

Gram.pl zajął drugie miejsce w rankingu najbardziej zaufanych sklepów internetowych w kategorii – „Świat komputerów i gier”. Wyniki badania przygotowanego przez Ceneo oraz Bankier.pl. zostały opublikowane w raporcie „Zaufanie jako podstawa w e-commerce”.

Celem raportu było wyłonienie sklepów internetowych cieszących się największym zaufaniem internautów. Biorąc pod uwagę, wysoką specjalizację gram.pl (wyłącznie gry oraz produkty z nimi związane) w stosunku do kategorii, do której został zakwalifikowany, a także krótszy czas funkcjonowania (niebawem będzie obchodzić piąte urodziny), drugie miejsce w tak prestiżowym rankingu to duże osiągnięcie. Warto także dodać, że analizując wszystkie oceny, gram.pl zajął szóste miejsce spośród wszystkich sklepów internetowych uwzględnionych w raporcie.

Zajęcie przez nas wysokiego, drugiego miejsca, mimo krótkiej historii sklepu z Ceneo, podkreśla skuteczność podejmowanych przez nas działań. Dzięki oparciu biznesu o sprawną logistykę właściciela sklepu gram.pl, firmy Action S.A., a także pasji do gier całego zespołu, wyróżniamy się, najwyższą jakością obsługi klienta. Jesteśmy najpopularniejszym polskim sklepem internetowym z grami. Mimo to, dokładamy wszelkich starań, aby relacje z klientami miały indywidualny charakter, podobny do tego, który znamy z małych, lokalnych sklepów. Potwierdza się też znaczenie ponad 100 punktów odbioru osobistego – w wielu opiniach, które pojawiają się na nasz temat widać, jak dużą wagę przywiązują do tej możliwości nasi konsumenci. –Wszystko to pokazuje, że gdyby rozdzielono hardware od softwaru w kategorii gry zajęlibyśmy pierwsze miejsce – mówi Wiktor Cegła, Dyrektor Zarządzający portalu społecznościowego oraz sklepu gram.pl.

Analizie zostały poddane zarówno sklepy internetowe jak i klienci, którzy z nich korzystają. Badanie sprzedawców było ukierunkowane na wskazanie barier rozwoju polskiego e-commerce i kroków, jakie podejmują, by zwiększyć zaufanie konsumentów do zakupów on-line. Natomiast w przypadku klientów nacisk położono na określenie stopnia świadomości bezpieczeństwa e-konsumentów oraz wpływu opinii innych użytkowników na decyzję o zakupie.

Badanie na podstawie, którego powstał raport podzielono na dwie części. W okresie od 15 do 19 września 2010 r. przeprowadzono na portalu Ceneo losowe ankiety internetowe (CAWI). Analizie poddano 332 kwestionariusze zebrane od klientów oraz 1743 od użytkowników serwisu. Rankingi uwzględnione w raporcie powstały na podstawie ankiet wypełnionych przez kupujących w sklepach internetowych będących jednocześnie klientami Ceneo. Analizie poddano 150 tys. kwestionariuszy wypełnionych przez kupujących w okresie od marca do sierpnia 2010. Ankiety wysyłane były tylko do tych użytkowników, którzy złożyli zamówienie w danym sklepie.

Gram.pl