

Decathlon és Háda webshop az Év Internetes Kereskedője 2017-ben

Budapest, 2017. június 7.

Az [Ecommerce Hungary](#) (korábban SzEK.org), az [eNET](#) és az [IVSZ](#) szervezésében idén 11. alkalommal adták át az Év Internetes Kereskedője 2017 Díjat. A kis- és közepes vállalati kategória nyertese a [Háda webshop](#) Második helyezett lett a [Petissimo](#), harmadik pedig az [Okosjáték](#). A nagyvállalati kategóriában az innovatív [Decathlon](#) bizonyult a legjobbnak, a második díjat a [Media Markt](#) vitte el, míg a dobogó harmadik fokán a [G'Roby](#) végzett. A dobogós helyezettek kettő kivételével 100% magyar tulajdonú vállalkozások.

Idén először a két fődíj mellett kategóriadíjakat is átadtak a szervezők és a kategóriadíj jelölői a [Next Wave Europe Kft.](#), [Testbirds Kft.](#), [GoodID](#) és az [eNET Kft.](#). Nagyvállalati kategóriában a Legjobb omnichannel kereskedő díjat a [G'Roby](#) webáruház, a Legjobb felhasználói élmény díjat a [JátékNet.hu](#), a Leginnovatívabb kereskedő díjat a [Decathlon](#), a Legjobb online kampány díjat pedig a [Bónusz Brigád](#) vihette haza. Kis- és középvállalati kategóriában a Legjobb omnichannel kereskedő díjat és a Legjobb felhasználói élmény díjat is az [Okosjáték](#) webáruház vihette haza, a Leginnovatívabb kereskedő kategóriadíjat pedig a [Kockashop](#) vehette át.

Közel 400 kis-, közép- és nagyvállalat szerepelt a jelöltek között. A nyertesek kiválasztásában a vásárlók, UX szakemberek és szakmai zsűri is közreműködött. 2017-ban rekordszámú közönségsvavazat érkezett, **41.039-en érezték fontosnak** a tavalyi 23.774-hez képest, hogy beszavazzák kedvenceiket a második fordulóra. Az Év Internetes Kereskedője Díj versenyben, amelynek legfőbb célja a hazai internetes kereskedelem népszerűsítése és az online vásárlás iránti bizalom kiépítése, minden olyan magyarországi bejegyzésű vállalkozás részt vehetett, amely online kiskereskedelmi tevékenységet folytat.

A kiválasztás paraméterei

A közönség által első fordulóban beszavazott 21-21 webshopot a második fordulóban a Testbirds felhasználói élmény kutatása során egy összetett szempontrendszer alapján 15-15 véletlenszerűen kiválasztott felhasználó vizsgált. A vizsgálat kitért a használhatóságra és a felhasználók élményére mind asztali környezetben, mind mobil felületen. A felhasználói élmény kutatásban 315 kérdőív eredménye döntött és eredményezte azt a TOP 11-11-es webáruház listát, amiből a 21 tagú szakmai zsűri aztán döntött.

„A felhasználói visszajelzésekből kitűnik, hogy a vásárlók számára hiába jó a kínálat és az ár, hiába egyre jobb a felhasználói élmény, letisztultabb a weboldal asztali gép

környezetben, ha mobilon nem nyújt hasonló élményt, akkor visszafordulnak a felhasználók”- mondta el Lichter Tamás a Testbirds ügyvezetője.

Az Év Internetes Kereskedője 2017 díj főtámogatója a Mastercard. Eölyüs Endre, a fizetéstechnológiai vállalat Magyarországért és Szlovéniáért felelős igazgatója a programhoz kapcsolódóan elmondta:

„A fogyasztói szokások és a vásárlók webshopokkal kapcsolatos igényei folyamatosan változnak. Korábban arra használtuk az internetet, hogy megnézzük, melyik termék hol olcsóbb, aztán a boltban vásároltuk meg. Később már a termék kiválasztása és megrendelése, és egyre inkább a fizetés is átkerült az online térbe. Ahogy megnőtt a mobil szerepe az életünkben, úgy a vásárlás is egyre inkább az okostelefonon zajlik, és azt látjuk, hogy egyre több tranzakció fut végig teljes egészében mobilon. A Mastercard szerint az idei év a mobilfizetés éve hazánkban, a fizetésnél egyre gyakrabban használjuk a mobilt mind a boltokban, mind az online térben. A vízióink pedig az, hogy itthon is legyen olyan mobilalkalmazás, aminek segítségével a bolti és a netes tranzakciókat is végre lehet hajtani, azaz egyaránt lehet fizetni ugyanazzal az alkalmazással a bolti pénztáraknál és a webshopokban.”

A harmadik fordulóban a nyertesek kiválasztásakor a zsűri számos különböző szakmai szempontot vett figyelembe. Számított az internetes áruházak üzleti modellje, felhasználóbarátsága, grafikai megjelenése, sőt még azt is tanulmányozták, hogy a nevezők milyen értékesítést ösztönző eszközöket használnak és milyen vásárlói útvonalak vezetnek a termékek kiválasztásától a fizetési tranzakciókig.

A díjról további információ itt található: <http://www.evker.hu>

Interjú készítés vagy kérdés esetén kereshető: Kis Bernadette, Ecommerce Hungary alelnök, +36209179539, kis.bernadette@szek.org

Ecommerce Hungary - a szervező

Ecommerce Hungary (korábban SzEK.org), tagjai vállalkozások, intézmények, szervezetek és magánszemélyek, akik tevékenysége az e-kereskedelemhez kapcsolódik, így valamilyen okból fontos számukra az elektronikus kereskedelem fejlődése. A SzEK.org olyan szakmai tevékenységeket folytat, amelyek elsősorban a hazai e-kereskedelmi piac fejlődését, jogszerű működését és a működési feltételek javulását szolgálják.

A Mastercardról:

Mastercard (NYSE: MA), az egyik globális piacvezető fizetési és technológiai vállalat, mely jelenleg a világ leggyorsabb feldolgozó hálózatát üzemelteti, összekötve fogyasztókat, pénzügyintézeteket, 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.