**⅓ Polaków planuje zakupy podczas Black Friday — nowy raport ExpertSender “Polacy i Black Friday“**

**Tegoroczny Black Friday przypada na 28 listopada, co oznacza, że odbędzie się online. Wszystko to przez pandemię koronawirusa i wprowadzone ograniczenia — zamknięcie większości sklepów. Dlatego ExpertSender sprawdził, co Polacy uważają na temat tego święta zakupowego i czy planują w tym roku zakupy. I tak według raportu “Polacy i Black Friday” 61 proc. osób odpowiedziało, że choć raz w życiu skorzystało z ofert dostępnych tego dnia. ⅓ ankietowanych stwierdziła, że robi to zwykle online. Jednak w tym roku 23 proc. badanych twierdzi, że nie zrobi zakupów, a 46 proc. jeszcze nie wie.**

*Święta zakupowe z roku na rok są coraz popularniejsze w Polsce. Obecnie, aż 94,8 proc. badanych przez ExpertSender stwierdziło, że wie czym jest Black Friday. To pokazuje, że globalne trendy zakupowe - w tym zakupów online - dobrze adaptują się także w Polsce. Jednak w tym roku sytuacja może być nieco inna. W tym momencie dużo osób nie wie, czy zrobi zakupy w tym czasie. Dlatego tak ważne jest wdrożenie przez sklepy odpowiednich działań marketingowych, które zachęcą do zakupów — mówi* Krzysztof Jarecki, CEO ExpertSender.

**Black Friday rządzi w Internecie**

Jak twierdzi 77,7 proc. ankietowanych, nie ma dla nich znaczenia, kiedy zrobi zakupy. Z kolei 22,4 proc. czeka na święta zakupowe, takie jak Black Friday, żeby nabyć wcześniej upatrzone produkty lub usługi. Co więcej, prawie 40 proc. osób nigdy w swoim życiu nie kupiło nic w tym czasie. Prawie połowa osób twierdzi, że nie nastawia się na większe zakupy niż normalnie, a aż ⅓ jeszcze tego nie wie.

Zakupy w czasie Black Friday chętnie ankietowani robią w Internecie (26 proc.) lub zarówno online, jak i sklepach stacjonarnych (29 proc.). To oznacza, że tylko sklepy stacjonarne z tej okazji wybierano niechętnie (8 proc.). Prawdopodobnie wynika to z faktu, że w Internecie są dużo lepsze oferty niż w sklepie stacjonarnym. Za lepszymi ofertami online opowiedziało się trzy razy więcej osób niż za tymi offline.

**Obniżki cenowe i oferty mailowe skłaniają do zakupów**

57 proc. osób twierdzi, że będzie śledziła oferty, które otrzymają mailowo z okazji Black Friday. To może być szansa dla sklepów na przekonanie osób, które deklarują, że jeszcze nie wiedzą, czy zrobią zakupy w tym roku. Co ciekawe, dla ponad połowy ankietowanych (58 proc.), oferty, które otrzymują, są atrakcyjne. Natomiast 42 proc. badanych z nich korzysta.

Warto jednak zauważyć co najbardziej zachęca Polaków do zakupów. Dla 78,1 proc. ankietowanych najatrakcyjniejsze są obniżki cenowe. Znacznie mniej przyciągają gratisy (9,7 proc.), darmowa dostawa (7,6 proc.) czy rabat na kolejne zakupy (3,2 proc.). To oznacza, że cena produktu ma w tym momencie największe znaczenie.

Z raportem ExpertSender można zapoznać się tu:

<https://expertsender.pl/blog/raport-polacy-i-black-friday>