

# DIGITÁLIS ÖSSZEHAISONLÍTÓ ESZKÖZÖK

Készült a Gazdasági Versenyhivatal részére  
2019. december

<b>1.</b>	<b>MÓDSZERTANI HÁTTÉR</b>	<i>dia 3</i>
<b>2.</b>	<b>DÖE HASZNÁLAT ÁLTALÁBAN</b>	<i>dia 10</i>
	<b>SZEGMENSENKÉNTI ELEMZÉS</b>	<i>dia 15</i>
<b>3.</b>	<b>KISKERESKEDELMI TERMÉKEK</b>	<i>dia 16</i>
<b>3.1</b>	DÖE FOGALMA KISKERESKEDELMI TERMÉKEK VÁSÁRLÁSA ESETÉN	<i>dia 17</i>
<b>3.2</b>	KISKERESKEDELMI DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI	<i>dia 25</i>
<b>3.3</b>	DÖE OLDALAK SZEREPE A VÁSÁRLÁSI DÖNTÉSBEN	<i>dia 29</i>
<b>3.4</b>	DÖE OLDALAK SZEREPE KÜLÖNBÖZŐ TERMÉKKATEGÓRIÁK VÁSÁRLÁSA ESETÉN	<i>dia 37</i>
<b>3.5</b>	DÖE OLDALAKON TALÁLHATÓ FUNKCIÓK, MEGJELENÍTÉSEK HASZNÁLATA	<i>dia 45</i>
<b>3.6</b>	HONLAPOK ISMERTSÉGE	<i>dia 52</i>
<b>3.7</b>	DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG	<i>dia 59</i>

## 4. SZÁLLÁSFOGLALÁS

dia 67

4.1 DÖE FOGALMA SZÁLLÁSÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK ESETÉN

dia 68

4.2 DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI

dia 75

4.3 DÖE OLDALAK SZEREPE A SZÁLLÁSFOGLALÁS FOLYAMATÁBAN

dia 79

4.4 DÖE OLDALAKON TALÁLHATÓ FUNKCIÓK, MEGJELENÍTÉSEK HASZNÁLATA

dia 85

4.5 HONLAPOK ISMERTSÉGE

dia 92

4.6 DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG

dia 99

## 5. REPÜLŐJEGY VÁSÁRLÁS

dia 106

5.1 DÖE OLDALAK SZEREPE A REPÜLŐJEGY VÁSÁRLÁSBAN

dia 107

5.2 DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI

dia 113

5.3 DÖE OLDALAK HASZNÁLATA REPÜLŐJEGY VÁSÁRLÁS SORÁN

dia 117

5.4 HONLAPOK ISMERTSÉGE

dia 123

5.5 DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG

dia 128

---

**6. PÉNZÜGYI TERMÉKEK** *dia 134*

---

**6.1** DÖE SZEREPE PÉNZÜGYI TERMÉKEK ESETÉN *dia 135*

---

**6.2** DÖE OLDALAK IRÁNTI BIZALOM PÉNZÜGYI TERMÉKEK ESETÉN *dia 144*

---

**6.3** DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI *dia 149*

---

**6.4** DÖE OLDALAKON TALÁLHATÓ FUNKCIÓK, MEGJELENÍTÉSEK HASZNÁLATA *dia 153*

---

**6.5** HONLAPOK ISMERTSÉGE *dia 159*

---

**6.6** DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG *dia 165*

---

**7. INFOKOMMUNIKÁCIÓS SZOLGÁLTATÁSOKKAL KAPCSOLATOS DÖE OLDALAK** *dia 171*

---

**8. INTERNETHASZNÁLAT** *dia 174*

---

# 1. MÓDSZERTANI HÁTTÉR

# KUTATÁSI HÁTTÉR & CÉLOK

## HÁTTÉR

A digitális összehasonlító eszközök (DÖE) egyre növekvő piaci megjelenéssel bírnak, fokozódik szerepük a fogyasztói döntéshozatalban.

Segíthetik a fogyasztók információszerzését, az átláthatóságot és ezáltal a piaci versenyt.

A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) fogyasztóvédelmi szempontból kívánja elemezni a releváns piacokon tevékenykedő DÖE-k működését, azok fogyasztói döntésekre gyakorolt hatását.

Releváns piacok: kiskereskedelem, szolgáltatási és utazási szolgáltatások, pénzügyi és biztosítási szolgáltatások illetve infokommunikációs területén alkalmazott weboldalak és applikációk

## CÉLOK

DÖE-k használatával kapcsolatos fogyasztói percepciók és elvárások, fogyasztói szokások és tapasztalatok felmérése:

- Befolyásoló tényezők
- Tapasztalatok
- Döntési folyamat
- Elvárások
- Bizalom
- Elégedettség
- Ismeretek, információellátottság
- Eszközhasználat
- Eltérések különböző piacokon

## DÖE felhasználók



### KVANTITATÍV MEGKÖZELÍTÉS - NAGYMINTÁS KÉRDŐÍV

**Módszertan:** 30 perces kérdőív, a válaszadó otthonában történő személyes megkérdezés

**Célcsoport:** internetezők, akik rendszeresen használnak digitális összehasonlító oldalakat kereskedelmi cikkek, repülőjegy, szállásfoglalás, pénzügyi termék vagy infokommunikációs szolgáltatás vásárlási/ rendelése kapcsán

**Minta elemszám:** N=1000 fő

**Időzítés:** 2019 Október 1-15

**Földrajzi lefedettség:** Teljes Magyarország



### KVALITATÍV MEGKÖZELÍTÉS – SZEMKAMERÁVA TÁMOGATOTT MÉLYINTERJÚ

**Módszertan:** 60 perces mélyinterjú, honlaphasználati gyakorlat megismerése szemkamerás felvétel segítségével

**Célcsoport:** az elmúlt év során használt digitális összehasonlító eszközt a vizsgált 3 szegmensben: 1. Kiskereskedelem, 2. Szállás, 3. Pénzügy

**Minta elemszám:** N= 20

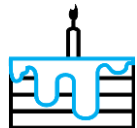
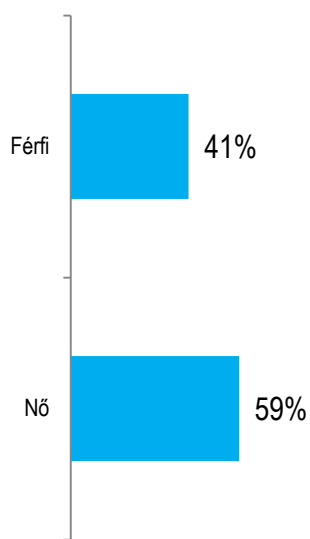
**Időzítés:** 2019 November 4-11

**Földrajzi lefedettség** Budapest

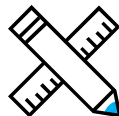
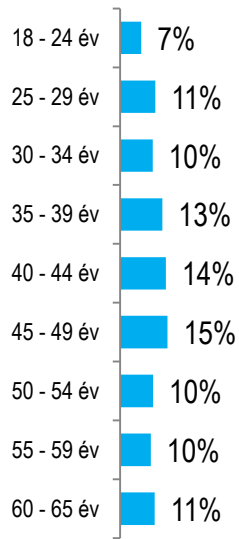
# A KVANTITATÍV MINTA DEMOGRÁFIA ÖSSZETÉTELE



NEM



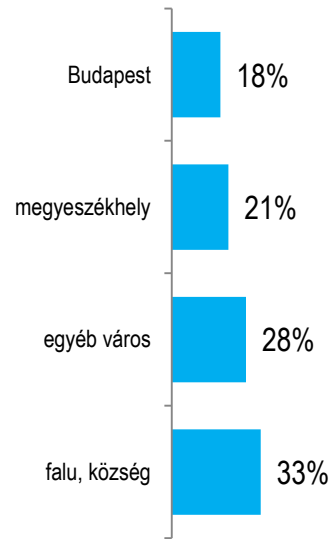
KOR



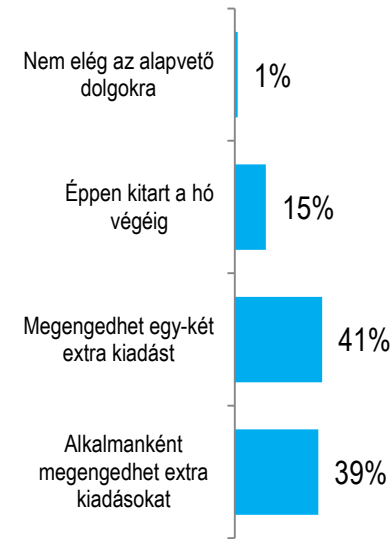
VÉGZETTSÉG



TELEPÜLÉSTÍPUS



JÖVEDELEM






# KÉRDŐÍV FELÉPÍTÉSE, TÉMAKÖRÖK

1. Internethasználati szokások
2. Online vásárlási szokások
3. DÖE oldalak látogatási gyakorisága
4. DÖE oldalak látogatási gyakorlata
  - Honlapok ismertsége, látogatottsága
  - Honlapok szerepe az adott termék/ szolgáltatás kiválasztásában
  - Honlapokkal kapcsolatos elvárások
  - Keresett információk a honlapokon
  - Használt applikációk a honlapokon
  - Az egyes honlapokkal való elégedettség
5. DÖE oldalakkal kapcsolatos bizalom
6. DÖE oldalak látogatásának barrierai

## Szegmensenkénti bontásban:

- Kiskereskedelmi termékek
- Szállásfoglalás / Repülőjegy
- Pénzügyi termékek
- Infokommunikációs szolgáltatások

# A KVALITATÍV MINTA DEMOGRÁFIA ÖSSZETÉTELE

		KISKERESKEDELEM	SZÁLLÁS	PÉNZÜGY	
 NEM	FÉRFI	4 fő	2 fő	3 fő	
	NŐ	6 fő	3 fő	2 fő	
 KOR	25-39 ÉVES	5 fő	3 fő	3 fő	
	40-65 ÉVES	5 fő	2 fő	2 fő	
		10 fő	5 fő	5 fő	20 fő

# INTERJÚK FELÉPÍTÉSE, TÉMAKÖRÖK

1. Online vásárlással kapcsolatos attitűdök, szokások
2. Döntéshozatal folyamata, DÖE oldalak szerepe a döntéshozatal során
3. DÖE oldalakkal kapcsolatos tapasztalatok, elvárások

4. DÖE oldalak használatának gyakorlata, az oldalak erősségei, gyengeségei reális felhasználói feladatok megoldása során (3 feladat/ fő):

**A. Kiskereskedelmi szegmens**

- Feladat: információszerzés különböző termékekről (háztartási kisgép, háztartási nagygép, mobiltelefon)
- Feladat során használt honlapok: arukereső.hu, árgép.hu, olcsóbbat.hu

**B. Szállásfoglalás szegmens**

- Feladat: szállásfoglalás legalább 1 éjszakára
- Feladat során használt honlapok: szállás.hu, trivago.hu, detectahotel.hu

**C. Pénzügyi szegmens**

- Feladat: információszerzés különböző pénzügyi termékekről (kötelező gépjármű felelősségbiztosítás, utasbiztosítás, lakáshitel/ személyi kölcsön)
- Feladat során használt honlapok: netrisk.hu, biztosítás.hu, money.hu

## Szemkamerával kísért usability teszt



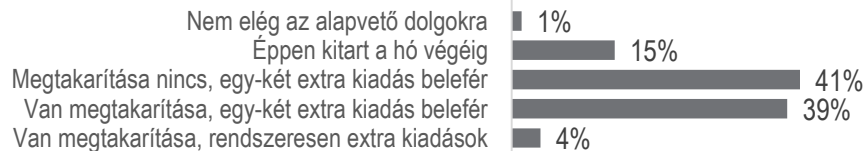
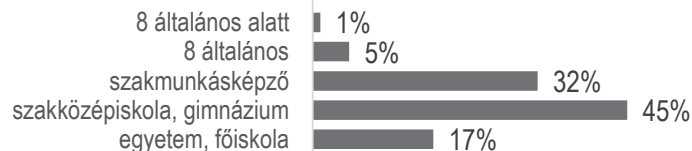
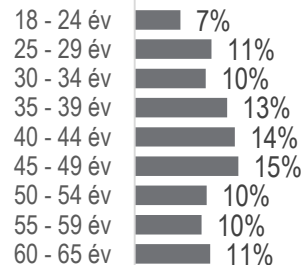
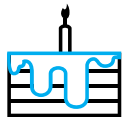
Tobii T60 kamera

## 2. DÖE HASZNÁLAT ÁLTALÁBAN

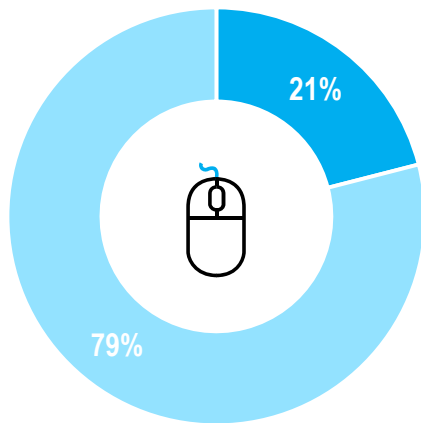
- A digitális összehasonlító oldalak látogatása inkább alkalmilag fordul elő egy termék vagy szolgáltatás igénybevételekor, mint rendszeresen. Az ilyen oldalakat igénybe vevők körében 21% azok aránya, akik rendszeresen keresnek fel ilyen oldalt, amikor terméket, vagy szolgáltatást vesznek igénybe.
- Ha digitális összehasonlító eszközről beszélünk, elsősorban az árösszehasonlító oldalakat kell alatta értenünk, hiszen a felhasználók 89%-a kiskereskedelmi termékekkel kapcsolatban vesz igénybe ilyen felületet.
- Az esetek több mintegy egynegyedében (24%) utazással kapcsolatban vesznek igénybe online összehasonlító felületet, az összes DÖE felhasználó 24%-a szokott szállásfoglalással kapcsolatban ilyen oldalt felkeresni, 7%-uk pedig repülőjegy vásárlásakor látogat el összehasonlító felületre.
- Pénzügyi termékekkel kapcsolatban 21% vesz igénybe összehasonlító szolgáltatást.
- Az infokommunikációs szolgáltatások területén egyelőre a DÖE-k jelentősége szinte elhanyagolható. Mindössze 4% nyilatkozott úgy, hogy járt ilyen felületen, de sokukról kiderült, hogy összehasonlítást az egyik szolgáltató honlapján végeztek.

- A digitális összehasonlító eszközöket használók körében többségében nők szerepelnek, míg a férfiak aránya 40%. A háztartásokban bár a döntést közösen hozzák meg, de a döntéselőkészítés feladata legtöbb esetben a nők reszortja, legyen szó akár háztartási eszköz vásárlásáról, akár utazásszervezésről.
- Korcsoportos megoszlásuk alapján elmondható, hogy DÖE oldalak látogatása a 35-49 éves korosztályra a leginkább jellemző. A felhasználók csaknem fele (45%) középfokú végzettséggel rendelkezik, többségük pedig vidéki városban, vagy falun, községekben él.
- A szubjektív anyagi státuszt tekintve úgy tűnik, hogy DÖE-k használata tipikusan azokra jellemző, akik számára extra kiadások alkalmanként elérhetőek. Ezt leginkább az magyarázza, hogy ezeket az oldalakat jellemzően pont az extra kiadásokat jelentő vásárlások alkalmával használják, ilyen pl. egy háztartási gép beszerzése, vagy egy utazás szervezése. Pénzügyi termékekkel kapcsolatos információszerezés is leginkább az extra kiadásokhoz kötődik, mert vagy megtakarítások kezelésére keresnek pénzügyi terméket, vagy az extra kiadások finanszírozásához gyűjtenek információt személyi kölcsönökről, vagy hiteltermékekről.

# DÖE HASZNÁLOK DEMOGRÁFIAI PROFILJA

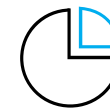


## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA



- Rendszeresen felkeres összehasonlító oldalakat
- Előfordul, hogy felkeres összehasonlító oldalakat

## SZEGMENSEK MÉRETE





# SZEGMENSENKÉNTI ELEMZÉS

# 3. KISKERESKEDELMI TERMÉKEK





# 3.1 DÖE FOGALMA KISKERESKEDELMI TERMÉKEK VÁSÁRLÁSA ESETÉN

# MI A DÖE?



- A DÖE oldalak működése a felhasználók számára világos, jellemzően tisztában vannak vele, hogy nem közvetlen ezekről az oldalakról vásárolnak, illetve a tranzakció közvetlenül a webshophoz kötődik, nem pedig az összehasonlító oldalhoz.
- A felhasználókat az interjúkon arra kértük, hogy fogalmazzák meg, mi a lényege, mi a funkciója ezeknek az oldalaknak, és milyen szerepet töltenek be ezek az oldalak online vásárlásaik során. A válaszokból többféle helytálló megközelítés rajzolódik ki, amik mind élnek jelenleg a fogyasztók tudatában, és a vásárlói attitűdjüktől, internethasználati rutinjuktól, az adott termékkel kapcsolatos ismereteiktől függően.
  - Ezek **reklámodalak**. A termékeket reklámozzák, hogy hol mennyiért lehet őket megvásárolni.
  - Elsősorban **kereső**. Szinte mindent megtalálok rajta, amit meg szeretnék vásárolni, és rengeteg információt meg lehet tudni a termékekről.
  - Abban segít, hogy a **lehető legjobb döntést hozzam**. Aki tudatos vásárló, tudatosan akar dönteni, az begyűjt minden információt, ezeket összesíti, mérlegel, és így tudja meghozni a lehető legjobb döntést.
  - **Időt és energiát spórol** nekem. Nem nekem kell utánajárni annak, hogy mi hol kapható, és mennyiért. Egyszerre látok mindent, és így sokkal gyorsabban eljutok oda, ahová szerettem volna.
  - **Összeköt** olyan dolgokkal, amikkel nélküle sosem szereztem volna tudomást. Olyan termékekkel és webshopokkal ismertet meg, amikről magamtól sose hallottam volna, sose találtam volna meg.

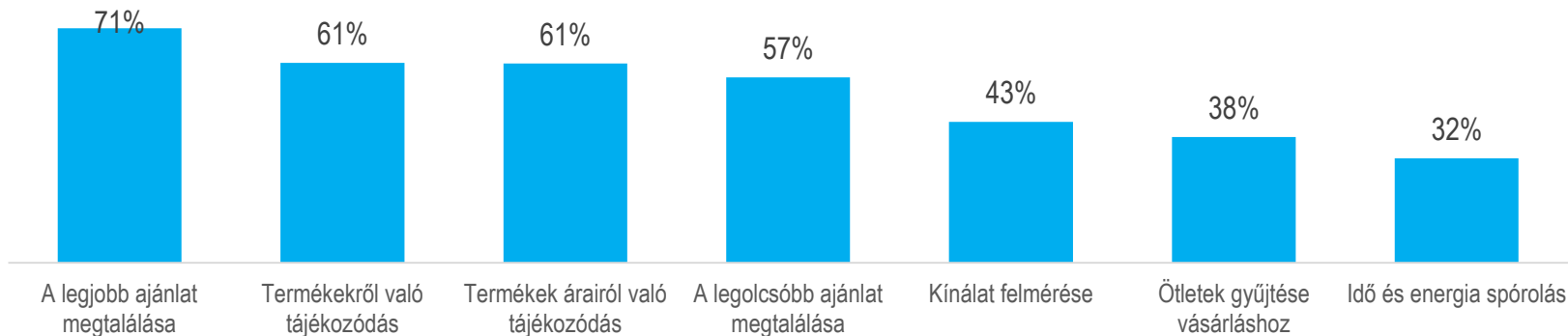
# DÖE OLDALAK FUNKCIÓJA, A VELÜK SZEMBENI BIZALOM



- A kiskereskedelmi termékek összehasonlítására szolgáló DÖE oldalak a **felhasználók számára leginkább eszközként szolgálnak arra, hogy meggyorsítsák a tájékozódás folyamatát és megkönnyítsék a vásárlási döntést.**
- A felhasználók leggyakrabban azért érkeznek a DÖE oldalra, hogy egy termékhez **megtalálják a legjobb ajánlatot, ami az esetek többségében egyet jelent a legolcsóbb ajánlattal.** Majdnem ilyen gyakori, hogy a **termékekről való tájékozódás a fő cél,** ugyanilyen gyakran fordul elő, hogy a felhasználók célja a **termékek árainak felmérése.**
- A DÖE oldalak a felhasználók számára elsősorban praktikus és hasznos szolgáltatást nyújtanak, amivel időt és energiát spórolnak, 51% százalékuk úgy nyilatkozott, hogy **nélkülük az online vásárlás nehezebb lenne.** Ugyanakkor nem elhanyagolható hányaduk, **42% szerint az online vásárlási szokásai semmiben nem változnának,** ha DÖE eszközök nem lennének elérhetőek (nem beszélve arról a 7%-ról, akik szerint még könnyebb is lenne az online vásárlás DÖE-k nélkül).
- A felhasználók szinte egyöntetűen egyetértenek abban (89%) hogy az oldalak **hatékonyan segítik a vásárlókat,** azt azért már valamivel kevesebben gondolják, hogy az oldalak **elsősorban a vásárlók érdekeit képviselik (81%).** Ez már jelzi azt, hogy a felhasználók egy része számára **sejthető valamiféle üzleti modell,** de ez a többségben nem vet fel kételyeket.
- A felhasználók döntő többségében (83%) **nem merül fel bizalmi probléma,** a legtöbben pártatlan, **független információforrásként tekintenek rájuk,** mint olyan oldalakra, melyeknek fő funkciója abban merül ki, hogy a különböző webshopok ajánlatait összegyűjtsék, és közvetítsék ezt. Mindössze 22% érzi azt, hogy ezeknek az oldalaknak ezen túl egyéb hozzáadott értékük is van.
- A DÖE oldalakkal kapcsolatos bizalmat a különböző tanúsítványok kevéssé befolyásolják, ismertségük rendkívül alacsony, bizalmerősítő szerepük pedig gyenge ebben a szegmensben.

# DÖE OLDALAK FUNKCIÓJA

## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK CÉLJA



## HA NEM LENNÉNEK DÖE OLDALAK, AZ ONLINE VÁSÁRLÁS...



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=891

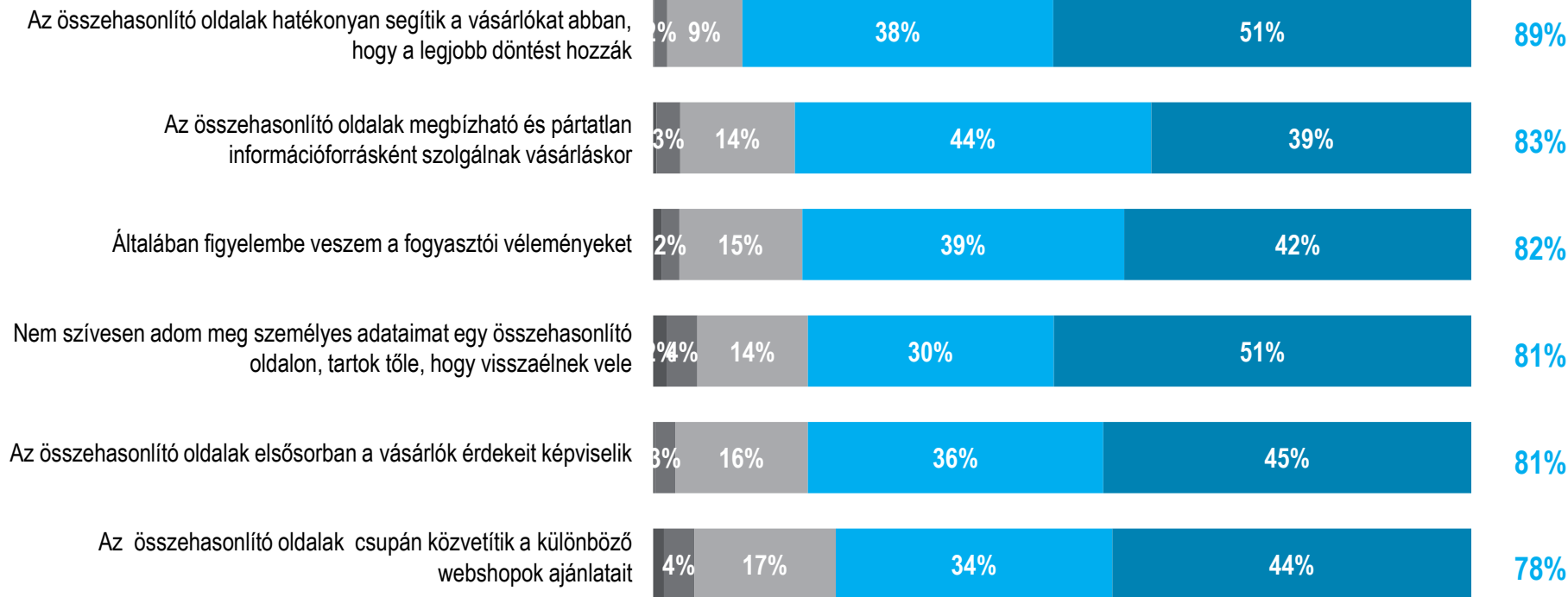
Kérdés: K7. Jellemzően milyen céllal keresi fel Ön az összehasonlító oldalakat? ? K19. Mennyire változnának meg az Ön online vásárlási szokásai, ha holnaptól nem lennének elérhetőek az összehasonlító oldalak?

# ÖSSZEHAISONLÍTÓ OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

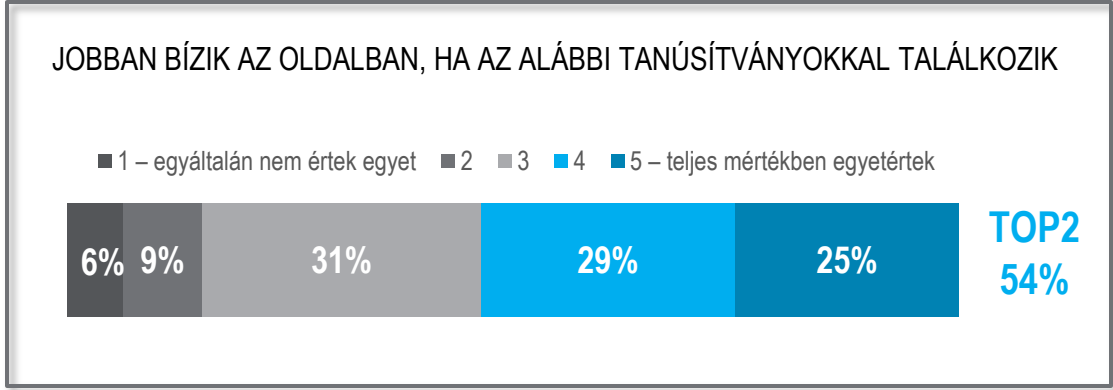
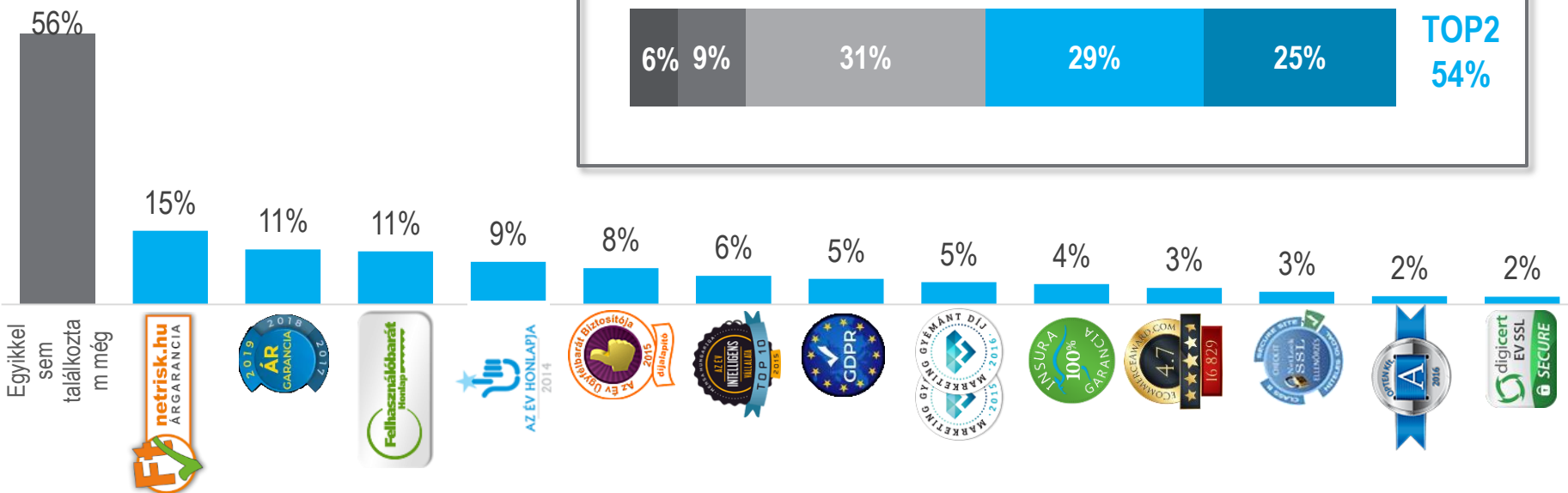


■ 1 - Egyáltalán nem értek egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - Teljes mértékben egyetértek

TOP2



# TANÚSÍTVÁNYOK ISMERTSÉGE, FONTOSSÁGA



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=891

Kérdés: B1A. A képen különböző tanúsítványokat lát, amelyekkel különböző honlapokon találkozhat. Találkozott Ön valamelyikkel összehasonlító oldalon, mikor valamilyen terméket vásárolt? B2. Ön jobban bízik egy összehasonlító honlapban, ha ilyen tanúsítványokat lát rajta? Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal

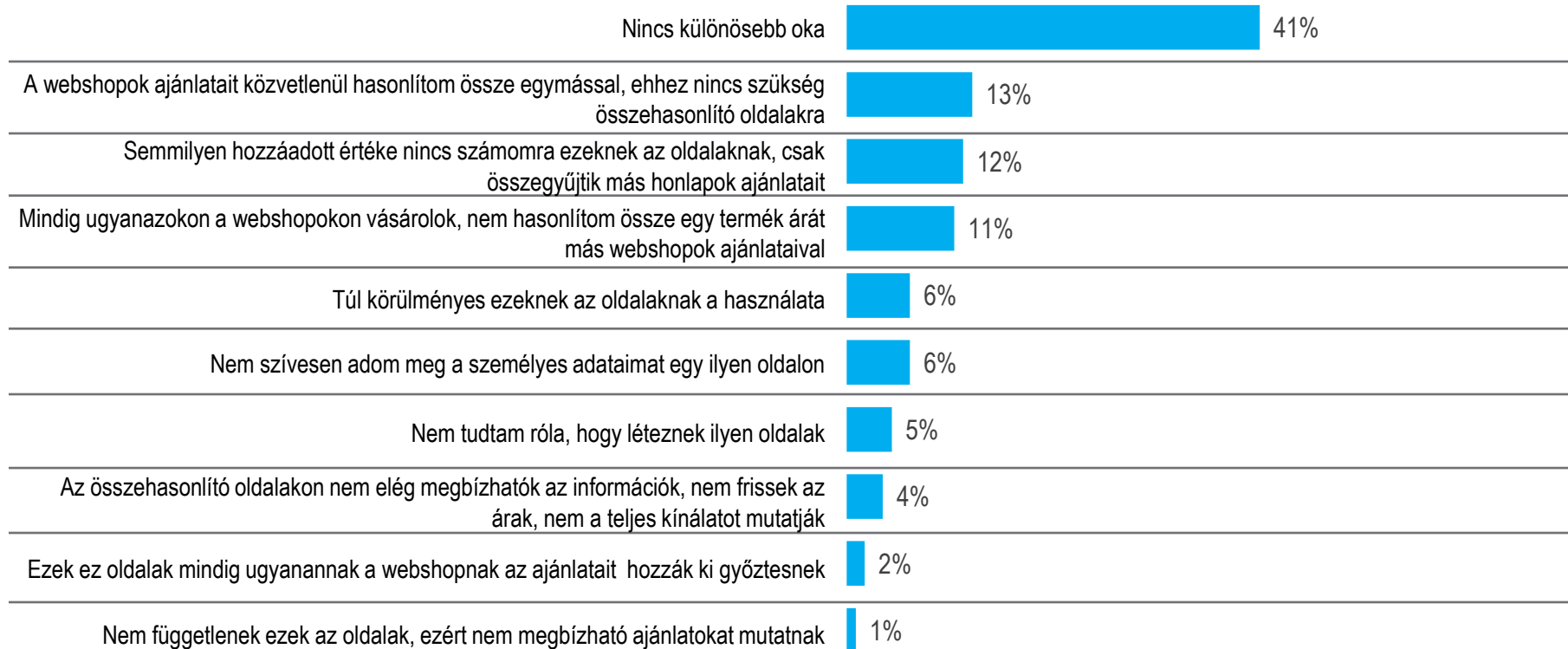


# KISKERESKEDELMI DÖE OLDALAK ELUTASÍTÁSA



- Azok a felhasználók, akik valamilyen más szegmensbe tartozó DÖE oldalt használnak, de kiskereskedelmi termékekkel kapcsolatos összehasonlító oldalakat nem, a legtöbb esetben (41%) **nem utasítják el ezek használatát, egyszerűen nem tartozik bele a vásárlási (akár online, akár offline vásárlási) rutinjukba.**
- Sokan a **webshopok ajánlatait inkább közvetlenül hasonlítják össze** – ennek oka az interjúk alapján az, hogy sokan egyébként is korlátozott számú webshopról rendelnek, ismeretlen honlapról nem szívesen vásárolnak. Ennek a korlátozott számú webshopnak az ajánlatait összehasonlítani pedig közvetlenül egyszerűbb, a DÖE oldalakon csak zavaróak lennének az irreleváns online áruházak megjelenő ajánlatai.
- **12%** az aránya azoknak, akik szerint a termék összehasonlító oldalaknak **nincsen hozzáadott értékük**, emiatt a látogatásuk nem indokolt. Sokan bár tisztában vannak vele, hogy a DÖE oldalak effektív tartalmat nem állítanak elő, az információközvetítő funkciót azonban hozzáadott értéknek tekintik. **A legtöbb felhasználó számára az információ rendszerezése, összegyűjtése és elérhetővé tétele önmagában értéket képvisel** (ld. Google)
- Mindössze 6% érzi úgy, hogy bonyolult lenne a DÖE oldalak használata, ugyanennyien a személyes adatok megadásától való tartózkodás miatt maradnak távol ezektől. Az interjúk alapján azonban az látszik, hogy a felhasználók nem regisztrálnak ezekre az oldalakra (nem is néztek utána ilyen lehetőségnek), személyes adataik megadása nem is merül fel, hiszen tisztában vannak vele, hogy az oldalon tranzakció nem történik.
- **Azok aránya, akik bizalmi okok miatt maradnak távol a szegmens DÖE oldalaitól, szinte elhanyagolható.** A leginkább legfeljebb az merül fel, hogy a DÖE által megjelenített árak, információk nem naprakészek (4%).

# HASZNÁLATI GÁTAK – AZOK KÖRÉBEN, AKIK KISKERESKEDELMI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATBAN NEM HASZNÁLNAK DÖE OLDALAKAT, DE MÁS KATEGÓRIÁBAN IGEN



Bázis: Azok a válaszadók, akik nem használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=112

Kérdés: N1. Ön úgy nyilatkozott, hogy nem használt még összehasonlító oldalt termékek (műszaki cikkek, divatáru, mobiltelefon stb.) online vásárlásakor. Mi az oka, hogy termékvásárlásakor Ön nem látogatott még el összehasonlító oldalra?



## 3.2 KISKERESKEDELMI DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI

# KISKERESKEDELMI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS DÖE OLDALAK LÁTOGATÁSA

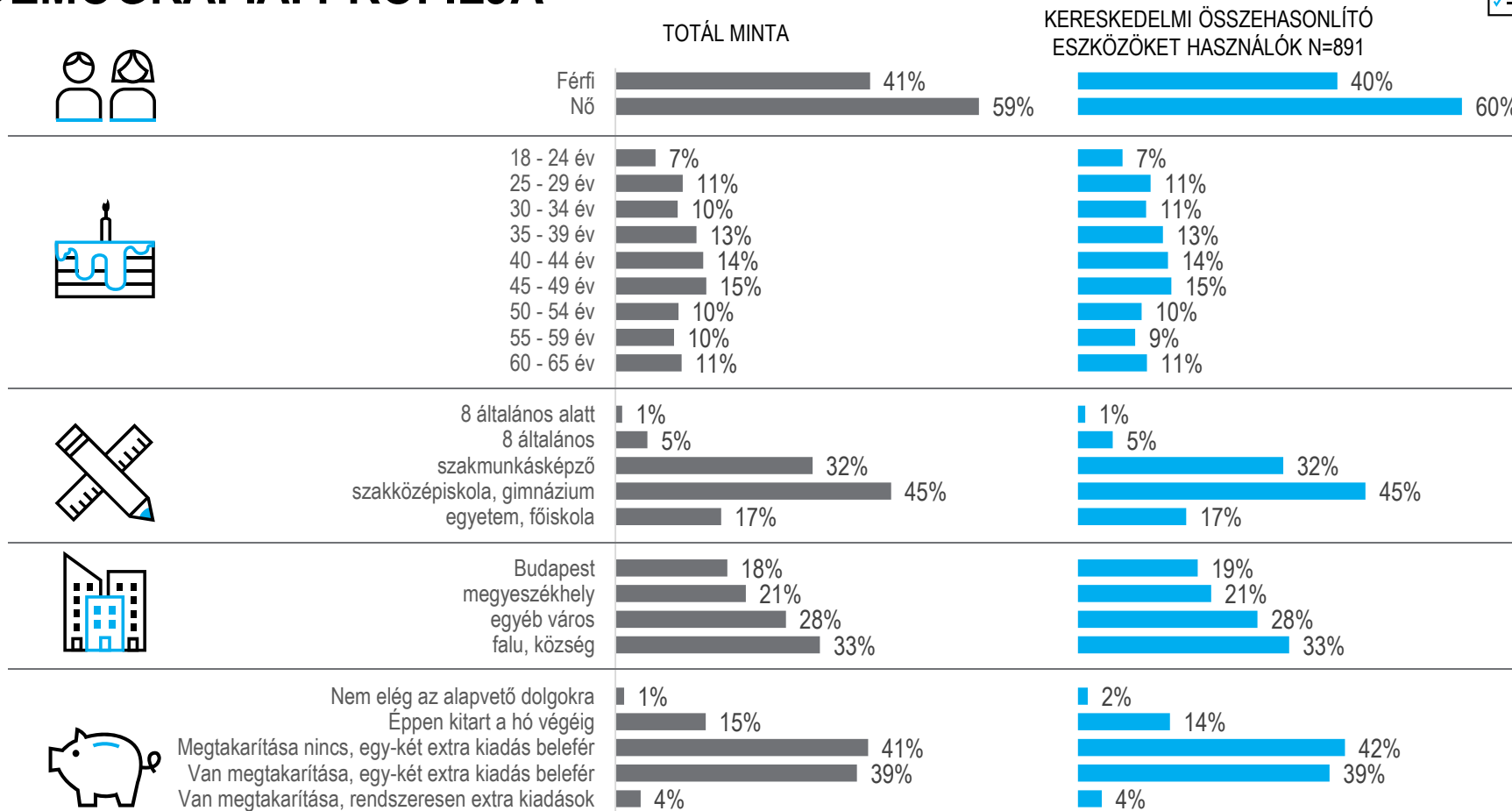
## FELHASZNÁLÓK DEMOGRÁFIAI HÁTTERE

- **A kiskereskedelmi szegmens a leghangsúlyosabb az elérhető DÖE-k közül.** Ha digitális összehasonlító eszközökről beszélünk, alapvetően az árösszehasonlító oldalakról beszélhetünk, felhasználói szempontból is leggyakrabban ezt jelenti a fogalom.
- Ezen oldalak használóinak demográfiai összetétele ezért gyakorlatilag leképezi a teljes DÖE használók összetételét, vagyis 60%-40% arányban **többségben használják ezeket az oldalakat a nők**, különösen a **35-49 éves korosztály** tagjai. A felhasználók **tipikusan középfokú végzettséggel** rendelkeznek, **kiemelten jellemző, hogy vidéki városokban, illetve községekben, falvakban élnek**, anyagi helyzetükre pedig leginkább az igaz, hogy **ugyan nem rendszeresen, de alkalmi jelleggel extra kiadásokat is megengedhetnek maguknak.**

## DÖE OLDALAK LÁTOGATÁSI GYAKORISÁGA

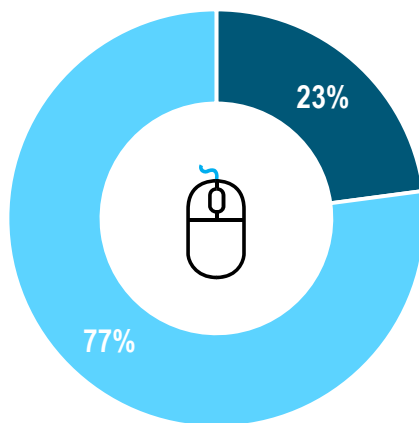
- DÖE oldalak felkeresése alapvetően **nem egy rendszeres tevékenység**, a felhasználók háromnegyede **alkalmanként** használ ilyen oldalakat. Ez leginkább abból adódik, hogy **olyan termékekkel kapcsolatban keresnek itt információkat, amiknek a vásárlása nem mindennapos.**
- Ezt erősíti meg az is, hogy a felhasználók csaknem kétharmada (57%) a legtöbb alkalommal, amikor kiskereskedelmi termékeket vásárol, felkeres DÖE oldalakat, további 27%-uk pedig minden vásárlás alkalmával felkeres ilyen oldalakat. A nagy többség esetében tehát (87%) a DÖE oldalak látogatása elmaradhatatlan a kiskereskedelmi termékek vásárlása esetén, ezek vásárlása viszont nem tekinthető rendszeresnek.

