Published on *Melano.hu* (https://www.melano.hu)

Már a kanyarban van a Temu versenytársa

Létrehozás: 10/18/2024 - 16:27
Szerző: Melano
[1]
Nemrég egy olyan új webshop-óriás jelent meg a magyar piacon, amely a legnagyobb európai hátterű online piactér, ahol az aktív vásárlók száma a teljes régióban meghaladta a 20 milliót.
Kapcsolódó cikkek:
A webáruház készítés jövője [2]

Az Allegro [3]Lengyelországból indult, ám már most több mint 5 millió felhasználója van Lengyelországon kívül. A magyar piacra lépés alaposan felboríthatja az itthoni kereskedelmet is. A Kelet-Európa Amazonjaként is emlegetett piactér Európa több országában is tarolt, a szakértő szerint pedig a magyar piacon is változások várhatóak a megjelenésével. De vajon kell-e tartania a magyar kis- és középvállalkozásoknak az új vetélytárstól?

„Félni semmiképpen nem kell tőle, jól élni vele azonban mindenképpen, hiszen kikerülhetetlenné válik. Amelyik országban ugyanis megjelent – Lengyelországban, ahonnan indult vagy Csehországban – ott nagyon gyorsan térhódítóvá vált és a piac egyik fontos szereplője lett. Lengyelországban a GDP egy százalékát már az Allegro adja" - magyarázta Nebehaj Vanda, a Mazuri Marketing tulajdonosa, aki arra is kitért, hogy a piactér itthoni színrelépése a nagyobb és a kisebb vállalkozásokat is meg tudja bolygatni, mint például a kisállat-felszerelések, állateledelek piacát, de bármely más ágazatra is hatással lehet.

„Ha Magyarországon van például egy állateledel márkának termékskálája, és ugyanez igaz Lengyelországra is, de mondjuk a tulajdonos Dániában van, és a lengyel kereskedő valamilyen okból a magyar piacra kedvezőbb árat tud biztosítani, az óhatatlanul árversenyt fog okozni" - tette hozzá Nebehaj Vanda.

A szakértő arra is felhívta a figyelmet, hogy egy új piactér megjelenése nem csak a vállalkozásokra, de a vásárlókra is hatással van, hiszen az új piaci szereplő nem olyan agresszív, mint akár a Temu, amelyet ma már kikerülni is nehezen tudunk, viszont nagyon jó árakat is tud nyújtani.

„A többi országban azt láttuk, hogy a lakosság nagyon hamar rátalált és elkezdte használni, megbízhatóbbnak tartják, mint a Temut, mert közelebbről jön, és Közép-Kelet Európát öleli át, nem pedig a világ másik végéből érkezik. Azt látjuk, hogy nagyon fontos a bizalmi pont, amiben a közelség hatalmas tényező, ráadásul az elégedettség is nagyobb az Allegro esetében. Lehet például használt dolgokat is vásárolni, aminek Magyarországon nem csak nagy keletje van, de megvan a kultúrája is, mint például a Vatera vagy a Vinted, amelyek szintén nem magyar cégek. Egyre inkább vásárolunk olyan használt termékeket, amelyek jó állapotban vannak, mondjuk, ha valaki csak kibontotta és nem tudja visszaküldeni, ezért inkább túlad rajta a hasonló piactereken. Ez már csökkentheti a kis- és középvállalkozások profitját és itt már kialakulhat egy árverseny. A használt, jó állapotú bútorok piaca

például nagyon pörög most, ami nagy hatással van az eleve alacsony árú, vagy középkategóriás bútorok piacára. Összességében nagyon jól meg tudunk barátkozni magunk és mások számára is az olyan ajándékokkal, amit már kibontottak, de gyakorlatilag új vagy épp sérült a csomagolása, esetleg csak néhányszor használt" - fejtette ki.

Érdemes időben reagálni a cégeknek

A szakértő szerint, ha az idei karácsonyi vásárlási lázat már nem is fogja jelentősen érinteni az új piaci szereplő színre lépése, a jövő karácsonyi időszakban már masszív tényezőként számolhatunk az Allegróval. Ez pedig nem csak a vásárlókra igaz, de a kis- és középvállalkozásokra és a Magyarországon kapható márkákra is, akiknek még időben észlelniük kellene a piac változását.

„Az Allegrónak van egy online akadémiája, ahol nagyon sok információ megtalálható, ezt mindenképpen érdemes elvégezni. Kikerülni nem lehet az új piaci szereplőt, a vegyes modell azonban nagyon is működhet. Ha például a webshop megtartja a saját piacterét, saját felületét és marketing eszközeit, de ezt is beemeli a marketing e-commerce eszközei közé, azzal erősödni fog. Az árazást azonban érdemes nagyon pontosan meghatározni, és a marketing-stratégiát is át kell szervezni egy kicsit" - tanácsolta.

A marketing szakértő azt javasolja, ezt érdemes még mindenképpen a Black Friday előtt meglépnie a hazai vállalkozásoknak, mert ha addigra még nem tették meg és elkezdenek reklámozni, hirdetni, az idejekorán felemésztheti a cég idei marketing büdzséjét.

„A tapasztalatok szerint a cégek az októbertől kezdődő két hónapos időszak alatt költik el a marketing büdzséjük egyharmadát, hisz a Black Friday már fontosabb, mint a karácsony ebből a szempontból. Sokan ugyanis ilyenkor veszik meg a karácsonyi ajándékokat, bízva abban, hogy valóban ilyenkor érdemes a nagy kedvezmények miatt vásárolni. Az elmúlt években pedig ezt a cégek is felismerték és valóban olyan akciókkal jelentkeznek, amelyek miatt megéri ilyenkor elkölteni a karácsonyi ajándékokra szánt összeget. Idén már a Temu is igen komoly szereplő, a cégekre pedig ezáltal több felől érkezik a nyomás. Ezért is érdemes integrálni más e-commerce platformokat, mert ezek a nagy piacterek a potenciális vásárlók nagy részét elérik, ám ha jelen vagyunk, nem kerülünk árversenybe" - magyarázta Nebehaj Vanda.

Tags:
lengyel [4]
Tech:
Kütyü [5]

Forrás webcím: https://www.melano.hu/mar_a_kanyarban_van_a_temu_versenytarsa

Hivatkozások
[1] https://www.melano.hu/sites/default/files/articles/shutterstock_2520552965.jpg
[2] https://www.melano.hu/a_webaruhaz_keszites_jovoje
[3] https://allegro.pl/
[4] https://www.melano.hu/tags/lengyel
[5] https://www.melano.hu/tech/kutyu