



Analiză 2Performant: dublarea comerțului online în luna aprilie și creșteri semnificative pe toată perioada stării de urgență

- **Aprilie: numărul și valoarea vânzărilor realizate de magazinele online prin platforma de marketing afiliat 2Performant a crescut cu peste 100% față de aprilie 2019**
- **10,5 milioane de euro (TVA inclus) vânzări pentru magazinele online generate prin intermediul 2Performant**
- **Joi, 23 aprilie, a fost ziua cu top vânzări din perioada stării de urgență (279.293 euro), înregistrată în platforma 2Performant**
- **2Performant a adus peste 10 milioane de clickuri în magazinele online clienți ai platformei, adică o creștere de +33,3% față de aceeași perioadă a anului trecut**

Compania 2Performant, unul dintre principalii jucători de pe piața companiilor de tehnologie de la noi, observă **creșteri semnificative în ceea ce privește comerțul online pe perioada stării de urgență**. O analiză a comportamentului de consum înregistrat în cadrul platformei de marketing afiliat 2Performant arată creșteri importante pe anumite categorii de produse, dar și ce obiceiuri de cumpărături online au dezvoltat românii. **Comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, valoarea tranzacțiilor realizate prin platforma 2Performant a crescut cu 78,4% situându-se la aproape 10,5 milioane de euro TVA inclus. Din această sumă, peste 6,2 milioane de euro s-au realizat din tranzacții de pe mobil, o creștere de 98,8% față de anul trecut.**

Cele mai mari creșteri în perioada 16 martie – 14 mai din cadrul platformei de marketing afiliat a 2Performant au fost înregistrate pe domeniile: beauty, cumpărături din hypermarket și magazine alimentare, articole pentru copii, produse pentru animale de companie, articole pentru casă și grădină. Pentru unele dintre aceste categorii vânzările în perioada stării de urgență aproape că s-au triplat, generând venituri considerabile atât pentru comercianți, cât și pentru afiliați. Așa se face că în perioada analizată, afiliații înscriși în platforma 2Performant au înregistrat împreună venituri de peste 10.000 euro/zi în medie, valoarea totală a comisioanelor în luna aprilie fiind de peste 345.000 euro.

Ziua cu top vânzări din perioada stării de urgență, înregistrată în platforma 2Performant, a fost joi, 23 aprilie, Ziua Internațională a Cărții, cu vânzări totale în valoare de 279.293 euro. Românii au preferat așadar să cumpere online produse de îngrijire, pentru casă și grădină, articole pentru copii și animalele de companie, dar și cărți sau produse electronice și IT&C.

Segmentul Beauty a înregistrat în perioada analizată o creștere de +309,5% și vânzări în cadrul platformei de marketing afiliat 2Performant de 1.135.379 euro. Această categorie a fost în continuă creștere în



perioada stării de urgență, înregistrând zile cu creștere și de peste 1.200% în comparație cu aceeași perioadă a anului trecut. Cea mai bună zi de vânzări pentru categoria Beauty a fost luni, 22 aprilie 2020.

O categorie aparte o reprezintă cea a articolelor de modă: după ce în a doua jumătate a lui martie 2020, segmentul Fashion din platforma 2Performant a înregistrat o scădere de 29% în comparație cu aceeași perioadă a anului trecut, per total în starea de urgență a avut o creștere de +41.8%, cu vânzări de 2.232.916 euro.

Iată care sunt **creșterile și pe alte tipuri de categorii**:

- Produsele pentru copii – creșterile au fost de +265.9%, cu vânzări de 1.410.864 euro
- Articolele pentru animale de companie – creșteri de +151.5% și vânzări de 260.372 euro
- Categoria produselor pentru casă și grădină – creșteri de +88.5%, cu vânzări de 1.050.413 euro
- Produsele electronice IT&C – creștere de +38.5%, cu vânzări de 1.600.074 euro
- Categoria cărți, filme și muzică – creștere de +22.4%, cu vânzări de 1.313.284 euro

La polul opus, industria auto (Automotive) a înregistrat o scădere semnificativă de -57,6%, față de perioade similare din anii trecuți, cu vânzări de 109.599 euro, dat fiind că accesoriile auto nu au fost o prioritate pentru șoferi în aceste luni.

„Prin schimbarea comportamentelor de cumpărare în perioada pandemiei, creșterea eCommerce-ului în România a fost puternic accelerată. Cu alte cuvinte, viitorul eCommerce-ului a venit mai rapid, în 2020, iar 2Performant a arătat că este pregătit să îl întâmpine. Pentru noi a fost o perioadă intensă, asemănătoare lui Black Friday, care nu ar fi fost posibilă fără importante investiții în soluții tehnologice pe care le-am făcut în anii trecuți. Această evoluție a atras și o creștere a interesului pentru marketingul afiliat, atât din partea advertiserilor, cât și a afiliaților. Față de aceeași perioadă a anului trecut am primit cu peste 30% mai multe cereri de înscriere în platformă din partea magazinelor online și am înregistrat o creștere cu peste 12 procente a partenerilor afiliați care au generat comisioane. Totodată, pentru fiecare euro investit în marketingul afiliat, clienții 2Performant au avut vânzări în valoare de 14,7 euro, ceea ce este probabil cel mai bun randament pe care un magazin online îl poate obține prin promovare.”, spune **Dorin Boerescu, CEO 2Performant**.

Comportamente în e-commerce în perioada stării de urgență

Analiza realizată de echipa 2Performant în cadrul comunității sale de marketing afiliat a arătat și care au fost **trendurile în ceea ce privește cumpărăturile online**. Cu alte cuvinte, cum au preferat românii să cumpere online? Dacă **ziua de luni s-a dovedit a fi ziua cu cei mai mulți vizitatori pentru magazinele online locale**, atât de pe mobil cât și de pe desktop, în ceea ce privește intervalele orare românii au preferat să facă **cumpărături de pe mobil seara (21:00 – 22:00) și de pe desktop noaptea (23:00 – 00:00)**. **51,2% din vizitatori au luat decizia de a face o achiziție în mai puțin de o oră** (click pe ultima reclamă).

*Analiza a fost realizată în cadrul platformei 2Performant pe perioada 16 martie – 14 mai și comparată cu intervale din anii precedenți.