# KISKERESKEDELMI DÖE OLDALAK HASZNÁLÓINAK DEMOGRÁFIAI PROFILJA



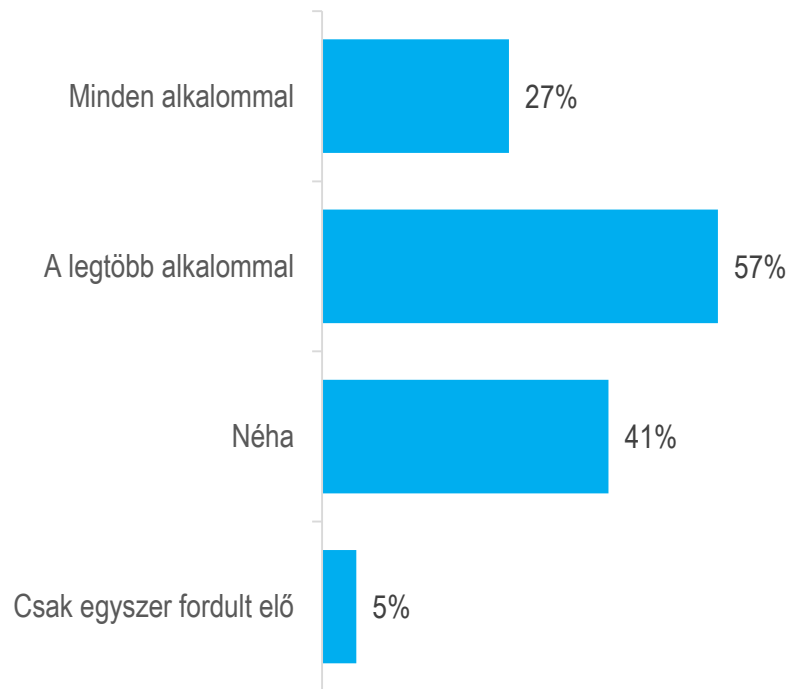
# ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK LÁTOGATÁSÁNAK GYAKORISÁGA

## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA



- Rendszeresen felkeres összehasonlító oldalakat
- Előfordul, hogy felkeres összehasonlító oldalakat

## ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA KISKERESKEDELMI TERMÉKEK VÁSÁRLÁSA ELŐTT



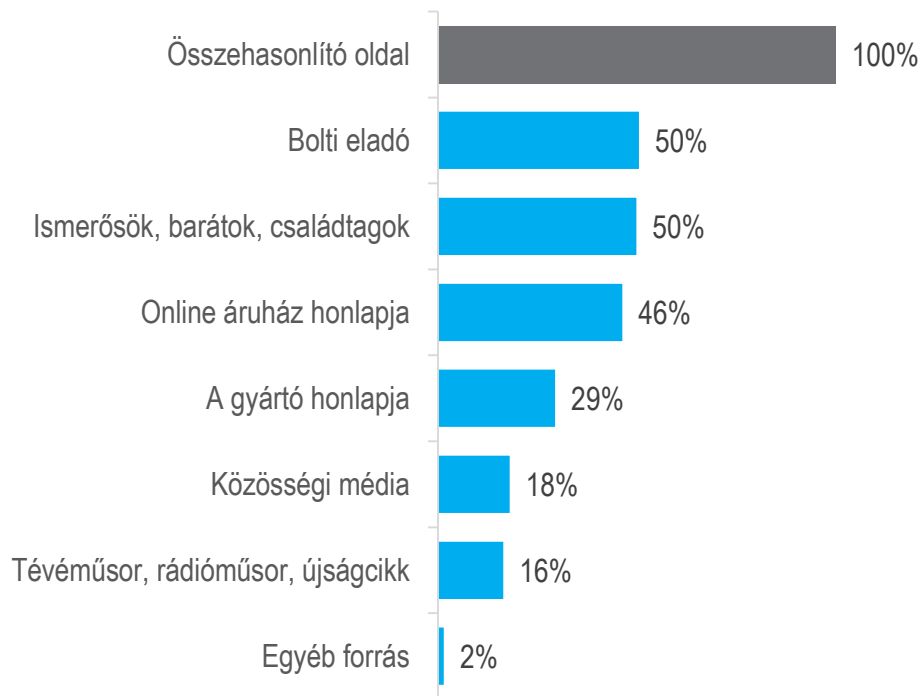


## 3.3 DÖE OLDALAK SZEREPE A VÁSÁRLÁSI DÖNTÉSBEN

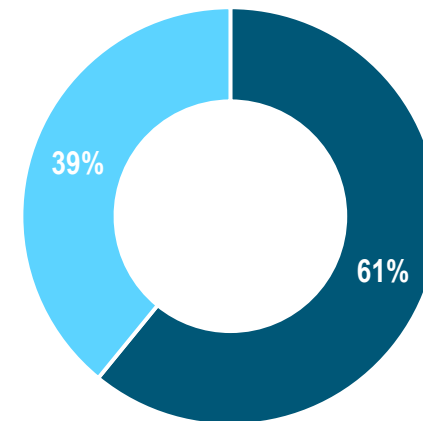
- A DÖE oldalakon kívül a felhasználók leggyakrabban személyes forrásokból tájékozódnak kiskereskedelmi termékek vásárlásakor. Gyakori, hogy termékekkel kapcsolatban a **bolti eladóktól** is segítséget kérnek, de **az esetek felében megvitatják a kérdést barátokkal, ismerősökkel**, és figyelembe veszik az ő tapasztalataikat, ajánlásait is.
- Gyakori, hogy a DÖE oldalakon kívül **más honlapokat is felkeresnek**, itt elsősorban az **online áruházak saját honlapja** hasznos információs forrás (46% vásárlás előtt felkeresi ezeket), de a **gyártók honlapjai** is megbízható forrást jelentenek a vásárlóknak (29% látogat el gyártói honlapra legutóbbi vásárlása során).
- Kiskereskedelmi termékek esetén viszonylag ritka, hogy a vásárlók mindössze egyetlen forrásból tájékozódjanak, a források száma függ a terméktől (annak összegétől, valamint fontosságától és funkciójától a vásárló életében). Az egyes források jelentőségének meghatározása nehéz feladat, az egyes befolyásoló erők sokszor tudat alatt fejtik ki hatásukat. Mivel a vásárlók elsősorban objektív eszközként tekintenek a DÖE oldalakra, ezért befolyásoló erejük meghatározása különösen problémás.
- Az esetek **61%-ában a DÖE oldalt keresik fel elsőként a vásárlási igény felmerülésekor**, ami nem jelenti azt, hogy ne térnének vissza később is az oldalra a döntéshozatal során, mindenesetre az első impulzusokat gyakran ezeken az oldalakon szerzik a vásárlók.
- Az eseteknek csak 39%-ában fordul elő, hogy a tájékozódás egy másik szakaszában keresik fel a DÖE oldalt először.



## INFORMÁCIÓS FORRÁSOK A VÁSÁRLÁSI DÖNTÉS MEGHOZATALAKOR



## ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSÉNEK IDEJE



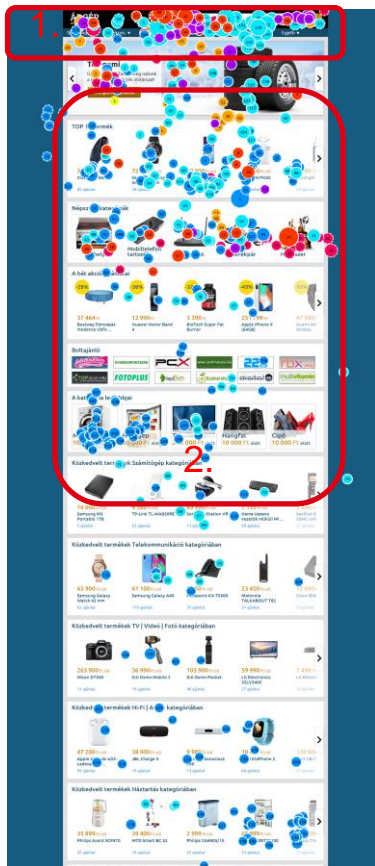
- Ez az első, ahonnan vásárláskor tájékozódik
- Előbb máshol tájékozódik

# A DÖE OLDALAK HELYE A VÁSÁRLÁSI DÖNTÉSHOZATALBAN



- 2 helyen tud belépni a DÖE a vásárlási döntéshozatal folyamatába:
  - **A. orientáció:** a DÖE felkeresése a vásárlási döntés legelső lépésében, amikor a felhasználók tájékozódást végeznek a kategóriában. Ekkor a teljes kínálatot szeretnék felmérni, illetve információt gyűjtenek az árkategóriákról. Lehetőségeket keresnek, útmutatást, ami leszűkíti a lehetséges termékek körét → a hangsúly a terméken, és az áron van, ami egy referenciaárként szolgál számukra, és az összehasonlítást segíti
  - **B. vásárlás kivitelezése:** a DÖE felkeresése a vásárlás utolsó lépésében, amikor a döntés már szinte megszületett, a választási lehetőségek már leszűkültek 2-3 termékre. Ekkor a vásárló fejében már csak a beszerzési forrás a kérdés, cél a lehető legjobb áron való beszerzés, a járulékos költségek és a kockázat (megbízható webshop) minimalizálása mellett → a hangsúly az ajánlatokon, árakon van
- Mindkét ponton fontos közvetítő szerepet tölt be a DÖE, de a felhasználói viselkedésben eltérő mintázatokat generál.

- Használati mintázatok a felhasználói cél szerint: **A. orientáció**
  - **kevés szűrőt használnak**, inkább a kategóriaszűrést, vagy egyszerűen a kategória menüből való kiválasztását alkalmazzák.
  - **A találati listát böngézik végig**, ott is a legfontosabb **termékjellemzőket nézik meg a lista nézetben, és az árat**. Az egyes termékek részletes oldalaira akkor lépnek tovább, ha már kialakult egy elképzelés a keresett termékről, és egy részletesebb szinten szeretnék megismerni az egyes termékeket, hogy a különbségeket megértsék.
  - **Ritka, hogy az összehasonlító oldalon keresnének részletes leírást a termékről**, vagy hogy kizárólag erre hagyatkoznának. Bár átfutják ezeket a leírásokat, megnézik a képeket, de hiteles és részletes információkat inkább a gyártó oldalán, vagy a szakosodott webshopokon keresnek.
  - **A DÖE oldalakkal szemben nem alapvető elvárás, hogy a termékekről hiteles, minden részletre kiterjedő műszaki leírást biztosítsanak**. Ezeket nem is kérik rajtuk számon, hiszen a DÖE oldalak nem specializálódtak bizonyos termékcsoporthoz, hanem összegyűjtik és közvetítik az információt.
  - Sok felhasználó nem is igényel részletesebb, sem hitelesebb leírást, mint amit a DÖE oldalon az egyes termékekről megtalál. A vásárlás ezen szakaszában még a termékek mélyebb megismerése, megértése nem cél.



1. Leginkább a felső menüt használják a megfelelő termék kategória kiválasztására, szűrők használata a találati listában sem jellemző
2. Konkrét elképzelés híján a főoldalon is elidőznek, megtekintik a kiemelt ajánlatokat, könnyen eltérülnek az eredetileg keresett kategóriától egy másik kategória felé. Inspirációt, kapaszkodókat keresnek, és ennek megfelelően figyelmük is szerteágazó, könnyen eltéríthető.

*Az ábra az argexp.hu oldalon mutatott felhasználói aktivitást mutatja az oldalon átlagosan eltöltött 3 perc idő alatt. A színes körök a felhasználók szemmozgásait, ezáltal a figyelmük irányát és megoszlását mutatják.*

# A DÖE OLDALAK HASZNÁLATI MINTÁZATAI – B. vásárlás

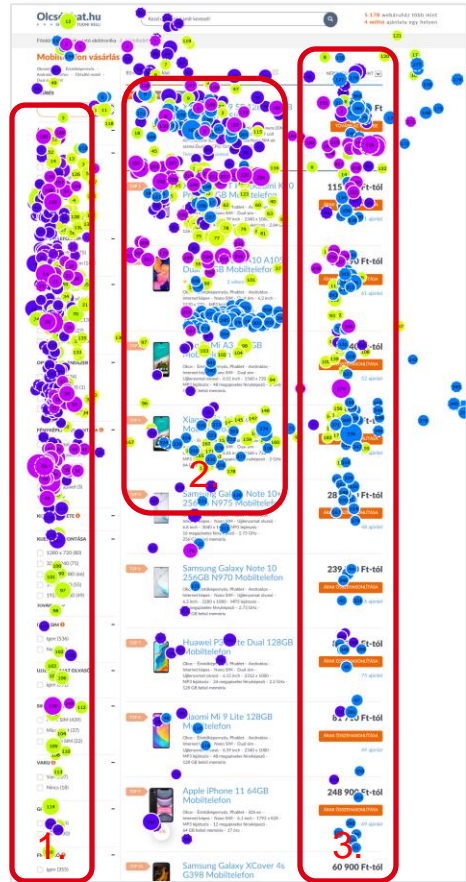
## kivitelezése #1



- Használati mintázatok a felhasználói cél szerint: **B. vásárlás kivitelezése**
  - A vásárlásnak ebben a fázisában a felhasználók **gyakrabban használják a szűrőket, konkrét elképzeléseik vannak a kategóriáról, az elérhető termékválasztékról, és saját igényeikről**. Elsődleges céljuk, hogy **a legjobb árat megtalálják az általuk választott termékhez**, és a lehető **legmegbízhatóbb webshoptól** rendeljék meg a terméket a lehető **legalacsonyabb járulékos költséggel**.
  - **A találati listában már leginkább az árakra koncentrálnak**, viszonylag **gyorsan továbblépnek a termékoldalra**, ahol az egyes ajánlatok között mérlegelnek. A legolcsóbb ár mellett figyelmet fordítanak a webshopra, keresik az ismerős webshopokat, amelyekkel már van korábbi tapasztalatuk, hallottak róla ismerőstől, vagy esetleg reklámból ismerősen cseng a neve. Ezek mind nagy súllyal esnek latba egy webshop megítélésükor. Ismeretlen webshop iránt csak különösen nagy árkülönbség esetén kezdenek el érdeklődni, de ekkor is igyekeznek minél több információt begyűjteni annak érdekében, hogy megbizonyosodjanak annak megbízhatóságáról (valóban az a termék érkezik, amit rendeltek; a szállítás az ígért időben történik; nem merülnek fel eltitkolt költségek).
  - A DÖE oldalakkal kapcsolatos elvárás ebben a fázisban, hogy **a lehető legkönnyebben áttekinthető módon jelenítse meg az ajánlatokat az egyes termékekhez**, a listában legyenek feltüntetve a legfontosabb információk, ezekért ne kelljen ellátogatni a webshopok oldalára: ár, szállítási költség, garancia idő, szállítási idő.

# A DÖE OLDALAK HASZNÁLATI MINTÁZATAI – B. vásárlás

## kivitelezése #3



1. Vásárlás kivitelezésekor a felhasználók gyakran használják a szűrőket, mert a döntéshozatal korábbi lépéseiben már leszűkítették a lehetséges termékek körét 2-3 modellre, ezért nem szeretnék a teljes kínálatot átnézni
2. A találati listában főleg a termékek pontos azonosítása zajlik, amit a kép/terméknév/ legfontosabb kiemelt termékjellemzők megfigyelése segít. Mivel a szűrésnek köszönhetően már igényeiknek a leginkább megfelelő termékeket jelenítették meg, ezért az első néhány találatra összpontosítanak (jellemzően az első 5 találat kapja az összes figyelem 90%-át)
3. Az egyik legfontosabb információ az ár (feltételezik, hogy az elérhető legalacsonyabb ár kerül megjelenítésre a találati listában), a termékoldalra való továbblépés viszonylag hamar megtörténik

*Az ábra az olcsobbat.hu oldalon mutatott felhasználói aktivitást mutatja az oldalon átlagosan eltöltött 2 perc idő alatt. A színes körök a felhasználók szemmozgásait, ezáltal a figyelmük irányát és megoszlását mutatják.*



# 3.4 DÖE OLDALAK SZEREPE KÜLÖNBÖZŐ TERMÉKKATEGÓRIÁK VÁSÁRLÁSA ESETÉN

# DÖE OLDALAK KÜLÖNBÖZŐ TERMÉKKATEGÓRIÁK VÁSÁRLÁSA ESETÉN #1

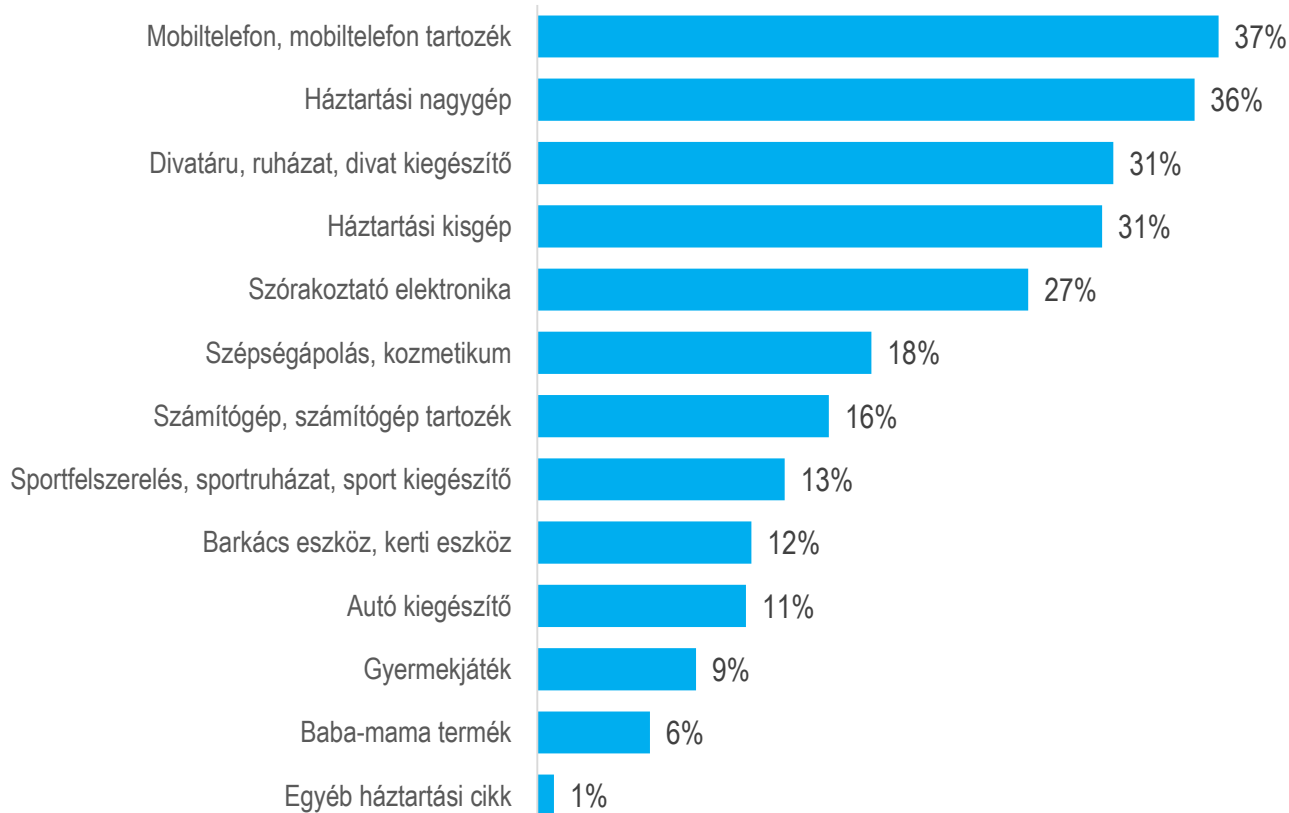
- Az árösszehasonlító oldalak elsősorban **információforrásként szolgálnak**, a felhasználók kevésbé interakciós felületként tekintenek ezekre. Erre utal, hogy az esetek egy nagyobb részében végül nem is online vásárolják meg azt a terméket, aminek utánanéztek. Ez az arány termékenként eltérő.
- **Mobiltelefonnal** kapcsolatban keresnek a legtöbben információkat DÖE oldalakon, a szegmens 37%-a keresett fel már ilyen témában árösszehasonlító oldalt. Az esetek felében online is vásárolták meg a készüléket, de nagyjából minden tizedik alkalommal nem is történt vásárlás végül sem online, sem offline. Telefonvásárláskor viszonylag gyakori a DÖE oldalak felkeresése, a célcsoport tagjai nagyobb arányban nem is egyszer, hanem minden alkalommal ellátogatnak DÖE oldalra, ha készülékvásárlás merül fel. Ilyenkor jellemzően igen nagy arányban (69%) a DÖE volt az az információforrás, amire a leginkább támaszkodtak a döntéskor, a legjobban segítette őket a vásárlás során. Más termékekhez képest a mobiltelefon vásárlásában a DÖE nagyobb fontossággal bír, az esetek kétharmadában a DÖE segítette legjobban a vásárlási döntést.
- **Háztartási nagygépek** vásárlásakor szintén jellemző az összehasonlító oldalak felkeresése, a látogatások 36%-ában hűtővel, mosógéppel, tűzhellyel kapcsolatban kerestek már fel DÖE oldalt. Az esetek többségében ilyenkor inkább offline történik meg a vásárlás, és gyakrabban veszik igénybe az offline voltak eladóinak segítségét (54%). Gyakran felkeresik webshopok oldalait is (38%), de nagyon ritka, hogy ez a legfontosabb forrás, amire a döntéskor támaszkodnak.
- **Háztartási kisgépek** szintén gyakran fordulnak elő a DÖE oldalakon keresett termékek között, a felhasználók szintén csaknem egyharmada keresett már a kategóriában terméket összehasonlító honlapon, de itt már az esetek majdnem felében végül offline lett lebonyolítva a vásárlás. Ilyenkor az ismerősök, barátok véleménye kevésbé számít, inkább a bolti eladókra hallgatnak szívesebben.



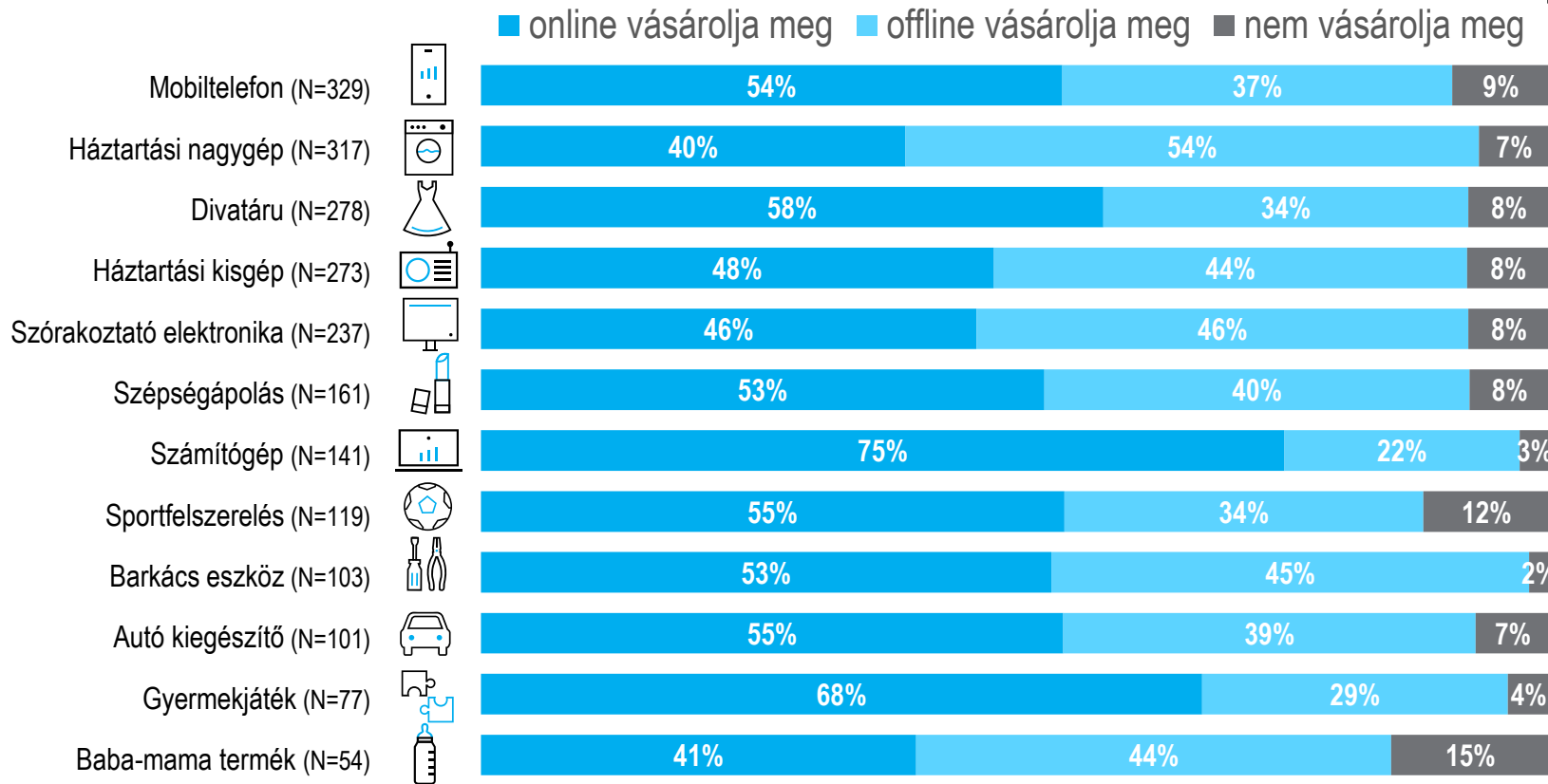
# DÖE OLDALAK KÜLÖNBÖZŐ TERMÉKKATEGÓRIÁK VÁSÁRLÁSA ESETÉN #2

- **Divatáru, ruházat, kiegészítők** kategóriájában a felhasználók egyharmada vette már igénybe DÖE oldalak szolgáltatásait. Ilyenkor az esetek csaknem kétharmadában végül online vásárolják meg a terméket, is ismerősök, családtagok véleményére hagyatkoznak a legnagyobb mértékben a DÖE-k után.
- A legnagyobb arányban a **számítógépkatrészek** esetén fordul elő, hogy az összehasonlító oldalon való keresés után a terméket végül a vásárlók online vásárolják meg. Itt az esetek háromnegyedében fordul elő, hogy ha nem is feltétlenül a DÖE oldalról kezdeményezve, de a vásárlási folyamat egy online webshopon zárul. Ennél a terméknél is gyakori, hogy a DÖE fontos szerepet játszik a vásárlási döntésben, és nem marad ki az információs források közül. Fontossága is viszonylag gyakran elsődleges, illetve ez az a termék kategória, ahol a közösségi médiát bár nem sokan használják, de számukra nagyon gyakran szinte elsődleges fontossággal bír.
- **Gyermekjátékkal** kapcsolatban ugyan nem gyakori (az esetek 9%-ában), hogy árösszehasonlító oldalakon tájékozódnak, ha mégis, akkor nagy valószínűséggel (68%) online is rendelik meg a terméket. A bolti eladók véleményére nagyobb arányban támaszkodnak ennél a kategóriánál.
- **Baba-mama termékek, és sportfelszerelés** témakörökben gyakrabban előfordul, hogy egyáltalán nem is vásárlási szándékkal, hanem pusztán tájékozódás miatt keresik fel az összehasonlító oldalakat. Az esetek 15, illetve 12%-ában, amikor ilyen termékekre keresnek rá DÖE oldalakon, végül nem is történik vásárlás sem online, sem offline. Ebben a kategóriában fontosabbnak tartják.

# KERESETT TERMÉKKATEGÓRIA A DÖE OLDALON



# ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAKON KERESETT TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK LEBONYOLÍTÁSA



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=891

Kérdés: O4. Amikor Ön az alábbi termékkel/ szolgáltatással kapcsolatban összehasonlító oldalt használ, azután jellemzően...

# KÜLÖNBÖZŐ TERMÉKKATEGÓRIÁKKAL KAPCSOLATOS INFORMÁCIÓKERESÉS #1

FELKERESÉS GYAKORISÁGA ADOTT ESZKÖZ VÁSÁRLÁSA ESETÉN



MOBILTELEFON  
N=329



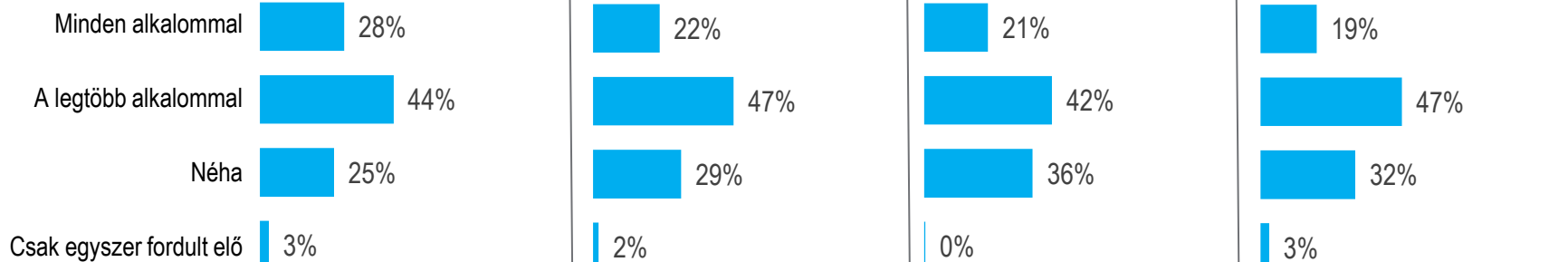
HÁZTARTÁSI NAGYGÉP  
N=317



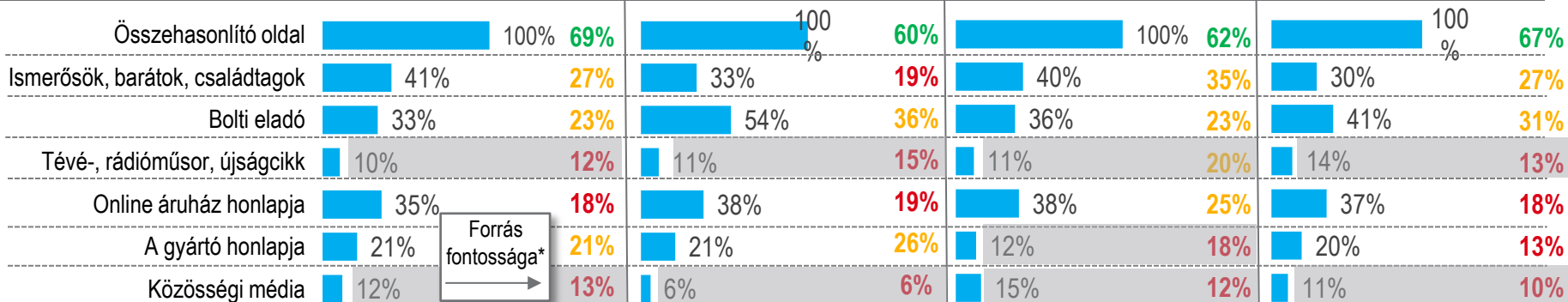
DIVATÁRU  
N=278



HÁZTARTÁSI KISGÉP  
N=273



EGYÉB FORRÁSOK



Forrás fontossága\*

**Alacsony elemszám** \* Első helyen jelölt

Bázis: Azok a válaszadók, akik vásárolják az adott terméket

Kérdés: K6a. Amikor Ön ... terméket vásárol, milyen gyakran keres fel összehasonlító oldalt? K6b. Milyen EGYÉB forrásból tájékozódott még az összehasonlító oldalon kívül a döntés során? K6c. Mennyire segítettek Önt a vásárlási döntés meghozatalában

# KÜLÖNBÖZŐ TERMÉKKATEGÓRIÁKKAL KAPCSOLATOS INFORMÁCIÓKERESÉS #2

FELKERESÉS GYAKORISÁGA ADOTT  
ESZKÖZ VÁSÁRLÁSA ESETÉN



SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA  
N=237



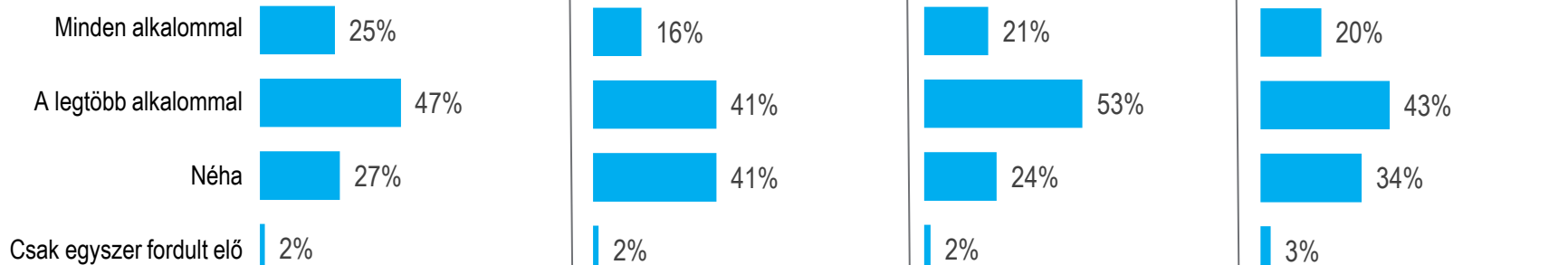
SZÉPSÉGÁPOLÁS  
N=161



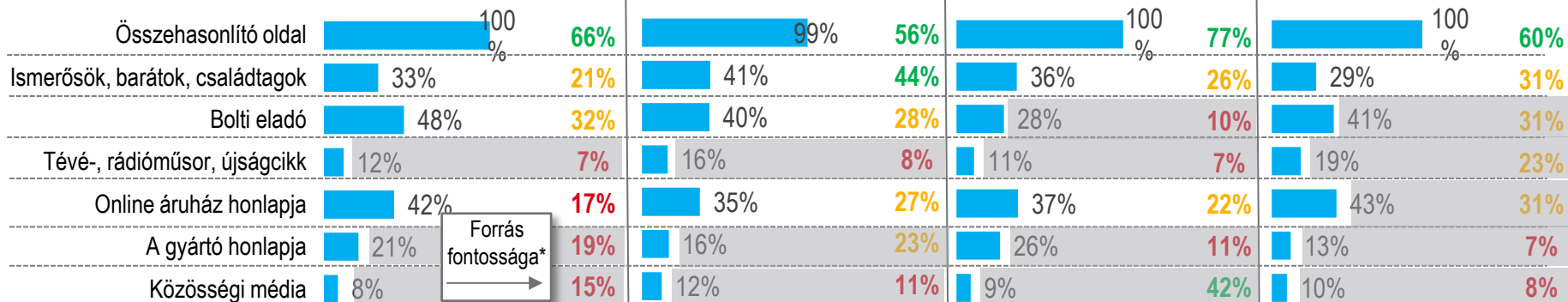
SZÁMÍTÓGÉP  
N=141



SPORTFELSZERELÉS  
N=119



EGYÉB FORRÁSOK



Forrás fontossága\*  
→

**Alacsony elemszám** \* Első helyen jelölt

Bázis: Azok a válaszadók, akik vásárolják az adott terméket

Kérdés: K6a. Milyen gyakran keres fel összehasonlító oldalt? K6b. Milyen EGYÉB forrásból tájékozódott még az összehasonlító oldalon kívül a döntés során? K6c. Mennyire segítettek Önt a vásárlási döntés meghozatalában

The background of the slide is a dense field of blue, 3D-rendered cylinders or rods. These cylinders are oriented vertically and appear to be slightly blurred, creating a sense of depth and a textured, almost crystalline surface. The color is a uniform, vibrant blue.

# 3.5 DÖE OLDALAKON TALÁLHATÓ FUNKCIÓK, MEGJELENÍTÉSEK HASZNÁLATA

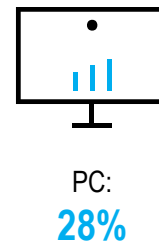
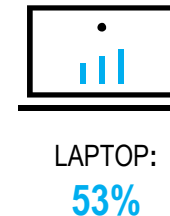
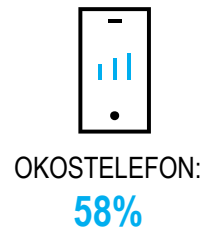
- Jellemző, hogy a felhasználók akár több eszközön is megnézik a DÖE oldalt, többször visszatérnek, éppen azt az eszközt használják, ami rendelkezésükre áll. Leggyakrabban okostelefonon keresztül használják az összehasonlító oldalt (58%), ennél valamivel kevesebben (53%) laptopon. A PC már egyre kevésbé jellemző a háztartásokban, tableten pedig egyelőre nem jellemző a DÖE oldalak használata.
- DÖE oldalakon a legfontosabb információk:
  - **ÁR** (94%) - a termékek legfontosabb tulajdonsága, a legfontosabb viszonyítási alap. Sok esetben a felhasználók kizárólag az árak összehasonlításának céljával érkeznek az oldalra.
  - **TERMÉKLEÍRÁS** (74%) – a legfontosabb paramétereket keresik az oldalon (típus, méretek, szín, teljesítmény stb.), részletes műszaki leírást nem várnak el a DÖE oldaltól.
  - **TERMÉKFOTÓ** (64%) – alapvető tájékozódási pont a találati listában. A képek minősége sokszor az oldal minőségének megítélésére is kihat. Megfelelő mennyiségű és minőségű fénykép megjelenítése nagy vonzerőt jelent a felhasználók számára.
  - **FELHASZNÁLÓI VÉLEMÉNYEK** (59%) – a felhasználók fontosnak tartják, hogy vélemények legyenek megjelenítve az oldalon az egyes termékekről, de valójában ezeket korlátozott mennyiségben tekintik meg, és fenntartásokkal kezelik, nem sok figyelmet fordítanak ezekre, és a vásárlási döntést, csak nagyon ritkán befolyásolják igazán.

# ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK HASZNÁLATÁNAK JELLEMZŐI

## KERESETT INFORMÁCIÓK AZ OLDALON



## MILYEN ESZKÖZÖN HASZNÁLTA



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=891

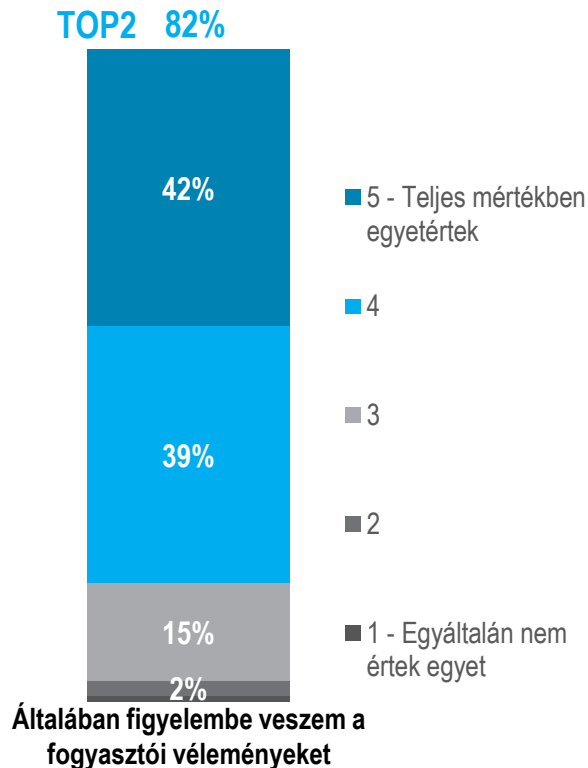
Kérdés: K9. Általában milyen információkat keres Ön egy termékről már az összehasonlító oldalon? K10. Szokott Ön felhasználói véleményt írni a termékekről az összehasonlító oldalakon K11. Milyen eszközön szokta Ön használni az összehasonlító oldalakat?



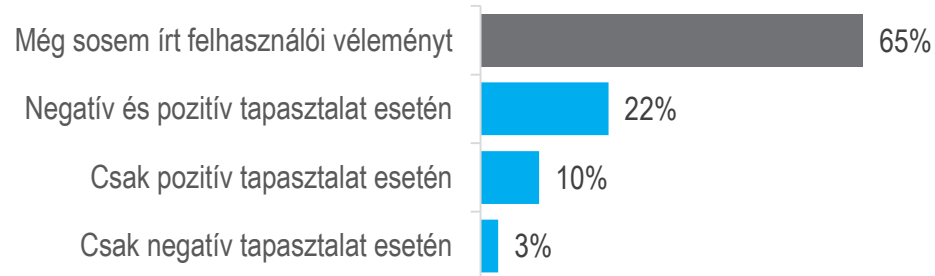
- A kiskereskedelmi szegmens DÖE felhasználóinak több mint **4/5-e nyilatkozott úgy, hogy figyelembe veszi a felhasználói véleményeket az oldalakon**, ezek figyelembe vétele azért nem ilyen egyértelmű.
- Az interjúk tapasztalatok alapján az mondható el, hogy **bár ezek származását és hitelességét alapvetően nem kérdőjelezik meg, azért erős fenntartásokkal kezelik ezeket**. A legtöbb felhasználó tisztában van vele, hogy létezik a felhasználói véleményeket manipuláló üzleti érdek és gyakorlat, ugyanakkor a review-k többségét független és laikus felhasználóknak tulajdonítják. Ezek azonban még így is hordozzák azt **szubjektivitást**, amitől **a vásárlók jellemzően nem fordítanak kiemelt figyelmet ezekre a kommentekre**.
- A reviewk megjelenítése bár **alapvető elvárásként jelennek meg bármilyen online kereskedő vagy szolgáltató felé**, és ezekbe legtöbbször valóban beleolvasnak, de sok időt és energiát a vásárlók nagy többsége nem fordít ezek olvasására.
- A **felhasználói véleményeket hitelessé teszi**, ha: negatív és pozitív vélemények egyaránt megtalálhatóak köztük, minél részletesebb és változatosabb a szóhasználat (akár nyelvtani hibákkal íródott), minél személyesebb példákat tartalmaz a leírás, minél több vélemény érhető el az adott termékről/ szolgáltatásról.
- **Bizalmi probléma nem merül fel** ezekkel szemben, moderálást, cenzúrát a felhasználók nem feltételeznek a honlapok üzemeltetői részéről (akár a DÖE oldalakról, akár webshopokról, vagy gyártói honlapokról is legyen szó).
- A **felhasználók általában ritkán írnak kiskereskedelmi termékekkel kapcsolatban véleményt**, értékelést, 3 DÖE látogatóból mindössze 1 írt már valaha termékkel kapcsolatban értékelést, bevallásuk szerint pozitív és negatív tapasztalatról egyaránt hajlamosak beszámolni.

