



Idén is keresik az Év Internetes Kereskedőjét

Online vásárlás: A netes pizzarendeléssel kezdődött, az úrutazásnál tart...

Budapest, 2017. április 7. - Idén tizenegyedik alkalommal rendezik meg az [Év Internetes Kereskedője Díj](#) (röviden: „Évker”) versenyt, amely a legjobb magyar online kereskedőket díjazza, részben a vásárlóközönség, részben szakértő zsűri döntése alapján. A Díj legfőbb célja a hazai internetes kereskedelem népszerűsítése, az online vásárlás iránti bizalom építése. A versenyben minden olyan magyarországi bejegyzésű vállalkozás részt vehet, amely online kiskereskedelmi tevékenységet folytat. A közönség április 30-ig szavazhat kedvenc kereskedőire, a szavazók között értékes nyereményeket is kisorsolnak.

Ha online vásárolunk, azt ma már körültekintően, kellő információk birtokában tehetjük. Néhány kattintás és kiderül, hogy a szakértők vagy a vásárlók melyik pelenkaárust, borkereskedőt, netán pipaforgalmazót tartják a legtöbbre, milyen tapasztalatok és vélemények vannak árusról és árujáról. Kellenek az ilyen fogódzók, nem véletlen, hogy egyre nagyobb népszerűségnek örvend az [Év Internetes Kereskedője Díj](#) (röviden: „Évker”), amely a jelenlegi és a leendő online vásárlók számára is megbízható támpontot nyújt a hazai webshopok szolgáltatásai közötti eligazodáshoz.

A szakmai verseny – amely már tinédzser korba lépett – folyamatosan fejlődik. Míg 2016-ig csupán KKV és Nagyvállalati kategóriában lehetett nevezni és győzni, idén már azok a webshopok is elismerést kaphatnak, amelyek egy-egy részterületen nyújtanak kimagasló teljesítményt. Így „a legjobb online kampányért”, „a legjobb vásárlói élményért”, is díjat lehet szerezni mind a KKV, mind a nagyvállalati kategóriában, de „a leginnovatívabb kereskedőt” és „a többszatsornás értékesítés legjobbját” is jutalmazza a szervezők ([E-Commerce Hungary](#), [IVSZ](#), [eNET](#), [Testbirds](#), [Next Wave Europe](#), GoodID). A díj főtámogatója a Mastercard.

Az „Évker” díj fejlődése elválaszthatatlan magának az internetes kereskedelemnek a látványos bővülésétől. Alig húsz éve még lelkesen csodálkoztunk rá arra az amerikai hírré, hogy az interneten már pizzát is lehet rendelni, ma már azon lepődnénk meg, ha valaki olyasmit mondana, amit nem árulnak a neten. Ha netán úrutazásra szeretnénk befizetni, azt is lehet, s az se baj, hogy ezt speciál nem Magyarországon: az online kereskedelem nem ismer határokat, és a magyar internetezők 35 százaléka a külföldi online áruházakat is felkeresi.¹

A Mastercard legfrissebb e-kereskedelmi kutatása² szerint a magyarok egyelőre nem úrutazást, hanem főként ruházati cikkeket és kiegészítőket vásárolnak online (41%), ezt követik a különböző belépőjegyek (35%), a szállásfoglalások és az elektronikai eszközök (34-34%). Arra a kérdésre, hogy miért választják a bevásárlás virtuális módját, a válaszadók elsősorban a kényelmet emelték ki (55%),

¹ Forrás: eNET e-kereskedelem lakossági kutatás 2016

² A kutatást a Mastercard megbízásából az Ipsos Research készítette 2016 szeptemberében, 1000 fős mintán, online felméréssel. A kutatás reprezentatív a 18-65 év közötti, bankhasználó, az elmúlt három hónapban online is vásárló magyar lakosságra nézve nem, kor és régió alapján.

de fontos szempontként értékelték a házhozszállítás lehetőségét is (45%). A harmadik leggyakrabban említett indok az volt, hogy így nem kell a tömeg és a sorállás miatt bosszankodni.

Az internetes kereskedők fejlődésének legfőbb mozgatórugója a vásárlói igény, amely nem egyszer elébe szalad annak, mint amit a webshopok kínálnak. Az [eNET](#) internetkutató cég felmérése szerint például a bankkártyás fizetést a vásárlók 46 százaléka preferálná online vásárlásai során, míg a netes áruházaknak csak 33%-a biztosítja ezt³. Arra a kutatói kérdésre, hogy mit várnak a jövőtől, a webáruházak is első helyre helyezték azt, hogy az online megrendelések kifizetése egyre inkább elektronikusan fog történni, a mobil fizetésekkel kapcsolatos várakozást is sokan beikszelték, s ezzel párhuzamosan a túlnyomó többség a készpénz és az utánvét erőteljes visszaszorulását jósolja.

Ma már az internetes kereskedelem a legváltozatosabb eszközökön zajlik, hiszen nem csupán számítógépen vásárolunk, egyre többször mobilokon adjuk le a megrendelésünket. 2016 közepére – ugyancsak az [eNET](#) szerint - a vásárlásoknak több, mint harmada már Magyarországon is mobilon vagy táblagépeken történt, és a friss adatok azt mutatják, hogy a mobil eszközök előretörése megállíthatatlan.

