



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Kaposvári Campus
Agrár-és Élelmiszergazdasági Intézet
Kereskedelem és marketing alapképzési szak**

Az About You megítélése a Z-generáció körében

Belső konzulens: Pintér Attila
Mestertanár

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** Agrár-és
Élelmiszergazdasági Intézet,
Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Készítette: Sipos Lili
ZQU8LZ
Nappali tagozat

**Kaposvár
2024**

Tartalmi kivonat

Mi, a Z-generáció, akikre mindig azt mondják, hogy miénk a jövő, az internethasználat, az e-kereskedelem, az online világ mind az elkövetkezendő évek része. Talán ez az a szó, amely mindegyik fogalomban közös, a jövő.

E téma aktualitása vitathatatlan, dolgozatomban az online vásárlásra, elektronikus kereskedelemre fókuszáltam, azon belül is az About You-ra, az online, divatcikkeket értékesítő alkalmazás megítélésére a Z-generáció körében. Személy szerint én nagyon szeretek vásárolni, szeretem a szép, márkás divatkollekciókat és plusz boldogság, ha ezeket jó áron vagy akciós időszakban szerezhetem be. Véleményem szerint az About You az a platform, ahol a legtöbb márká, ruha, cipő, kiegészítő és sok egyéb divathoz kapcsolódó cikk megtalálható egyhelyen és értékesítése a lehető legmegfelelőbben és legbiztonságosabban működik, illetve az akciók és a kuponkódok állandóan elérhetőek. Számomra a legkedveltebb alkalmazás, ezért választottam kutatási témámnak és szerettem volna megtudni, hogy az én generációm is hasonlóan vélekedik-e, illetve, ha igen mik azok a tényezők, amelyek ezt a bizalmat, szimpatizálást kiváltották bennünk.

A dolgozatom szekunder kutatását az internethasználati szokások bemutatásával szeretném kezdeni, illetve ehhez kapcsolódóan az e-kereskedelem növekedését ismerttettem. A karantén ideje alatt lettem én is nagy online vásárló, ebből kifolyólag szemléltettem, hogy ez az „e-vírus” nem csak engem fertőzött meg, hanem a társadalom nagy részét is. Ettől függetlenül a hagyományos vásárlás adta előnyök miatt maradtak, akik az utóbbit preferálják jobban, így szembeállítottam, melyek azok a tényezők, amik miatt az egyik, illetve a másik kedveltebb. Demonstráltam a vásárlói döntés folyamatát online vásárlás során, amellet ismerttettem az online vásárlók csoportjait. Az árképzés és az értékesítés, mint a hagyományos vásárlás során is, az e-kereskedelemben is nagy szerepet játszik, csak úgy, mint a logisztika. Hány vásárló áll el egy termék megrendelésétől, mikor meglátja a szállítási időt? Egy jól kiépített logisztika nélkül a webáruház le is húzhatja a virtuális rolót. Az általános áttekintések után a választott generációm fogyasztói szokását elemeztem, majd az About You feltörekvését, márkáépítését és vásárlói bizalmának kiépítését. A cég nagy hangsúlyt fektet az online marketingtevékenységre, a lehető legtöbb social média felületen igyekszik megjelenni. Vajon reklámjaik már tenyérbemászók vagy mindenhol megtalálják a legjobb hangvételt? Minden hirdetésüknek ugyanaz a témája vagy színes a repertoárjuk? E kérdésekre kerestem a válaszokat, illetve utánajártam, milyen hatással vannak az akcióik a vásárlási szokásainkra.

Figyelmen kívül hagyják a fiatalok az éppen aktuális akciókat, az influenszerek által elérhető kuponkódokat vagy élnek a lehetőségekkel?

Dolgozatom szekunder és primer kutatása is e sémán haladt végig, összefoglalásként pedig összefüggésbe hoztam a Z-generációt az e-kereskedelemmel, szűkebb körben az About You-val.

Az általános internetezési- és online vásárlással kapcsolatos szokásokról az alábbi következtetéseket tudtam levonni: a Z-generáció nagyrésze rengeteg időt tölt az interneten, több, mint 4 órát, ami a 21.század függőségét jelenti. Az internet fő funkciója a levelezés és a chatelés, mellett a közösségi oldalakon való jelenlét. A legnépszerűbb online rendelhető termék a ruházat, divatcikk, de ezt az eredményt a kitöltési kritérium befolyásolhatta. A generáció az online vásárlás során a bankkártyás fizetést preferálja a legjobban, illetve a szállítási módok közül a csomagautomatákat választják a leggyakrabban. Átlagosan 15.000-25.000 Ft közötti összeget szánnak divatcikkre. A rendelést megelőzően elmondható, hogy minden esetben gyűjtenek információt, melynek legfőbb oka a biztonság és a megbízhatóság lehet.

Az About You-ról való válaszokból részletesebb következtetéseket vontam le.

A válaszadók főleg a nagy választék és a márkák mennyisége miatt döntöttek a weboldal mellett. Akik a legkisebb mértékben befolyásolták a Z-generációt mikor a webáruházat választották, azok az influenszerek. E válasz okai közé tartozhat, hogy az About You nagyon sok influenszer-reklámot oszt meg a közösségi oldalakon vagy az influenszer iránti bizalmatlanság, mert manapság az influenszerek nem féltetlen csak a kiváló minőségű webáruházakkal vagy cégekkel kötnek szerződést, így a generációban elkezdett elveszni az irántuk érzett bizalom.

A webáruház látogatottságát és a rendelések gyakoriságát vizsgálva, annak ellenére, hogy a webáruházat úgy ítélik meg, hogy minden megvan benne és jól is működik, ami egy jó online kereskedéshez szükséges, átlagosan havonta szokták látogatni és csak évente vagy ritkábban rendelnek.

Az About You divatáruházat a vásárlók közepes árkategóriájú és minőségű webshopnak értékelte. A cég marketingstratégiájában sok akció, kedvezmény és kupon szerepel, ami vonzóvá teszi a vásárlást, ugyanakkor a gyakori árengedmények sokakban azt az érzetet keltik, hogy a minőség nem prémium, hanem középkategóriás. Ezzel szemben volt, akik úgy ítélték, hogy az alacsony ár ellenére, a minőség magas.

Elmondható, hogy a cég erőssége az egyszerű fizetési folyamat, a széles termékválaszték és a megbízhatóság. A vásárlói elégedettséget növeli az átláthatóság, az egyszerű visszaküldés, a kuponkódok, illetve a gyors kiszállítás. A fejlesztést igénylő területei az ügyfélszolgálat és a

visszaküldés után történő pénzvisszatérítés gyorsítása, mivel a vásárlók kevésbé elégedettek ezekkel a komponensekkel.

A vásárlókat arról is kérdeztem, hogy az akciók befolyásolják-e vásárlási szokásaikat, döntéseiket. A kitöltők nagyrésze tisztában van az akciókkal, de nem mindig használja ki őket. Sokszor előfordulhat, hogy az akciók nem mindig vonatkoznak azokra a termékekre, amelyekre a vásárlók vágynak, annak ellenére, hogy About You-n a kedvezmények és a kuponkódok léte állandó, nem személyre szabottak, így nem ösztönöz olyan mértékben vásárlásra.

Összegezve a korábbi kutatásokat, illetve a kapott eredményeket elmondható, hogy 2024-re valóban egy vezető divatcikkeket árusító céggé forrta ki magát, rendkívül magas bevétellel és pozitív megítéléssel. Egy-két tényező, amiben még fejlesztésre szorul az áruház, de bebizonyosodott, hogy a Z-generáció számára is a kedvelt márkák közé tartozik.