# FELHASZNÁLÓI VÉLEMÉNYEK

## FEHASZNÁLÓI VÉLEMÉNY FONTOSSÁGA



## FEHASZNÁLÓI VÉLEMÉNY ÍRÁSA



## KIK ÍRJÁK EZEKET A VÉLEMÉNYEKET?

*Nem tudom, hogy kik írják, de nem is nagyon érdekel. Biztos valamennyit a cég munkatársai írnak megbízásból, de ha azt látom, hogy mondjuk 50-nél több vélemény van, azt már biztosan nem a munkatársak írták pénzért. Annyi energiát biztosan senki nem fektet bele.*

*Ha vannak negatív vélemények is, az nekem hitelessé teszi ezeket.*

*Teljesen mindegy, hogy ezek honnan származnak, eleve úgy kezelem, hogy vagy igaz, vagy nem. Elolvasok párat, és majd én úgyis eldöntöm, hogy nekem hogy tetszik a termék, nem ezekre alapozom a véleményemet.*



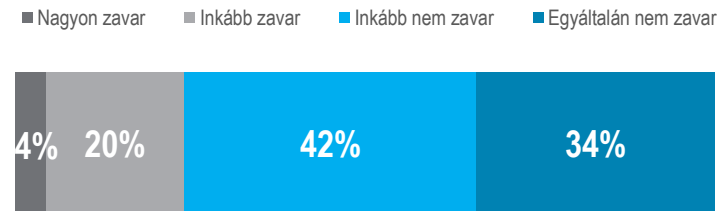
- A DÖE oldalak **üzleti modelljéről a felhasználók nagyon keveset tudnak**, de nem is tulajdonítanak ennek különösebb jelentőséget. Általában nem foglalkoztatja őket a téma, a legtöbben azt gondolják, hogy a DÖE oldalak a „reklámbevételből” tartják fenn magukat, vagyis hogy a webshopok jutalékot fizetnek nekik azért, hogy ajánlataikkal megjelenhessenek az oldalon.
- Azt csak kevesen feltételezik, hogy ennek a megjelenésnek különböző fokozatai vannak, a **kiemelt ajánlatokról mindössze a felhasználók 47%-a feltételezi (listából kiválasztva), hogy azok fizetett megjelenések**. Ők viszont általában **nem tartják ezt problémásnak**, hiszen más platformokról ismerős számukra ez a modell (Google kiemelt találatai, Vatera/ Jófogás hirdetéskiemelés szolgáltatása), és ennek megfelelően kezelik ezeket a találatokat.
- **Minden ötödik felhasználó azt gondolja, hogy a kiemelt ajánlatok a legnépszerűbb, legtöbb kattintást kapott ajánlatok**, és emiatt kerülnek a lista kiemelt helyére, amit szintén inkább hasznosnak, mint félrevezetőnek tartanak, hiszen a népszerűséget valószínűleg vagy a kedvező árnak, vagy a kedvező feltételeknek köszönheti, tehát érdemes ezekre kiemelt figyelmet fordítani.
- A **DÖE oldalakat látogatók háromnegyedét ezek a kiemelések nem zavarják**, 13%-uk mindig rákattint ezekre, további 72% pedig bár nem mindig, de előfordul, hogy kattint ilyen kiemelt ajánlatra.
- **A kiemelés összességében kiemelten jól működik az oldalakon. Hatékonyan irányítja magára a felhasználók figyelmét, miközben ők úgy érzik, hogy a funkció támogatja őket a megbízható/ népszerű/ kedvező ajánlatok megtalálásában.**

# KIEMELT AJÁNLATOK MEGÍTÉLÉSE

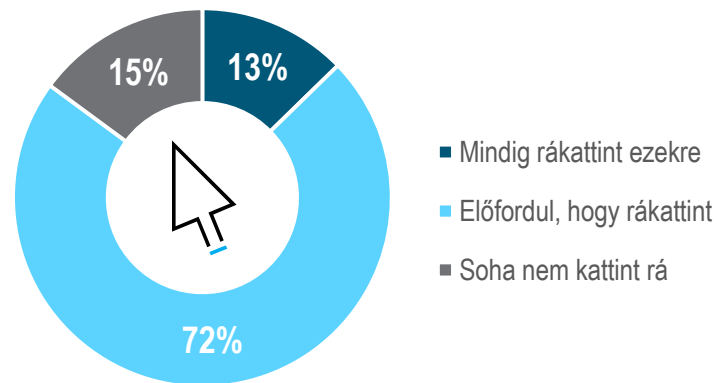
## KIEMELT AJÁNLATOK ÉRTELMEZÉSE



## MENNYIRE ZAVARÓAK?



## RÁKATTINTÁS GYAKORISÁGA

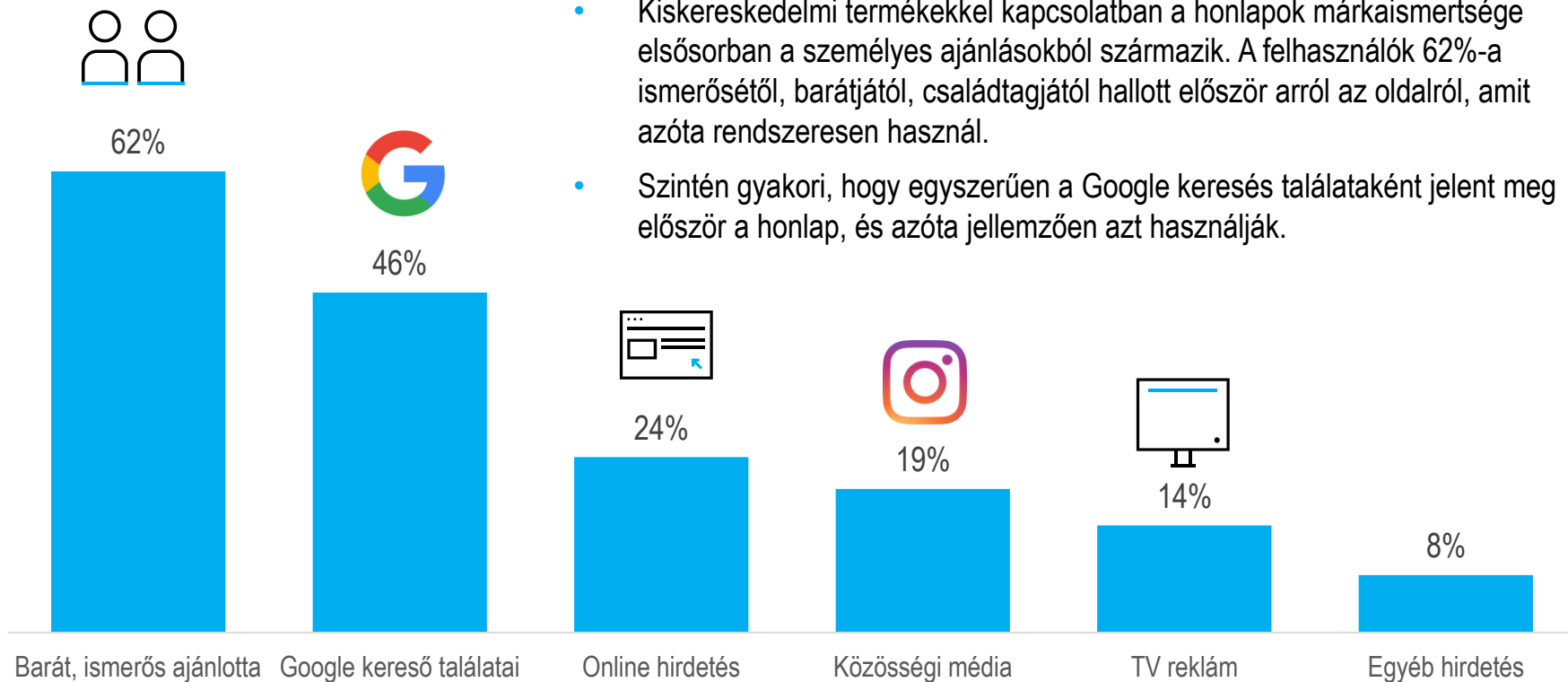


Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=891

Kérdés: K16. Az összehasonlító oldalakon a találati listában szerepelhetnek kiemelt ajánlatok. Ön szerint miért jelennek meg ezek az ajánlatok kiemelten, mit jelent a kiemelés? K17. Önt mennyire zavarják ezek a kiemelt ajánlatok? K18. Ön rá szokott kattintani ezekre a kiemelt ajánlatokra?

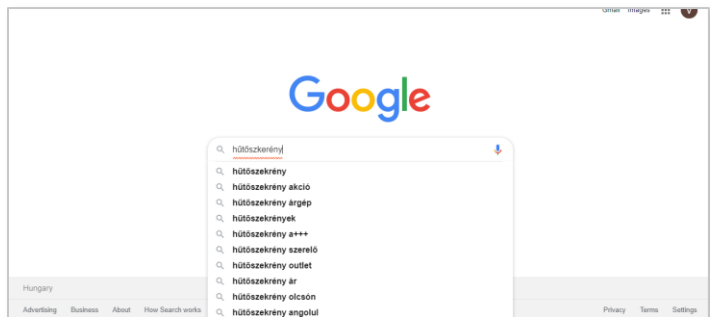
## 3.6 HONLAPOK ISMERTSÉGE

# DÖE OLDALAK ISMERTSÉGÉNEK FORRÁSA

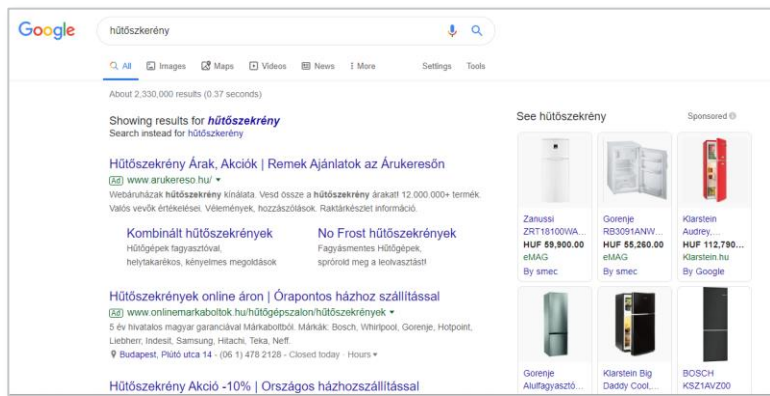


- Kiskereskedelmi termékekkel kapcsolatban a honlapok márkaismertsége elsősorban a személyes ajánlásokból származik. A felhasználók 62%-a ismerősétől, barátjától, családtagjától hallott először arról az oldalról, amit azóta rendszeresen használ.
- Szintén gyakori, hogy egyszerűen a Google keresés találataként jelent meg először a honlap, és azóta jellemzően azt használják.

# DÖE OLDALAK BEAZONOSÍTÁSA, LOYALITÁS



- A felhasználók jellemzően Google kereséssel indítják a tájékozódást, ahová vagy a termékkategória nevét (*hűtőszekrény*), vagy a konkrét márkát, típust írják be, ha már van ezekről elképzelésük.
- A Google keresésből indulva kezdik el a honlapok látogatását ahonnan a találatok szerint jutnak gyártói oldalakra, webshopokra, vagy DÖE oldalakra.
- A DÖE oldal kiválasztása a Google találatokon alapszik, innen azt választják ki, ami előrébb található a találati listában, vagy amelyeknek neve ismerősen cseng (korábbi tapasztalat, vagy ismerős ajánlása, esetleg reklámból származó ismertség).
- A felhasználók egyéni gyakorlatai alapján úgy tűnik, hogy a különböző DÖE oldalak kevés jellegzetességgel bírnak, egymástól sokszor nem könnyű őket megkülönböztetni. Sok esetben nevük is hasonló (az árat hangsúlyozza), az azonosításban nem segít az sem, hogy látogatásuk általában nem rendszeres, felhasználói rutin, vagy kötődés jellemzően nem alakul ki.

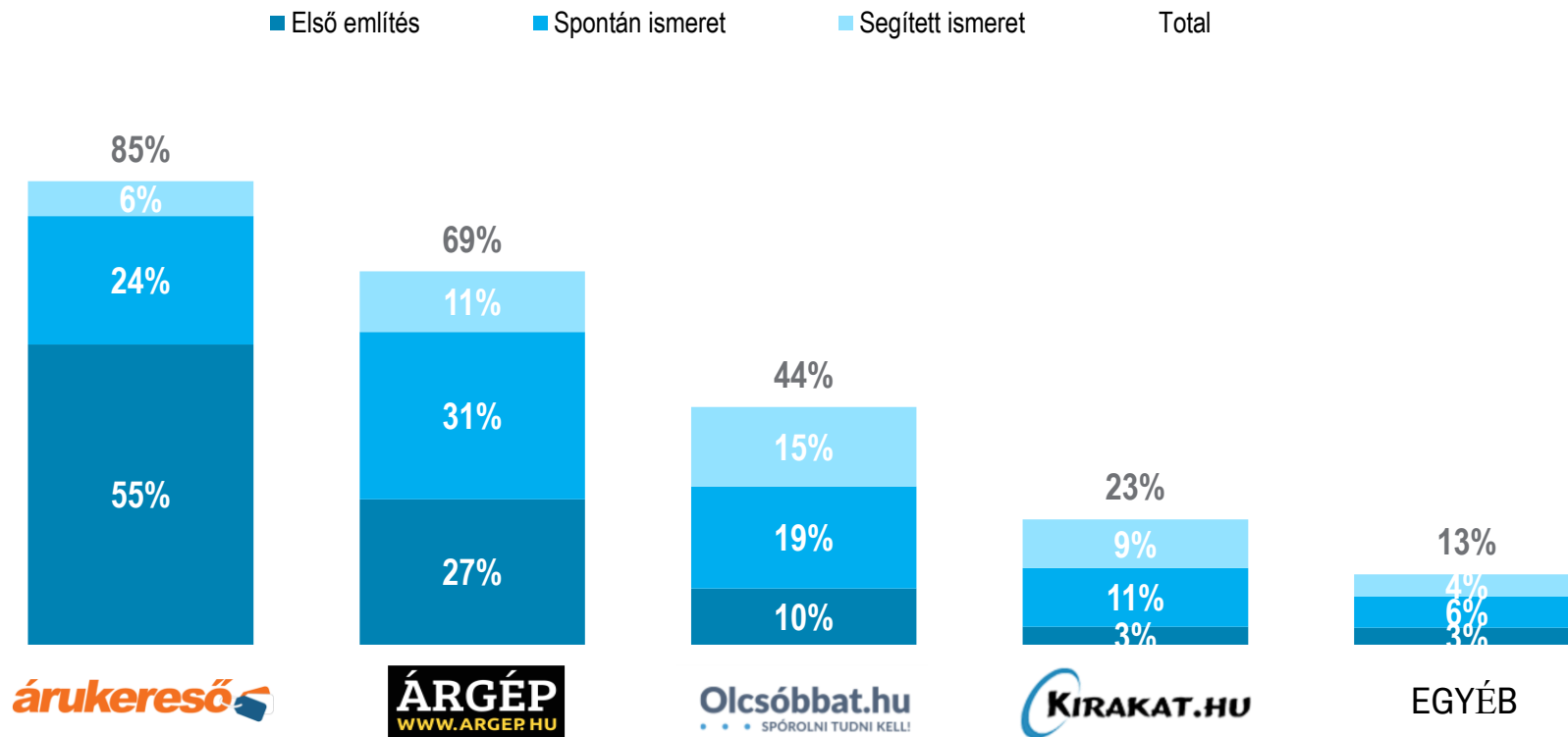


# DÖE OLDALAK ISMERTSÉGE, HASZNÁLATI GYAKORISÁGA

- A kiskereskedelmi DÖE oldalak közül az **árukereső.hu** az, amelyik **toronymagasan kiemelkedik ismertségben és használatban** is. A DÖE oldalakat ebben a szegmensben látogatók **85%-a ismeri ezt az oldalt**, több mint felüknek (55%) ez az oldal jut eszébe elsőként, ha DÖE oldalakra gondol. A honlap konverzió értékei is kiemelkedően jók, vagyis az ismerők 92%-a járt is már a honlapon, akiknek 86%-át sikerült rendszeres látogatóvá konvertálni. A rendszeres látogatók pedig nagyon magas arányban (5-ből 4-en) elsősorban ezt az oldalt is preferálják.
- Az elsődleges forrás, ahonnan az árukereső ismertsége származik ugyan még mindig a személyes ajánlás, de ennél az oldalnál **a legerősebb a Google találatokból származó ismertsége**.
- Szintén jelentős oldal a piacon az **árgép.hu**, **69%-os teljes ismertséggel** a célcsoport körében. Bár a Top of mind ismertsége már jóval alacsonyabb, mint az árukeresőé (27%), de még így is átlagon felüli vásárlói konverziókat mutat. A kiskereskedelmi szegmens DÖE látogatóinak **24%-a számára az árgép a leggyakrabban látogatott DÖE oldal**.
- Az olcsóbbat.hu és a kirakat.hu ennél kisebb szereplők a piacon, 44% illetve 23%-os ismertséggel. Az **olcsóbbat.hu** látogatói bázisa még figyelemre méltó, **a célcsoport 19%-a rendszeresen látogatja**, amikor DÖE oldalakat használ, 12%-uk pedig ezt az oldalt preferálja, addig a kirakat.hu esetében a rendszeres látogatói arány csak a 7%, és alig néhány százaléknyi felhasználó számára ez a legkedveltebb oldal (3%).
- Mind az olcsóbbat.hu, mind a kirakat.hu jóval kevésbé profitál a Google megjelenésekből, **a kirakat.hu viszont közösségi médiában erősebb**, mint a többi DÖE oldal.



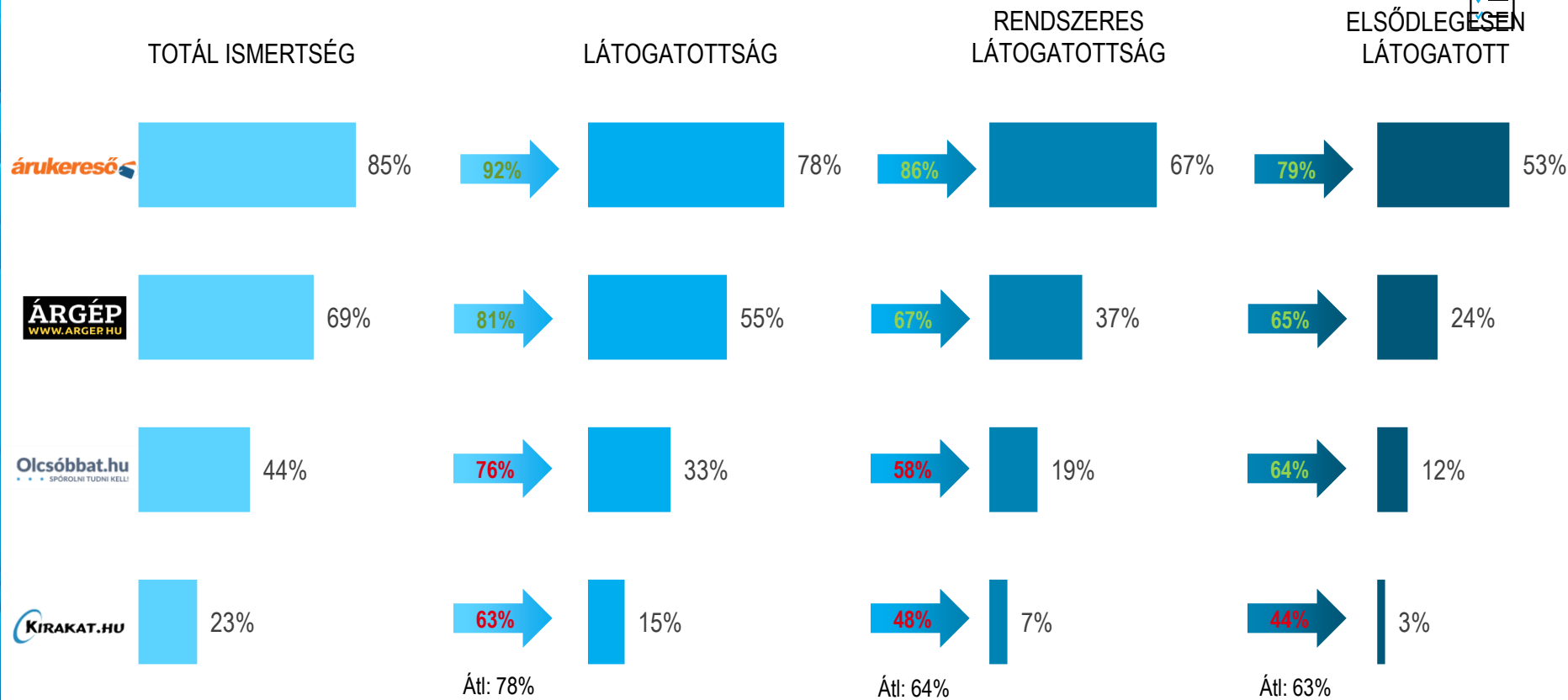
# DÖE OLDALAK ISMERTSÉGE



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=891

Kérdés: K1a. Melyik az az összehasonlító oldal, amelyik neve elsőként az eszébe jut? K1b. Még milyen összehasonlító oldalakat ismer Ön? K2. Az alábbi összehasonlító oldalak közül melyeket ismeri legalább névről, függetlenül attól, hogy látogatta-e már valaha?

# KONVERZIÓS ÉRTÉKEK



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=891

Kérdés: K2. Az alábbi összehasonlító oldalak közül melyeket ismeri legalább névről, függetlenül attól, hogy látogatta-e már valaha? K3. Az alábbi összehasonlító oldalak közül melyeket látogatta már legalább egyszer? K4. Az alábbi összehasonlító oldalak közül melyeket látogatja rendszeresen, amikor valamilyen terméket vásárol? K5. Az alábbi összehasonlító oldalak közül melyiket látogatja a leggyakrabban, amikor valamilyen terméket vásárol?

Alacsonyabb mint az átlag      Magasabb mint az átlag

# OLDALAK ISMERTSÉGÉNEK FORRÁSA - HONLAPONKÉNT



N=595



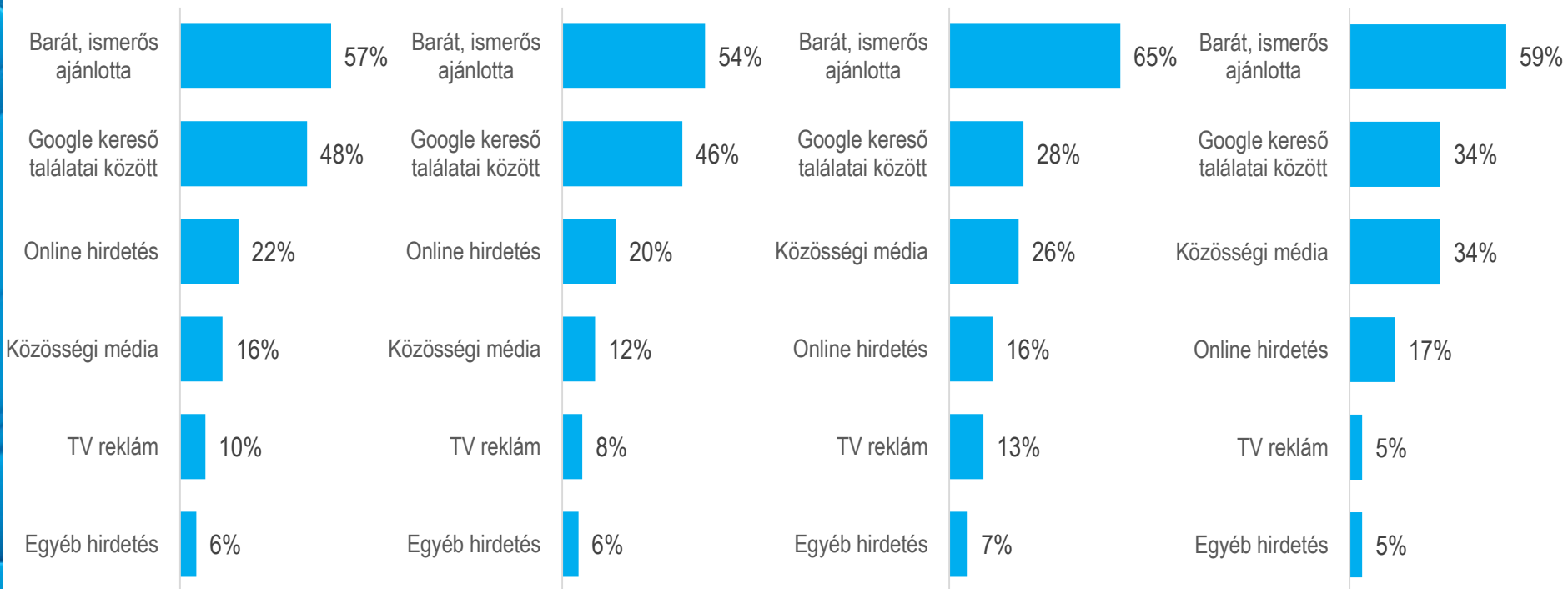
N=330



N=171



N=64



Bázis: Azok a válaszadók, akik az adott oldalt rendszeresen látogatják  
 Kérdés: K20. Honnan hallott Ön a ... összehasonlító oldalról?



# 3.7 DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG

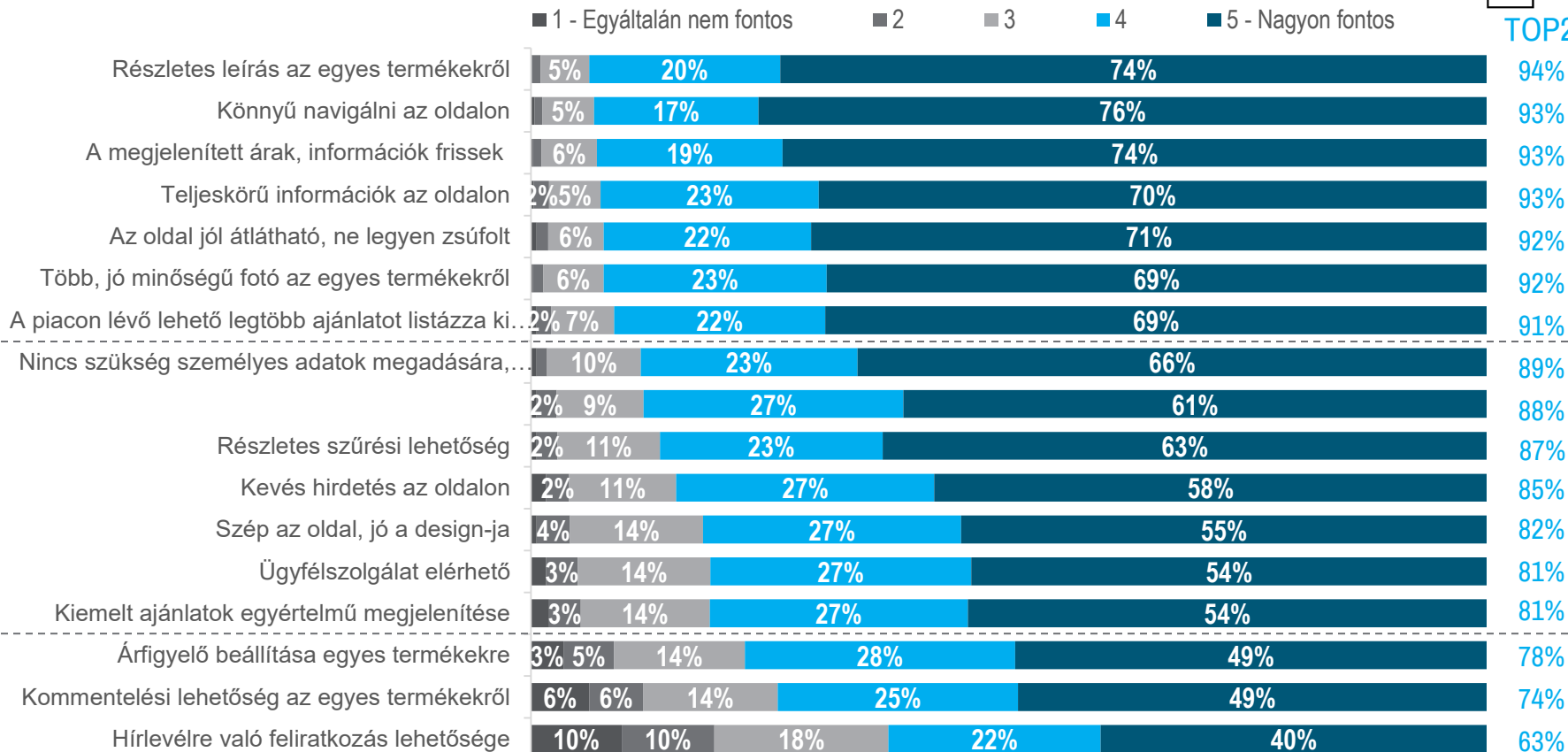
# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK

- A DÖE oldalakkal kapcsolatos elvárásokkal kapcsolatban az látszik, hogy a kiskereskedelmi termékeket összehasonlító DÖE oldalakkal szemben a felhasználók az alábbi igényeket támasztják: **egy olyan oldalt szeretnének használni, ahol a lehető legtöbb ajánlatot érik el a termékekről, amikről részletes, friss információk érhetnek el (különösen az árakkal kapcsolatos naprakésztség fontos), és jó minőségű, megfelelő mennyiségű fotót is találnak róla. Fontos, hogy az oldal könnyen navigálható legyen, és ne legyen túl zsúfolt.**
- Az már kevésbé fontos számukra, hogy személyes adatokat ne kérjen el az oldal (hiszen ez általában egyáltalán nem merül fel az oldalakon), és szinten kisebb fontossággal bírnak az olyan funkciók, mint a többféle rendezési lehetőség, részletes szűrők, ügyfélszolgálati elérhetőség, vagy az árfigyelő.
- A hirdetések minimalizálása sem elsődleges fontosságú az oldalon, hiszen sokan eleve hirdetésként tekintenek a megjelenő ajánlatokra is, de a szép design sem tűnik kritikusnak.
- Az utolsó két szempont, ami a listában felsorolt elemek közül a legkevesbé fontos elvárás a kommentelés lehetősége, hiszen kommenteket a vásárlók nagy része egyáltalán nem ír.
- Hírlevélre való feliratkozás szintén nem túl népszerű szolgáltatás a DÖE oldalak esetén.

# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK



TOP2



Bázis: Azok a válaszadók, akik ismerik az adott oldalt

Kérdés: K13. Mennyire fontosak Önnek az alábbiak egy összehasonlító oldal esetén, milyenek kell lennie egy ilyen oldalnak, hogy Önt igazán segítse a vásárlási döntés meghozatalában?

# DÖE OLDALAKKAL AVALÓ ELÉGEDETTSÉG

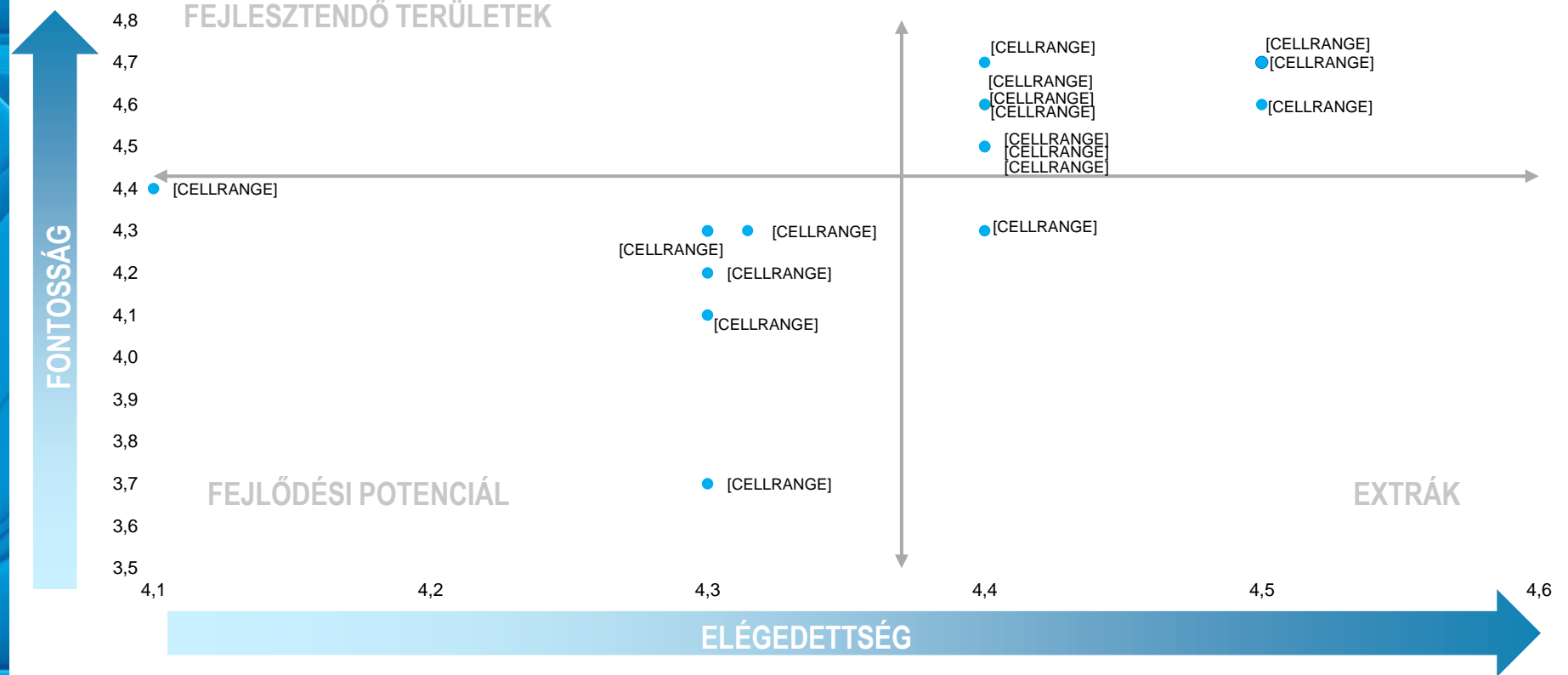


- A legfontosabb elvárások mentén általában elégedettek a DÖE oldalakkal a felhasználók. Az oldalakra általában jellemző, hogy **részletes és teljesskörű termékleírást, jó fotókat** biztosítanak, **könnyen navigálhatóak**, az oldalak **átlátható**, nem túlzásúfoltak, és kellően sok ajánlatot mutatnak meg. Az információk frissességével kapcsolatban is inkább elégedettek a felhasználók. Nincs igazán olyan dimenzió, amit a felhasználók különösen fontosnak tartanának, de az általuk rendszeresen látogatott oldal nem nyújtaná ezt számukra.
- A **kiemelt ajánlatok egyértelmű megjelenítése is az összes oldalnál átlagon felüli értékelést kapott**, a fogyasztók úgy tűnik, elégedettek azzal, ahogy a DÖE oldalak a kiemelt ajánlatokat kommunikálják.
- A leginkább a **hirdetések sokasága** ugrik ki az egyes dimenziók közül, ez ugyan nem egy felhasználói szempontból kiemelten fontos terület, de **az ezzel való elégedettség feltűnően alacsony**. A sok hirdetés zavaró a felhasználóknak az oldalon.
- Az egyes honlapok teljesítményének vizsgálatakor azt látjuk, hogy az **árkereső** az, amelyik a **leginkább kimagaslik a versenytársak közül**. Átlagon felüli megítélést kapott a **design** és a **könnyű navigáció**. További erősségei még a rendezési lehetőségek, a részletes termékleírások és az információk frissessége is ennél az oldalnál kapott a legjobb értékelést a felhasználóktól.
- Az **árgép** értékelése is többnyire átlagon felüli, a felhasználók elégedettek az oldallal, egyedül a **design, aminek elégedettsége inkább átlagon aluli ennél az oldalnál**.
- Az **olcsóbbat.hu** oldal **szinte minden dimenzióban alacsonyabb elégedettségi értékeket kapott**, mint a két piacvezető versenytársa, problémásnak tűnik a navigáció és kevésbé elégedettek a felhasználók a designal, és a szűréssel is kevésbé elégedettek a felhasználók. Nem érzik igazán úgy, hogy az oldalon a lehető legtöbb ajánlatot érnék el, és a termékleírásokat sem tartják kiemelkedően részletesnek.
- A **kirakat.hu**, bár rendszeres látogatóinak aránya alacsony, ők mégis sokkal **kevésbé panaszkodtak a sok hirdetés miatt**, és kimagaslóan elégedettek az ajánlatok mennyiségével.

# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS AZ EZEKSEL VALÓ ELÉGEDETTSÉG



ELŐNYÖK



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak kereskedelmi összehasonlító eszközöket N=891

Kérdés: K13. Mennyire fontosak Önnek az alábbiak egy összehasonlító oldal esetén, milyenek kell lennie egy ilyen oldalnak, hogy Önt igazán segítse a vásárlási döntés meghozatalában? K14. Ön szerint mennyire felel meg az alábbi elvárásoknak az Ön által rendszeresen látogatott... oldal?



# DÖE OLDALAK JELLEMZŐI – TOP2 ÉRTÉKEK



TOTÁL

árkereső

ÁRGÉP  
WWW.ARGEP.HU

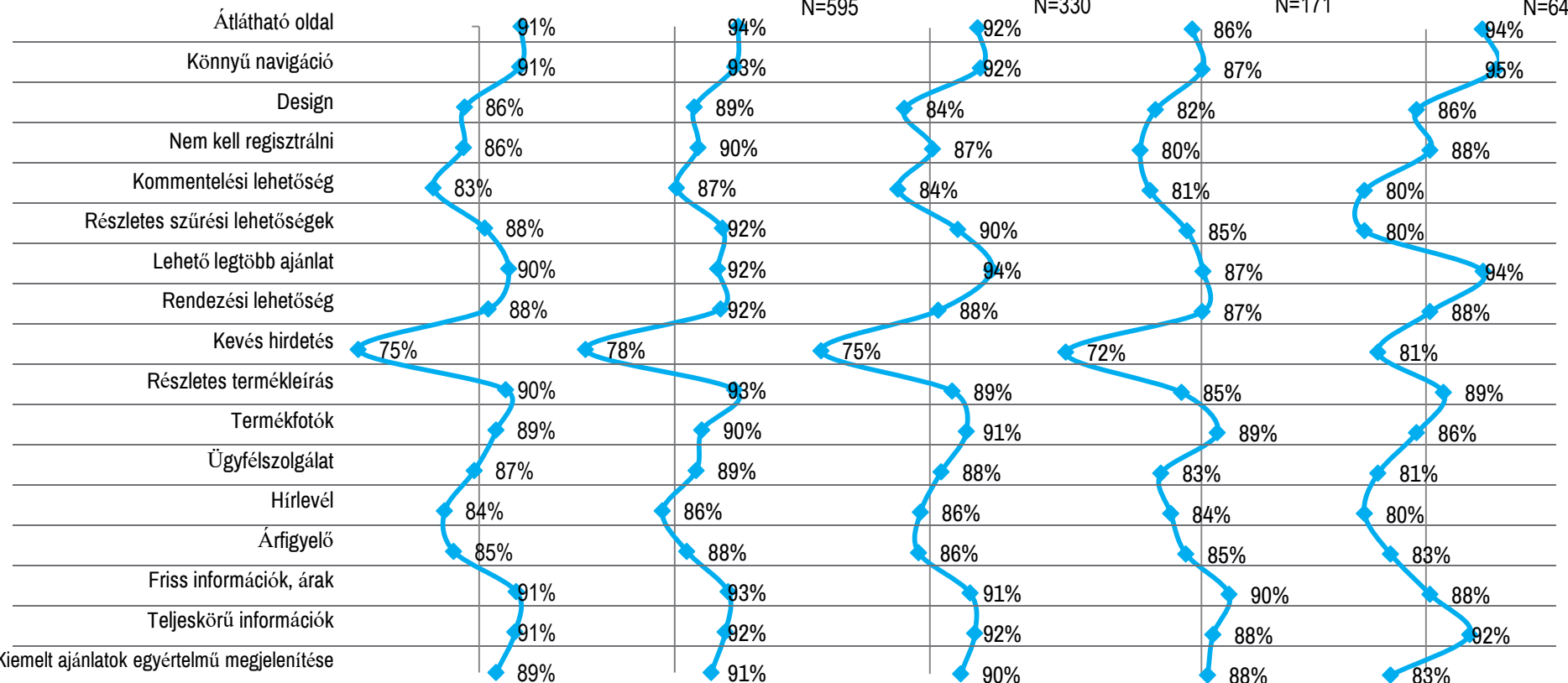
Olcsóbbat.hu  
SPÓROLNI TUDNI KELL!

N=171

N=64

N=595

N=330



Bázis: Azok a válaszadók, akik ismerik az adott oldalt

Kérdés: K14. Ön szerint mennyire felel meg az alábbi elvárásoknak az Ön által rendszeresen látogatott... oldal?

# DÖE OLDALAKKAL VALÓ ELÉGEDETTTSÉG

■ 1 - Egyáltalán nem vagyok elégedett ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10 - Teljes mértékben elégedett vagyok

TOP3

ÖSSZESÍTVE



74%

árkereső 

N=595



82%

ÁRGÉP  
WWW.ARGEP.HU

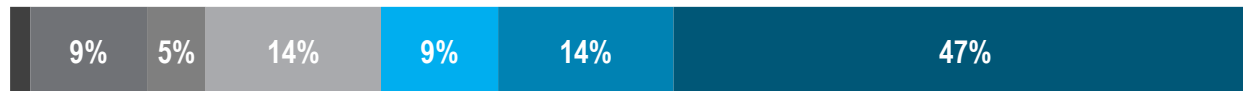
N=330



75%

KIRAKAT.HU

N=64



70%

Olcsóbbat.hu  
SPÓROLNI TUDNI KELL!

