



Sajtóközlemény

Fordulatokkal teli Black Friday hetek: a technológiai és informatikai szektor alkuvadász ünnepe idén a megszokottól eltérően zárult.

Budapest, 2021. 12. 13.

Sztupár Andrea
managing director
T: +36 1 452 3060
andrea.sztupar@gfk.com

Budapest, 2021. december 13. – Az ellátási lánc ingadozása és a chiphiány hatásai nagyban befolyásolták az idei vásárlási láz alakulását. Mit jelent ez a kiskereskedők és gyártók számára? Nem más, mint hogy 2021-ben a november végi hetekben rejlő értékesítési potenciál erősen korlátozott volt a termékek elérhetősége és a magasabb árszintek miatt.

A kialakult helyzet kapcsán a vásárlók gyakran a megszokottól eltérő döntéseket hoztak, könnyebben váltottak más márkára, amennyiben a kívánt márkából a termék nem volt elérhető. Az ellátási problémákkal kevésbé érintett gyártóknak így lehetőségük volt új vevőket elérni, meggyőzni őket termékeik értékeiről és ily módon megtartani őket. Annyi bizonyos, hogy a rendelkezésre álló készletek szűkössége miatt, aki biztosra akart menni, az már a Fekete Péntek „hetei” alatt megrendelte a kívánt műszaki terméket.

Nemzetközi szinten látszik, hogy a 2021-es Black Friday időszak ezen termékkörök esetében nem tudta tartani a 2020-ban elért szintet. Az alábbi diagramon négy meghatározó ország dinamikáját láthatjuk. Németország, Nagy Britannia, Olaszország és Spanyolország együttesen az akciós időszakban 7 százalékkal kisebb forgalmat bonyolított, mint egy évvel ezelőtt.

GfK Hungaria
Wesselényi u. 16.
1077 Budapest
Magyarország

T +36 1 452 3060

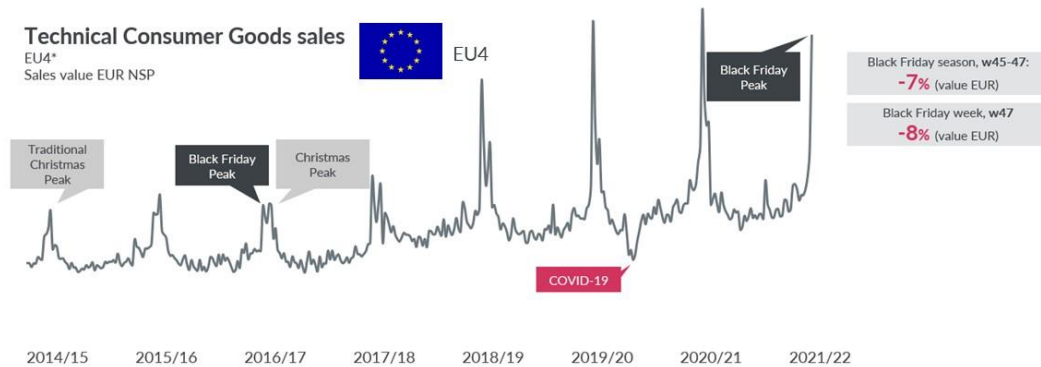
Management
Andrea Sztupár

Az erős 2020-as Black Friday időszakkal 2021 nem tudott lépést tartani

“Szezonális ajánlatok arra készítettek, hogy többet vásárolják online.

88% ↑

Globálisan egyetértők aránya



SForrás: GfK Consumer Life 2019, GfK Market Intelligence: Sales Tracking; due to panel extensions; no full comparability of 2021 vs 2018 and before.
*EU4: Germany, Great Britain, Italy, Spain; France excluded as Black Friday is postponed to week 49 2020

© GfK

Hogyan is fejlődött az műszaki elektronikai piac hazánkban? Október végéig a tavalyi év azonos időszakához képest (január-október) a magyar piac az eladásokat tekintve stagnált, de az emelkedő árak miatt 11,5 százalékos forgalomnövekedést realizált. Kizárólag az online piacot vizsgálva, - ahonnan a Black Friday is elindult-, némileg más képet látunk: az online térben az értékesített mennyiség 6 százalékkal, az érték pedig 20 százalékkal volt magasabb.

