**Raport: #fashionklika,**

**czyli co w polskiej modzie klikało się najchętniej w 2019 roku.**

**Zakupy w sieci to już dzisiaj codzienność. Łatwe, szybkie i wygodne - zostawiają sklepy offline w tyle. Wśród zakupowych kategorii, najchętniej wybieranych przez Polaków w 2019 roku, na piedestale znalazły się: odzież i akcesoria. Domodi.pl - platforma z modą online - sprawdziła, w jakie dokładnie rodzaje obuwia czy ubrań klikaliśmy w ciągu ostatnich 12 miesięcy.**

“Raport: #fashionklika.” został podzielony na 3 części: Moda. Ludzie. Zakupy. Przedstawia on dane zebrane przez domodi.pl w okresie od stycznia do grudnia 2019 roku. W tym czasie platformę odwiedzało średnio 6,7 mln użytkowników miesięcznie.

*To daje nam solidną dawkę wiedzy na temat preferencji zakupowych Polaków -* mówi Marta Kaleta-Domaradzka z Grupy Domodi. - *Na bieżąco analizujemy to, w co najchętniej klikają nasi użytkownicy oraz czego poszukują. Wszystko po to, aby jeszcze skuteczniej odpowiadać na ich potrzeby - właśnie za pomocą szczegółowych filtrów w wyszukiwarce czy tagów produktowych -* dodaje.

**Moda**

“Polska modą stoi” - o takie stwierdzenie można się pokusić analizując wyniki sprzedażowe z najpopularniejszych sklepów i platform z branży. Jakie produkty odzieżowe klikały się najchętniej w domodi.pl? Niezmiennie z podium nie schodzą sukienki, które o każdej porze roku są swoistym hitem sezonu. W dalszej kolejności, z perspektywy całego roku, Polacy interesowali się najczęściej płaszczami i kurtkami oraz swetrami. Ciekawie rozkładają się tendencje w kategorii: obuwie. Obuwie sportowe zdeklasowało swoich konkurentów, generując w ciągu roku 13 mln kliknięć. To zasługa tego, że interesowali się nim zarówno mężczyźni jak i kobiety. Dalej już prym wiodły same panie, dla których atrakcyjnymi były sandały, a także botki.

**Ludzie**

Wśród #fashionklikerów domodi.pl najaktywniejsze okazały się kobiety, które stanowiły aż 70% całego ruchu. Wśród 6 grup wiekowych, najwyższy procent zaangażowania wykazywały przedziały 25-34 oraz 34-44. Na w miarę równych poziomach pozostawały grupy: 18-24, 45-54 oraz 55-64, a 6% udział zanotowały osoby w wieku 65+. W pierwszej trójce miast najchętniej klikających w produkty odzieżowe znalazły się: na pierwszym miejscu Warszawa, drugi - Wrocław, trzecim - Kraków.

Jak zakupy online - to nieodłączny ich element - urządzenia mobilne. W 2019 roku aż 65% użytkowników domodi.pl przeglądało platformę właśnie za ich pomocą.

**Zakupy**

W mijającym roku Polacy potwierdzili, że są mistrzami smart shoppingu. W ciągu dwóch peaków zakupowych, przypadających po kolei na: Letnią wyprzedaż (czerwiec 2019) oraz Black Friday (listopad 2019) wygenerowali zawrotne, liczone w milionach, transakcje. Przed nami kolejny sprawdzian, w postaci Zimowych wyprzedaży.