N=171



70%

# 4. SZÁLLÁSFOGLALÁS





# 4.1 DÖE FOGALMA SZÁLLÁSÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK ESETÉN

- Szállásfoglalással kapcsolatos digitális összehasonlító eszközök **működésének megértése, és az oldalak közötti különbségtétel kevésbé egyértelmű a felhasználók számára, mint a kiskereskedelmi termékek vásárlása esetén.**
- Alapvetően a felhasználók úgy gondolják, hogy ezek a felületek **szereződést kötnek a szállásadókkal, ezeket egységes formában jelenítik meg a vendégek számára, akik az oldalon keresztül standardizált módon tudják lefoglalni** szállásukat akár külföldre, akár belföldre. A felhasználók számára előny, hogy a szállásadóval nem kell, vagy csak a folyamat legvégén kell kapcsolatba lépniük.
- Magát **a tranzakciót is inkább a DÖE oldalhoz kötik**, hiszen pl. a szállás.hu esetén itt is adják meg személyes adataikat a foglaláskor, emiatt segítségért, vagy panasszal is elsősorban a DÖE oldalhoz fordulnak, nem pedig a szálláshelyhez.
- **Az egyes oldalak értelmezése sokkal jelentősebben eltér egymástól**, mint a kiskereskedelmi szegmens esetén, ahol egy sokkal egységesebb működési mechanizmussal találkoztak a felhasználók. Emiatt gyakrabban fordul elő az is, hogy több oldalt felkeresnek, mert az egyes DÖE oldalak szállásajánlatait, mind kínálatban, mind árban jelentősen eltérőnek érzékelik.
  - **Booking.com** – a felhasználók egyértelműen DÖE oldalként kategorizálják az oldalt, mivel a különböző szállások összehasonlítását teszik számukra lehetővé
  - **Szállás.hu** – kifejezetten nagy a fogyasztói bizalom, ez főleg a magyar háttérnek köszönhető, amit a magyar név is erősít. Emiatt előfordul viszont, hogy csak belföldi szállásfoglalásra tartják alkalmasnak.
  - **Trivago.hu** – az erőteljes TV kampánynak köszönhetően ismertsége és image-e nagyon erős, a felhasználók körében azonban sokszor nem világos az oldal működése. A felhasználók sok esetben nincsenek tudatában, hogy nem csak a szálláshelyek, hanem az adott szálláshelyeket közvetítő oldalak között is választaniuk kell az oldalon. Sokkal nagyobb a veszélye, hogy a felhasználó olyan oldalra kerül, ahová nem tudatosan jutott, és olyan oldalon bonyolódik tranzakcióba, ahol nem tervezte.

# DÖE OLDALAK FUNKCIÓJA, A VELÜK SZEMBENI BIZALOM

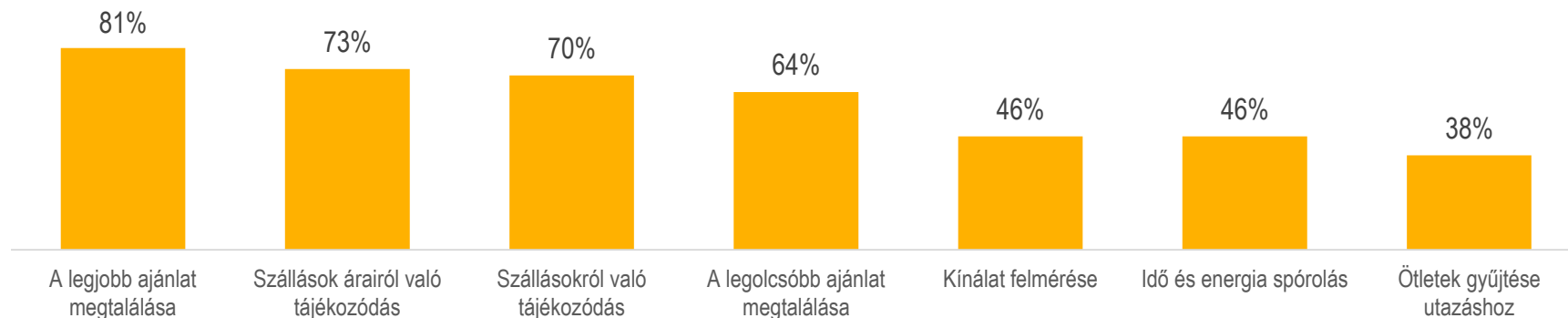


- A DÖE oldalak elsődleges funkciója szállásfoglalás esetén is elsősorban a **lehető legjobb ajánlat megtalálása**, itt azonban szinte **ugyanilyen fontos a tájékozódás is**. A szállásfoglalás sem egy mindennapos tevékenység a legtöbb felhasználó számára, számtalan feltételnek kell megfelelnie a szállásnak, több emberrel kell egyeztetni a paramétereiket, ezért jellemzően az oldalak információs jelleggel való meglátogatása, az ajánlatok nézegetése kifejezetten jellemző ebben a szegmensben.
- A szállásösszehasonlító oldalak nagyon fontos szerepet töltenek be a felhasználók szállásfoglalási gyakorlatában, **67%-uk szállásfoglalási szokásai gyökeresen változnának meg**, ha nem állnának ezek rendelkezésre. Mindössze 26% tudná nélkülözni őket utazásainak szervezése során.
- Szinte minden felhasználó egyetért azzal, hogy a **szállásösszehasonlító DÖE oldalak hatékonyan segítik a felhasználókat, hogy megtalálják a legjobb ajánlatot**.
- A szállás DÖE oldalakkal kapcsolatban **még kevésbé merül fel a részrehajlás vádja, objektív információforrásként tekintenek rájuk**, bizalmi probléma nem merül fel velük szemben.
- **A különböző honlap tanúsítványok ismertsége, és véleményt befolyásoló ereje még alacsonyabb ebben a szegmensben**, mint a kiskereskedelmi termékek vásárlása esetén. A felhasználók 70%-a még sosem találkozott egyik honlap tanúsítvánnyal sem.
- Bár szállásfoglalás témában sokan nem használnak DÖE oldalakat, ennek oka mégsem valamilyen megfogható ellenszenv, vagy jól körülhatárolható barrier, hanem inkább a relevancia hiánya, a nem használók valószínűleg egyszerűen nem járnak utazni. Viszonylag gyakori, hogy megszokott honlapon foglalnak szállást, nincsen szükség arra, hogy összehasonlítsák az ajánlatokat, vagy közvetlenül hasonlítsa össze szállások ajánlatait. Ennél a szegmensnél viszont még alacsonyabb azok aránya, akik nem látnak hozzáadott értéket a DÖE működésében.

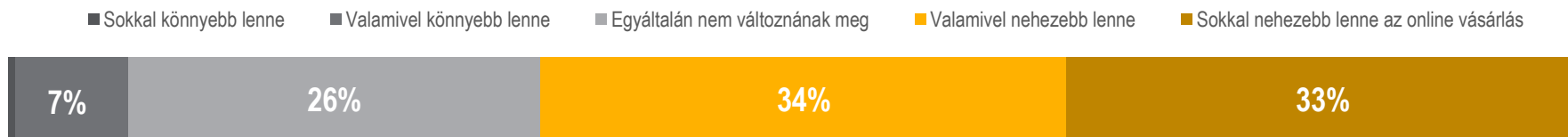
# DÖE OLDALAK FUNKCIÓJA



## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK CÉLJA



## HA NEM LENNÉNEK DÖE OLDALAK, A SZÁLLÁSFOGLALÁS...

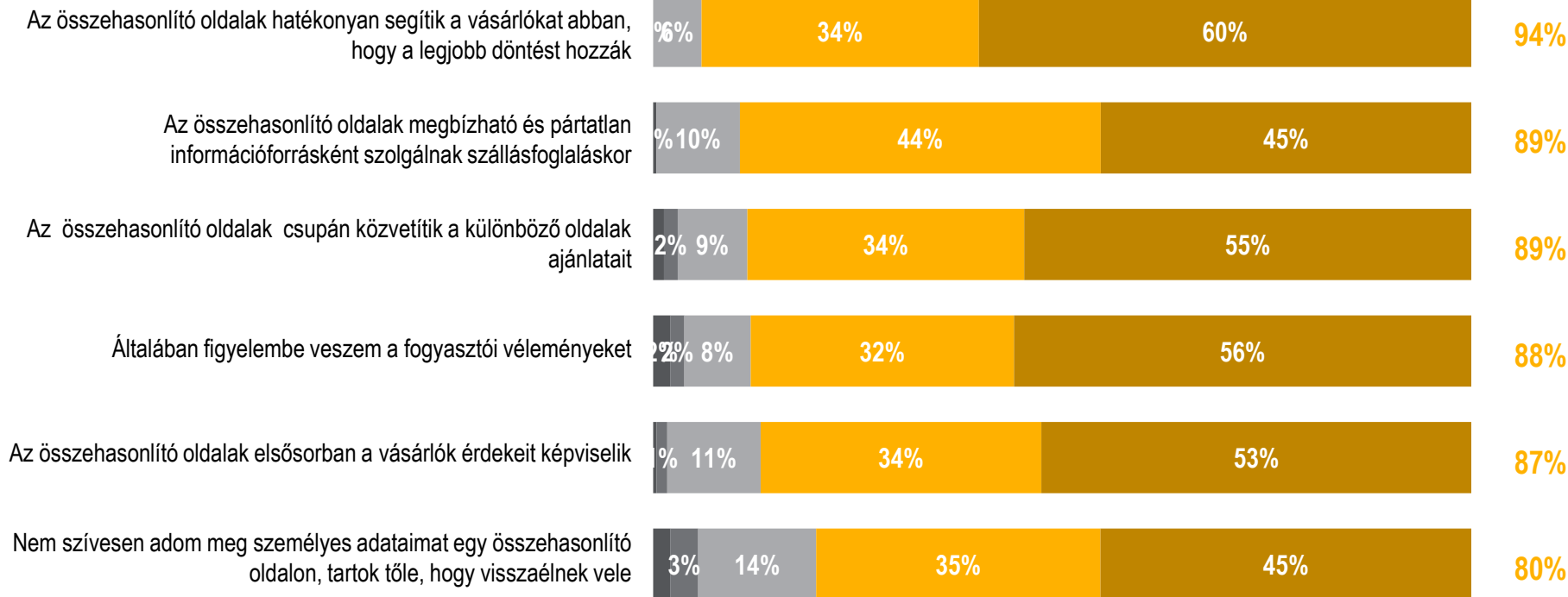


# ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ATTITŪDOK



TOP2

■ 1 - Egyáltalán nem értek egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - Teljes mértékben egyetértek



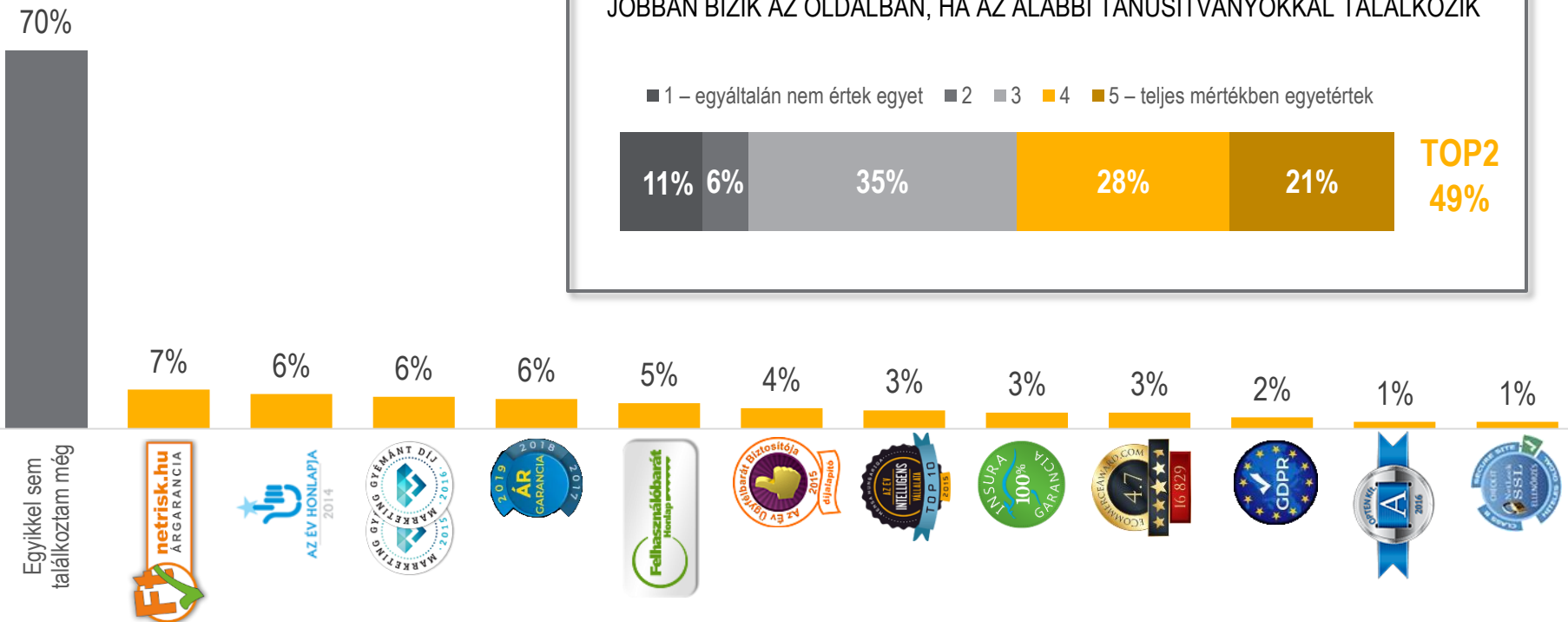


# TANÚSÍTVÁNYOK ISMERTSÉGE, FONTOSSÁGA



JOBBAN BÍZIK AZ OLDALBAN, HA AZ ALÁBBI TANÚSÍTVÁNYOKKAL TALÁLKOZIK

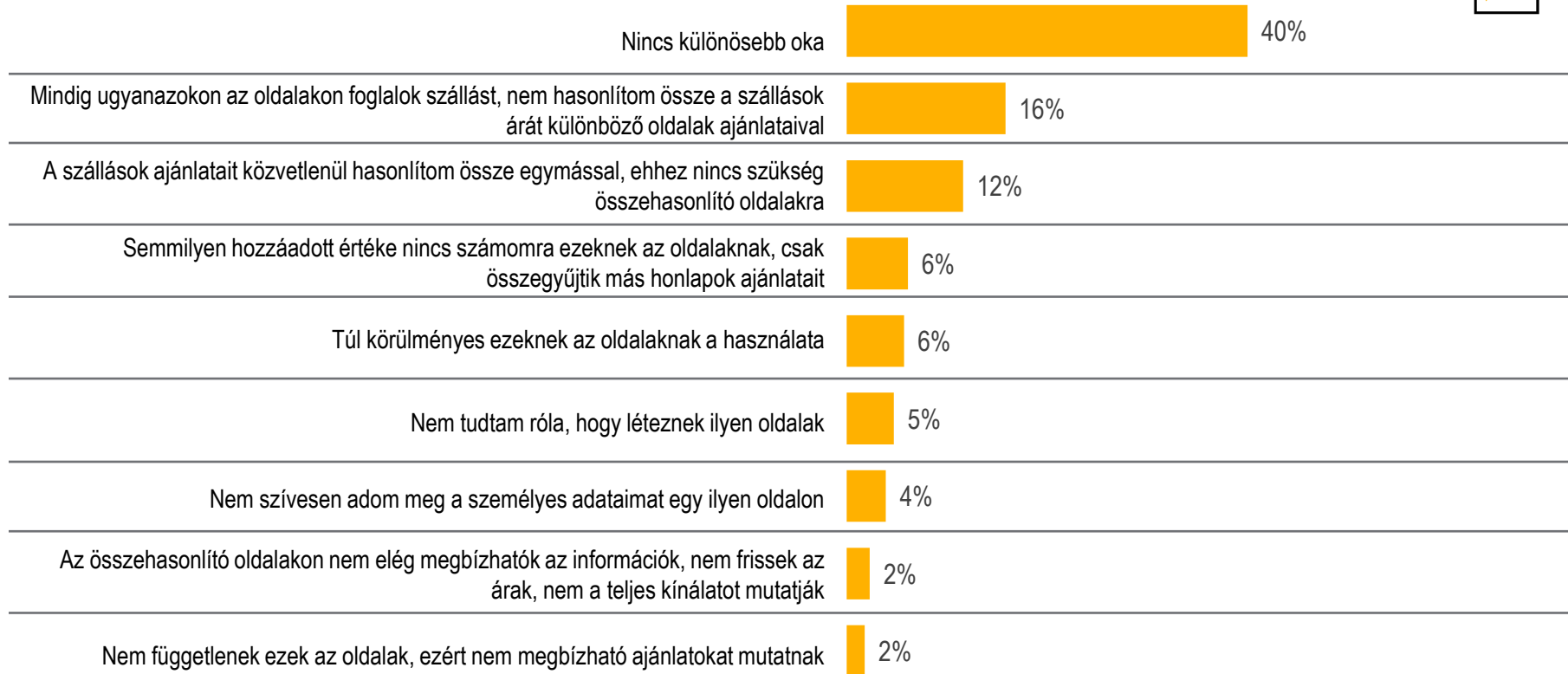
■ 1 – egyáltalán nem értek egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 – teljes mértékben egyetértek



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak szállás összehasonlító eszközöket N=236

Kérdés: B1B. A képen különböző tanúsítványokat lát, amelyekkel különböző honlapokon találkozhat. Találkozott Ön valamelyikkel összehasonlító oldalon, mikor szállást keresett, szállást foglalt? B2. Ön jobban bízik egy összehasonlító honlapban, ha ilyen tanúsítványokat lát rajta? Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal

# HASZNÁLATI GÁTAK – AZOK KÖRÉBEN, AKIK SZÁLLÁSFOGLALÁSSAL KAPCSOLATBAN NEM HASZNÁLNAK DÖE OLDALAKAT, DE MÁS KATEGÓRIÁBAN IGEN



## 4.2 DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI



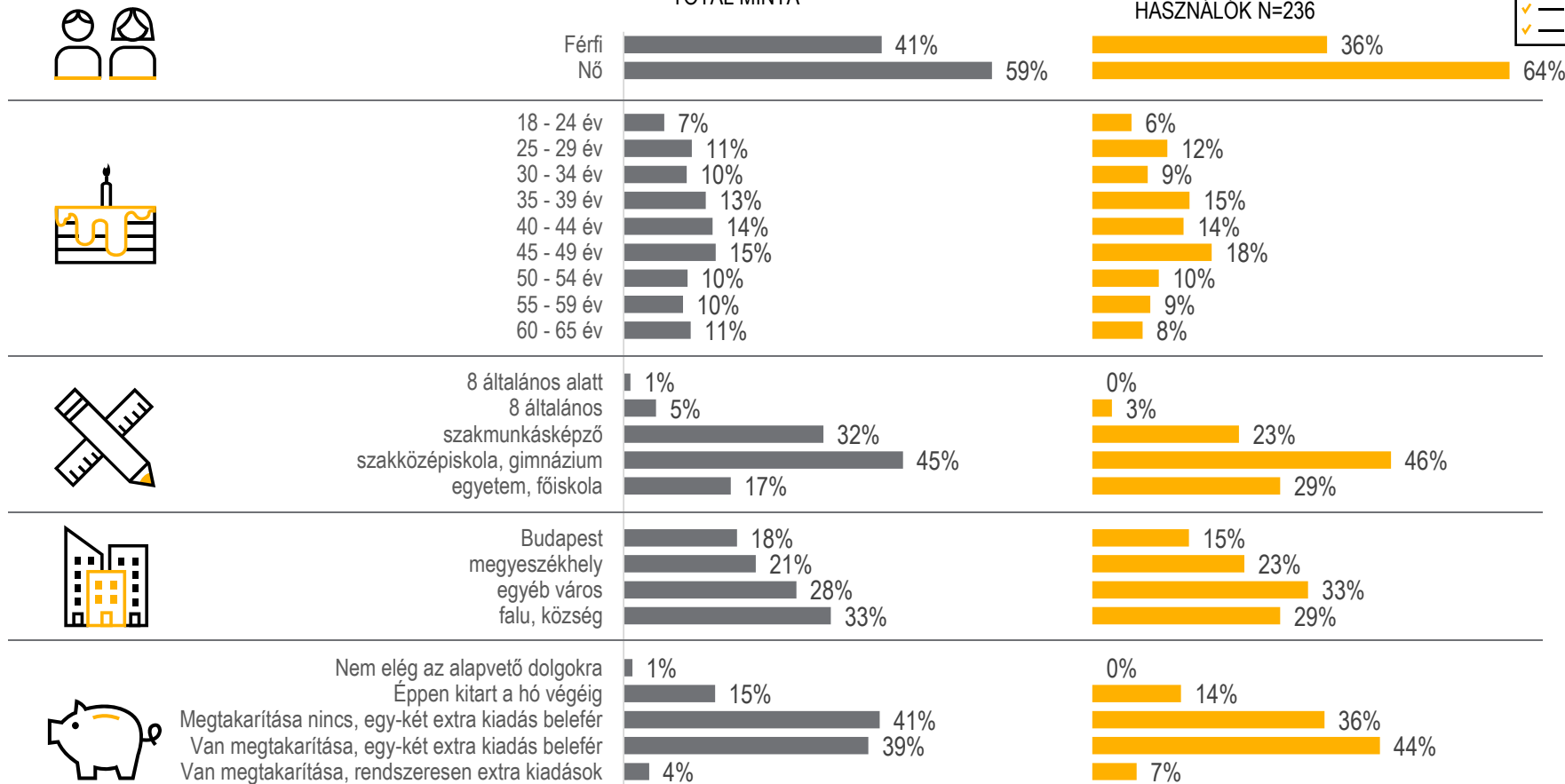
- A szállásösszehasonlító oldalak demográfiai összetétele a teljes DÖE használó célcsoport átlagához képest még **inkább nőies**, leggyakrabban a **35-49 évesekre jellemző**, még **inkább felülreprezentáltak a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők**, és továbbra is leginkább jellemző a vidéki városokban élőkre.
- Ebben a szegmensben még inkább megfigyelhető, hogy **sokkal inkább azokra jellemző a DÖE honlapok használata, akik rendelkeznek megtakarításokkal, és extra kiadásokat is megengedhetnek maguknak**. Az utazás, nyaralás még inkább olyan kiadás, amit a magasabb státuszúak sokkal inkább megengedhetnek maguknak.
- A szállásösszehasonlító DÖE oldalak használata is inkább egy alkalmi tevékenység, mint rendszeres, hiszen a leginkább jellemző, hogy utazást, kikapcsolódást a felhasználók jelentős része évente legfeljebb néhányszor szervez.
- A DÖE oldalak fontos szerepére hívja fel a figyelmet, hogy **a felhasználók fele minden alkalommal, amikor utazást tervez, felkeres DÖE oldalt**, további 32% pedig ha nem is mindig, de a legtöbb alkalommal így tesz. Ez is arra utal, hogy a szállás szegmensben a DÖE oldalak jelentősége igen erős.

# SZÁLLÁSÖSSZEHASONLÍTÓ DÖE OLDALAK HASZNÁLÓINAK DEMOGRÁFIAI PROFILJA



TOTÁL MINTA

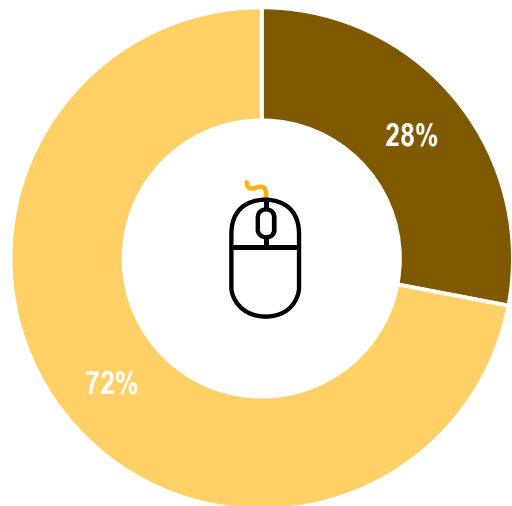
SZÁLLÁSÖSSZEHASONLÍTÓ ESZKÖZÖKET HASZNÁLÓK N=236



# ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK LÁTOGATÁSÁNAK GYAKORISÁGA

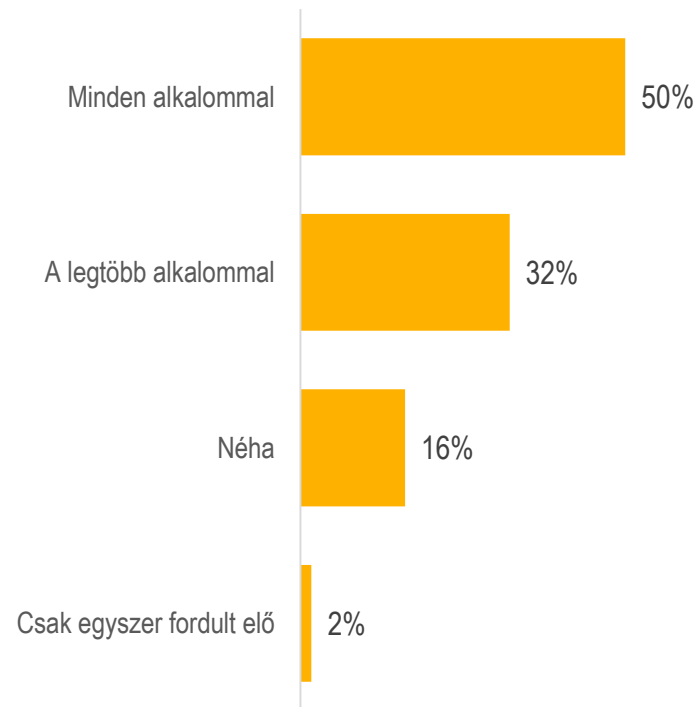


## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA



- Rendszeresen felkeres összehasonlító oldalakat
- Előfordul, hogy felkeres összehasonlító oldalakat

## ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA SZÁLLÁSFOGLALÁSKOR



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak szállás összehasonlító eszközöket N=236

Kérdés: O2. Amikor Ön egy terméket vagy szolgáltatás vásárlását tervez, előfordul, hogy meglátogat összehasonlító honlapokat is? SZ6a. Amikor Ön szállást keres, szállást foglal online, milyen gyakran keres fel összehasonlító oldalt?



# 4.3 DÖE OLDALAK SZEREPE A SZÁLLÁSFOGLALÁS FOLYAMATÁBAN

# DÖE OLDALAK ÉS EGYÉB INFORMÁCIÓS FORRÁSOK VISZONYA



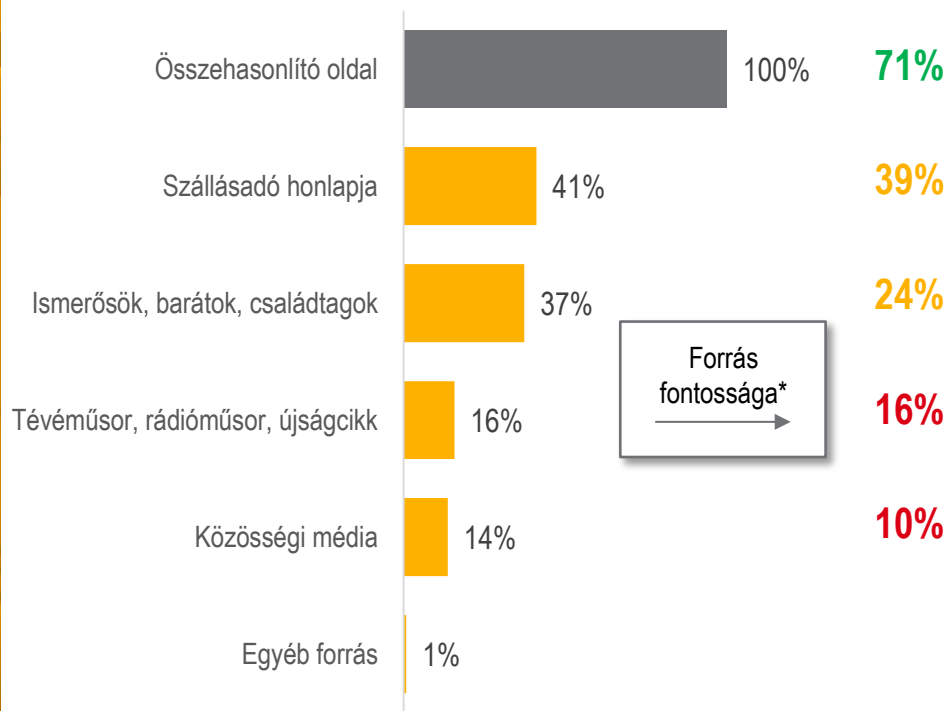
- A DÖE oldalon való keresés és tájékozódáson kívül utazásszervezéskor a felhasználók nagyobb arányban maguknak a szálláshelyeknek az oldalait látogatják meg, vagy személyes ajánlás alapján formálnak véleményt a különböző szálláshelyekről.
- **A szállásfoglalás folyamata**, amikor ennek DÖE oldal is a része, jellemzően a következő módon történik:
  1. Az utazás tervének megszületése után jellemzően az első forrás, ahonnan szállásról tájékozódnak, az a megszokott DÖE oldal. Itt felméri a lehetőségeket, az árakat, elkezdik leszűkíteni a kört igényeiknek megfelelően (általában nem kizárólag az ár játszik döntő szerepet ilyenkor, hanem ár-érték arány optimalizálásra törekszenek, miközben olyan személyes igényeket figyelembe vesznek, mint a parkolási lehetőség, saját fürdőszoba, reggeli lehetősége, vagy éppen kutyabarát szálláshely).
  2. Ha néhány lehetséges szállásra szűkült a kör, és az utazás többi paramétere is fixálódik (dátum, utazás módja, repülőjegy), akkor újra visszatérnek, és a már kialakult igényeknek megfelelően újra ellenőrzik az elérhető, megfelelő szállásokat, és foglaltságtól függően intézik a foglalást a DÖE oldalán (illetve azon az oldalon, ahová a DÖE irányította őket)
- Nem gyakori, hogy a felhasználók úgy gondolják, hogy a DÖE oldalakon drágábban jutnak hozzá egy vendégéjszakához, mint közvetlenül a szállásadón keresztül, sőt inkább azt gondolják, hogy **mint az utazási irodák estében, a DÖE oldalak is jobb árakat tudnak kialakítani az együttműködésnek köszönhetően**. Árösszehasonlítás céljából esetleg ellátogatnak emiatt a szállásadó saját honlapjára, de általánosabb, hogy a DÖE oldalon keresztül intézik a foglalást is.



# SZÁLLÁSFOGLALÁS ELŐTTI TÁJÉKOZÓDÁS

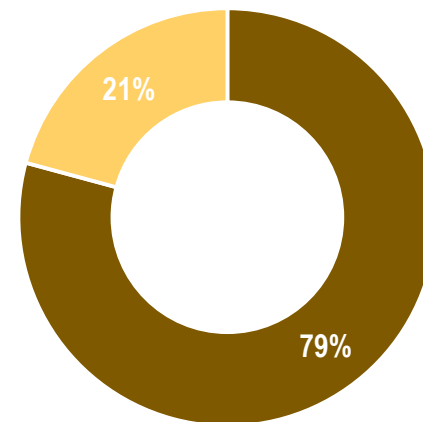


## EGYÉB FORRÁSOK



\* Első helyen jelölt

## ÖSSZEHAONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSÉNEK IDEJE



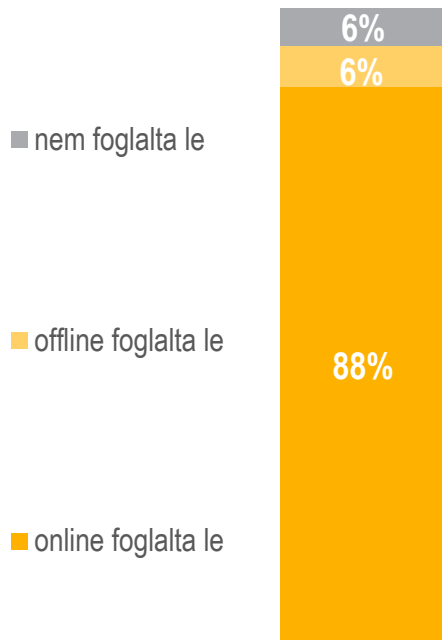
- Ez az első, ahonnan vásárláskor tájékozódik
- Előbb máshol tájékozódik

Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak szállás összehasonlító eszközöket N=236

Kérdés: SZ6b. Milyen EGYÉB forrásból tájékozódott még az összehasonlító oldalon kívül a döntés során? Sz6c. Mennyire segítették Önt a döntés meghozatalában? Sz8. Jellemzően mikor keresi fel Ön az összehasonlító oldalt egy szállásfoglalás során?

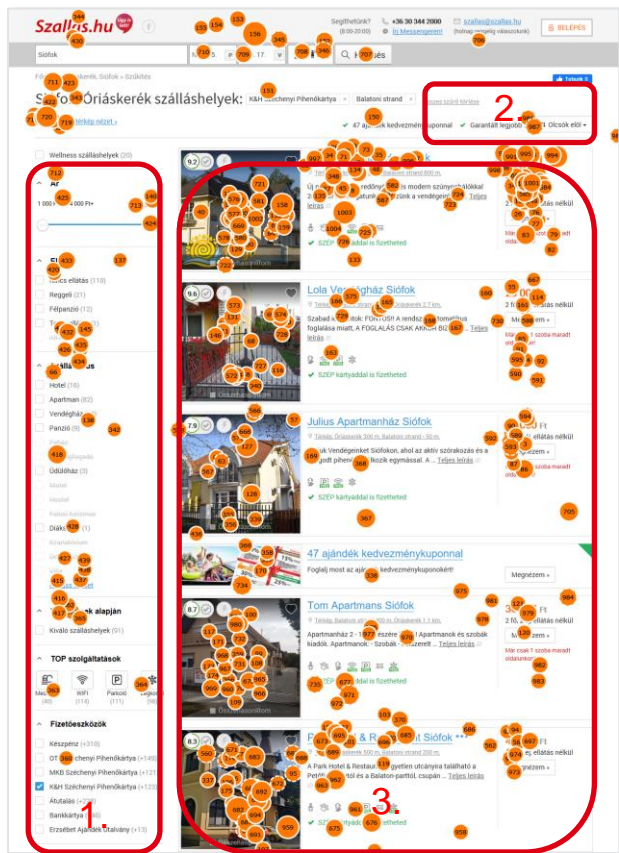
# KERESETT SZÁLLÁS LEFOGLALÁSÁNAK MÓDJA

FOGLALÁS MÓDJA



- DÖE oldal látogatásakor a szállás lefoglalása szinte minden esetben online történik, sőt a legtöbb esetben a DÖE oldalon keresztül a foglalást.
- Ha a DÖE oldal elirányítja a felhasználókat egy másik oldalra, ott rendszerint nagyon magas lesz a kockázata, hogy „eltévednek” az oldalak közt. A legtöbb esetben a felhasználóknak a DÖE oldal a kiindulópont, ami még jól azonosítható, de ezután fenáll a veszélye, hogy nem azt a szállást, nem azokkal a feltételekkel foglalják le, ami szándékukban áll.
- Ez még azok számára is nehézséget okoz, akik rutinosan mozognak az online világban, és tudatosan mozognak az egyes honlapok között

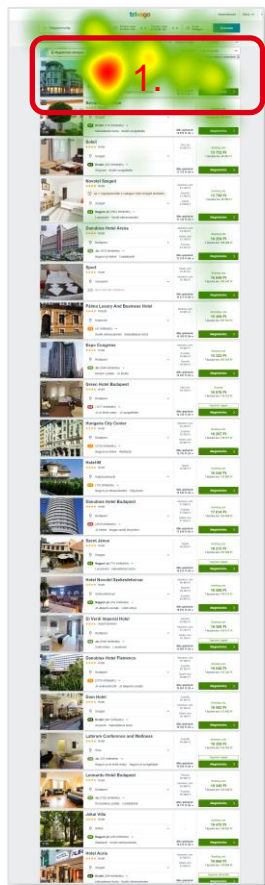
# TALÁLATI LISTA ÁTTEKINTÉSE, SZELEKTÁLÁS A TALÁLATOK KÖZÖTT #1



## Tipikus felhasználói viselkedés szállások szelektálása közben:

1. A felhasználó elsőként alkalmazott néhány szűrőt, hogy a számára kizárható találatokat a lista ne jelenítse meg.
2. A lista ár alapján történő sorbarendezése szintén segítség, hogy a leginkább releváns találatokra tudjon koncentrálni.
3. A felhasználó figyelmé elsősorban a képekre, és a szálláshely leírására irányul. A figyelem eloszlásából is látszik, hogy a képekre fordítja a legtöbb figyelmet, ez alapján dönti el, hogy érdemes-e további figyelmet fordítani a szálláshely leírására.

Az ábra a szállás.hu oldalon mutatott tipikus felhasználói aktivitást mutatja az oldalon átlagosan eltöltött 8 perc idő alatt. A színes körök a felhasználó szemmozgásait, ezáltal a figyelmének irányját és megoszlását mutatják.



1. ábra



2. ábra

## Nehézségek, melyek a Trivago oldalon az ajánlatok áttekintésekor jelentkeznek

1. A Trivago oldalon az ajánlatok megjelenítése még azok számára is bonyolult, és nehézséget okozott, akik már használták az oldalt. A sok féle jelzés, és különböző ajánlat értelmezése az átlagos felhasználók számára nem egyszerű. A hőtésképen is azt látjuk, hogy az első ajánlat értelmezésével töltötték el a felhasználók szinte az összes időt, más ajánlatokat nem tudtak mélyebben megtekinteni.
2. A tekintettésképen egy felhasználó tipikus szemmozgásait látjuk, és azt, ahogyan próbálja feltérképezni, hogy a kiemelt ajánlati ár milyen feltételekkel vehető igénybe. Kevésbé rutinos felhasználók számára kifejezetten rizikós.

1. Ábra a trivago.hu oldalon mutatott az összes felhasználó összesített aktivitását mutatja az oldalon átlagosan eltöltött 5 perc idő alatt. A piros részek a nagyobb figyelem koncentrációt mutatják, a zöld részek.

2. Ábra a trivago.hu oldalon mutatott tipikus felhasználói aktivitást mutatja az oldalon átlagosan eltöltött 8 perc idő alatt. A színes körök a felhasználó szemmozgásait, ezáltal a figyelmének irányát és megoszlását mutatják.