A novemberi akciós időszakban a vásárlók már többnyire a karácsonyi ajándékokat vásárolják meg, ezért az ekkor legnépszerűbb kategóriákat vizsgáljuk most meg részletesebben. A műszaki elektronikai termékek közül a háztartási kisgépeket, a szórakoztató elektronikai-, telekommunikációs eszközöket, notebookokat és játékkonzolokat keresik a legtöbben.

A **Háztartási kisgépek** éves forgalmának 25-30 százalékát adja az év végi időszak, és online értékesítések szempontjából pedig a november a legmeghatározóbb. Az idei évben november elején az eladások az igazi Black Friday hétre/hetekre közel a tavalyi szinten zártak: -1százalékkal, az online értékesítés pedig stagnált. Értékben viszont a magasabb áraknak köszönhetően nőni tudott a piac, így a forgalom 14 százalékos növekedéssel zárt.

Másik jelentős kategória ebben az időszakban a **szórakoztató elektronika**, melynek egyik meghatározó termékköre a játékkonzol. A játékkonzol ebben az időszakban idén erőteljesen csökkent, volumen alapon 49 százalékkal, értékben pedig 37 százalékkal. Ez a visszaesés annak is köszönhető, hogy az elmúlt évben az első lezárás alatt nagyon sokan vettek új konzolt, ennek következtében idén a kereslet csökkent.

Televíziók esetében valamivel jobb a helyzet, ott a BF hetek alatt a volumen 25 százalékkal, az érték pedig 6 százalékkal esett vissza. Ez a negatív teljesítés azzal is magyarázható, hogy ebben az évben volt futball esemény és Olimpia is, ami előrehozott vásárlásokat eredményezett. Amennyiben csak az online csatornában vizsgáljuk a tv-eladások visszaesését, akkor annak mértéke viszont nagyobb (-37% volumen alapon és -20% forgalom szerint).

Az utolsó nagyobb blokk a **Telefonok és a Notebookok** értékesítésének változása. Míg az elsónél ugyancsak kétszámjegyű visszaesést látunk, addig a notebookoknál 1 százalékkal nőtt az értékesítés egy 10 százalékos értékbeni növekedés mellett, sőt online térben jelentős, 15 százalékos növekedést mértünk 24 százalékos értékbeni növekedéssel a Black Friday hetek alatt.



Hogy melyek voltak a legnépszerűbb termékek az igazi Black Friday hetében, azt a következő diagram szemlélteti. Jól látszik, hogy a termékkörök szinte azonos sorrendben vannak, bár az értékesített mennyiség minden kategóriában csökkent 2020-hoz képest, kivéve a porszívóknál, köszönhetően az álló- és robotporszívóknak.

Top termékek a műszaki elektronikai készülékek között (BF hetén)



BLACK FRIDAY 2020 48. hét

1. Mobil/okostelefonok
2. Fej-Fülhallgatók
3. Flat TV
4. Porszívók
5. Viselhető okos eszközök
6. Konyhai robotgépek
7. Kávéfőzők
8. Borotvák
9. Elektromos fogkefék
10. Vízfórallók

13-Dec-21

BLACK FRIDAY 2021 47. hét

1. Mobil/okostelefonok
2. Fej-Fülhallgatók
3. Flat TV
4. Porszívók
5. Viselhető okos eszközök
6. Kávéfőzők
7. Konyhai robotgépek
8. Elektromos fogkefék
9. Borotvák
10. Vízfórallók

© GfK 18

GfK. Growth from Knowledge.

A több, mint 85 éves múlttal rendelkező GfK világszerte tech-alapú adatszolgáltatásaival segíti ügyfeleit üzleti kérdéseik megoldásában. A mesterséges intelligenciát felhasználva képes ügyfelei számára megbízható ajánlásokat adni döntéseikhez, legyen szó a marketing és értékesítés hatékonyságát tükröző fogyasztói elégedettségekről, piacokról, márkákról vagy akár a médiáról.

A GfK ígérete ezért: „Growth from knowledge” vagyis „Tudás alapú növekedés”.

További információért, kérjük látogasson el: www.gfk.com honlapra, vagy kövessen minket a Twitteren: <https://twitter.com/GfK>