ce au de cumpărat, în timp ce în locațiile fizice aceștia aleg nu doar produsele pe care le au pe listă”, a declarat Mugurel – Horia Rusu, Director General Hornbach România.

Profilul clientului din magazinul online

Potrivit afirmațiilor sale, clientul Hornbach din mediul online nu diferă foarte mult de cel din magazinele fizice. Astfel, **cea mai mare pondere o au bărbații, în proporție de peste 70%**. În ceea ce privește vârsta medie, majoritatea se încadrează în **categoria 29 – 49 de ani**. Cu toate acestea, magazinul virtual are și clienți de peste 65 de ani, fapt care arată că și generațiile mai avansate sunt tot mai înclinare către tehnologie.

În ceea ce privește evoluția magazinului online al Hornbach în cei peste doi ani de la lansare, reprezentantul companiei susține că a observat o deschidere tot mai mare a clienților pentru achizițiile online.

„Românii își doresc să comande online produsele de care au nevoie și acest lucru este unul îmbucurător. Tocmai din acest motiv ne lărgim constant sortimentul și sperăm ca în maxim doi ani să putem livra prin comandă online toate produsele disponibile în magazinele fizice. În acest moment căutăm o soluție logistică pentru produsele voluminoase sau cu lungimi foarte mari”, a mai spus Mugurel – Horia Rusu.

În comparație cu magazinele online disponibile în alte țări, reprezentantul Hornbach România nu observă diferențe notabile între obiceiurile de consum ale clienților. Cu toate acestea, în România comerțul online pe segmentul DIY este încă la început, existând o diferență față de țări precum Germania.

„Piața de comerț online pe categoria de materiale de construcții și grădinărit este într-o creștere continuă pe plan local, iar acest lucru se poate vedea mai ales din faptul că toți jucătorii din acest segment investesc masiv în dezvoltarea acestui canal. Astfel, **pe viitor, vedem o creștere de cel puțin două cifre procentuale de la an la an**”, a subliniat Directorul General al Hornbach România.

Care sunt cele mai achiziționate produse în magazinul online

Când vine vorba de cele mai achiziționate produse din magazinul online, în această primăvară categoria care a condus detașat a fost cea de Grădină – produse pentru amenajarea grădinii, a terasei și a balconului, dar și din zona de ZOO dedicată animalelor de companie.

„Pandemia generată de COVID-19 a determinat mulți români să petreacă timp în casă, așa că au ales să investească în zonele de relaxare, realizând amenajări de mică sau mare anvergură”, a concluzionat dl. Rusu.

Mediul online nu este însă un canal la fel uzual pentru clienți interesați de produse de design, cum ar fi tapetul, covoarele, perdelele. În cazul acestora, cumpărătorul își dorește să vadă culoarea reală, să simtă textura și să analizeze în detaliu aspectul produsului, așa că optează pentru achiziția din magazinele fizice.

97% din produsele din magazinele staționare Hornbach sunt disponibile și în mediul online

În acest moment, în magazinul online al Hornbach România sunt disponibile peste **60.000 de articole** diferite, iar lunar sunt listate câteva mii de noi repere. ***Din produsele existente în magazinele staționare, peste 97% sunt deja și în cel online, în timp ce cca. 10.000 de articole se regăsesc exclusiv în mediul online.*** Acestea sunt produse livrate direct de la furnizorii Hornbach, categorie ce va avea treptat o creștere tot mai mare, deoarece compania este în permanentă căutare de noi parteneri în acest sistem.

Reprezentantul companiei a subliniat, de asemenea, că pentru majoritatea achizițiilor online, clienții aleg serviciul de livrare la domiciliu. Termenele de livrare sunt între 1 și 5 zile, expedierea acoperind întreg teritoriul României pentru peste 80% dintre produse. De asemenea, Hornbach oferă clienților din mediul online și serviciul de Rezervare & Ridicare, aceștia având posibilitatea de a rezerva produsele online și de a le ridica din magazinele Hornbach în termen de cel puțin 4 ore de la emiterea comenzii.

###

Despre grupul Hornbach

Fondată în anul 1877, Hornbach este singura companie din domeniul construcțiilor și grădinăritului care se poate mândri cu o istorie de 6 generații. În acest moment, concernul deține 160 de magazine mixte de materiale de construcții și grădinărit și magazine online, în 9 țări din Europa (Germania, Austria, Olanda, Cehia, Luxemburg, Elveția, Suedia, Slovacia și România), dintre care 6 în România (București Berceni, București Militari, București Balotești, Brașov, Timișoara și Sibiu).

Conceptul comercial și gama de produse sunt orientate în întregime către sprijinirea proiectelor clienților. Hornbach le garantează acestora prețuri mereu mici, fiind lider de piață pe acest segment, iar consilierea oferită de specialiștii companiei direct la raft și serviciile puse la dispoziție în fiecare magazin sunt foarte apreciate.



Prin pionierat, cum ar fi deschiderea primului magazin mixt de materiale de construcții și produse de grădinărit (1968), a primului megastore (1980) și a primului magazin de materiale de construcții cu conceptul drive-in (2003), Hornbach își dovedește în permanență forța inovatoare. De decenii, Hornbach este considerat un angajator de top, în acest moment având aproximativ 21.000 de angajați care contribuie la succesul companiei.

###