# 4.4 DÖE OLDALAKON TALÁLHATÓ FUNKCIÓK, MEGJELENÍTÉSEK HASZNÁLATA

# DÖE OLDALAK HASZNÁLATA



- Szállásösszehasonlító DÖE oldalakat a felhasználók jellemzően laptopon néznek, nyugodt körülmények között, időt töltenek vele, esetleg közösen nézik más családtaggal. Emellett az okostelefonos használat is előfordul, a felhasználók 52%-a kisképernyőn is ellátogat ezekre az oldalakra.
- DÖE oldalakon a legfontosabb információk:
  - **ÁR** (95%) - az ár a legfontosabb viszonyítási pont egy szálláshely minőségének megítélésakor, ezért kiemelten fontos a felhasználók számára. Ugyanakkor gyakran van egy költségkorlát az utazás szervezésekor, amit a felhasználók nem szándékoznak átlépni, ezért bizonyos összeghatár felett nem engedhetik meg maguknak a szállásokat
  - **LEÍRÁS** (87%) – a legfontosabb paramétereket a szálláshelyről elengedhetetlenek, még jobb, ha már a találati listában látszanak (lokáció, reggeli, parkolási lehetőség)
  - **FOTÓK** (85%) – a megfelelő minőségű és mennyiségű fotó alapvető fontosságú a szálláshelyek esetén
  - **FELHASZNÁLÓI VÉLEMÉNYEK** (73%) – a véleményekhez való hozzáférés kiemelten fontos. A felhasználók igazán a szöveges értékelésekre fordítanak figyelmet, a pontszámoknak, vagy egyéb az oldalak által kalkulált értékelési rendszereknek nem tulajdonítanak nagy jelentőséget

# ÖSSZEHAISONLÍTÓ OLDALAK HASZNÁLATÁNAK JELLEMZŐI



## INFORMÁCIÓK GYŰJTÉSE



## MILYEN ESZKÖZÖN HASZNÁLTA



LAPTOP: 64%



OKOSTELEFON: 52%



PC: 33%



TÁBLAGÉP: 10%



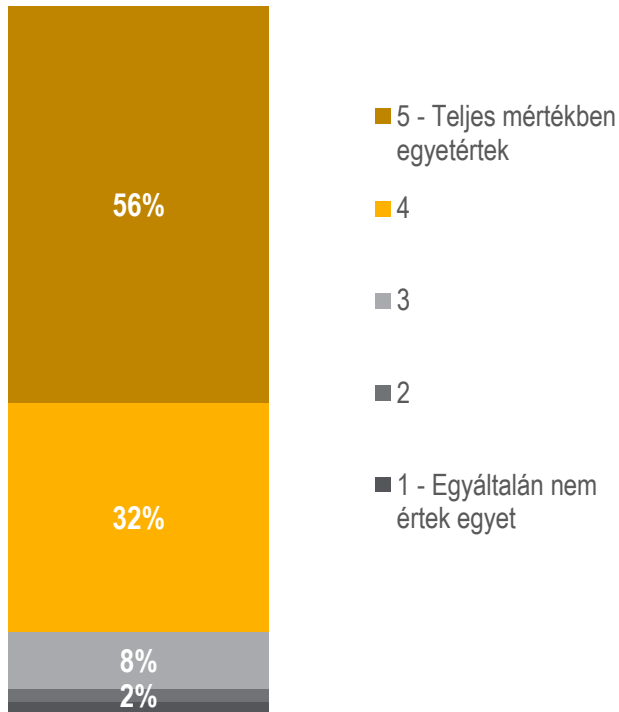
- A **review-k nagy jelentőséggel bírnak a szálláshelyekkel kiválasztásakor**, a felhasználók számára rutinszerű, hogy ezekbe beleolvasnak, az értékeléseket megnézik.
- **Nagyobb arányban is fordul elő, hogy ők maguk írnak egy szálláshelyről visszajelzést**, mint termékek online vásárlásakor. Ez szinte rutin a szállás online foglalásakor, hogy automatikusan érkezik egy e-mail, amiben könnyen és gyorsan ki lehet tölteni a formot a visszajelzéssel. A szállásösszehasonlító DÖE oldalak használóinak egyharmada (31%) írt már negatív, és pozitív élményeiről egyaránt.
- A **vélemények hitelességével kapcsolatban magas fokú a bizalom**, nem feltételezik, hogy a szálláshelyek érdeemben tudnák ezeket manipulálni. Annál hitelesebb egy vélemény, minél részletesebb, és minél személyesebb, illetve minél frissebb. Évekkel korábbi véleményekre nem is igen fordítanak figyelmet.
- A DÖE oldalakon található **összetett értékelő rendszerek a felhasználók számára kevésbé informatívak**. A szálláshelyek rangsorolása az ár, a lokáció, a felszereltség és a képek alapján történik számukra, az ez alapján kialakított vélemény árnyalására használják a review-kat. Az értékelések alapján kialakított pontrendszerek a felhasználók számára nehezen áttekinthetők, ezért tudatlanul hagyatkoznak ezekre, egyáltalán nem néznek utána, hogy milyen módon történt a kalkuláció, és az adott pontszám, vagy ranking milyen jelentéssel bír.  
*Csak azt nézem, hogy ez 9.5, az meg 7.3. Fogalmam sincs, ez mit jelent, de a 7.3 sokkal kisebb mint a 8.5, úgyhogy ezt jobban megnézném azért, hogy mit tartalmaz. Biztos nem mennék olyan helyre, ami 7-esnél rosszabb.*



# FELHASZNÁLÓI VÉLEMÉNYEK

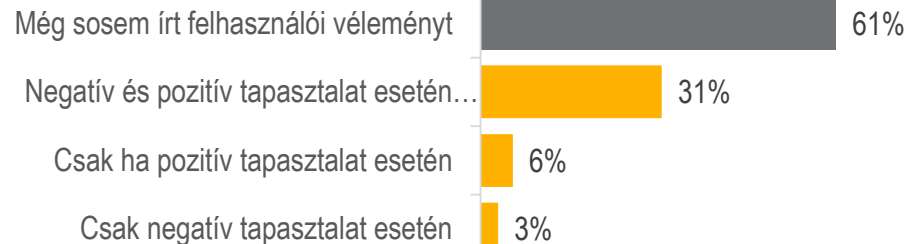


TOP2 87%



Általában figyelembe veszem a fogyasztói véleményeket

## FEHASZNÁLÓI VÉLEMÉNY ÍRÁSA



## KIK ÍRJÁK EZEKET A VÉLEMÉNYEKET?



*Ezeket olyan vendégek írják, mint én is vagyok.*

*Jó ez, mert olyan dolgokról írnak, ami engem is érdekel. Egy szállással kapcsolatban mindenkit ugyanaz érdekel, vagy ugyanaz zavarja.*

*Olyan sok vélemény van, hogy ezeket biztosan nem törlik. Ha valahol nagyon kevés van, az eleve gyanús, akkor lehet, hogy kitörölték, de nem hiszem, hogy ezzel bárki foglalkozna.*

*Ezekben sokszor van hasznos információ is, hogy pl. vigyek-e magammal törölközőt, vagy ne. Így nem kell megkérdeznem a szállást még pluszban.*

# DÖE OLDAL ÁLTAL HASZNÁLT JELZÉSEK ÉS KIEMELÉSEK



## KIEMELT AJÁNLATOK

- A kiemelt ajánlatok értelmezése a szállás DÖE oldalak esetén különösen nehézkes. Mindkét vizsgált oldal (szállás.hu, Trivago) több fajta kiemeléssel is dolgozik, ezek között az eligazodás a felhasználók számára nem egyszerű. Ezért ezekre nem is figyelnek tudatosan, nem kezdik el őket értelmezni.
- A legegyszerűbb értelmezést választja a felhasználók több mint fele (55%), miszerint ezek a legnépszerűbb, legtöbb kattintást kapott ajánlatok. Mindössze 22% gondolja úgy, hogy ezek a szállásadók által fizetett kiemelések, és nem jelentenek tényleges előnyt más szállásokhoz képest.
- A többféle jelzés, és változatos vizuális megjelenítés ellenére a felhasználók nagy részét (78%) ezek nem zavarják, hozzászoktak ezekhez, sőt sokan ezekre (anélkül, hogy pontosan tudnák, mit jelentenek), rá is kattintanak ezekre a kiemelt hirdetésekre.

**244 775 Ft**  
2 fő, 9 éj, ellátás nélkül

Megnézem »

Már csak 1 apartman maradt oldalunkon!

## FOGLALTÁGI ÁLLAPOTOT JELZŐ FELIRATOK

- Több oldalon is előfordul a szállás foglaltságára vonatkozó jelzéseket a felhasználók tudatos félrevezetésnek tartják. Bár a legtöbben nem hisznek a feliratoknak, és igyekeznek tudatosítani, hogy ne befolyásolja döntésüket, mégis hatékonyan működik az érzelmi befolyásolás, és előfordul, hogy ezért döntenek hirtelen valamelyik szálláshely mellett.



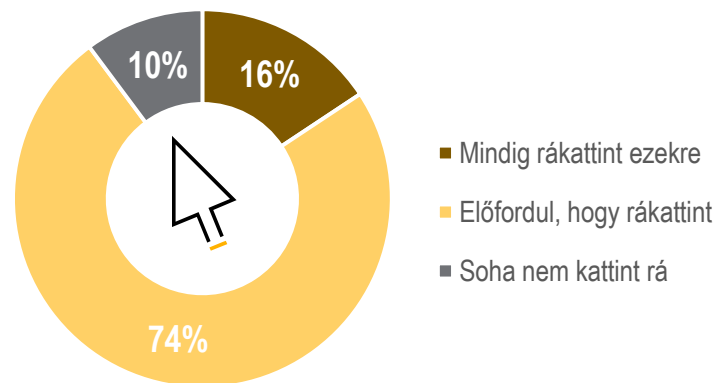
## KIEMELT AJÁNLATOK ÉRTELMEZÉSE



## MENNYIRE ZAVARÓAK?



## RÁKATTINTÁS GYAKORISÁGA



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak szállás összehasonlító eszközöket N=236

Kérdés: SZ16. Az összehasonlító oldalakon a találati listában szerepelhetnek kiemelt ajánlatok. Ön szerint miért jelennek meg ezek az ajánlatok kiemelten, mit jelent a kiemelés? SZ17. Önt mennyire zavarják ezek a kiemelt ajánlatok? SZ18. Ön rá szokott kattintani ezekre a kiemelt ajánlatokra?

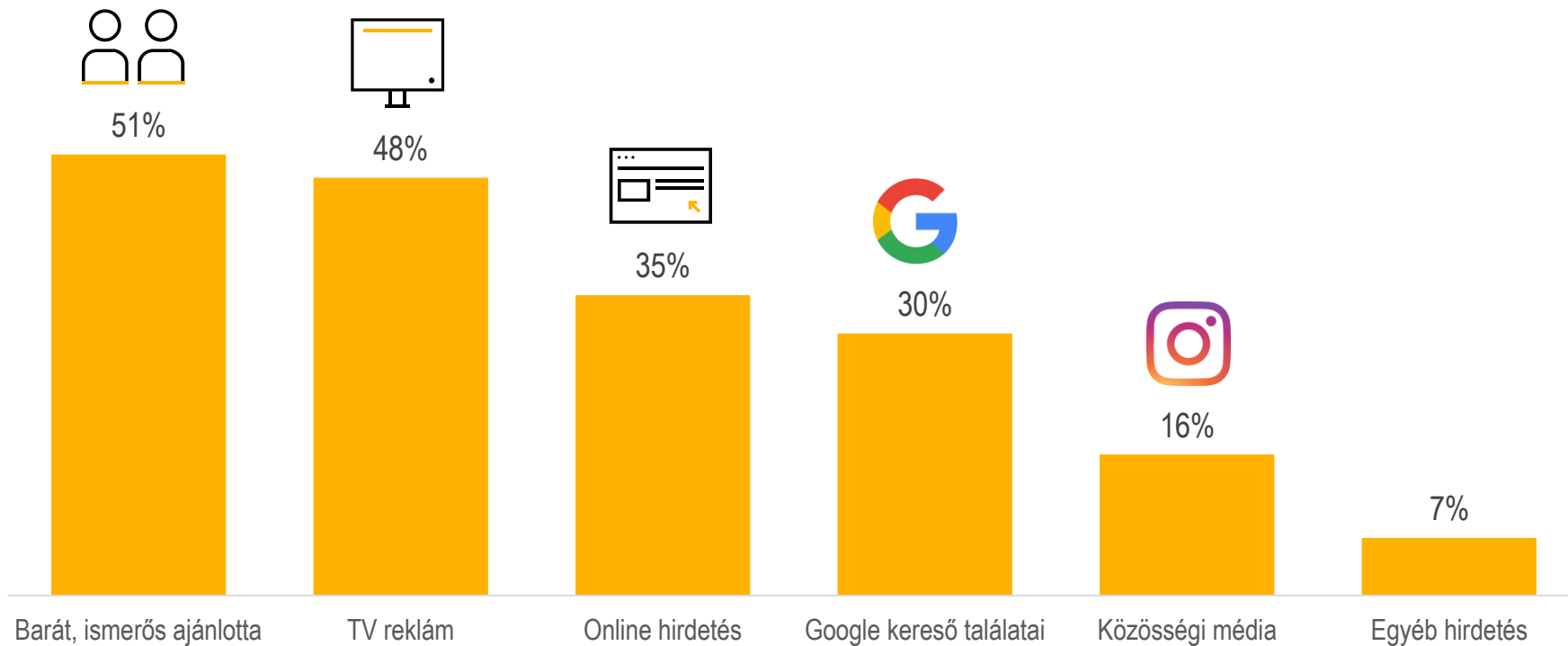
## 4.5 HONLAPOK ISMERTSÉGE

# DÖE OLDALAK ISMERTSÉGÉNEK FORRÁSA, LOJALITÁS



- Szállás kategóriában **különösen erős a barátok, ismerősök ajánlásának hatása**, a legnagyobb mértékben innen származik a honlapok ismertsége. Szintén **kiemelkedő itt a TV reklámok befolyásoló ereje**, hisz mind a szállás.hu, mind a Trivago aktív TV kampányt folytatott az elmúlt év során is, ez pedig nagyon erősen megtámogatta az oldalak ismertségét. Még az online hirdetésekből való informálódás is erősebb a szállásösszehasonlító oldalakról való tájékozódásban, mint pusztán a Google keresésből való felbukkanása az egyes oldalaknak.
- Ez is alátámasztja azt, amit a mélyinterjúk beszélgetések során is tapasztaltunk, hogy **szállás kategóriában a DÖE oldalak jellegzetesebbek, a felhasználók jobban kötődnek** egyik vagy másik oldalhoz, mint azt a kiskereskedelmi szegmens esetén tapasztaltuk.
- Ritka, hogy csupán egy Google kereséssel indítsák a szálláskeresést, sokkal jellemzőbb, hogy eleve ellátogatnak arra a DÖE oldalra, amit használni szoktak, és itt kezdik el az ajánlatok szűrését és szelektálását.

# OLDALAK ISMERETÉNEK FORRÁSA – ÖSSZESÍTETT EREDMÉNYEK

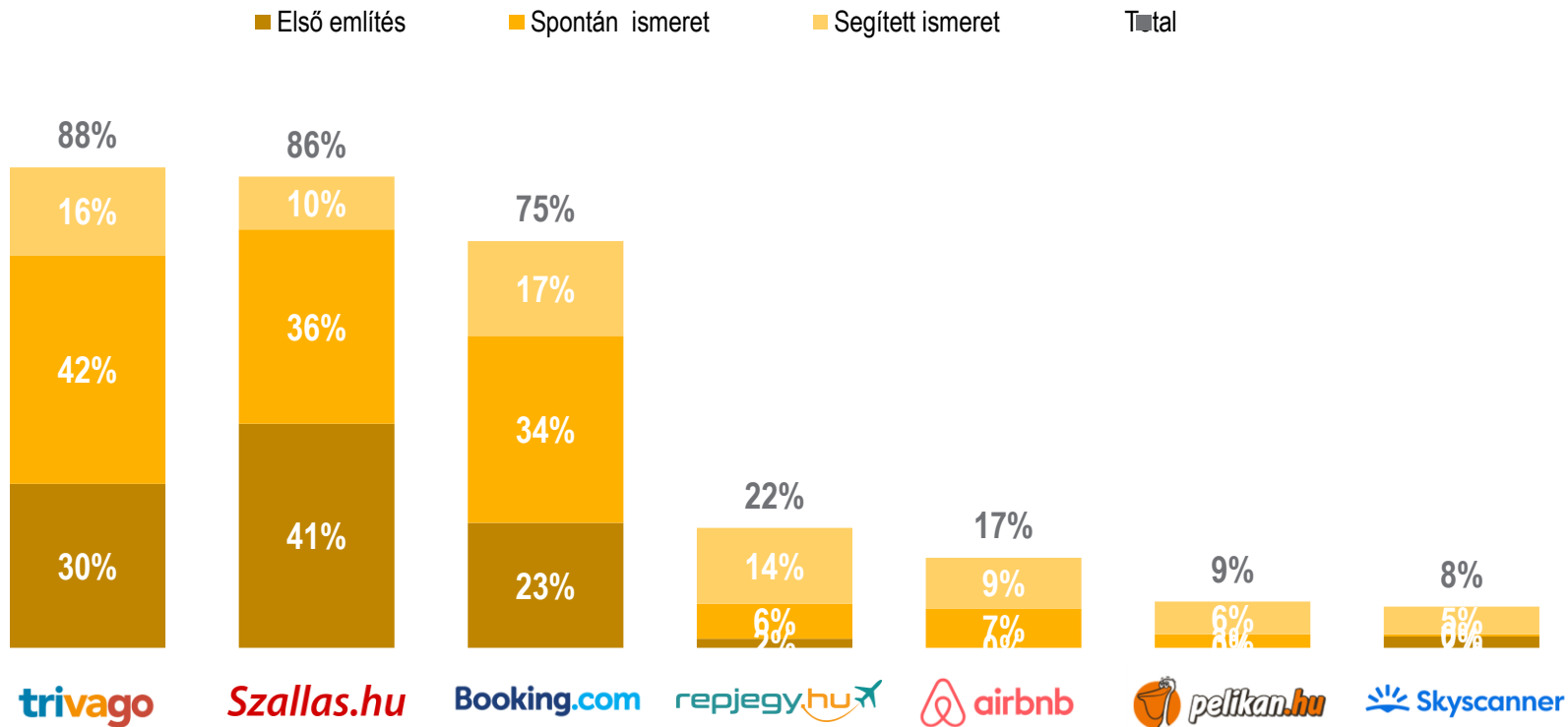


# DÖE OLDALAK ISMERTSÉGE, LOJALITÁS



- A két legerősebb szereplő a piacon a **Trivago** és a **szállás.hu**. Míg a **Trivagonak valamivel magasabb a teljes ismertsége** a célcsoporton belül (88%), mint a szállás.hu-nak (86%), a szállás.hu mégis jóval magasabb említési gyakoriságot ért el a Top of mind említések közt. **A célcsoport 41%-a a szállás.hu-t említi elsőként**, mind szállásösszehasonlító DÖE oldalt.
- Ha az oldal látogatási gyakoriságát tekintjük, akkor is azt látjuk, hogy **a szállás.hu jóval nagyobb látogatói bázissal rendelkezik**, 59% a célcsoporton belül a rendszeres látogatók aránya (míg a Trivago oldalnak 41%), és **44% számára a szállás.hu az elsődlegesen használt DÖE oldal honlap a kategóriában**, míg csupán 25% használja a Trivago-t a legszívesebben.
- A Trivago tehát a rendkívül erős TV kampányának köszönhetően nagyon hatékonyan növelte ismertségét, de a látogatói bázisa még jóval elmarad a szállás.hu stabil ügyfélkörétől.
- A harmadik legnagyobb szereplő a kategóriában a **booking.com**, aki 75%-os teljes ismertségével kifejezetten stabil versenyző a két versenytárs mögött, akik mögött tulajdonképpen **csak ismertségben marad el. Látogatói konverziói erősebbek, mint a Trivago mutatói**, és szintén 39%-os rendszeres, és 25%-os elsődleges látogatói bázissal rendelkezik. Amiben egyértelműen elmarad a két piacvezetőtől, az a TV kampány hiánya.

# MÁRKAISMERTSÉG

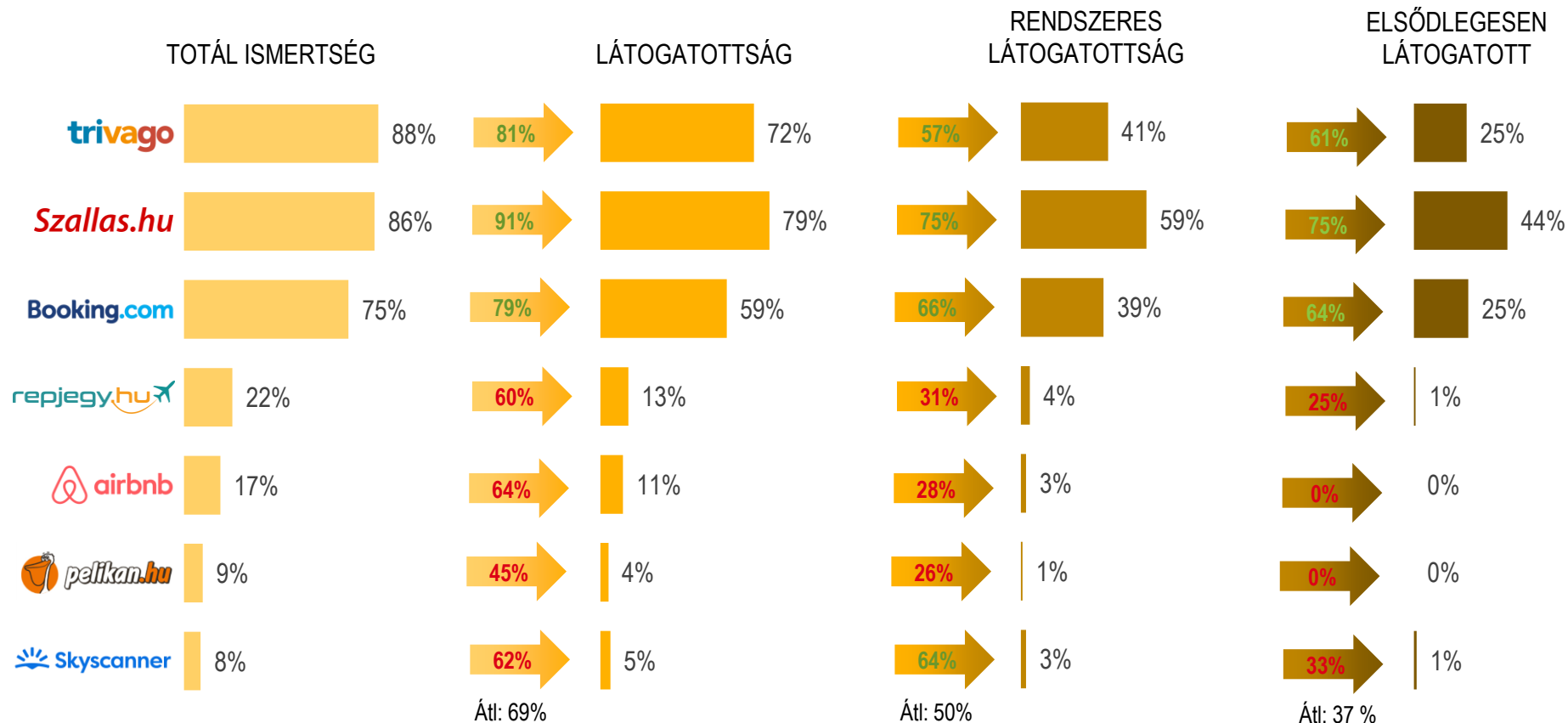


Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak szállás összehasonlító eszközöket N=236

Kérdés: SZ1a. Melyik az az összehasonlító, gyűjtőoldal oldal, amelyik neve elsőként az eszébe jut szállásfoglalással kapcsolatban? SZ1b. Még milyen összehasonlító, gyűjtőoldalakat ismer Ön szállásfoglalással kapcsolatban? SZ2. Az alábbi szállásfoglalással foglalkozó összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket ismeri legalább névről, függetlenül attól, hogy látogatta-e már valaha?



# MÁRKAKONVERZIÓK



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak szállás összehasonlító eszközöket N=236

Kérdés: SZ2. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket ismeri legalább névről, függetlenül attól, hogy látogatta-e már valaha? SZ3. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket látogatta már legalább egyszer? SZ4. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket látogatja rendszeresen, amikor valamilyen terméket vásárol? SZ5. Az alábbi foglalkozó összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyiket látogatja leggyakrabban?

Alacsonyabb mint az átlag    Magasabb mint az átlag

# OLDALAK ISMERETÉNEK FORRÁSA



**Szallas.hu**

N=138



**trivago**

N=96



**Booking.com**

N=91



Bázis: Azok a válaszadók, akik az adott oldalt rendszeresen látogatják  
Kérdés: SZ20. Honnan hallott Ön a ... összehasonlító oldalról?



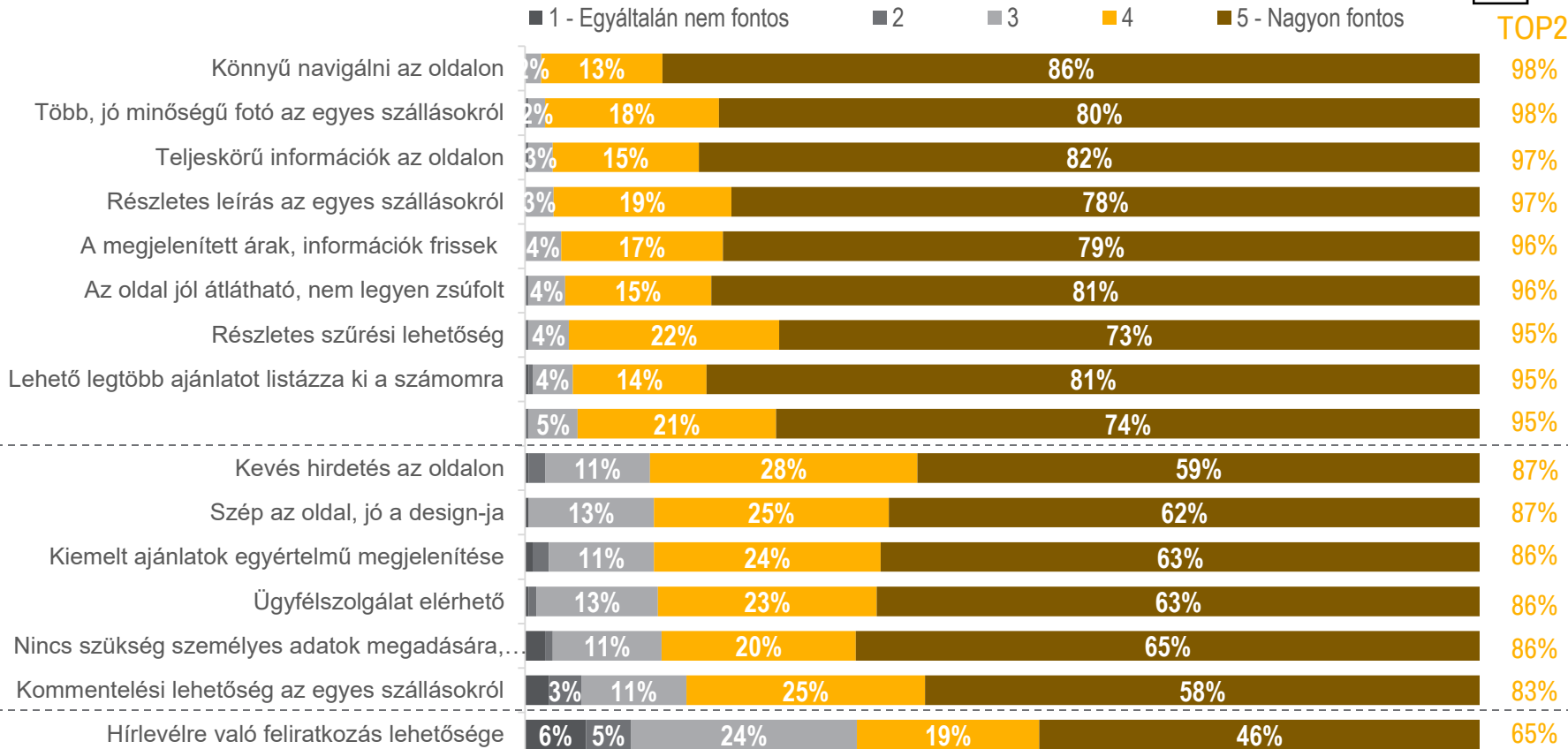
# 4.6 DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG

# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK



- Szállás kategóriában a DÖE oldalakkal kapcsolatban **igen magasak az elvárások**, a tesztelt tulajdonságok több mint fele kiemelten magas fontossággal bírt (90% azok aránya, akik az adott elvárást nagyon fontosnak jelölték meg).
- Ez alapján nem **csak az oldal könnyű használata** (könnyű navigáció, jól átlátható oldal) **és a szállások és ajánlatok részletes és jó minőségű bemutatása** (fotók, részletes és teljeskörű leírás a szállásokról, lehető legtöbb és legfrissebb ajánlat), **hanem az olyan honlaphasználati szolgáltatások bemutatása is a kiemelten fontos kategóriába esik, mint a részletes szűrő és a sorbarendezési lehetőségek.**
- Másodlagos fontosságú, de azért fontos elvárás marad a kevés hirdetés, szép design, kiemelt ajánlatok megjelenítése, ügyfélszolgálati elérhetőség, nem kötelező regisztráció és a review-k írásának lehetősége. Egyedül a hírlevélre való feliratkozás az, amit a felhasználók kevésbé igényelnek.

# DÖE OLDALAK TÉNYEZŐINEK FONTOSSÁGA



Bázis: Azok a válaszadók, akik ismerik az adott oldalt

Kérdés: SZ13. Mennyire fontosak Önnek az alábbiak egy összehasonlító oldal esetén, milyenek kell lennie egy ilyen oldalnak, hogy Önt igazán segítse a döntés meghozatalában, amikor szállást keres?

# DÖE OLDALAKKAL VALÓ ELÉGEDETTSÉG

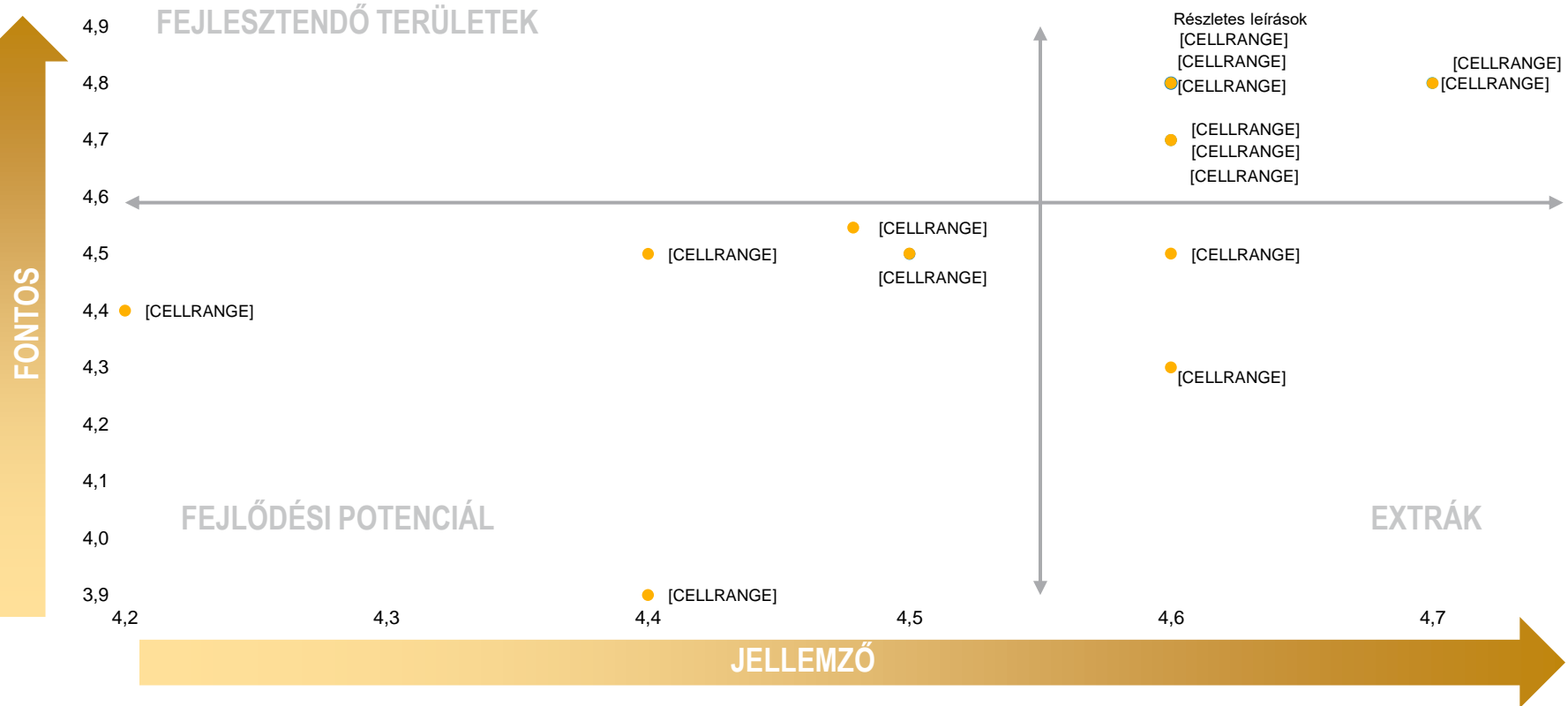


- A szállásfoglalás szegmensben igénybe vett DÖE oldalakkal **általánosságban elégedettek a felhasználók**. Minden olyan dimenzióban, amit fontosnak ítétek meg, úgy látják, hogy jól is teljesítenek azok az oldalak, amiket rendszeresen használnak. Úgy látják, hogy ezek az oldalak **jól navigálhatóak, a fotók megfelelő mennyiségben is minőségben rendelkezésre állnak a szállásokról, a szállások leírása kellően részletes és teljeskörű, az információk kellően frissek, az oldalak átláthatók**, miközben a lehető legtöbb ajánlatot megjelenítik, és kifejezetten elégedettek a szűrési és rendezési lehetőségekkel az oldalakon általában.
- Nincsen olyan tulajdonság, amit a felhasználók fontosnak tartanak, és ugyanakkor hiányolnának ezekről az oldalakról. A kiemelt ajánlatok egyértelmű megjelenítését és a kommentelési lehetőségekkel viszont elégedettek, bár nem tartják ezeket olyan mértékben fontosnak, mint az előző tulajdonságokat. **A sok hirdetés ebben a kategóriában is egy negatívuma a DÖE oldalaknak.**
- A szállásösszehasonlító DÖE oldalak nem térnek el egymástól jelentősen, ami az erősségeiket és gyengeségeiket illeti. A **szállás.hu**, bár piacvezető a szegmensben, **nem emelkedik ki egyik dimenzióban sem jelentősen**, de nem is marad el az átlagtól sehol, bár a **design egy kicsit gyengébb** értékelést kapott, mint más oldalakt.
- A **Trivago** szintén nem kapott szélsőséges értékeléseket, a rendszeres felhasználói valamivel **kevésbé elégedettek a szűrési lehetőségekkel**, de a **termékleírások részletessége kiemelkedő**, ahogy a **design is a legjobb értékelést kapta a 3 oldal közül.**
- A **booking.com** kiemelkedik a **könnyű navigációval, a találatok rendezési lehetőségével, és a hirdetések mennyiségét itt érezték a legkevésbé zavarónak**, az **információk frissességével is kiemelten elégedettek**, illetve jó értékeléseket kaptak az oldal által rendelkezésre bocsátott **fotók** is.

# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS AZ EZEKSEL VALÓ ELÉGEDETTSÉG



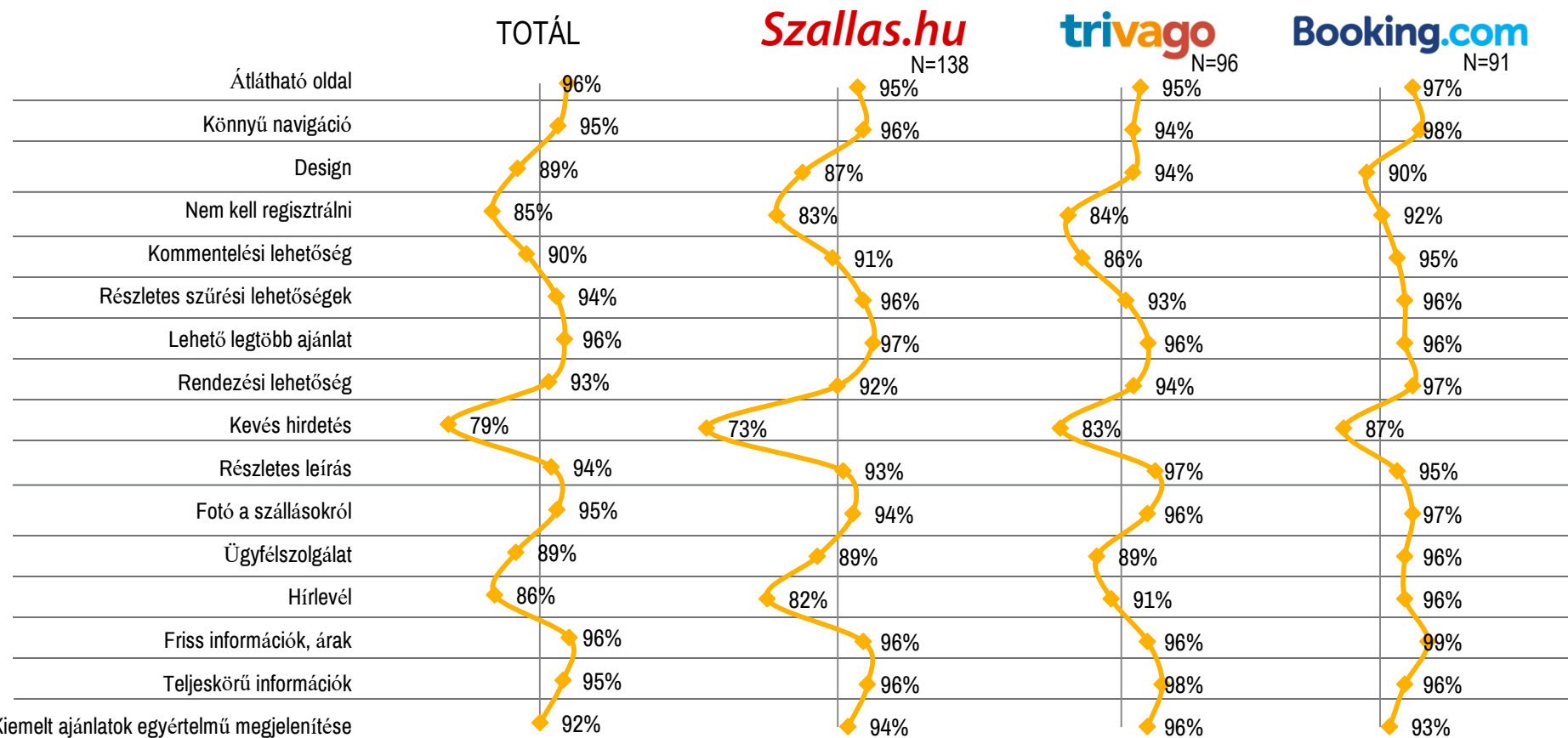
ELŐNYÖK



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak szállás összehasonlító eszközöket N=236

Kérdés: SZ13. Mennyire fontosak Önnek az alábbiak egy összehasonlító oldal esetén, milyenek kell lennie egy ilyen oldalnak, hogy Önt igazán segítse a vásárlási döntés meghozatalában? SZ14. Ön szerint mennyire felel meg az alábbi elvárásoknak az Ön által rendszeresen látogatott... oldal?

# DÖE OLDALAK JELLEMZŐI - TOP2 ÉRTÉKEK



Bázis: Azok a válaszadók, akik ismerik az adott oldalt  
 Kérdés: SZ14. Ön szerint mennyire felel meg az alábbi elvárásoknak az Ön által rendszeresen látogatott... oldal?



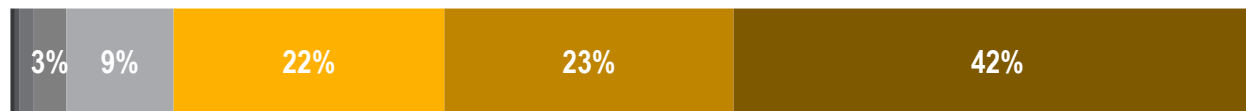
# OLDALAKKAL VALÓ ELÉGEDETTSÉG



TOP3

■ 1 - Egyáltalán nem vagyok elégedett ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10 - Teljes mértékben elégedett vagyok

ÖSSZESÍTVE



87%

**Szallas.hu** N=138



90%

**Booking.com** N=96



89%

**trivago** N=91



88%

# 5. REPÜLŐJEGY VÁSÁRLÁS





# 5.1 DÖE OLDALAK SZEREPE A REPÜLŐJEGY VÁSÁRLÁSBAN

# REPÜLŐJEGY ÖSSZEHASONLÍTÓ DÖE OLDALAK HASZNÁLATA

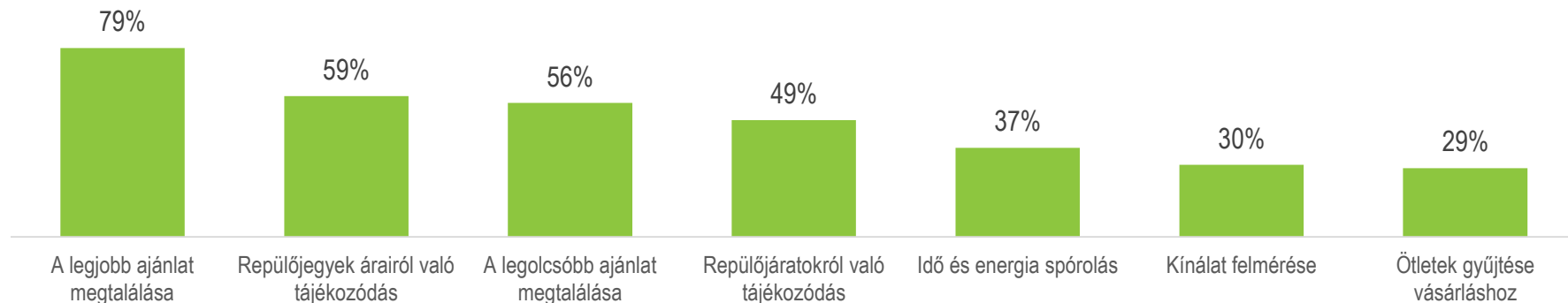


- A felhasználók **80% azért érkeznek az oldalra, hogy utazásához megtalálja a legjobb ajánlatot**, 59%-uk csupán tájékozódni szeretne az árakról. A legjobb ajánlat 56% számára a legolcsóbb ajánlatot jelenti.
- A felhasználók számára a DÖE oldalak ebben a szegmensben igen fontosak, **67%-uk számára nehezebb lenne a repülőjegy vásárlás**, ha nem állnának ezek rendelkezésre. Ez az arány a szállásfoglalás DÖE szegmensben is ugyanilyen magas.
- A felhasználók körében egyöntetű a vélemény, hogy **a DÖE oldalak hatékonyan segítik őket abban, hogy a legjobb döntést hozzák, és szinte mind meg vannak róla győződve, hogy ezek az oldalak pártatlanok és független információforrásként szolgálnak**, akik elsősorban a vásárlók igényeit képviselik.
- A DÖE oldalaknak ebben a szegmensben is főleg **a közvetítő szerepet tulajdonítják**, amiknek egyéb hozzáadott értékük nincsen, minthogy pusztán összegyűjtik, és egységesen jelenítik meg az információt a felhasználók számára.
- **Bizalmi probléma nem merül fel** ezekkel az oldalakkal kapcsolatban, bár személyes adatait a felhasználók többsége nem szívesen adja meg egy ilyen oldalon. A különböző hitelesítő tanúsítványok ismerete rendkívül alacsony ebben a szegmensben, bár kétharmaduk jobban bízna az oldalban, ha ilyen tanúsítványokat látna rajta.
- A DÖE oldalak nem használatának ebben a szegmensben nincsen nagy elutasítottsága, a nemhasználat leggyakoribb oka valószínűleg a relevancia hiánya.

