**Jak robimy zakupy? Nowy raport ,,Efekt ROPO w segmentach polskiego e-commerce – 2015”**

**Prawie 70% konsumentów sprawdza i przeszukuje Sieć przed wizytą i zakupami w sklepie tradycyjnym, a 4 na 5 zakupów dokonywanych w sklepie tradycyjnym, jest inspirowanych informacjami i opiniami z Sieci. Jak dziś kupujemy? Prezentuje to najnowszy raport Opiniac.com zrealizowany m.in. we współpracy z Bluerank.**

Informacje dostępne w Internecie mają znaczący wpływ na decyzję zakupową zarówno w Sieci jak i w sklepie tradycyjnym. Blisko 70% konsumentów przeszukuje Internet, aby następnie udać się na zakupy w sklepie tradycyjnym po konkretny, już wytypowany produkt. Przed zakupami 91% użytkowników poszukiwało informacji o wycieczkach, a 82% na temat produktów z kategorii RTV/AGD.

To tylko niektóre z wyników zamieszczonych w raporcie z badania panelowego ROPO, zrealizowanego przez zespół Opiniac.com, pod patronatem Izby Gospodarki Elektronicznej e-commerce Polska. Oficjalnym partnerem zasięgowym badania był portal Onet.pl, który dostarczył próby referencyjnej w badaniu spoza segmentu e-commerce. Konsumentów pytano o doświadczenia kupujących zarówno on-line jak i off-line, ze szczególnym naciskiem na wpływ urządzeń mobilnych na zjawisko ROPO.

Specjalne podziękowania należą się partnerom, którzy reprezentują różne segmenty rynku e-commerce i dołączyli do badania: Decathlon, DOZ.pl, Leroy Merlin, Play, Rainbow Tours i Rossmann. Partnerzy w podziękowaniu otrzymali raporty indywidualne, z oceną ich segmentów na tle wyników rynku.

Raport ROPO zrealizowany przez opiniac.com jest całkowicie bezpłatny, do pobrania ze stron: opiniac.com, onet.pl i ecommercepolska.pl. Najciekawsze dane i wnioski z raportu ROPO zostaną zaprezentowane podczas 5 edycji E-commerce Trends CEE 2015.

Link do raportu: <http://opiniac.com/files/report/2015_opiniac.com_badanie_panelowe_ROPO.pdf>