

8 proc. konsumentów w Polsce korzysta z możliwości jakie dają zakupy grupowe, a 13 proc. ze zniżek znalezionych w Internecie na portalach społecznościowych takich jak Facebook - wynika z badania "Oszczędnościowy Barometr ING", sporządzonego na zlecenie ING Banku Śląskiego przez Millward Brown SMG/KRC.

W sieci powstają nowe serwisy z zakupami grupowymi, ale jak pokazują badania ING z takich serwisów tych póki co korzysta jedynie co 12 Polak. Największą popularnością wśród konsumentów cieszą się natomiast internetowe serwisy aukcyjne (typu Allegro.pl). Z takiej formy zakupów korzysta ponad 50 proc. konsumentów w Polsce.

Tylko trzecia osoba korzystająca z Facebooka deklaruje, że zdarza się jej dokonywać zakupów w sklepach internetowych za jego pośrednictwem. Prawdopodobnie już po wakacjach w Polsce dostępna będzie usługa Facebook Deals w ramach której usługodawcy będą mogli stworzyć cztery rodzaje ofert. Oprócz klasycznych zniżek, Deals oferuje promocje nagradzające tych użytkowników, którzy określoną liczbę razy zameldowali się w danym miejscu poprzez Facebook Places. Kolejna możliwość to promocja w formie zakupów grupowych określająca wymaganą liczbę osób, która musi jednocześnie skorzystać z oferty, aby była ona aktywna.

Media Forum