# DÖE OLDALAK FUNKCIÓJA



## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK CÉLJA



## HA NEM LENNÉNEK DÖE OLDALAK, A REPÜLŐJEGYVÁSÁRLÁS...

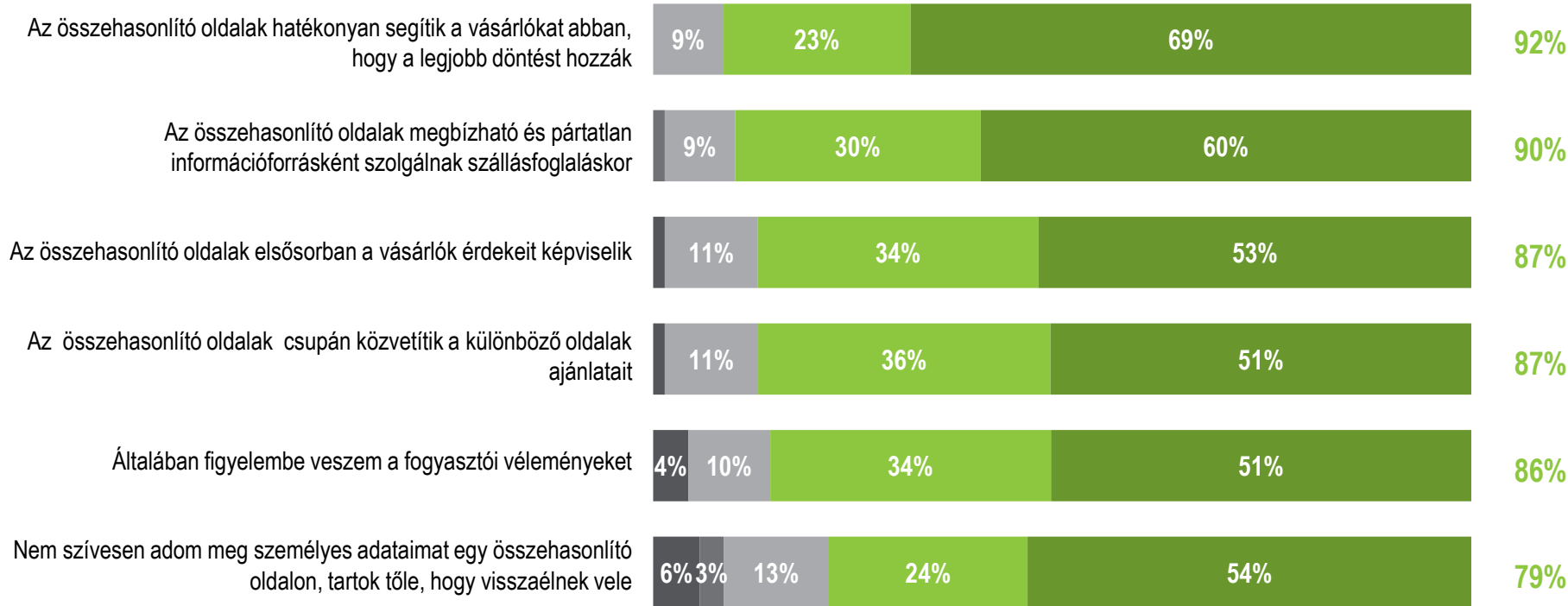


# ÖSSZEHAISONLÍTÓ OLDALAKKAL KAPCSOLATOS VÉLEMÉNYEK nielsen



TOP2

■ 1 - Egyáltalán nem értek egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - Teljes mértékben egyetértek



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70  
 Kérdés: R15. Mennyire ért egyet Ön az alábbi szállás összehasonlító oldalakkal kapcsolatos állításokkal?

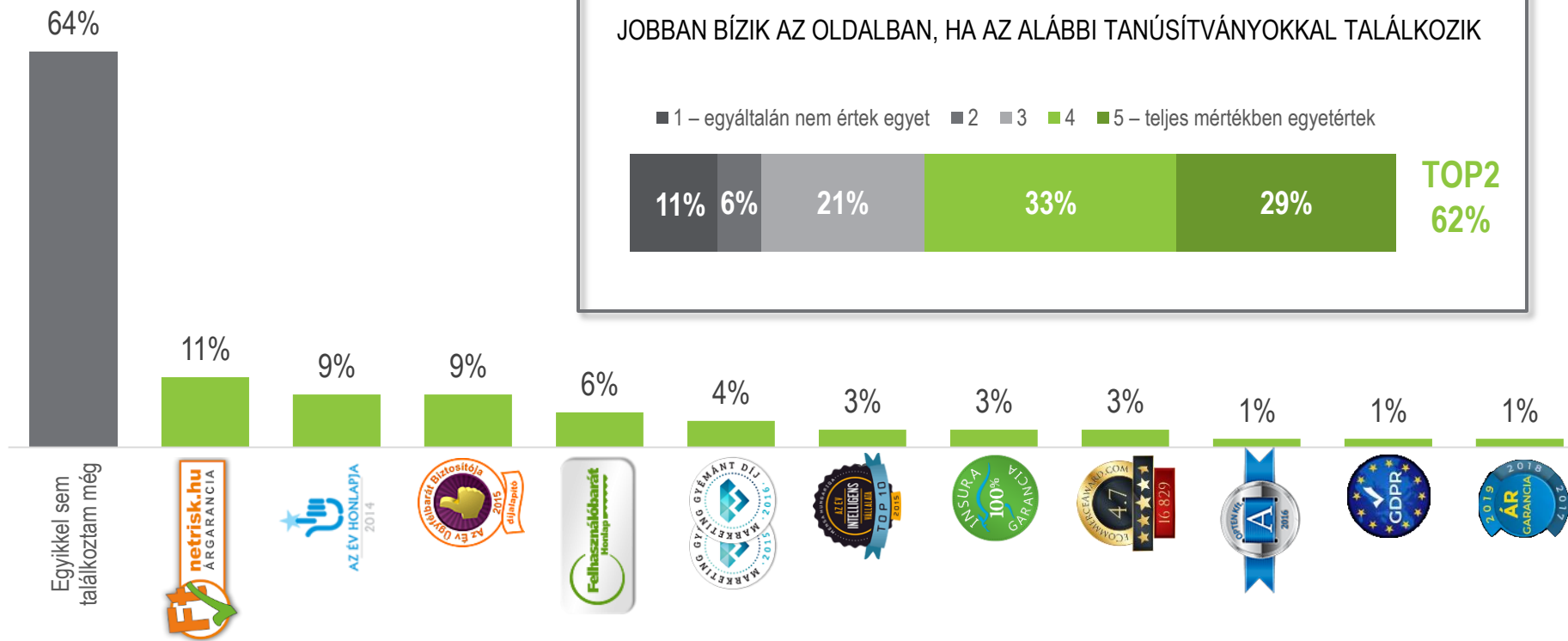
Copyright © 2017 The Nielsen Company. Confidential and proprietary.

# TANÚSÍTVÁNYOK ISMERTSÉGE, FONTOSSÁGA



JOBBAN BÍZIK AZ OLDALBAN, HA AZ ALÁBBI TANÚSÍTVÁNYOKKAL TALÁLKOZIK

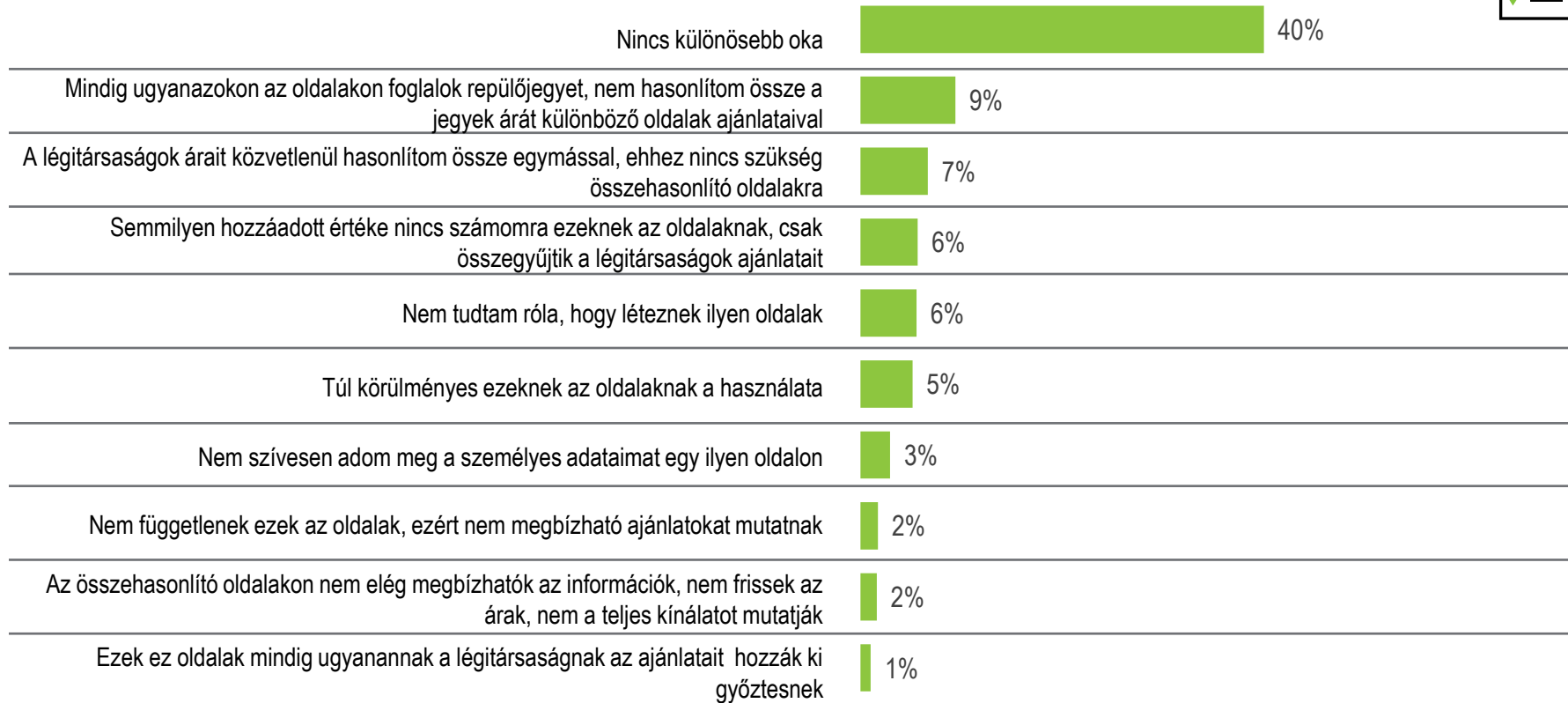
■ 1 – egyáltalán nem értek egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 – teljes mértékben egyetértek



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: B1C. A képen különböző tanúsítványokat lát, amelyekkel különböző honlapokon találkozhat. Találkozott Ön valamelyikkel összehasonlító oldalon, mikor repülőjegyet keresett, foglalt? B2. Ön jobban bízik egy összehasonlító honlapban, ha ilyen tanúsítványokat lát rajta? Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal

# HASZNÁLATI GÁTAK – AZOK KÖRÉBEN, AKIK REPÜLŐJEGGYEL KAPCSOLATBAN NEM HASZNÁLNAK DÖE OLDALAKAT, DE MÁS KATEGÓRIÁBAN IGEN



Bázis: Azok a válaszadók, akik nem használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=933

Kérdés: N2b. Ön úgy nyilatkozott, hogy nem használt még összehasonlító oldalt repülőjegy vásárlás alkalmával. Mi az oka, hogy Ön nem látogatott még el repülőjegy összehasonlító oldalra?



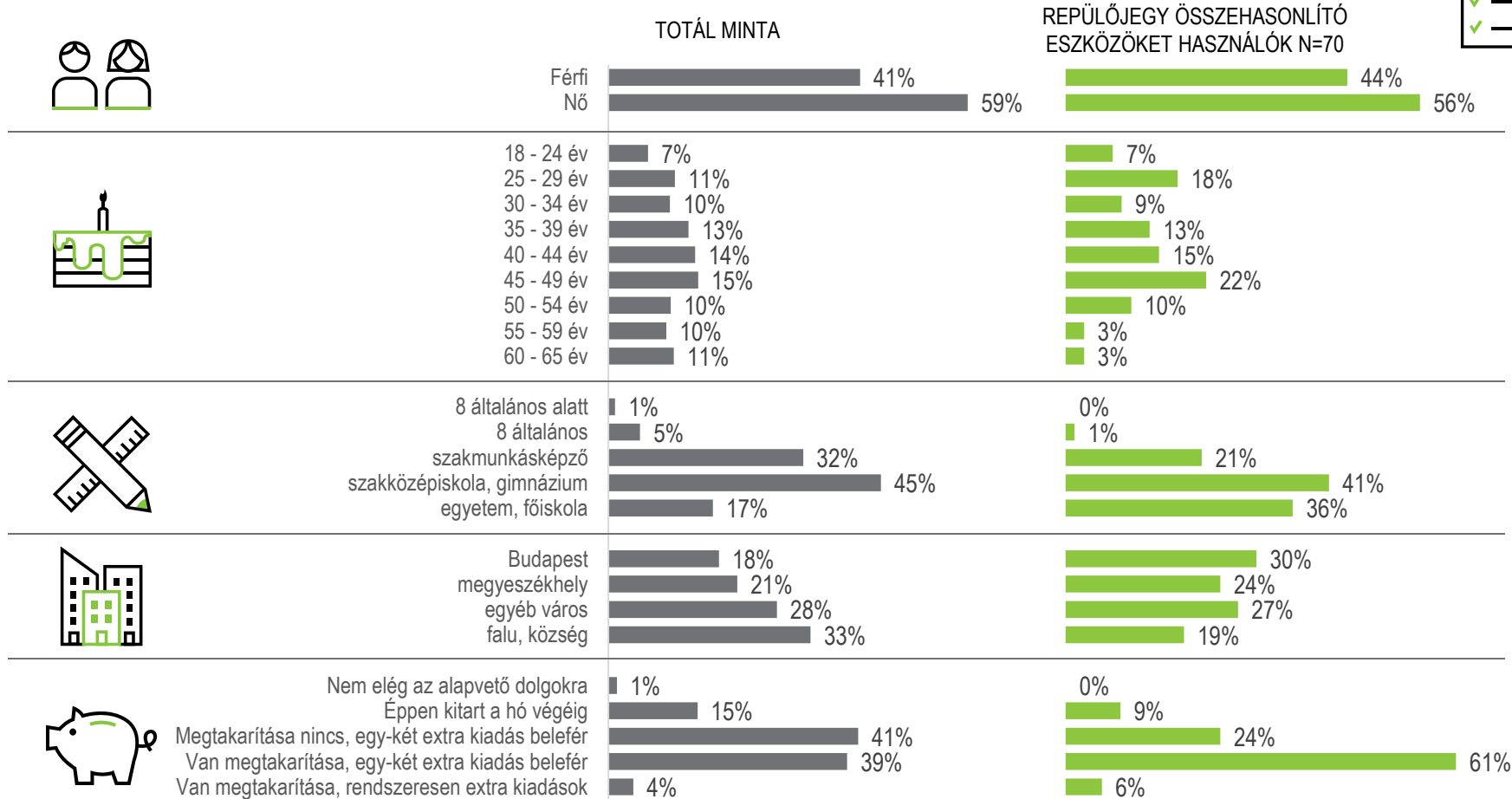
## 5.2 DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI

# REPÜLŐJEGY ÖSSZEHAONLÍTÓ DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI



- A repülőjegy összehasonlító DÖE oldalak használata valamivel jobban jellemző a nőkre, de **az átlagos DÖE használókhoz képest azért több férfit találunk köreikben.**
- Ez a szegmens sokkal inkább jellemző a fiatalokra, **kiugróan sok 25-29 éves található a használók közt, de kiemelkedő a 45-49 éves korosztály megjelenése is.** A repülőjegy összehasonlító oldalak használata **kifejezetten a felsőfokú iskolai végzettségűekre**, valamint az érettségivel rendelkezőkre jellemző, és **leginkább a Budapesten élők körében gyakori.**
- Anyagi státuszt tekintve az összes többi szegmenshez képest kimagasló azok aránya, **akik rendelkeznek megtakarításokkal, és alkalmankénti extra kiadásokat is tudnak finanszírozni.**
- Ebben a szegmensben a leginkább jellemző, hogy **a DÖE oldalak látogatása önmagában kifejezetten rendszeres tevékenység**, a célcsoport 43%-a rendszeresen látogat ilyen oldalakra. A célcsoport 41% minden alkalommal, további 30%-a a legtöbb alkalommal ellátogat DÖE oldalra, amikor repülőjegyet készül vásárolni.

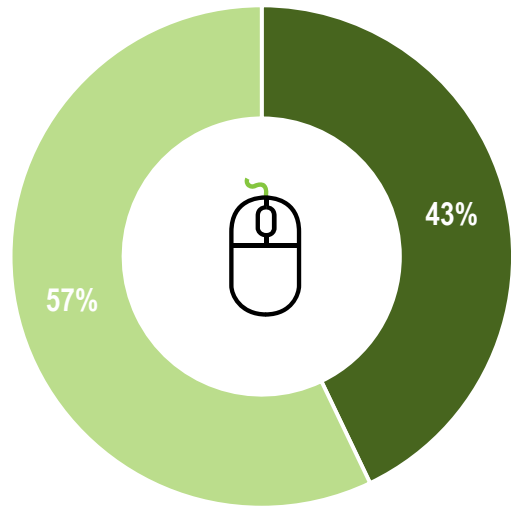
# REPÜLŐJEGYÖSSZEHAJONLÍTÓ DÖE OLDALAK HASZNÁLÓINK DEMOGRÁFIAI PROFILJA



# ÖSSZEHAISONLÍTÓ OLDALAK LÁTOGATÁSÁNAK GYAKORISÁGA nielsen



## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA



- Rendszeresen felkeres összehasonlító oldalakat
- Előfordul, hogy felkeres összehasonlító oldalakat

## ÖSSZEHAISONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: O2. Amikor Ön egy terméket vagy szolgáltatás vásárlását tervez, előfordul, hogy meglátogat összehasonlító honlapokat is? R6a. Amikor Ön repülőjegyet keres, milyen gyakran keres fel összehasonlító oldalt?



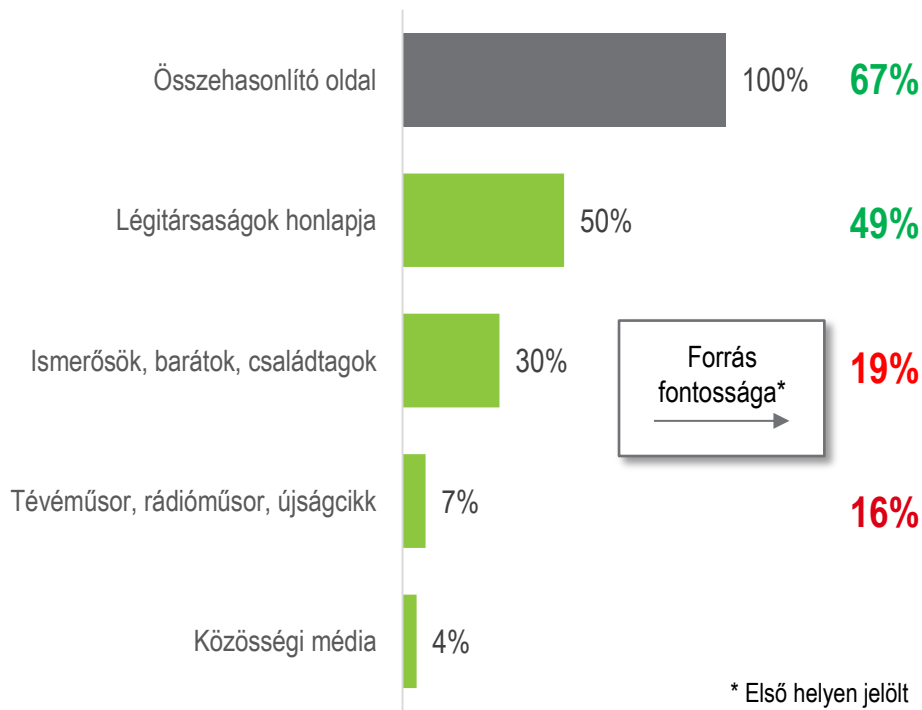
## 5.3 DÖE OLDALAK HASZNÁLATA REPÜLŐJEGY VÁSÁRLÁS SORÁN

- A DÖE oldalak használata mellett **a szegmens tagjainak fele a légitársaságok honlapjait is felkeresi repülőjegy vásárláskor**, és minden második esetben végül elsősorban az itt található információk alapján hozza meg döntését. A célcsoport tagjainak **57% százaléka a DÖE oldalra látogat el először, amikor repülőjegyvásárlás előtt áll.**
- A DÖE oldalon tett látogatás után a felhasználók **91%-a végül online vásárolja meg repülőjegyét**, az offline vásárlás ebben a szegmensben szinte egyáltalán nem jellemző.
- A legfontosabb információk, amiket az oldalon keresnek, a **repülőjegyek ára, a légitársaság, és a repülőtér** (indulási és érkezési egyaránt). Ezek a legfontosabb információk, amiket a felhasználók legnagyobb hányada keres az oldalon, tehát ezek egyértelmű és jól látható feltüntetése a legfontosabb számukra.
- A látogatások nagyobb része laptopon történik (63%), de **a felhasználók több mint fele (52%) okostelefonon is használja ezeket az oldalakat.**
- A kiemelt ajánlatok értelmezése nem teljesen evidens, **mindössze 35% van azzal tisztában, hogy ezek fizetett kiemelések a találati listában.** A felhasználók **25%-a azt gondolja, hogy ezek egyszerűen a legnépszerűbb elemek a találati listában.** 81%-ot nem zavarnek ezek a kiemelések, sőt általában szívesen rá is kattintanak ezekre.

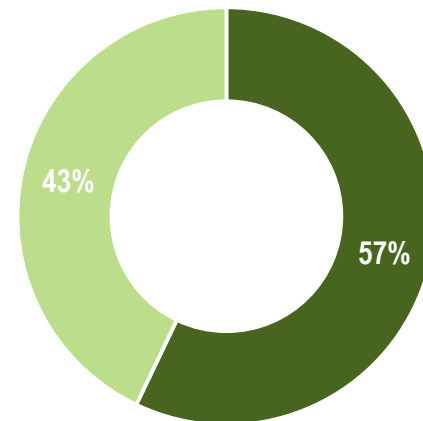
# SZÁLLÁSKERESÉS JELLEMZŐI



## EGYÉB FORRÁSOK



## ÖSSZEHAJONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSÉNEK IDEJE



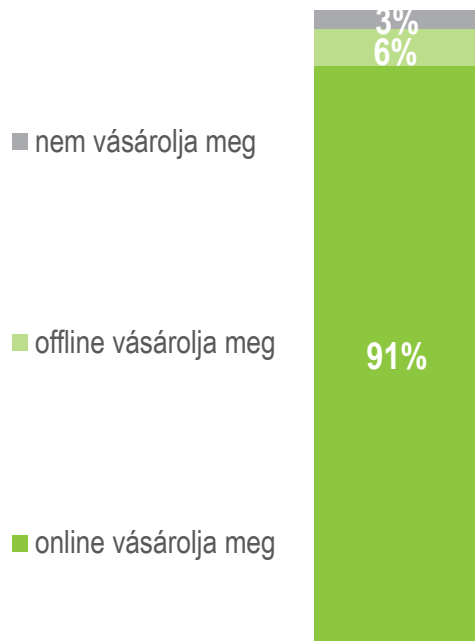
- Ez az első, ahonnan vásárláskor tájékozódik
- Előbb máshol tájékozódik

Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: R6b. Milyen EGYÉB forrásból tájékozódott még az összehasonlító oldalon kívül a döntés során? R6c. Mennyire segítették Önt a vásárlási döntés meghozatalában? R8. Jellemzően mikor keresi fel Ön az összehasonlító oldalt repülőjegy keresésekor?

# REPÜLŐJEGY MEGVÁSÁRLÁSÁNAK MÓDJA

## VÁSÁRLÁS MÓDJA



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

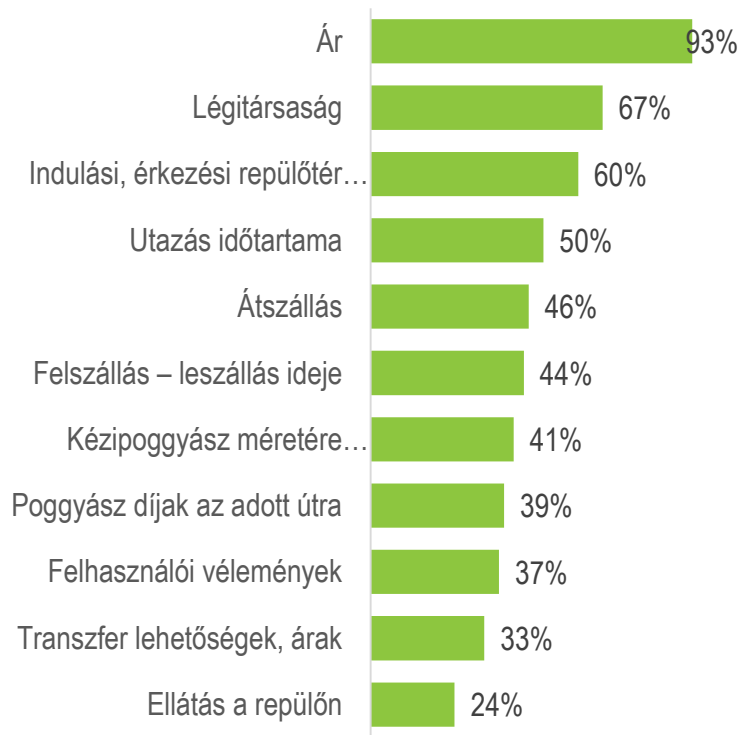
Kérdés: O4. Amikor Ön az alábbi termékkel/ szolgáltatással kapcsolatban összehasonlító oldalt használ, azután jellemzően...



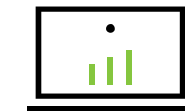
# ÖSSZEHAISONLÍTÓ OLDALAK HASZNÁLATÁNAK JELLEMZŐI



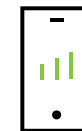
## INFORMÁCIÓK GYŰJTÉSE



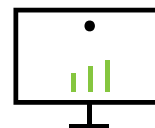
## MILYEN ESZKÖZÖN HASZNÁLTA



LAPTOP: 61%



OKOSTELEFON: 53%



PC: 17%



TÁBLAGÉP: 9%

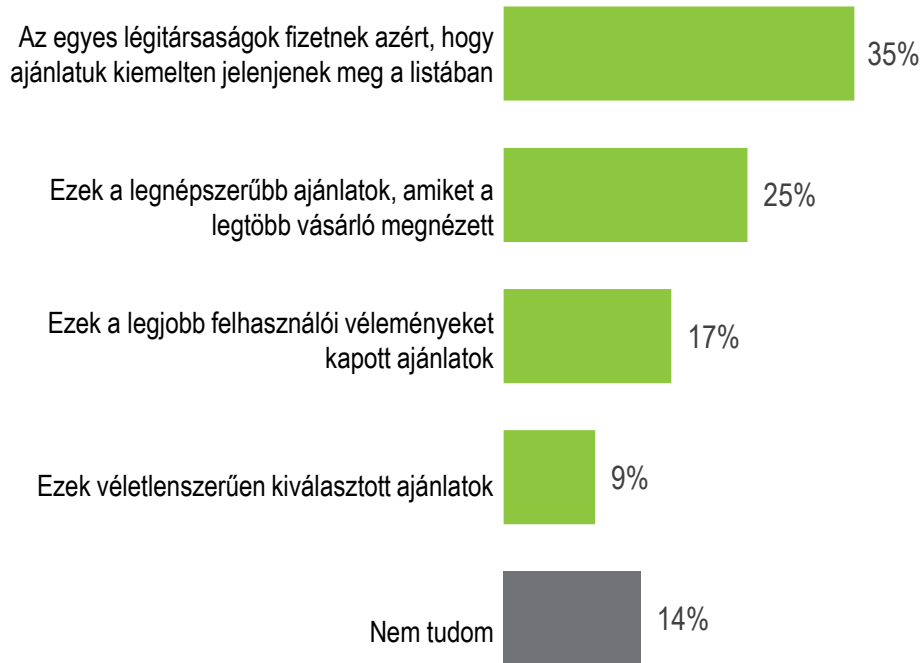
Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: R9. Általában milyen információkat keres Ön egy repülőjegyről már az összehasonlító oldalon, mielőtt továbblépne az oldalra, ahol le tudja foglalni a repülőjegyet? R11. Milyen eszközön szokta Ön használni az összehasonlító oldalakat?

# KIEMELT AJÁNLATOK



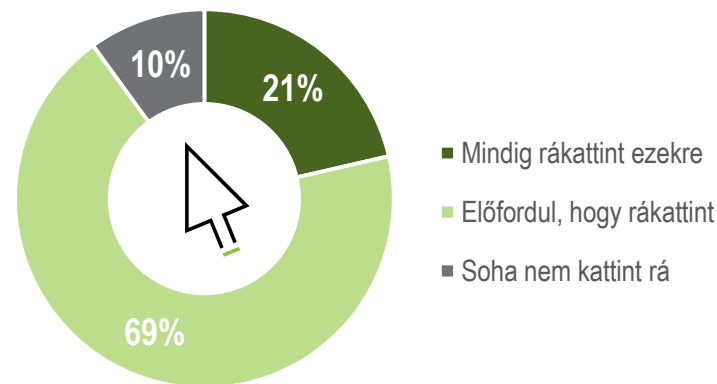
## KIEMELT AJÁNLATOK ÉRTELMEZÉSE



## MENNYIRE ZAVARÓAK?



## RÁKATTINTÁS GYAKORISÁGA



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: R16. Az összehasonlító oldalakon a találati listában szerepelhetnek kiemelt ajánlatok. Ön szerint miért jelennek meg ezek az ajánlatok kiemelten, mit jelent a kiemelés? R17. Önt mennyire zavarják ezek a kiemelt ajánlatok?

R18. Ön rá szokott kattintani ezekre a kiemelt ajánlatokra?

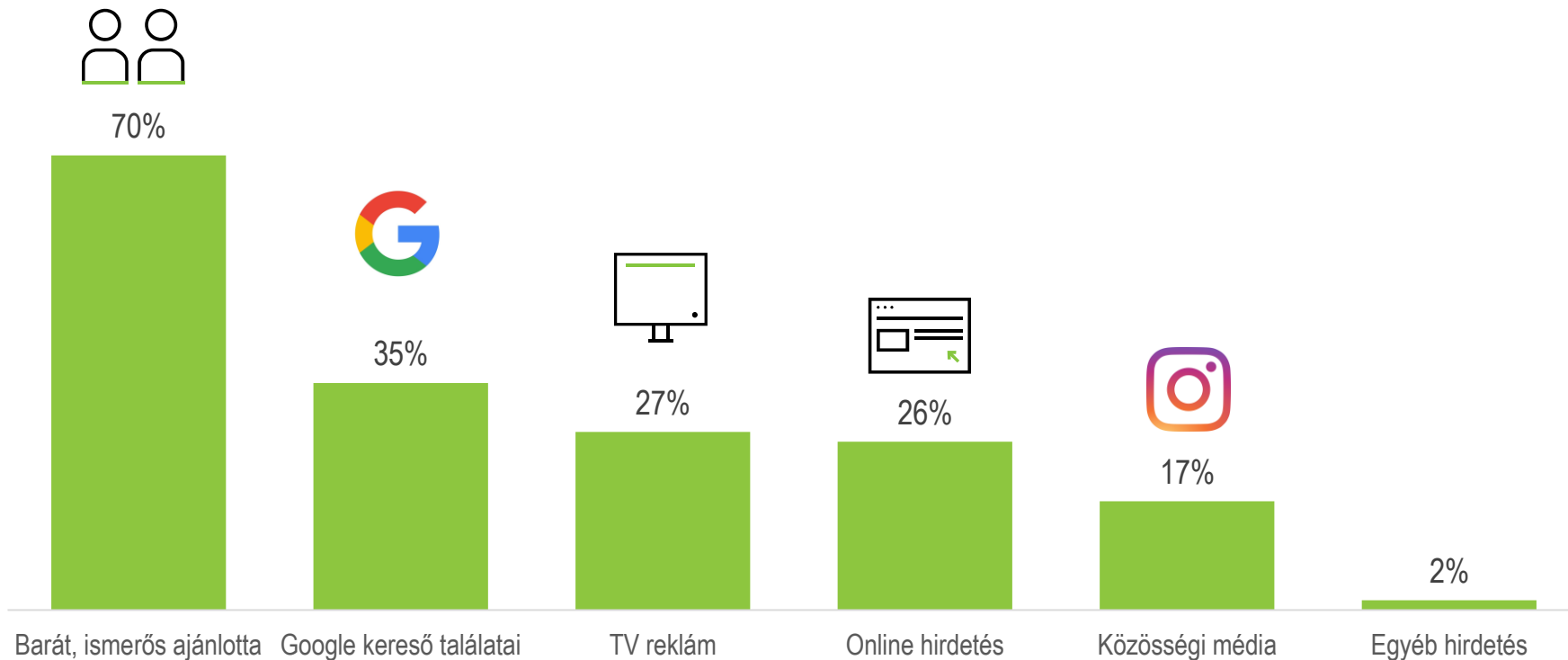
# 5.4 HONLAPOK ISMERTSÉGE

# REPÜLŐJEGY ÖSSZEHAISONLÍTÓ DÖE OLDALAK ISMERTSÉGE ÉS LÁTOGATÁSA



- A repülőjegy összehasonlító DÖE oldalak **ismertsége elsősorban személyes ajánlásból származik**. A szegmens tagjainak 70% ismerősöktől, barátoktól hallott az általa használt oldalról.
- A legismertebb oldal a kategóriában a **repjegy.hu**. A célcsoport körében **79%-os teljes ismertséggel** rendelkezik, aminek legnagyobb része spontán említés. Az oldal látogatási arányai is kiemelkedőek, a **célcsoport 51%-a rendszeresen látogatja**, 43% számára pedig ez a leggyakrabban látogatott DÖE oldal a témában.
- Repülőjegy összehasonlítás témában a **Trivago** is rendkívül népszerű, a célcsoport 51%-a ismeri az oldalt, bár látogatóinak aránya viszonylag alacsony. 13% látogatja rendszeresen repülőjegy vásárlás miatt, és 9% számára ez a legfontosabb repjegyösszehasonlító DÖE felület.
- A többi oldal ismertsége és használata viszonylag egyenletesen oszlik el, magasabb ismertséggel rendelkeznek az **utazom.com**, booking.com, a **skyscanner** és a pelikán.hu. Ezek közül a skyscanner emelkedik ki használati gyakoriságban a leginkább.

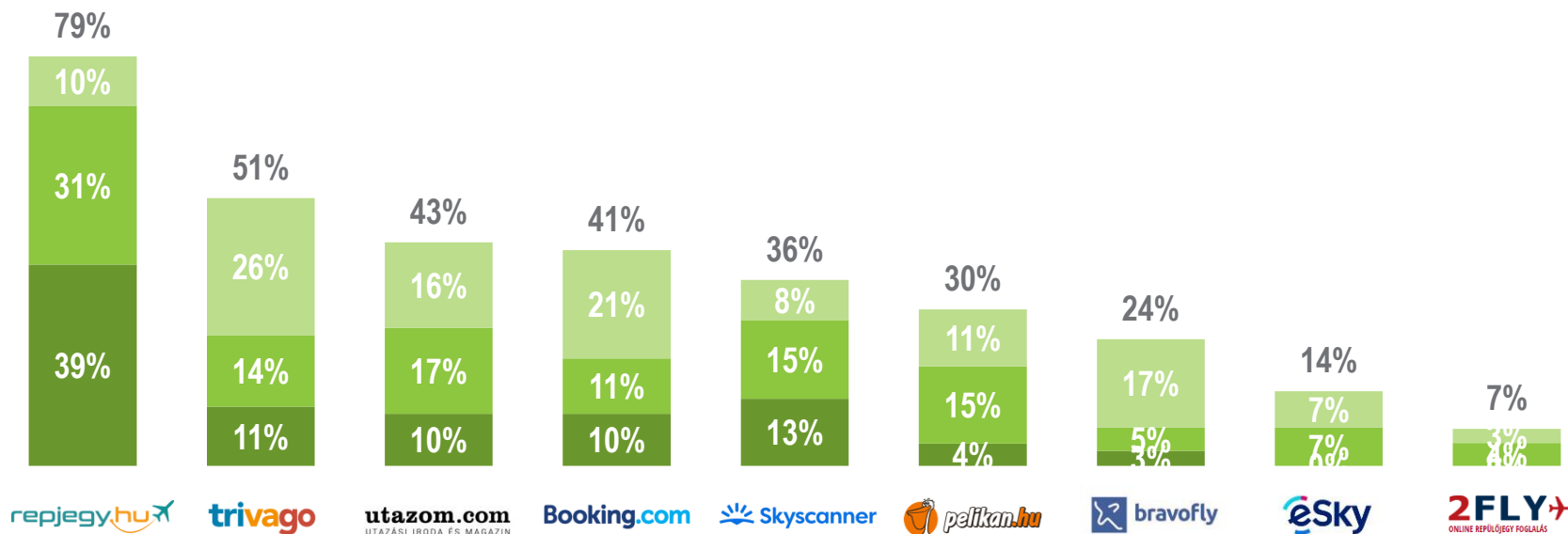
# OLDALAK ISMERETÉNEK FORRÁSA – ÖSSZESÍTETT EREDMÉNYEK



# DÖE OLDALAK ISMERTSÉGE



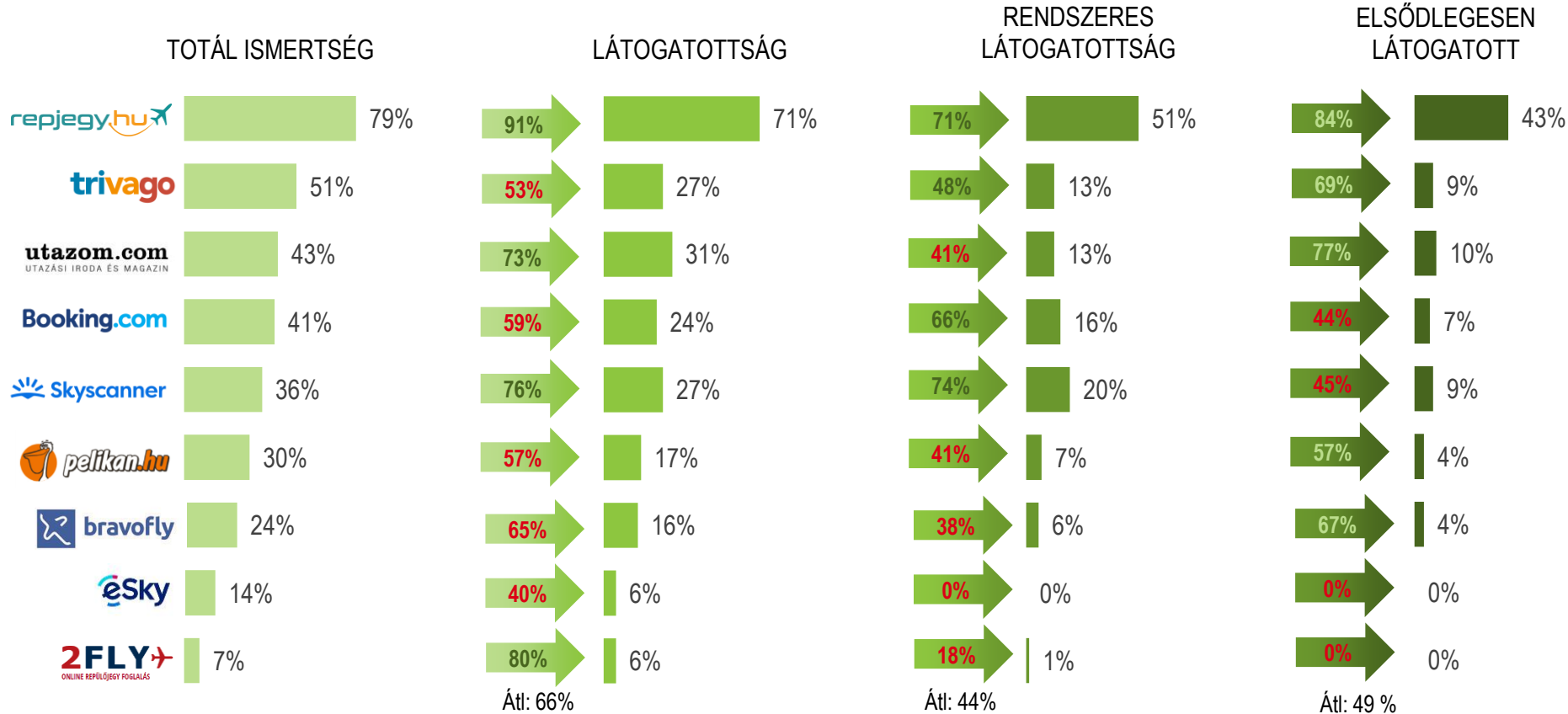
■ Első említés   ■ Spontán ismeret   ■ Segített ismeret   Total



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: R1a. Melyik az az összehasonlító, gyűjtőoldal oldal, amelyik neve elsőként az eszébe jut repülőjegy foglalással kapcsolatban? R1b. Még milyen összehasonlító, gyűjtőoldalakat ismer Ön repülőjegy foglalással kapcsolatban? R2. Az alábbi repülőjegy foglalással foglalkozó összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket ismeri legalább névről, függetlenül attól, hogy látogatta-e már valaha?

# MÁRKAKONVERZIÓK



Bázis : Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: R2. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket ismeri legalább névről, függetlenül attól, hogy látogatta-e már valaha? R3. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket látogatta már legalább egyszer? R4. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket látogatja rendszeresen, amikor repülőjegyet vásárol? R5. Az alábbi foglalkozó összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyiket látogatja leggyakrabban?