„Az online vásárlás térnyerése évről évre töretlen. Ezt a folyamatot támogatja a digitális megoldások megjelenése: ma már a mobilunkon keresztül is gyorsan és egyszerűen vásárolhatunk online, a fizetéshez a telefonszámunk megadása is elegendő lehet, ha például a Mastercard megoldást használjuk” – mondta Eölyüs Endre, a Mastercard Magyarországért és Szlovéniáért felelős igazgatója. „Jó kezdeményezésnek tartjuk az Évker versenyt és idén is szívesen álltunk a program mellé, hiszen fontosnak tartjuk, hogy a vásárlók ismerjék a kereskedőket és bízzanak bennük. Az e-kereskedők számára pedig az az egyik legjobb visszajelzés, hogy a közönségzavazás résztvevői valamint a zsűri tagjai elismerik mindazon fáradozásukat, amelyet a minőségi szolgáltatások elkötelezettjeként vásárlóikért tesznek.”

Az idei „[Évker](#)” díjra pályázók első szűrése, a kétszer 21-es mezőny kiválasztása a vásárlók kezében van. Az [Év Internetes Kereskedője díj](#) közönségzavazása április 3-án kezdődött és a hó végéig tart. Látványos a közönségzavazásban részt vevők számának növekedése is, míg például 2005-ben mindössze 6934-en akartak beleszólni a döntésbe, tavaly már 23.774 érvényes szavazatot adtak le. A végső döntést elősegítő vásárlók jutalma nem csupán az, hogy a díjért – és a vásárlók kegyeiért – versengő webshopok egyre jobb szolgáltatásokat nyújtanak a számukra, hanem (némi szerencsével) értékes ajándékokat is nyerhetnek a május elsejei sorsoláson. A nyereményjáték szabályzata - csakúgy, mint az [Év Internetes Kereskedője Díjjal](#) kapcsolatos minden tudnivaló a <http://evker.hu> oldalon olvasható.

A tavalyi – jubileumi – versenyben a [Lumenet.hu](#) és a [JatekNet.hu](#) lett az Év Internetes Kereskedője. A 2016. februárban a [Vilagitas.eu](#)-ból alakult Lumenet prémium világítástechnikai webáruház ismertségének megalapozásában óriási mérföldkő volt az új márkanév bevezetése után néhány hónappal elnyerni az Év Internetes Kereskedője Díjat, ami hozzájárult ahhoz, hogy a Lumenet utóbbi hónapokban megduplázza előző év azonos időszakához mért forgalmát. A Játéknet tulajdonosai - a Modell és Hobby Kft.-vel megkötött üzlet keretében – azóta értékesítették legfőbb árucikküket, magát a boltot, a tranzakció még javában zajlik.

³ Forrás: eNET e-kereskedelem lakossági kutatás 2016

Információ a szerkesztőknek:

Az Év Internetes Kereskedője Díjról

Az Év Internetes Kereskedője Díj verseny (www.evker.hu) az Ecommerce Hungary (korábban SzEk.org), az eNET, a Next Wave Europe és az IVSZ szervezésében idén tizenegyedik alkalommal indult útjára. A Díj legfőbb célja a hazai internetes kereskedelem népszerűsítése, az online vásárlás iránti bizalom építése. Az elmúlt tíz évben számos olyan példát láttunk, hogy magyar webáruházak az Év Internetes Kereskedője cím elnyerésével váltak sikeressé, keresetté, és – sok egyéb mellett - épp az így elért népszerűség segítette hozzá a régi tulajdonosokat ahhoz, hogy a szolgáltatásaik, termékeik után magát a céget is áruba bocsássák. A nagyobbik kategória 2008-as győztesének, a Netpincérnek a kezét 2014-ben kérte meg a Foodpanda, míg a tavalyi győztes JátékNet már a győzelem évében el tudta indítani a cégeladást. De sikeres szereplése után új gazdához került néhány más korábbi győztes is, például a Bookline, vagy a Vatera.

Az Ecommerce Hungary-ról

Az Ecommerce Hungary - Szövetség az Elektronikus Kereskedelemért Közhasznú Egyesület **tagjai** vállalkozások, intézmények, szervezetek és magánszemélyek, amelyek **tevékenysége az e-kereskedelemhez kapcsolódik**, így valamilyen okból **fontos számukra az elektronikus kereskedelem fejlődése**. Az Egyesület olyan szakmai tevékenységeket folytat, amely elsősorban a hazai e-kereskedelmi piac fejlődését, jogszerű működését és a működési feltételek javítását szolgálják.

A Mastercardról

Mastercard (NYSE: MA), az egyik globális piacvezető fizetési és technológiai vállalat, mely jelenleg a világ leggyorsabb feldolgozó hálózatát üzemelteti, összekötve fogyasztókat, pénzügyeket, kereskedőket, kormányokat és üzleti vállalkozásokat több mint 210 országban világszerte. A Mastercard termékei és üzleti megoldásai könnyebbé, kényelmesebbé és biztonságosabbá teszik a mindennapi kereskedelmet, a vásárlást, az utazást, az üzleti tevékenységet, valamint a pénzügyek intézését. További információ: www.mastercard.com. Kövessen minket a Twitteren: @mastercardnews, @mastercardhu.