

Na czym polega efekt ROPO?

Źródło: www.consumerbarometer.com

Napisz na biuro@eactive.pl
www.eactive-pozycjonowanie.pl

Czym jest efekt ROPO?

ROPO, czyli Research Online, Purchase Offline



To zjawisko przedstawiające, jak sama nazwa wskazuje, zachowanie konsumentów podczas zakupu.



Konsumenti przed dokonaniem zakupu produktu lub usługi sprawdzają, tudzież porównują informację na ich temat w Internecie, po czym dokonują finalizacji zakupu „na żywo”.



W przypadku ROPO decyzja zakupowa podejmowana jest najczęściej na etapie researchu.

ROPO dotyczy ponad 50% decyzji zakupowych.

U źródła, czyli gdzie konsumenci ROPO szukają informacji?

Najpopularniejszymi touchpointami są:

porównywarki cenowe



fora internetowe



serwisy konkretnych marek



serwisy eksperckie



serwisy poradnikowe



Korzyści bycia ROPO



wygoda, oszczędność czasu



możliwość sprawdzenia ocen innych użytkowników



dostęp do szerszej gamy konkurencyjnych produktów



możliwość szybkiego przejrzania asortymentu e-sklepów/e-usług

ROPO a wydatki



Efekt ROPO realnie wpływa na wydatki konsumentów

Często ceny proponowane przez sklepy internetowe są zdecydowanie niższe niż te w sklepach stacjonarnych. Zwykłemu konsumentowi daje to potężne pole do manewru i oszczędności.