Alacsonyabb mint az átlag      Magasabb mint az átlag



# 5.5 DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG



# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG

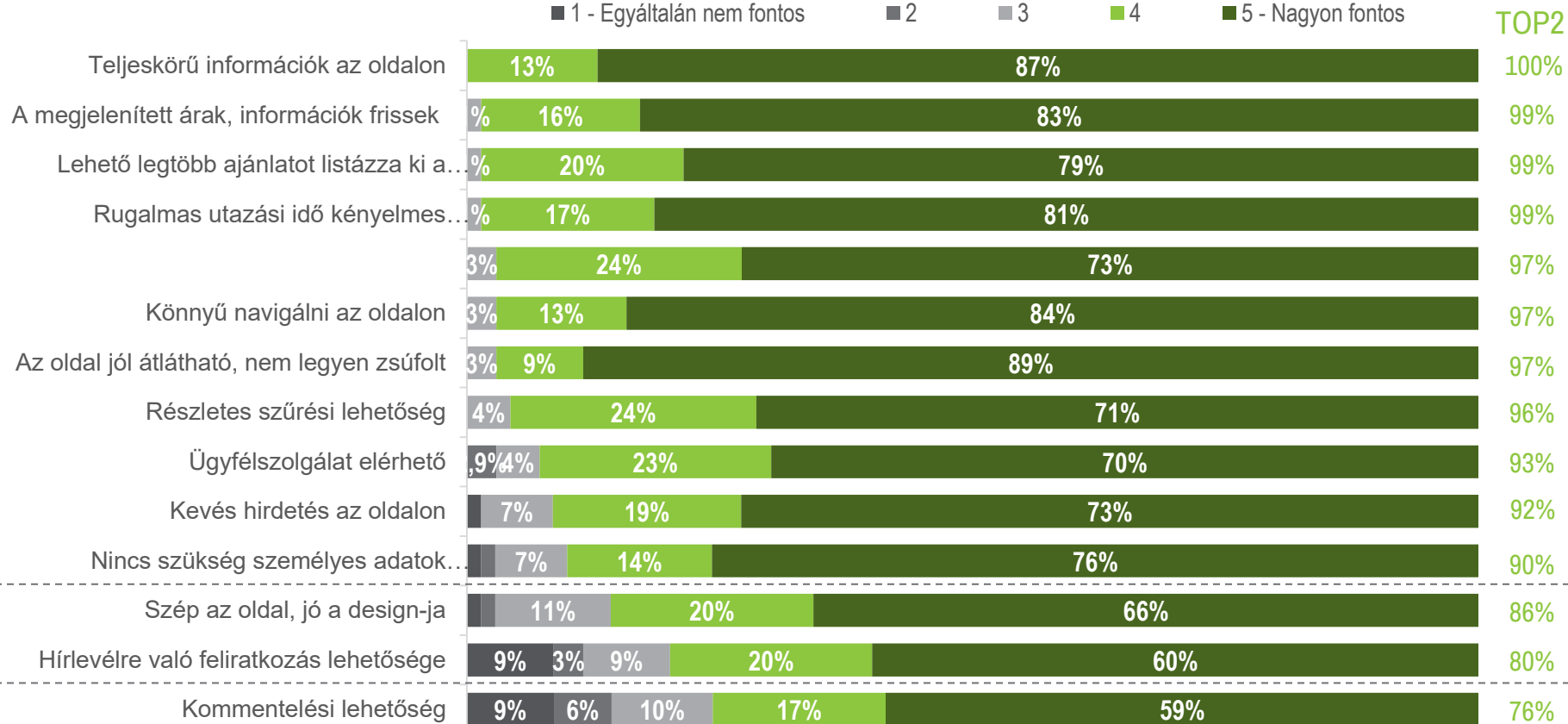


- A legfontosabb elvárások egy repülőjegyösszehasonlító DÖE oldallal szemben egyértelműen az alábbiak: **teljeskörű információk** az egyes jegyekről, az **árak és adatok legyenek frissek**, a **lehető legtöbb légitársaság ajánlatát mutassa az oldal**, **rugalmas utazási idő beállítására legyen lehetőség**. A kommentelési lehetőség, a hírlevélre való feliratkozás és a design jóval kevésbé fontosak a tartalmi elemeknél.
- Ezeknek a feltételeknek a **DÖE oldalak a szegmensben általában megfelelnek**, a találati lista rendezési lehetőségeivel azonban általában nem elégedettek ezeken az oldalakon. Ebben a szegmensben is soknak érzik a hirdetések mennyiségét, de az oldalakkal a felhasználók 92%-a azért elégedett.

# DÖE OLDALAK TÉNYEZŐINEK FONTOSSÁGA



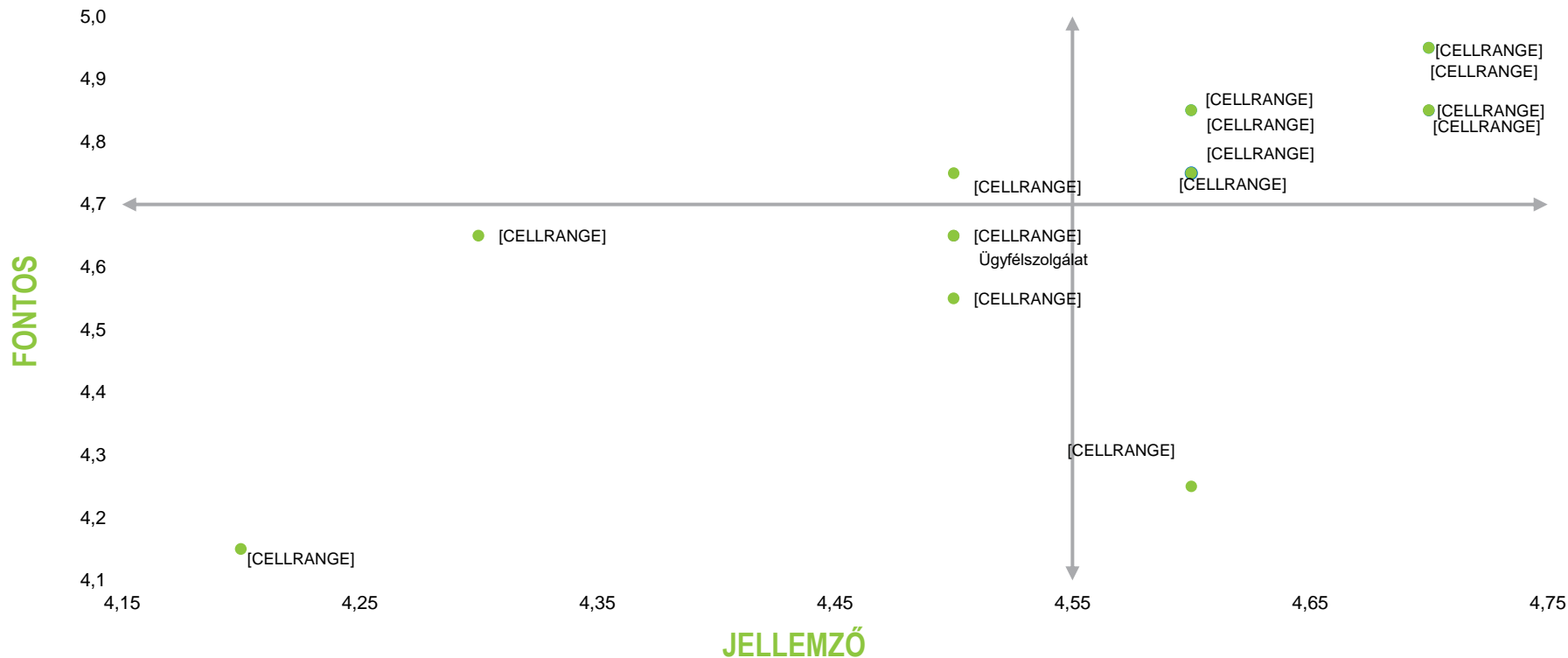
■ 1 - Egyáltalán nem fontos   ■ 2   ■ 3   ■ 4   ■ 5 - Nagyon fontos



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: R13. Mennyire fontosak Önnek az alábbiak egy összehasonlító oldal esetén, milyenek kell lennie egy ilyen oldalnak, hogy Önt igazán segítse a vásárlási döntés meghozatalában?

# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS AZ EZEKKEL VALÓ ELÉGEDETTSÉG



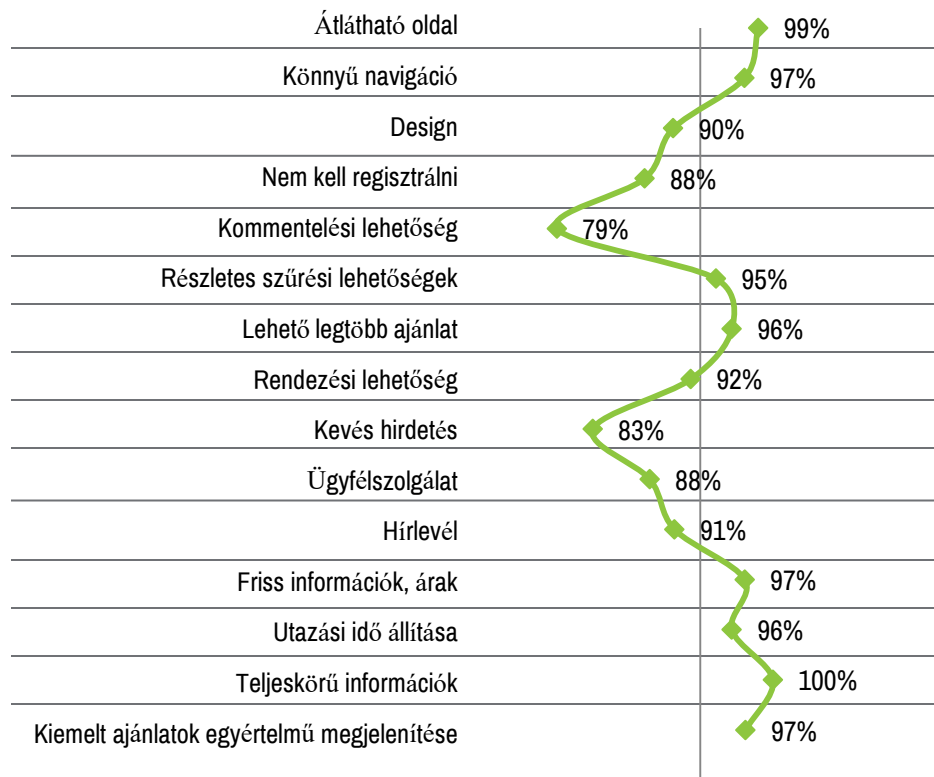
Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak repülőjegy összehasonlító eszközöket N=70

Kérdés: R13. Mennyire fontos Önnek az alábbiak egy összehasonlító oldal esetén, milyenek kell lennie egy ilyen oldalnak, hogy Önt igazán segítse a vásárlási döntés meghozatalában? R14. Ön szerint mennyire felel meg az alábbi elvárásoknak az Ön által rendszeresen látogatott... oldal?

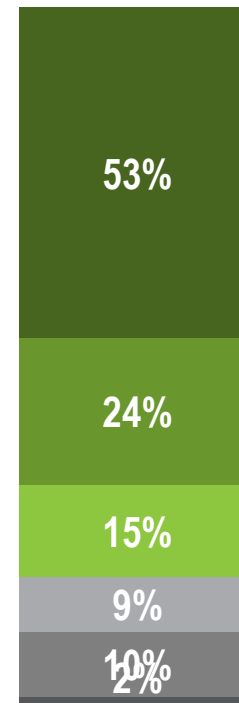
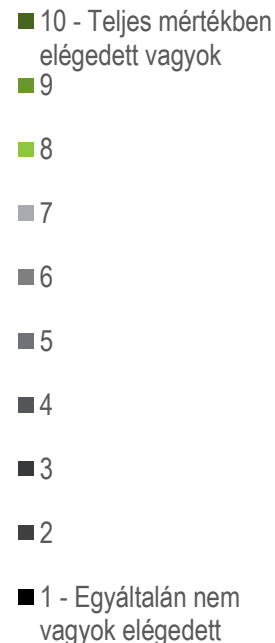
# DÖE OLDALAK JELLEMZŐI ÉS VELÜK VALÓ ELÉGEDETTSÉG



## TOTÁL



## OLDALAKKAL VALÓ ELÉGEDETTSÉG



# 6. PÉNZÜGYI TERMÉKEK





# 6.1 DÖE SZEREPE PÉNZÜGYI TERMÉKEK ESETÉN

# DÖE OLDALAK SZEREPE #1

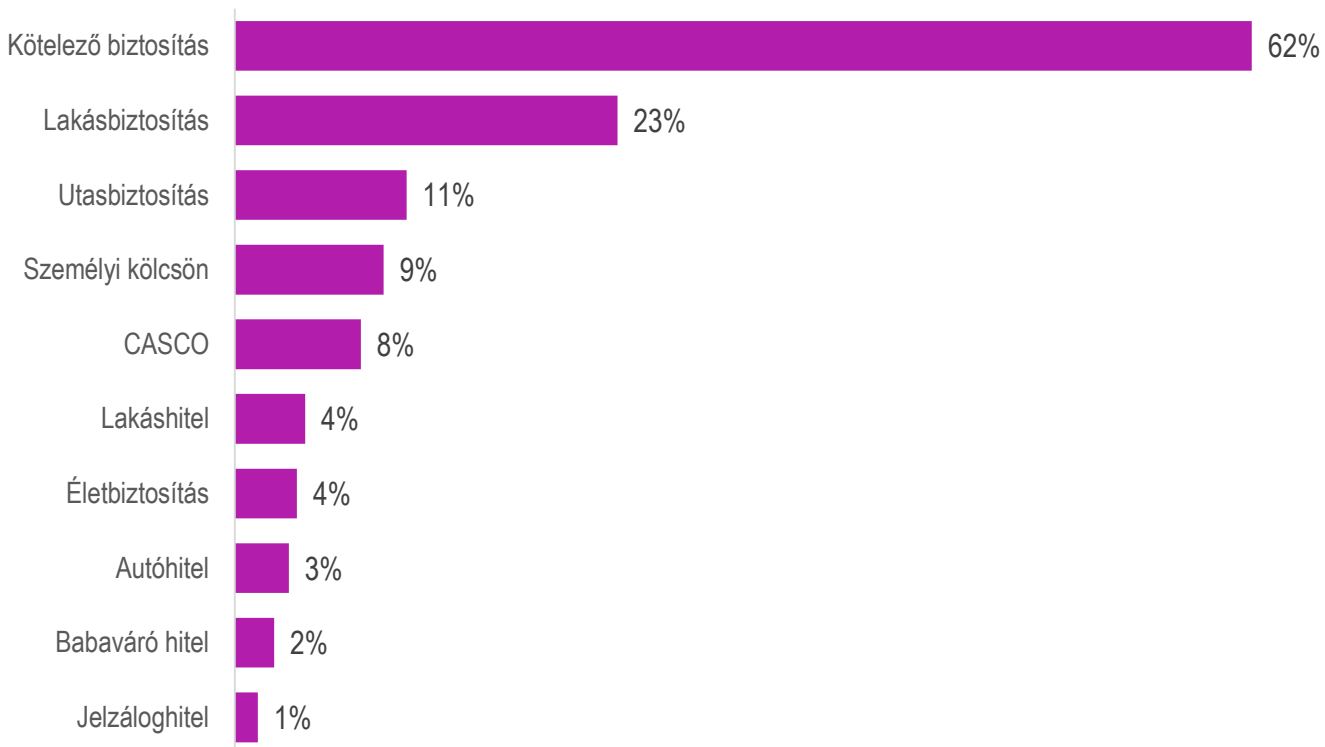


- Pénzügyi termékekkel kapcsolatos DÖE használat alapvetően nagyon szerteágazó attól függően, hogy milyen milyen termékről keresnek információt. A pénzügyi termékek önmagukban is nagyon különbözőek, a szerződéskötés módja is alapvetően eltér, ezért nehéz őket egységesen vizsgálni.
- Alapvetően a pénzügyi termékek fontosságától (mekkora pénzösszeg szerepel a tranzakcióban, illetve milyen hosszú távra köteleződik el az ügyfél) függően a felhasználás szempontjából 2 külön kategóriába válik szét a szegmens.
  1. **A DÖE oldalak szerepe a tájékozódásban, összehasonlításban és a szerződéskötésben egyaránt jelentős.** Azoknál a pénzügyi termékeknél, ahol a biztosítási összeg viszonylag alacsony, az elköteleződés rövid távra szól, és a termékek egymással könnyen összevethetőek.
    - **A kötelező gépjármű felelősségbiztosítás** a leggyakoribb pénzügyi termék, amivel kapcsolatban DÖE oldalt keresnek fel a célcsoport tagjai (62%), a legjobb (jellemzően a legolcsóbb) ajánlat megtalálása a cél, és a biztosítás megkötése, átkötése, vagy újrakötése szintén a DÖE oldalon zajlik. Ennek nagy hagyományai vannak már Magyarországon, és a felhasználók magabiztosan, egy kis odafigyeléssel, általában probléma nélkül végzik az összehasonlítást, és véglegesítik a tranzakciót.
    - **Utásbiztosítás** (11%) témakörben való tájékozódás is szintén gyakori, az esetek háromnegyedében meg is kötik a felhasználók a szerződést az interneten. Itt is alacsonyabb összegű, és rövid távú döntésről van szó, aminek viszonylag áttekinthetőek a feltételei, a DÖE jelentősen meg tudja könnyíteni a felhasználók dolgát.

2. **A DÖE oldalak szerepe a tájékozódás szintjén fontos.** Azoknál a pénzügyi termékeknél, ahol nagy összegekről van szó, vagy hosszabbtávú elköteleződésről, ott a DÖE oldalak csak a kezdeti tájékozódásban játszanak szerepet. Az egyes termékek annyira bonyolultak, illetve nagyon nagy mértékben függenek személyes paraméterektől, hogy a felhasználók nem is várnak teljeskörű tájékoztatást a DÖE oldaltól. A cél inkább az orientálódás, bizonyos pénzügyi intézetek kizárása, az ajánlatok néhány egyszerűbb paraméter alapján történő összehasonlítása.
- **Lakásbiztosítás** (23%) esetén ugyan gyakori a DÖE oldalakon való tájékozódás, de a szerződéskötés már inkább személyesen a pénzügyi intézetben, vagy alkuszon keresztül történik. Nagyobb összegről, és hosszabb távú termékről van szó, ezért a felhasználók igénylik a személyes, szakértő segítséget.
  - **Személyi kölcsön** (9%) ugyan az online kalkulátorok már nagyon pontos tájékoztatást tudnak nyújtani ebben a kategóriában, és a szerződéskötéshez is rendelkezésre állnak már online megoldások a legnagyobb hitelintézeteknél, a felhasználói gyakorlat azért nagy mértékben még mindig az offline ügyintézés preferálja, a legtöbb felhasználó esetében a bizalom ezekkel az intézetekkel szemben még mindig alacsony annyira, hogy inkább offline intézzék a szerződéskötést, ahol kérdéseket tehetnek fel az ügyintézőnek.



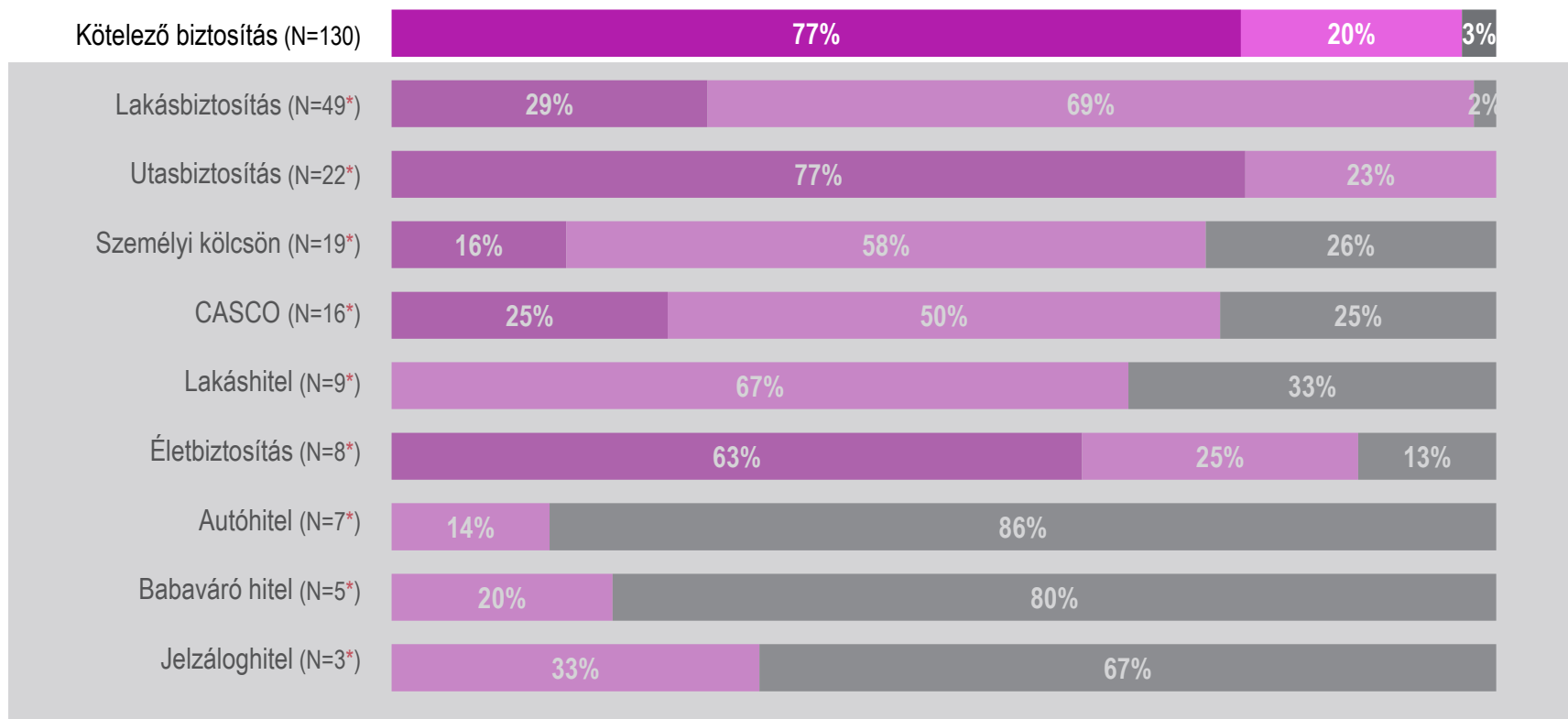
# KERESETT PÉNZÜGYI TERMÉK A DÖE OLDALON



# SZERZŐDÉSKÖTÉS LEBONYOLÍTÁSA



■ online vásárolja meg ■ offline vásárolja meg ■ nem vásárolja meg

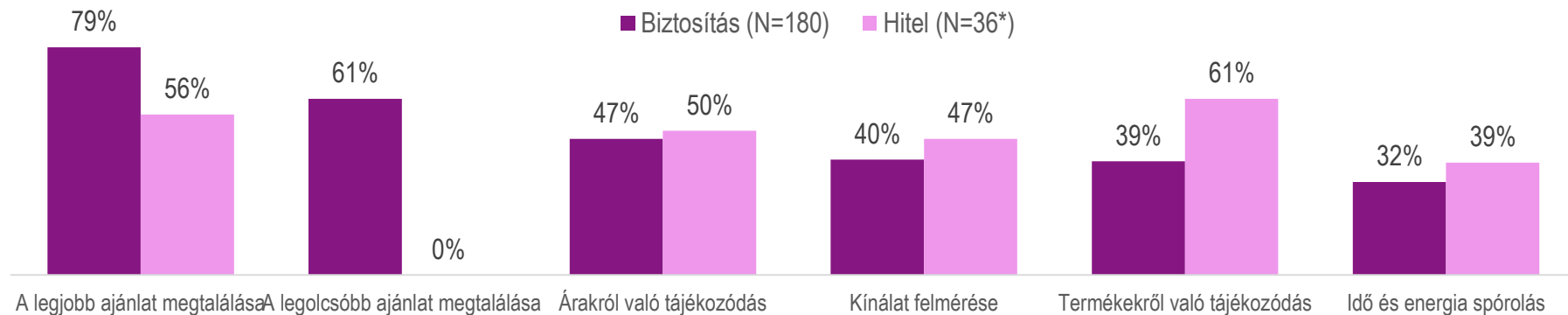


Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=209  
Kérdés: O4. Amikor Ön az alábbi termékkel/ szolgáltatással kapcsolatban összehasonlító oldalt használ, azután jellemzően...

# DÖE OLDALAK FUNKCIÓJA



## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK CÉLJA



## HA NEM LENNÉNEK DÖE OLDALAK, A PÉNZÜGYI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS SZERZŐDÉSKÖTÉS...



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnák összehasonlító oldalt pénzügyi kategóriában, biztosítás N=180, hitel N=36\*

Kérdés: P7a/P7b. Jellemzően milyen céllal keresi fel Ön az összehasonlító oldalakat? P19. Mennyire változnának meg az Ön online pénzügyi szerződés-kötési szokásai, ha holnaptól nem lennének elérhetőek az összehasonlító oldalak?

\*Alacsony elemszám!

# DÖE OLDALAK JELENTŐSSÉGE A PÉNZÜGYI TÁJÉKOZÓDÁSBAN

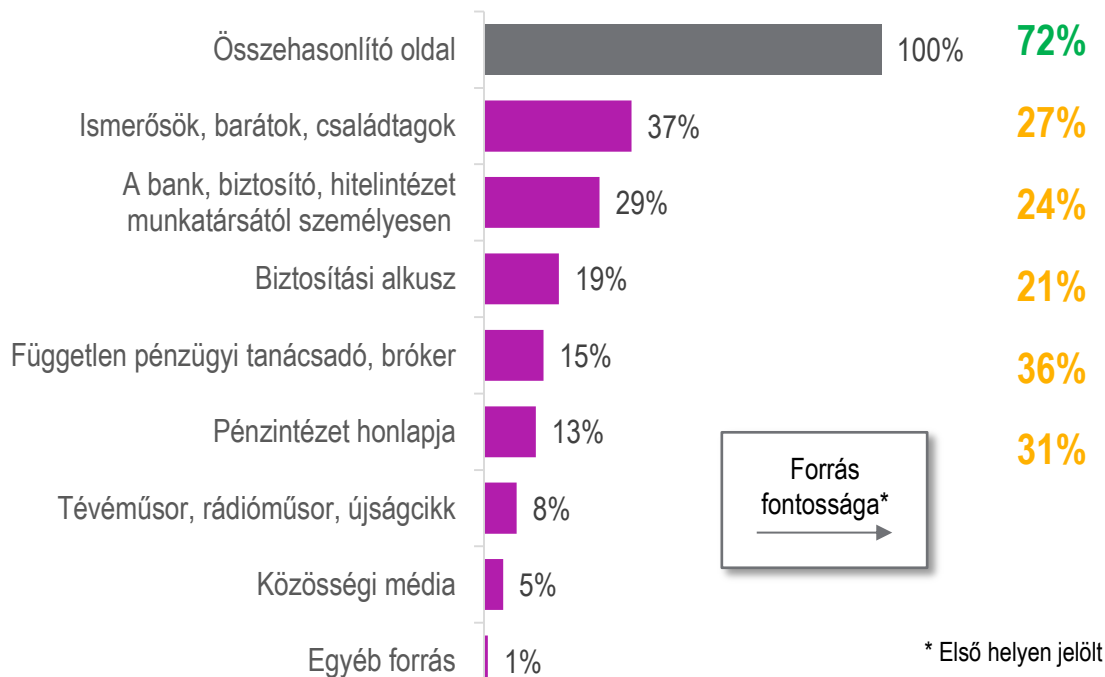


- A pénzügyi szegmensben a **DÖE oldalakon kívül leginkább személyes forrásokból tájékozódnak** a célcsoport tagjai. Egyharmaduk (37%) megkérdezi **ismerőseit, családtagjait**, bár véleményükre ritkán alapozzák a pénzügyi döntést. **Pénzintézetek ügyintézőit** szintén gyakran felkeresik (29%), vagy **biztosítási alkusztól** kérnek tanácsot (19%), de itt sem kiemelkedően jellemző, hogy elsősorban ez alapján választanának pénzügyi terméket. Ellenben a **független tanácsadók, brókerek segítsége fontos szerepet játszhat** a döntésben, bár csupán 15% vett igénybe ilyen segítséget, több mint egyharmaduk elsősorban a tőle kapott információk alapján hozta meg a végleges döntését.
- **Biztosításkötés esetén** (aminek a döntő többsége KGFB biztosítás kötés), **az esetek 71%-ában a DÖE oldalon kezdik a tájékozódást** a felhasználók. Ez az arány hitellel kapcsolatban sem sokkal alacsonyabb, ha hiteltermékekről keresnek információt, az esetek legalább kétharmadában a DÖE oldal az első platform, ahonnan tájékozódnak.

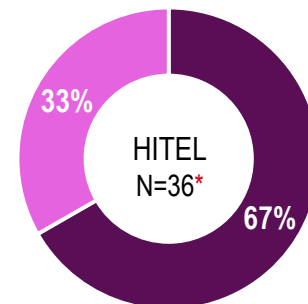
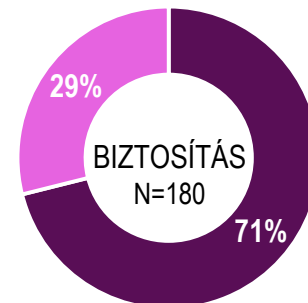
# PÉNZÜGYI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS TÁJÉKOZÓDÁS A DÖE OLDALAKON



## INFORMÁCIÓS FORRÁSOK A DÖNTÉS MEGHOZATALAKOR



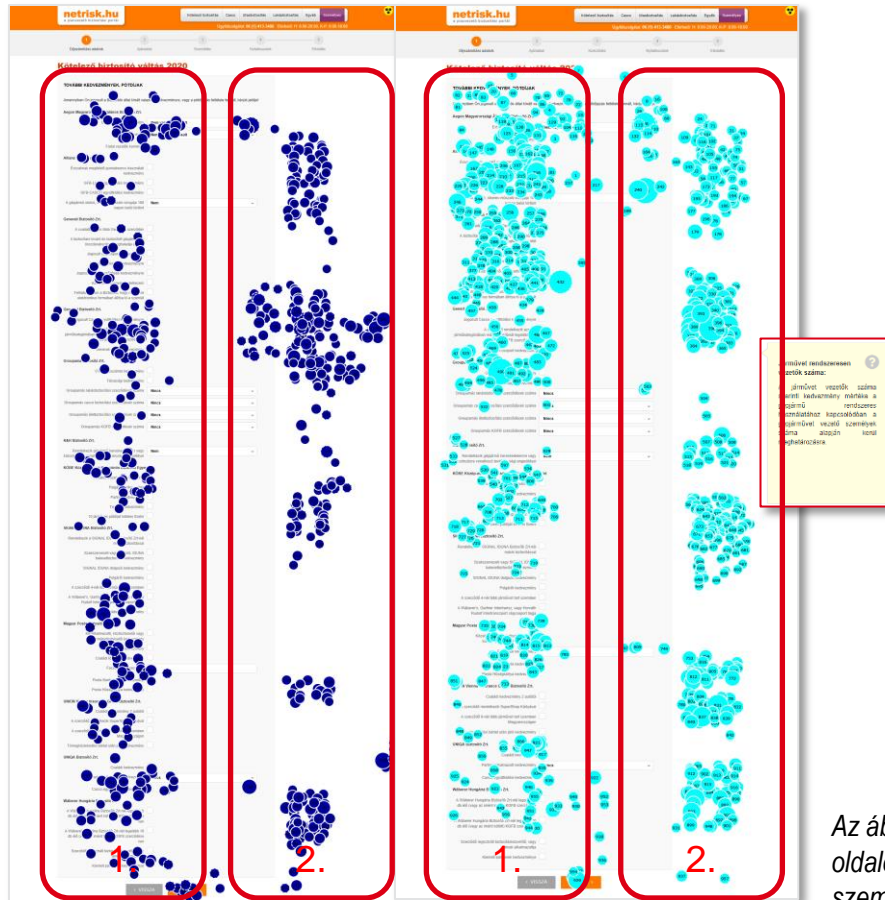
## ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSÉNEK IDEJE



- Ez az első, ahonnan vásárláskor tájékozódik
- Előbb máshol tájékozódik

Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi összehasonlító eszközöket N=209

Kérdés: P6b. Milyen EGYÉB forrásból tájékozódott még az összehasonlító oldalon kívül a döntés során? P6c. Mennyire segítettek Önt a döntés meghozatalában? 8a/P8b. Jellemzően mikor keresi fel Ön a pénzügyi összehasonlító oldalt a biztosítás kötés/ hitelfelvétel során?



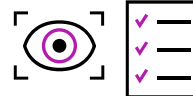
1. A felhasználók gyorsan és rutinosan kezelik a felületet annak ellenére, hogy nem használják gyakran. A jelzések és utasítások viszonylag könnyen értelmezhetőek.
2. Az egérmozgatásra automatikusan megjelenő információs ablakok nagyban segítik a felhasználókat. Még azok is rápillantanak, akik magabiztosan töltik ki az adatokat, és nincsenek kétségeik az egyes fogalmak jelentését illetően.

*Az ábra a netrisk.hu oldalon mutatott két tipikus felhasználói aktivitást mutat az oldalon átlagosan eltöltött 2-3 perc idő alatt. A színes körök a felhasználó szemmozgásait, ezáltal a figyelmének irányát és megoszlását mutatják.*



## **6.2 DÖE OLDALAK IRÁNTI BIZALOM PÉNZÜGYI TERMÉKEK ESETÉN**

# DÖE OLDALAK IRÁNTI BIZALOM



- Bár a célcsoport szinte egésze egyetért abban, hogy a DÖE oldalak pénzügyi területen **nagyban segítenek, hogy felelős döntést tudjanak hozni**, és úgy érzik, ezek támogatják őket a legjobb döntés meghozatalában, azért nagyon magas arányban mégis úgy gondolkodnak, hogy **pénzügyi területen a DÖE nem képvisel nagy hozzáadott értéket azon felül, hogy összegyűjti és megjeleníti a pénzügyintézetek ajánlatait.**
- Legfeljebb az egyszerűbb pénzügyi termékek esetén számítanak kizárólag a DÖE oldalra, ha már bonyolultabb szolgáltatást szeretnének igénybe venni, vagy nagyobb horderejű döntés előtt állnak, akkor nem a DÖE oldalon található információra támaszkodnak. Ilyenkor inkább több forrásból is utánanéznek a lehetőségeknek, több platformon is ellenőrzik a feltételeket, mielőtt szerződést kötnek.
- Az alapvető **pénzügyekkel kapcsolatos általános online bizalmatlanság** mutatkozhat meg abban, hogy személyes adataik megadását nagyobb arányban utasítják el a pénzügyi DÖE oldalakon, mint más szegmenseknél.
- Általában pártatlan és megbízható információforrásként tekintenek a DÖE oldalakra, és **alapvetően feltételezik azt, hogy a felhasználók érdekeit képviselik, nem pedig a pénzügyintézetekéit.**
- Az egyes **biztonsági, illetve minőségi tanúsítványok elsősorban ennek a szegmensek szólnak.** Mivel pénzügyekről van szó (hiába az esetek nagy többségében effektív pénzmozgás nem történik még akár szerződéskötéskor sem), a biztonság kiemelten fontos szempont. Az egyes tanúsítványok **ismertsége ebben a szegmensben a legnagyobb**, és itt van a **legnagyobb hatással a biztonságérzetre is** (a felhasználók 57%-a jobban bízik egy olyan honlapban, amelyiknek felületén ilyen tanúsítványokat lát).
- A DÖE oldalak elutasításában sem játszik nagy szerepet a bizalom hiánya, valószínűleg leginkább azért nem látogatnak ilyen oldalakat, mert a pénzügyi termékek nem relevánsak a számukra.



# ÖSSZEHAISONLÍTÓ OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK



■ 1 - Egyáltalán nem értek egyet ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 - Teljes mértékben egyetértek

A pénzügyi összehasonlító oldalak hatékonyan segítik a vásárlókat abban, hogy a legjobb döntést hozzák



A pénzügyi összehasonlító oldalak csupán közvetítik a különböző bankok/ hitelintézetek ajánlatait



Nem szívesen adom meg személyes adataimat egy pénzügyi összehasonlító oldalon, tartok tőle, hogy visszaélnek vele



A pénzügyi összehasonlító oldalak megbízható és pártatlan információforrásként szolgálnak vásárláskor



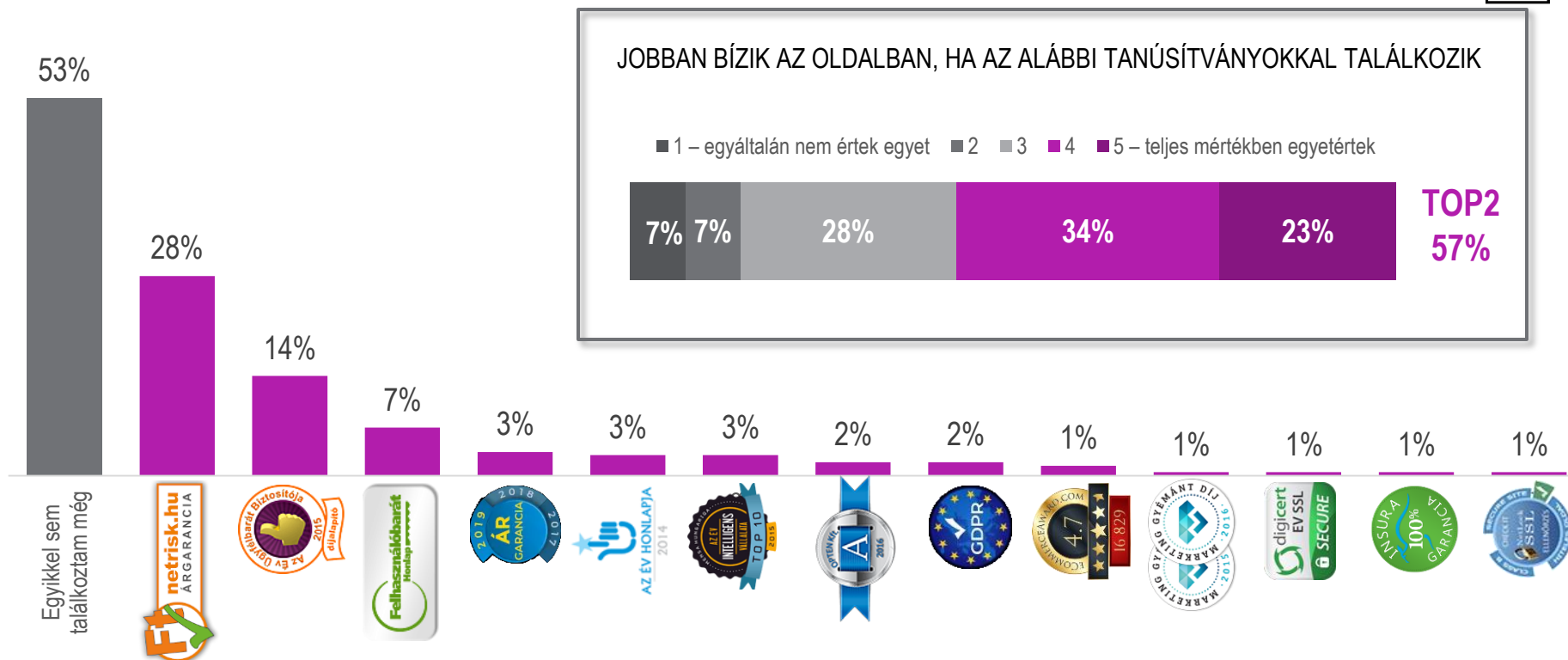
A pénzügyi összehasonlító oldalak elsősorban a vásárlók érdekeit képviselik



Általában figyelembe veszem a fogyasztói véleményeket



# TANÚSÍTVÁNYOK ISMERTSÉGE, FONTOSSÁGA



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=209

Kérdés: B1D. A képen különböző tanúsítványokat lát, amelyekkel különböző honlapokon találkozhat. Találkozott Ön valamelyikkel összehasonlító oldalon, mikor valamilyen pénzügyi terméket (biztosítást, hitelt) keresett, kötött online? B2. Ön jobban bízik egy összehasonlító honlapban, ha ilyen tanúsítványokat lát rajta? Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal

# HASZNÁLATI GÁTAK – AZOK KÖRÉBEN, AKIK PÉNZÜGYI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATBAN NEM HASZNÁLNAK DÖE OLDALAKAT, DE MÁS KATEGÓRIÁBAN IGEN



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=791

Kérdés: N3. Ön úgy nyilatkozott, hogy nem használt még pénzügyi összehasonlító oldalt biztosítás vagy hiteltermék szerződés alkötéskor. Mi az oka, hogy Ön nem látogatott még el pénzügyi összehasonlító oldalra?

## 6.3 DÖE OLDALAK LÁTOGATÓI

# PÉNZÜGYI TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS DÖE OLDALAK LÁTOGATÁSA

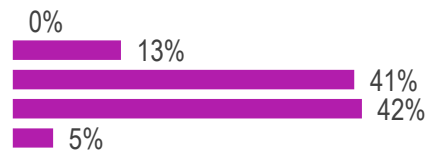
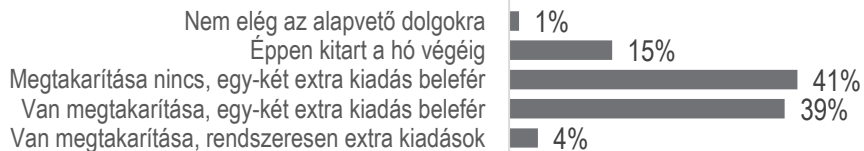
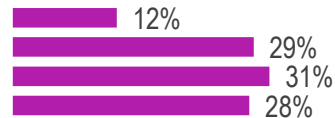
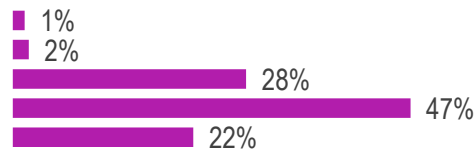
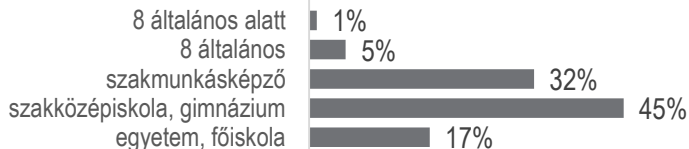
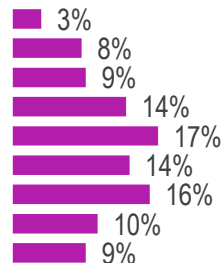
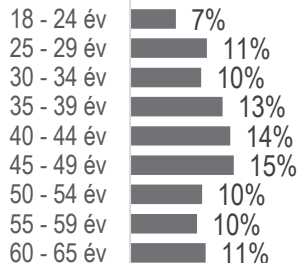
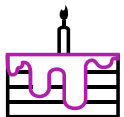


- A pénzügyi szegmens felhasználói körében már nagyobb arányban találunk férfiakat. Ahogyan az utazásszervezés gyakrabban volt a nők reszortja, azt látjuk, hogy pénzügyek területén gyakoribb, hogy férfi az ügyintézésért felelős fél.
- Korcsoport tekintetében szintén a leginkább a **35 éven felüliekre** jellemző a szegmensben a DÖE használat, de nagyobb arányban találunk a felhasználók között az **50-54 éves korosztályból is**.
- A **felsőfokú végzettségűek** aránya a felhasználók körében magasabb az átlagnál, illetve lakóhelyüket tekintve valamivel **jellemzőbb a városokban, megyeszékhelyeken** élőkre ez a tevékenység a többi szegmenshez képest.
- Nem meglepő módon azokra jellemzőbb kiemelkedően a pénzügyi szolgáltatásokkal kapcsolatos informálódás, akinek **anyagi helyzetük megenged alkalmi vagy rendszeres extra kiadásokat is**, valamivel magasabb arányban vannak ebben a szegmensben azok, **akiknek megtakarításaik is vannak**.
- A DÖE oldalak látogatása a pénzügyi szegmensben is inkább alkalmi, mint rendszeresen előforduló tevékenység, viszont igen **magas arányban fordul elő, hogy a felhasználók minden egyes pénzügyi szituációban felkeresik a DÖE oldalakat**.

