



Az átlagosnál magasabb, 35 ezer forint feletti átlagos megrendelési értéknek köszönhetően negyedével múlta felül a tavalyi fekete péntek forgalmát a november 18-án reggel 5 órától éjfélig zajló Black Friday az Extreme Digitalnál. A szokásos slágertermékek (okosmobil, konzol) mellett az idén a hőszivattyús szárítógép és egy ultra-HD televízió volt az akciós nap két rendkívül kedvelt terméke.

Az Extreme Digital idei fekete pénteki eladási toplistájának első helyére az 500 gigabájtos háttértárral és Kinect mozgásérzékelő kamerával felszerelt, két játékot is tartalmazó Xbox One konzol található, a második helyezett a Lenovo P70-es okostelefon, míg a harmadik legnépszerűbb terméknek a Beko gyártmányú hőszivattyús szárítógép bizonyult.

Új trendek az idei Black Friday-en

A hőszivattyús szárítógép az idei fekete péntek egyik új sztárja, a legnépszerűbb a legtöbb eladást generáló tíz termék közé idén ugyanis három különböző márka (Beko, Whirlpool és Candy) szárítógépe is bekerült az idén. Egy másik rendkívül kelendő termék az ultra-HD felbontású televízió volt, a Samsung 40 és 50 colos okostévői a negyedik és hetedik helyet szerezte meg.

Egy másik érdekes trend, hogy az akciós oldal reggel 5 órai indulásától nagyjából 8 óráig a Black Friday akciót tartalmazó oldalak látogatóinak nagyobb hányada mobil eszközről érkezett. Mivel a webáruházat okostelefonról és táblagépről is lehet használni, az érdeklődőknek ki sem kellett szállniuk az ágyból az ajánlatok átböngészéséhez.

A mobil eszközről érkező látogatók közel 70%-a androidos, 24%-a iOS-es eszközről érkezett, a fennmaradó hányad pedig valamilyen egyéb platformot használt. A nap későbbi óráiban a számítógépről érkező látogatók vették át a vezetést, az érdeklődők 40 százaléka Budapestről böngészett, és döntő többségük Chrome böngészőt használt.

Sokkal többet költöttek, mint egy átlagos pénteken

Egy átlagos péntek forgalmához mérten a Black Friday napján jelentősen megnőtt a megrendelések átlagos értéke, amely 35 ezer forintot tett ki, és az online bankkártyás fizetést

Az Extreme Digital idei fekete péntekének új slágere a szárítógép volt

Írta: Extreme Digital

2016. november 21. hétfő, 14:59

vásztók aránya is a szokásosnál jóval magasabb, 16%-os volt, ami azt jelzi, hogy a magyar felhasználók is egyre inkább megbíznak ebben a megoldásban. A vásárlók 62%-a egyébként a házhozszállítással kérte az akciós terméket, 38% viszont a bolti átvételt preferálta.

A Black Friday-es ajánlatokra kíváncsi látogatók 62%-a volt férfi és 38%-a nő, a korcsoportok közül pedig a 25-34 év, illetve a 35-44 év közötti volt a legerősebb, 30-35%-os aránnyal. A látogatók 72%-a új vásárló volt, aki korábban még nem rendelt az Extreme Digitaltól, ami tökéletesen igazolja, hogy a Black Friday az egyik leghatékonyabb vevőcsalogató marketingeszköz.

A fekete pénteki aloldal reggel 8 órakor bonyolította a legnagyobb forgalmat: ekkor egy adott időpillanatban egyszerre több mint százezer érdeklődő kereste fel, a nap végéig pedig összesen 15 millió oldalletöltést szolgált ki. Az egyidejűleg hatvanmillió felhasználóra kalibrált, felhőalapú ideiglenes áruház tökéletesen bírta a vásárlók rohamát, a fekete péntek alatt egyetlen percre sem vált elérhetetlenné, és a normál ajánlatokat tartalmazó www.edigital.hu webáruház működése is zavartalan volt.

Őrült napok követik a fekete pénteket

Az akciók a Black Friday elmúltával sem érnek véget az Extreme Digitalnál: november 25-én, péntektől az „[őrült napok](#)” elnevezésű akció várja az érdeklődőket, amelynek keretében többek közt okostelefonok, televíziók és háztartási gépek is elérhetőek lesznek akár 45%-os árengedményekkel.