



Kỳ vọng của
người mua sắm

UPS Pulse of the Online Shopper™

Nghiên cứu tại thị trường châu Á

Nghiên cứu toàn cầu Pulse of the Online Shopper™ của UPS đánh giá thói quen và sở thích mua sắm của người tiêu dùng xuyên suốt quá trình từ trước khi mua hàng đến sau khi nhận được hàng. Đồ họa thông tin (infographic) này nêu bật những thông tin chi tiết trong ấn bản châu Á về nghiên cứu được thực hiện trong quý 3 năm 2017. Được UPS ủy quyền và thực hiện bởi comScore, nghiên cứu này đã khảo sát hơn 3.200 người mua sắm online ở Trung Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản với ít nhất 2 lần mua sắm online trong khoảng thời gian 3 tháng.



Nghiên cứu Pulse of the Online Shopper năm 2018 của UPS tại thị trường Châu Á

Để thành công trong thị trường bán lẻ năng động ngày nay, các doanh nghiệp buộc phải hiểu được kỳ vọng của người tiêu dùng, hành vi mua sắm và sở thích kênh mua sắm ở mọi giai đoạn trên hành trình tiêu dùng. Nghiên cứu cho thấy sự tiện lợi thường giúp thúc đẩy việc đưa ra quyết định nhanh chóng, trong khi thông tin phù hợp và minh bạch sẽ giúp hoàn thành việc mua sắm.

1 Động lực tìm kiếm và mua hàng



Các yếu tố hàng đầu khi tìm kiếm và lựa chọn sản phẩm online

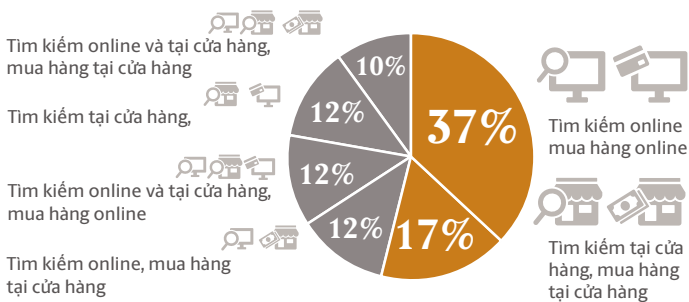


- 63% Giá sản phẩm
- 58% Cước phí vận chuyển
- 56% Lựa chọn sản phẩm

Phương thức mua hàng

46% Mạng lưới đa kênh

54% Mạng lưới đơn kênh



3 Thấu hiểu mong muốn nhận hàng

71% quan tâm đến việc chuyển gói hàng đến địa chỉ giao hàng thay thế với thời gian dài hơn để giảm chi phí



Khi mua hàng từ các nhà bán lẻ trong nước

15% sẵn sàng chờ 5 ngày hoặc lâu hơn khi phải trả cước phí vận chuyển



24% sẵn sàng chờ 5 ngày hoặc lâu hơn khi được miễn cước phí vận chuyển

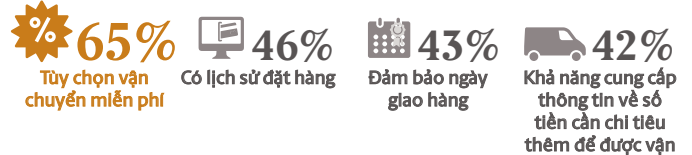
58% số lần trung bình người mua sắm online sử dụng ưu đãi vận chuyển miễn phí cho đơn hàng của họ



Nghiên cứu được thực hiện bởi comScore trong quý 3 năm 2017 đã khảo sát hơn 3.200 người mua sắm online ở Trung Quốc, Hồng Kông và Nhật Bản với ít nhất 2 lần mua sắm trong khoảng thời gian 3 tháng.

2 Kỳ vọng khi thanh toán

Các yếu tố hàng đầu khi thực hiện thanh toán online



36% bỏ giỏ hàng của mình do phí vận chuyển khiến tổng chi phí vượt quá dự tính



47% quyết định không mua hàng do thời gian giao hàng ước lượng lâu hoặc không có ngày giao hàng cụ thể



Những hành động hay được thực hiện để đủ điều kiện vận chuyển miễn phí



- 46% thêm hàng vào giỏ để đủ điều kiện vận chuyển miễn phí
- 25% Chọn mua sắm trực tiếp tại cửa hàng của nhà bán lẻ
- 25% Tham gia chương trình dành cho khách hàng thân thiết
- 25% Trì hoãn mua hàng để đợi ưu đãi vận chuyển miễn phí

4 Chính sách trả hàng phù hợp

42% Miễn phí vận chuyển hàng trả lại

22% Chính sách trả hàng "không cần lý do" dễ dàng

22% Tự động hoàn tiền vào thẻ ghi nợ hoặc thẻ tín dụng ngay khi nhà bán lẻ đã nhận lại hàng trả



2 trong 3 người mua sắm online đánh giá việc trả hàng miễn phí là một yếu tố quan trọng khi lựa chọn một nhà bán lẻ online

55% người mua sắm online xem xét chính sách trả hàng trước khi thực hiện mua hàng



37% đã trả lại hàng mua online trong năm ngoái



Để tải xuống nghiên cứu 2018 UPS Pulse of the Online Shopper, hãy truy cập dịch vụ bán lẻ của chúng tôi tại trang web ups.com