

NEONET, jedna z największych sieci sprzedaży RTV AGD w Polsce, podsumowała trendy sprzedażowe ostatnich miesięcy. Z danych firmy wynika, że największym hitem tej wiosny, notującym wzrosty sprzedaży nawet na poziomie 100% z miesiąca na miesiąc, są tablety. Tendencja ta dotyczy zarówno najtańszych wersji sprzętu, jak GOCLEVER TAB A73, który w NEONET dostępny jest już za 369 zł (cenowa odpowiedź na ofertę Biedronki), jak i zaawansowanych modeli z wyższej półki cenowej.

Eksperti NEONET oceniają, że wpływ na wzrosty sprzedaży mają: rosnąca aktywność promocyjna producentów, przesunięcie granicy dostępności cenowej, która uczyniła tablet sprzętem osiągalnym niemal dla każdego, a także generalny trend preferencji dla sprzętów mobilnych – zapewniających dostęp do komunikacji i rozrywki w każdym miejscu, bez kabla. W najbliższych tygodniach rynek czeka jeden z najintensywniejszych okresów sprzedażowych roku – zakupy prezentów komunijnych.

Polacy pokochali tablety

Tablety, czyli przenośne urządzenia multimedialne łączące funkcje komputera i telefonu, podbijają polski rynek. „Tablety idealnie wpisały się w jeden z najbardziej dynamicznych obecnie trendów konsumenckich: potrzebę posiadania maksymalnie prostego dostępu do szeroko rozumianej komunikacji w każdym momencie, w każdym miejscu. Polacy, głównie młodzi, pokochali je przede wszystkim za mobilność – dostęp do informacji czy rozrywki zawsze pod ręką, bez kabla. W ostatnim roku bardzo duże znaczenie dla wzrostu tego rynku miały dwie tendencje: z jednej strony – rosnąca aktywność reklamowa producentów, przede wszystkim tych „z wyższej półki” technologicznej, którzy kreują modę na tablety jako niezbędny gadżet. Z drugiej zaś – jednoczesne przesunięcie granicy dostępności cenowej sprzętu, który za sprawą promocji cenowych i wprowadzenia na rynek prostszych modeli, stał się osiągalny niemal dla każdego, w cenie nawet poniżej 400 złotych” – mówi Michał Poroszewski, specjalista ds. marketingu NEONET, jednej z największych sieci RTV AGD w Polsce, obejmującej także mniejsze miasta.

Hity sprzedażowe – które tablety cieszą się największą popularnością?

„W przypadku zakupu tabletów można rozróżnić dwie podstawowe grupy konsumentów: tych, którzy kupują najdroższe i najbardziej zaawansowane modele i tym samym wyznaczają trendy wśród innych oraz tych, którzy te trendy podpatrują i pragną mieć podobne urządzenie, jednocześnie nie wydając większej kwoty. Za tym zróżnicowaniem potrzeb podążała również segmentacja cenowa rynku – sprzedają się głównie najnowocześniejsze modele w przedziale cenowym 1500-2500 złotych albo modele w podstawowych wersjach, najbardziej dostępne cenowo – w przedziale już od około 300 do 500 złotych. Hitem ostatnich tygodni jest bez wątpienia model GOCLEVER TAB A73, który w naszej sieci dostępny jest za 369 zł (cenowa odpowiedź na ofertę Biedronki). Jednak klienci często wybierają także modele za ok. 2000 zł, bardziej zaawansowane, o lepszych parametrach i jakości wykonania” – mówi Michał Poroszewski, specjalista ds. marketingu NEONET.

Wśród najbardziej popularnych, w czołówce sprzedaży znajdują się m.in:

- GOCLEVER TAB A73 – w cenie 369 zł (cenowa odpowiedź NEONET na ofertę Biedronki)
- GOCLEVER TAB A103 – za 559 zł
- Lark FreeMe 70.1 – 249 zł

Zdaniem ekspertów NEONET, decydując się na zakup tabletu, warto sobie zadać pytanie, do czego tak naprawdę chcemy go używać. Jeśli potrzebny jest nam on głównie do grania w gry czy korzystania z portali społecznościowych, to każde urządzenie sprawdzi się dobrze w tej roli. Jeżeli jednak mamy zamiar używać bardziej rozbudowanych aplikacji, przeglądać materiały multimedialne w najwyższej jakości czy korzystać z dodatkowych akcesoriów, warto zainwestować i kupić model z wyższej półki. Kluczowa różnica, obok zakresu funkcji dodatkowych, leży w komforcie użytkowania, szybkości działania i jakości wyświetlanego obrazu. Istotny jest też rozmiar ekranu – zasadniczo tablety sprzedawane są w dwóch rozmiarach: 7 i 10 cali. Ze względu na wygodę użytkowania, lepiej zdecydować się na tablet o większej przekątnej ekranu. Jeżeli natomiast zależy nam na jak największej mobilności lub mamy zamiar używać go

jako nawigacji samochodowej, lepiej kupić mniejszy model.

Prezenty komunijne – producenci przygotowują się na jeden z intensywniejszych okresów roku

Jak co roku, w maju kilkaset tysięcy dzieci przystąpi do Pierwszych Komunii. Całe rodziny stają znowu przed pytaniem: co kupić ośmiolatkowi? Od kilku lat standardowe prezenty, jakimi były rowery i zegarki, wypiera elektronika: konsole do gier, komórki, laptopy, a nawet telewizory. Na prezenty komunijne w kategorii sprzętu RTV Polacy wydają coraz więcej pieniędzy – ceny najpopularniejszych kształtują się w przedziale od kilkuset do nawet kilku tysięcy złotych. Często na droższy sprzęt składa się cała rodzina.

„W zeszłym roku wśród sprzedażowych hitów znalazły się laptopy, smartfony i konsole. W tym roku podobnie - obserwujemy bardzo duży wzrost zainteresowania netbookami i smartfonami, ale na czoło prezentowej listy wysuwają się tablety. Jak co roku, w okresie komunii oczekujemy zwiększenia sprzedaży - spodziewamy się, że produkty popularne wśród dzieci będą w tym okresie sprzedawały się średnio o 20-30% lepiej. Niewątpliwym hitem sprzedaży w tym roku są tablety, które utrzymają zapewne 100% wzrost - konkurują one bardzo mocno z 10 calowymi netbookami i widać wyraźnie, że coraz częściej z nimi wygrywają. Producenci tabletów również zauważyli, że coraz częściej odbiorcami ich produktów stają się dzieci i młodzież i przygotowali specjalne oferty. Np. w modelu Lark FreeMe 70.1, który jest jednym z popularniejszych prezentów, dostajemy fabrycznie zainstalowane 1300 lektur szkolnych, co dodatkowo kusi rodziców” – mówi Michał Poroszewski, specjalista ds. marketingu NEONET.

Do czego używamy tabletów?

Na podstawie danych NEONET, jednej z największych sieci sklepów RTV AGD w Polsce, obejmującej także mniejsze miasta, można stwierdzić, że większość klientów kupujących tablety posiada już w domu komputery stacjonarne bądź laptopy. O kupnie tabletu decydują względy praktyczne, wygoda oraz sposób, w jaki konsumujemy treści w Internecie. Większość traktuje tablety jako źródło mobilnej rozrywki i używa ich do szybkiej komunikacji ze znajomymi czy surfowania w sieci bez względu na miejsce, w którym się znajdują. Dzięki swoim małym rozmiarom i niskiej wadze, urządzenia te bardzo dobrze sprawdzają się w podróży. Są również idealnym rozwiązaniem dla osób, które nie mogą się nigdzie ruszyć bez ulubionej lektury, a często rozmiar i waga bagażu nie pozwalają na zabranie ze sobą tradycyjnej książki. Niektóre urządzenia są również wyposażone w GPS – dzięki temu bardzo dobrze sprawdzają się jako nawigacja samochodowa bądź zastępując mapę podczas wycieczki po mieście. Osoby, które nie mogą przegapić ulubionego serialu czy meczu piłkarskiego, mają możliwość zakupu modeli wyposażonych w tuner telewizji cyfrowej Dvb-t.

Klienci, którzy decydują się na używanie tabletów do pracy, często decydują się na droższe, a co za tym idzie bardziej zaawansowane technologicznie i wydajniejsze modele, które pozwalają na pracę z wieloma aplikacjami jednocześnie. Dzięki dodatkowym akcesoriom, tj. klawiaturą możemy komfortowo pracować, odpisywać na maile czy przygotowywać dokumenty gdziekolwiek będziemy. Urządzenia bardzo dobrze sprawdzają się podczas pracy w terenie lub gdy musimy zaprezentować klientowi nasz produkt, a nie zawsze mamy miejsce na rozłożenie laptopa.

Kluczowa w przypadku tabletów jest personalizacja - możliwość instalowania dodatkowych aplikacji zapewnia dostęp do stale rosnącej liczby funkcji, służących do niezliczonej liczby zastosowań biznesowych, naukowych i rozrywkowych. Zasadniczo nie ma modeli adresowanych typowo dla dorosłych, dzieci, głównie do pracy lub rozrywki. „Podobnie jak w przypadku telefonów czy komputerów, to od nas zależy, co znajdzie się w tablecie. Biznesmen skorzysta z aplikacji z notowaniami giełdowymi, sportowiec z aplikacji pokazujących ilość przejechanych kilometrów i spalonych kalorii, a dzieci z całej masy gier i programów interaktywnych służących zabawie i nauce” – mówi Michał Poroszewski, specjalista ds. marketingu NEONET.

NEONET