# DEMOGRÁFIAI PROFIL

TOTÁL MINTA

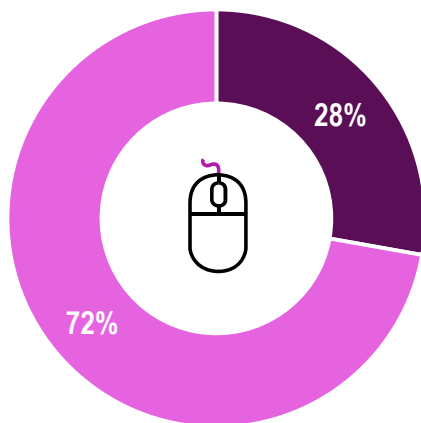
PÉNZÜGYI TERMÉKEKET ÖSSZEHASONLÍTÓ  
ESZKÖZÖKET HASZNÁLÓK N=209



# ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSE

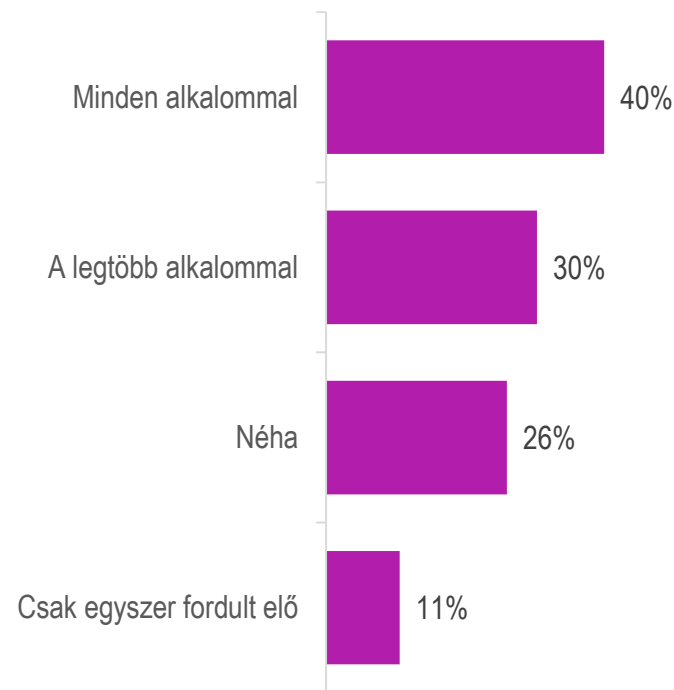


## OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA



- Rendszeresen felkeres összehasonlító oldalakat
- Előfordul, hogy felkeres összehasonlító oldalakat

## ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK FELKERESÉSÉNEK GYAKORISÁGA





# 6.4 DÖE OLDALAKON TALÁLHATÓ FUNKCIÓK, MEGJELENÍTÉSEK HASZNÁLATA



# DÖE OLDALAK HASZNÁLATA



- Pénzügyi DÖE oldalakat **elsősorban laptopon tekintik meg a felhasználók**, csak az esetek mintegy egyharmadában (35%) fordul elő, hogy okostelefonon (is) ellátogatnak a honlapra. A pénzügyi ügyintézés, de még a tájékozódás is odafigyelést, koncentrációt igényel, ezért jellemző, hogy igényelek a nyugodt körülményeket, jól látható képernyőt.
- Biztosításokkal kapcsolatban **elsősorban az árakra koncentrálnak**, keresik és összevetik egymással a költséget, a **káresemény esetén várható biztosítási összeg nagyságát, valamint a szerződéskötési feltételeket**. Ezeket a paramétereket keresik elsősorban, és ezek alapján vetik össze az egyes biztosítási termékeket az oldalon. Ugyan a szerződéskötési feltételek elérhetővé tétele (link, vagy letölthető pdf formában) fontos és alapvető elvárás, ezeket csak azután kezdik el figyelmesebben megtekinteni, mikor már nagyjából megszületett a döntés. Döntést alapvetően az összegek alapján, és a biztosítóról alkotott benyomásaik alapján hoznak.  
*Sosem kötnék még KGFB-t sem olyan biztosítónál, amiről sosem hallottam. Mondjuk elsőként ezt nézem meg, ennél a banknál van a folyószámlám is, még nem volt vele probléma.*

## FELHASZNÁLÓI VÉLEMÉNYEK

- A pénzügyi szegmensben **a felhasználói véleményekre kevesebb figyelmet fordítanak**, mint más szegmensekben. Egyrészt azért, mert ezek a termékek jóval objektívebb feltételekkel, és kötöttebb keretek között vehetők igénybe, mint a más szegmensbe tartozó termékek és szolgáltatások, ezért az egyéni véleményeknek nem tud akkora információtartalma lenni. Az ügyintézés módja, aminek megítéléséhez hasznosak lehetnek a felhasználói vélemények, de ez nem elsődleges a döntéshozatalnál.
- **A felhasználók 80%-a még sosem írt felhasználói véleményt, és nem is tudja elképzelni, hogy más írna**, azért nem is keresi ezeket. Ami igazán hasznos lehetne, az a káresemény utáni ügyintézés, az elbírálás gyorsasága stb. Ezekről azonban egyrészt gyakran azt gondolják a felhasználók, hogy nagyon egyedi esetek, másrészt nem biztos, hogy ezekről az ügyfelek szabadon beszámolhatnak.

# ÖSSZEHASONLÍTÓ OLDALAK HASZNÁLATÁNAK JELLEMZŐI



## KERESETT INFORMÁCIÓK AZ OLDALON



### BIZTOSÍTÁS N=180



### HITEL N=36\*



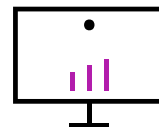
## MILYEN ESZKÖZÖN HASZNÁLTA



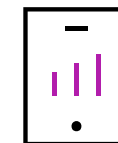
LAPTOP: 65%



OKOSTELEFON: 35%



PC: 28%



TÁBLAGÉP: 5%

Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=209

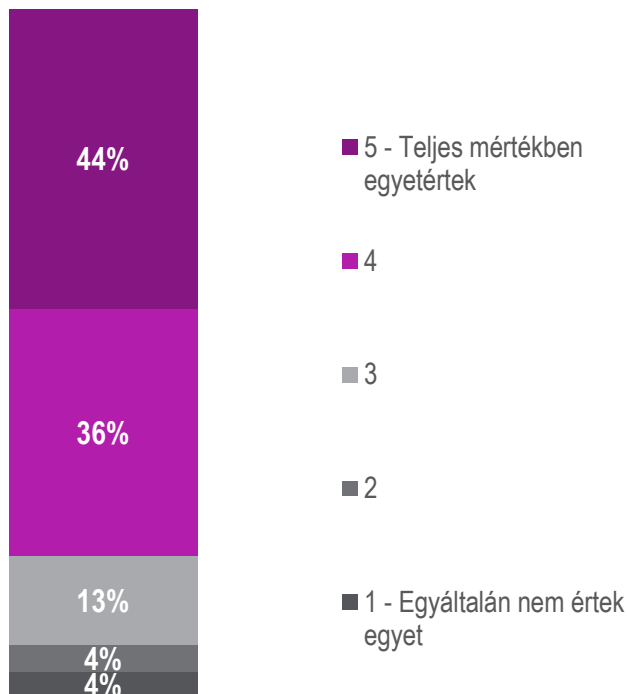
Kérdés: P9. Általában milyen információkat keres Ön egy termékről már az összehasonlító oldalon? P11. Milyen eszközön szokta Ön használni a pénzügyi összehasonlító oldalakat?

\*Alacsony elemszám!

# FELHASZNÁLÓI VÉLEMÉNYEK

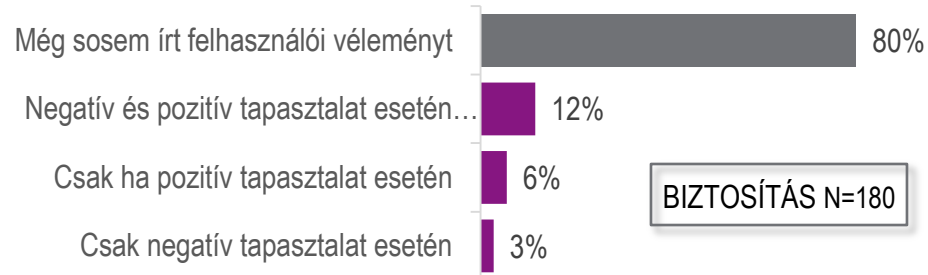


TOP2 80%



Általában figyelembe veszem a fogyasztói véleményeket

## FEHASZNÁLÓI VÉLEMÉNY ÍRÁSA



BIZTOSÍTÁS N=180

## KIK ÍRJÁK EZEKET A VÉLEMÉNYEKET?

*Hát gondolom olyan felhasználók, mint én. Bár én sosem írnék ilyet Ezek olyan egyedi esetek. Ha valakinek problémája van a biztosítóval, az mindig teljesen egyéni, és nagyon bonyolult, nem tudom, ráadásul mindenféle szabályok kötik ilyenkor mindkét felet, lehet, hogy nem is mondhatja el a teljes történetet, úgy meg nem tud hasznos lenni nekem.*

*Nem hiszem, hogy ezeket a biztosító munkatársai írják, erre nem lehet kapacitásuk.*

*Ha valami nagy botrány van egy biztosító körül, az ügyis kiderül. Nem hiszem, hogy ilyen kommentekkel foglalkoznának, hogy ki mit ír az egyéni tapasztalatairól.*

- Ebben a szegmensben **a legnagyobb azok aránya, akik tisztában vannak vele, hogy a kiemelt megjelenítések a pénzügyi intézetek által fizetett kiemelt ajánlatok.** Több mint a felhasználók fele (52%) tisztában van ezzel. A többséget nem zavarja, és gyakran rá is kattint ezekre. Mivel az egyes ajánlatokat a felhasználók figyelmesebben vizsgálják meg, sokkal inkább az objektív paraméterek alapján foglalnak állást az egyes termékekkel kapcsolatban, így kevésbé befolyásolják őket a megjelenítésbeli különbségek.
- A pénzügyi termékek kiválasztásánál **a leginkább szubjektív tényező a pénzügyi intézet megbízhatósága.** Ebben a leginkább a korábbi tapasztalatokra, ismerősök személyes tapasztalataira, illetve a marketingkommunikációs tevékenységre alapoznak. Olyan pénzügyi intézettel elfogadnak rosszabb feltételeket is, akit ismernek, hallottak róla ismerősöktől, akik jó tapasztalatokról számoltak be, ezek hiányában pedig a reklámokból ismerősen csengő nevű bankokra és biztosítókra számítanak szívesebben.



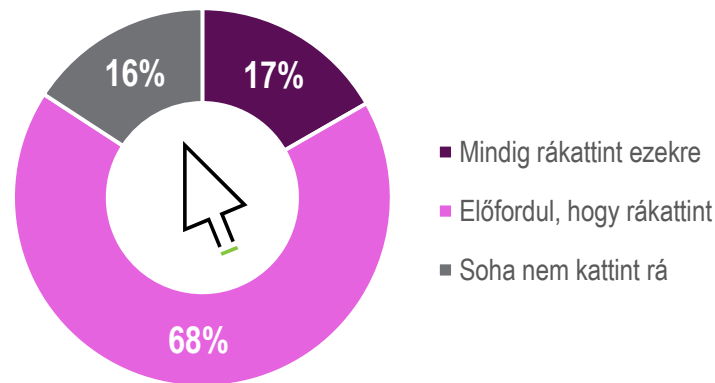
## KIEMELT AJÁNLATOK ÉRTELMEZÉSE



## MENNYIRE ZAVARÓÁK?



## RÁKATTINTÁS GYAKORISÁGA



Bázis: : Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=209

Kérdés: R16. Az összehasonlító oldalakon a találati listában szerepelhetnek kiemelt ajánlatok. Ön szerint miért jelennek meg ezek az ajánlatok kiemelten, mit jelent a kiemelés? R17. Önt mennyire zavarják ezek a kiemelt ajánlatok?

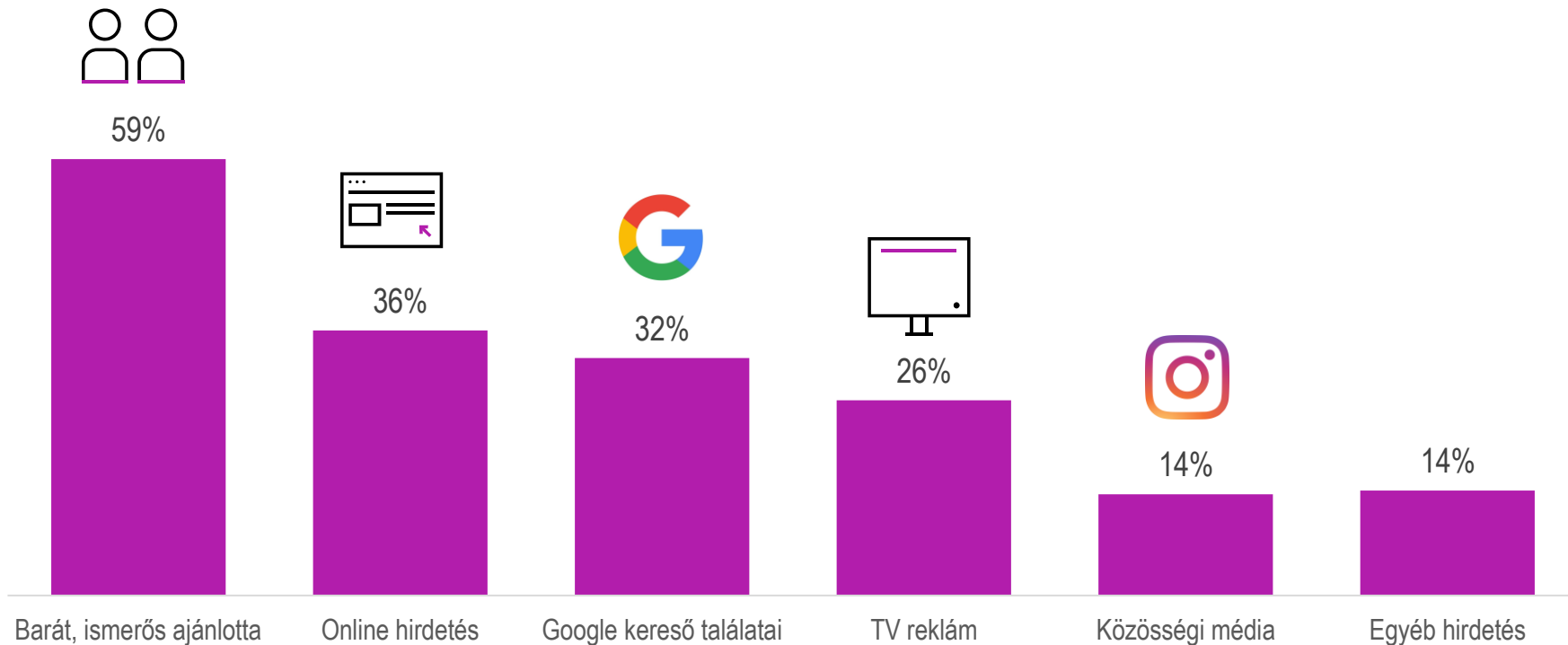
R18. Ön rá szokott kattintani ezekre a kiemelt ajánlatokra?

## 6.5 HONLAPOK ISMERTSÉGE



- A leggyakoribb, hogy a használt pénzügyi DÖE oldalt ismerős révén, **személyes ajánlás** alapján ismerték meg a felhasználók. Szintén gyakori, hogy **először online hirdetésben találtak az oldallal** (36%), majdnem ilyen gyakori (32%), hogy egyszerűen a **Google keresés során** találtak az oldal nevével először. A felhasználók 26%-a TV reklámban hallott először pénzügyi DÖE oldalról.
- A pénzügyi DÖE oldalak közül jelenleg a **biztosítás.hu a legismertebb oldal**, teljes ismertsége a célcsoport körében 63%, aminek nagy része ráadásul spontán ismertség, vagyis segítség nélkül említették a felhasználók, mint DÖE oldalt. Bár ismertsége kimagasló, **látogatói arányai nem a legmagasabbak a versenytársak között**. Rendszeres látogatói a célcsoport 25%-a, és 20% számára jelenti az elsődlegesen használt DÖE oldalt. Nagy ismertsége elsősorban a személyes ajánlásokból, és a sikeres keresőmarketing tevékenységből származik.
- **A legjelentősebb szereplő a szegmensben egyértelműen a netrisk.hu**, amely ismertségben ugyan kissé elmarad a biztosítás.hu-tól (54%-os teljes ismertség), de látogatói konverziói sokkal jobbak nála. **Rendszeres látogatói bázisa a célcsoportban 34%**, és **a rendszeres látogatók csaknem mindegyike** számára (30%) ez az elsődlegesen látogatott honlap is. A netrisk magas ismertsége az online hirdetéseknek, személyes ajánlásoknak, és TV kampánynak köszönhető elsősorban.
- Jelentősebb ismertséggel és látogatói aránnyal még a **biztosítás-kalkulátor** rendelkezik, **teljes ismertsége 35%** a szegmensben, látogatói arányai pedig hasonlóak a biztosítás.hu oldaléhoz – rendszeres látogatók aránya 24%, ebből pedig szinte mindenki (23%) számára ez az elsődleges oldal.

# OLDALAK ISMERTSÉGÉNEK FORRÁSA

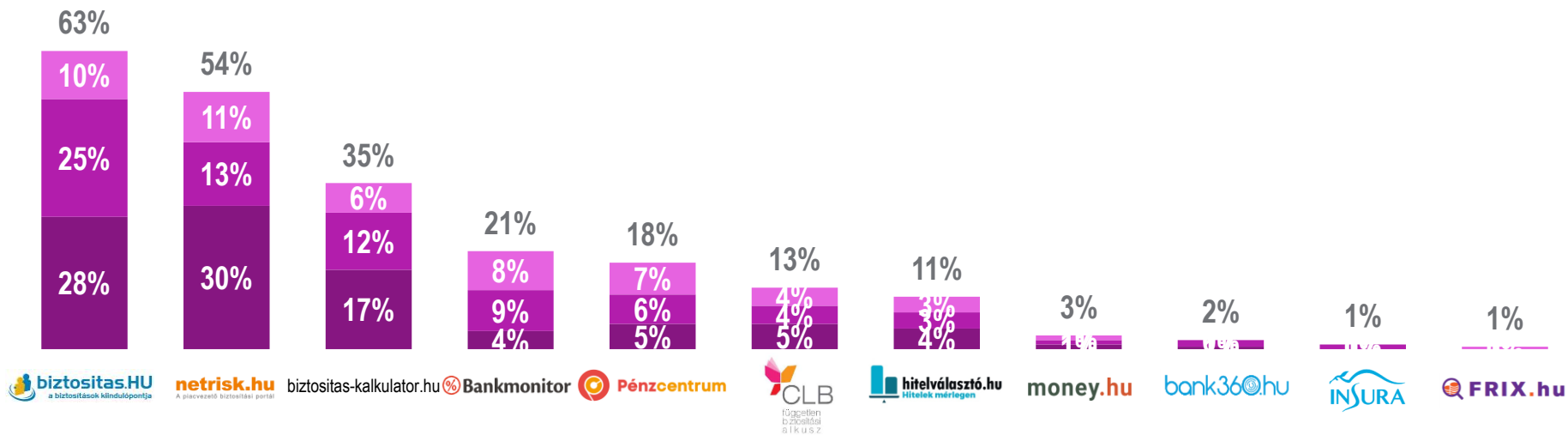




# DÖE OLDALAK ISMERTSÉGE



■ Első említés   ■ Spontán ismeret   ■ Segített ismeret   ■ Total

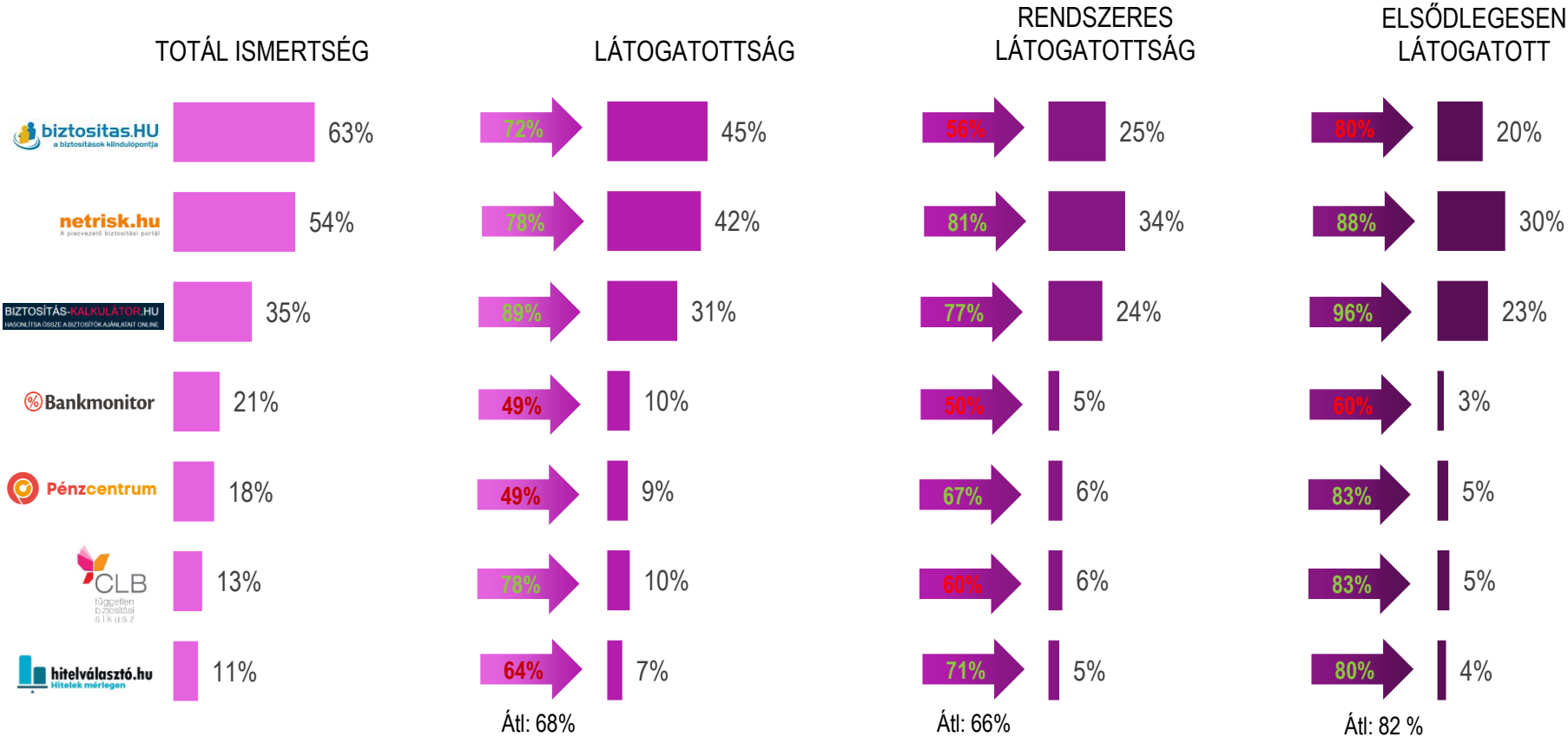


Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=209

Kérdés: P1a. Melyik az az összehasonlító oldal, amelyik neve elsőként az eszébe jut pénzügyi termékekkel (biztosítás, hitel) kapcsolatban? P1b. Még milyen pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító oldalakat ismer Ön?

P2. Az alábbi pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító oldalak közül melyeket ismeri legalább névről, függetlenül attól, hogy látogatta-e már valaha?

# KONCERZIÓS ÉRTÉKEK



Bázis: : Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=209

Kérdés: P2. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket ismeri legalább névről, függetlenül attól, hogy látogatta-e már valaha? P3. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket látogatta már legalább egyszer?

P4. Az alábbi összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyeket látogatja rendszeresen, amikor repülőjegyet vásárol? P5. Az alábbi foglalkozó összehasonlító, gyűjtőoldalak közül melyiket látogatja leggyakrabban?

Alacsonyabb mint az átlag      Magasabb mint az átlag

# OLDALAK ISMERETÉNEK FORRÁSA - HONLAPONKÉNT



nielsen

**netrisk.hu**

A piacvezető biztosítási portál

N=71

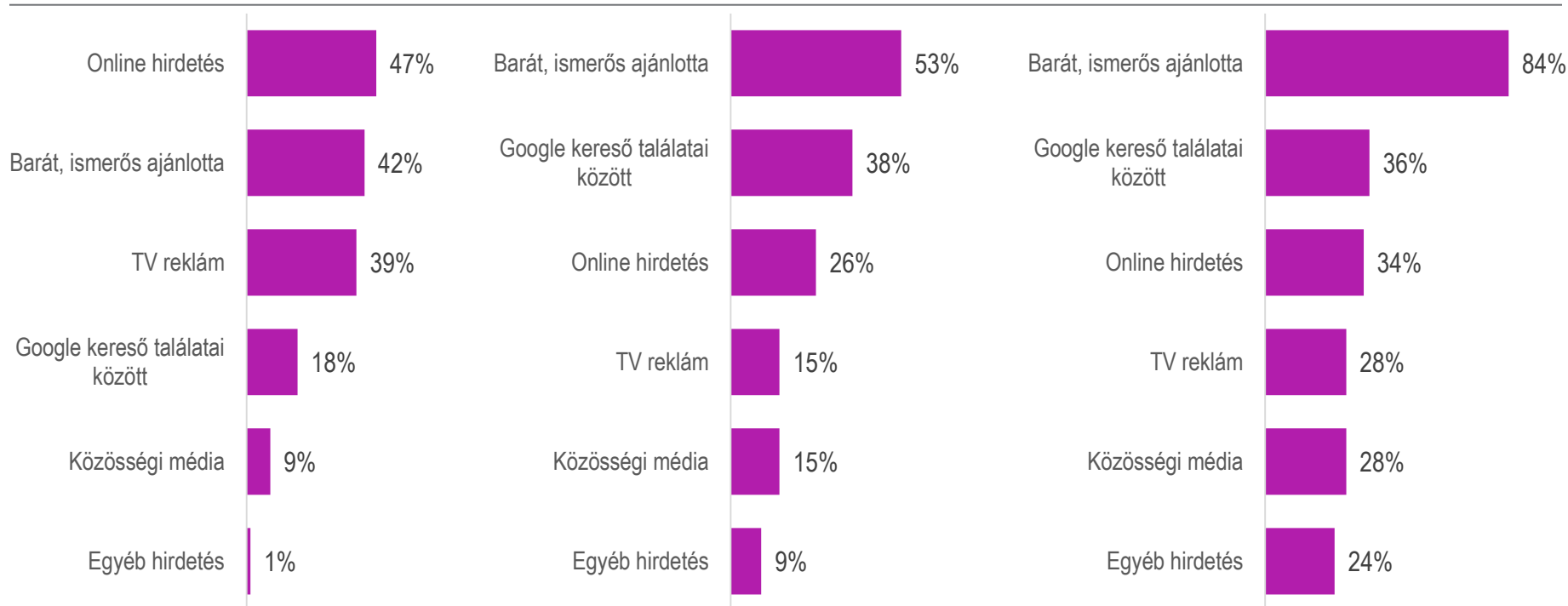
**biztositas.HU**  
a biztosítások kilindulópontja

N=53

**BIZTOSÍTÁS-KALKULÁTOR.HU**

HASONLÍTSA ÖSSZE A BIZTOSÍTÓK AJÁNLATAIT ONLINE

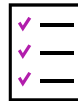
N=50



Bázis: Azok a válaszadók, akik az adott oldalt rendszeresen látogatják  
Kérdés: P20. Honnan hallott Ön a ... összehasonlító oldalról?

# 6.6 DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG

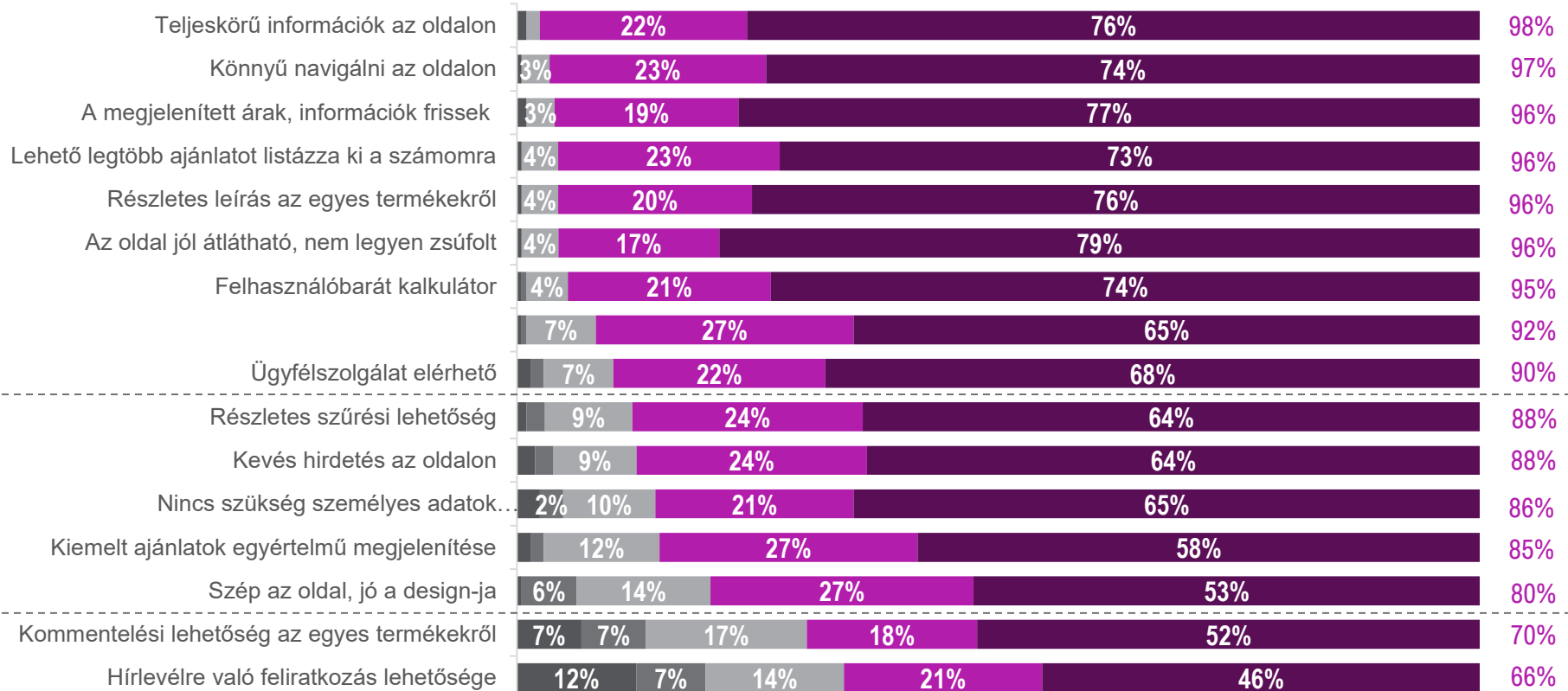
# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS ELÉGEDETTSÉG



- A pénzügyi DÖE oldalakkal szemben is **igen magasak az elvárások**, 90% feletti azok aránya, akik szerint nagyon fontos, hogy egy DÖE oldal megfeleljen az alábbi követelményeknek: **teljeskörű, részletes és a lehető legfrissebb információk** az egyes termékekről, a találati listában **rendezési lehetőség**, illetve **jól működő kalkulátor**, valamint **ügyfélszolgálati elérhetőség**. Emellett ugyanakkor elengedhetetlen a **könnyű navigáció** és az **átlátható, nem zsúfolt megjelenítés**. A hírlevél lehetőség és a kommentelési lehetőség ennél a DÖE oldalnál sem bír jelentőséggel.
- Bár a jelenleg elérhető, és a felhasználók által rendszeresen használt oldal ezeknek az elvárásoknak többnyire megfelel, más DÖE szegmensekhez képest itt **megjelenik az elégedetlenség**. Mégpedig **a többféle rendezési lehetőséget hiányolják** az oldalon, illetve a **hirdetések itt jobban zavarják a felhasználókat** más szegmensekhez képest.
- A **netrisk** a 3 legnagyobb versenytársától leginkább a kiemelkedően jó **kalkulátorával**, és a **kiemelt ajánlatok** egyértelmű megjelenítésével tűnik ki azon túl, hogy a rendszeres felhasználók értékelése alapján, messze legnagyobb arányban ítélték meg úgy, hogy itt található a **legtöbb ajánlat** a piacon.
- A **biztosítás.hu** oldal **sok dimenzióban alulteljesít a versenytársakhoz képest**. **Kevésbé tűnik átláthatónak és jól navigálható oldalnak**, mint versenytársai. A felhasználók nem elégedettek a **szűrési lehetőségekkel**, és **kevésbé érzik teljeskörűnek** az összegyűjtött szolgáltatások kínálata. **Az információk frissessége** sem kapott jó értékelést, és **kalkulátorával sem elégedettek** a látogatók.
- A **biztosítás-kalkulátor.hu** oldal kiemelkedik a mezőnyből **designjával**, **részletes termékleírásaival**, a **teljeskörű információk frissességével**.

# DÖE OLDALAK TÉNYEZŐINEK FONTOSSÁGA

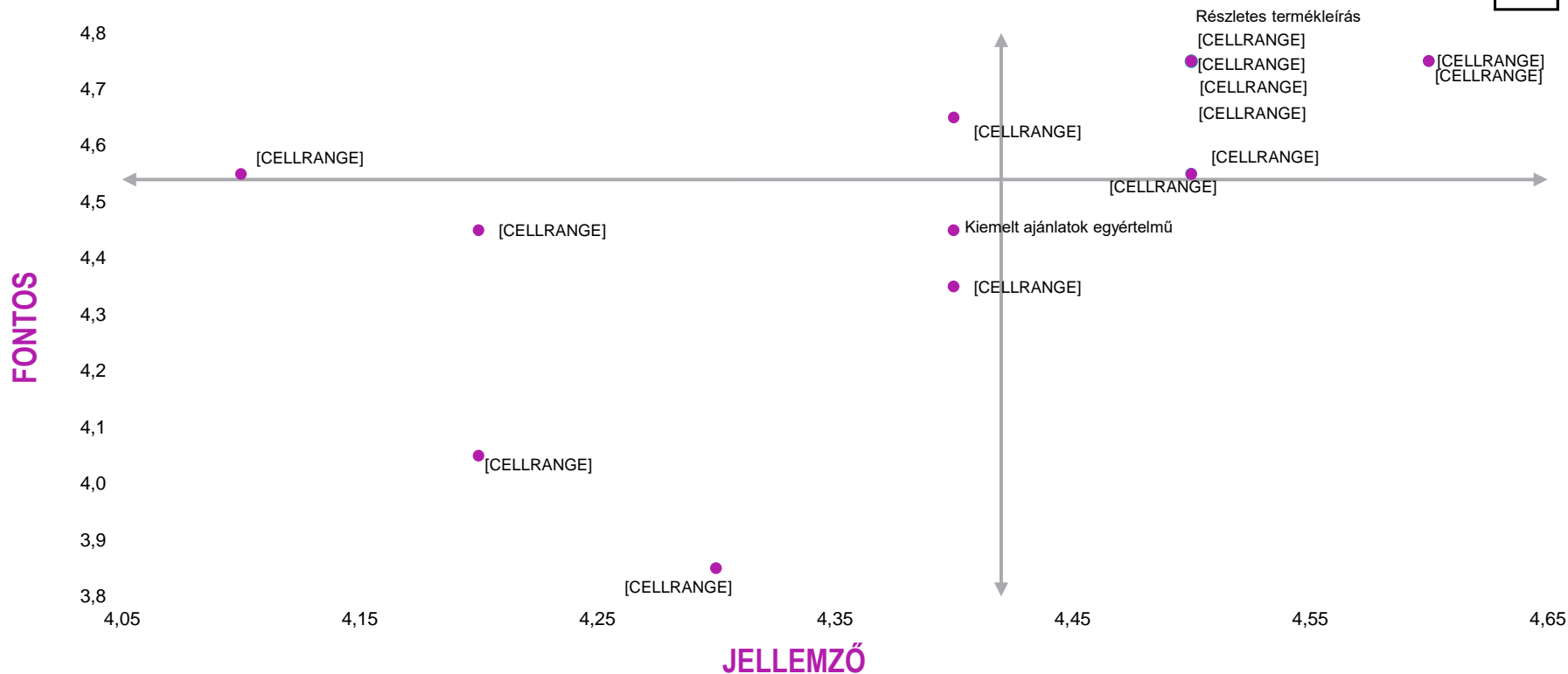
■ 1 - Egyáltalán nem fontos    ■ 2    ■ 3    ■ 4    ■ 5 - Nagyon fontos



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=209

Kérdés: P13. Mennyire fontosak Önnek az alábbiak egy összehasonlító oldal esetén, milyenek kell lennie egy ilyen oldalnak, hogy Önt igazán segítse a vásárlási döntés meghozatalában?

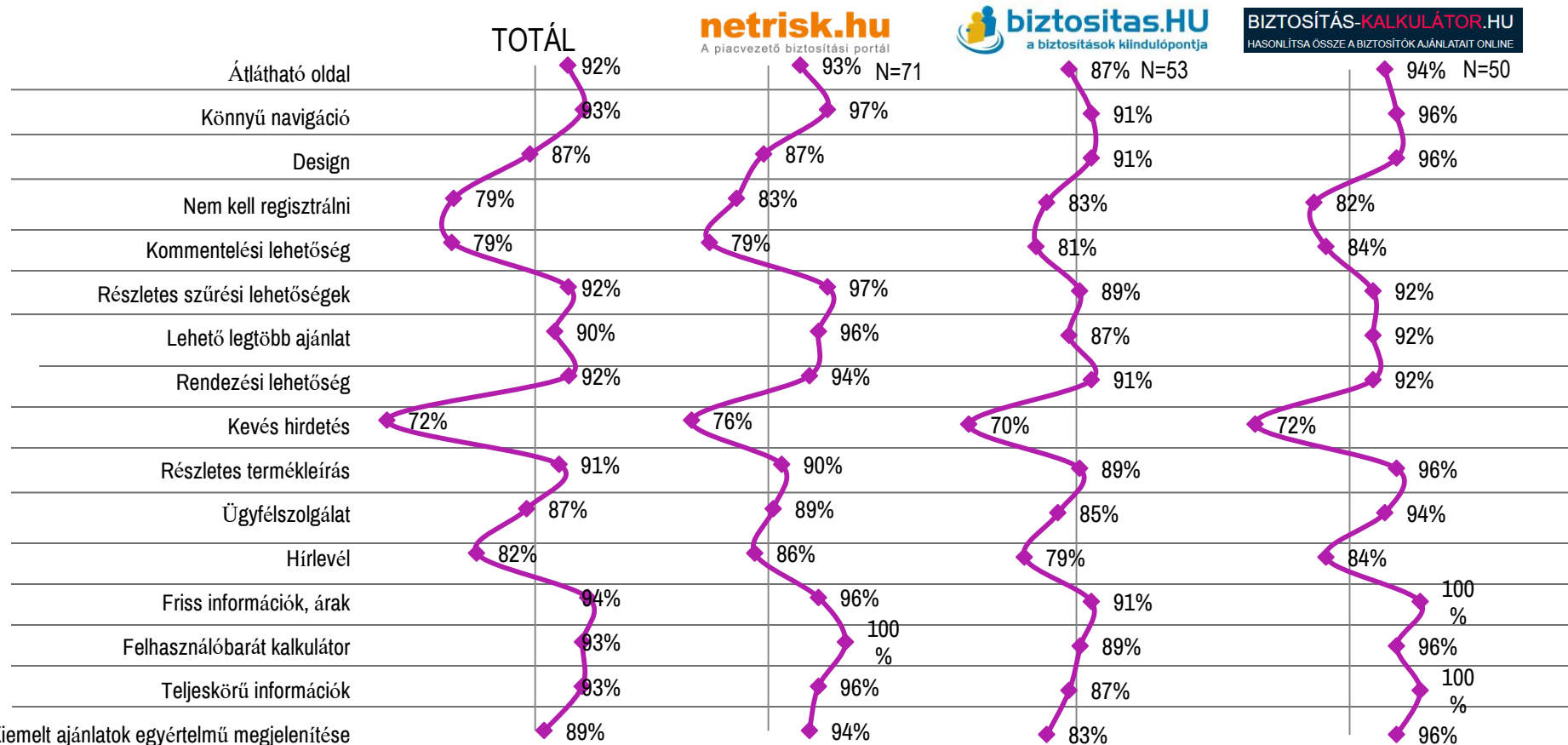
# DÖE OLDALAKKAL KAPCSOLATOS ELVÁRÁSOK ÉS AZ EZEKKEL VALÓ ELÉGEDETTSÉG



Bázis: Azok a válaszadók, akik használnak pénzügyi termékekkel kapcsolatos összehasonlító eszközöket N=209

Kérdés: P13. Mennyire fontosak Önnek az alábbiak egy összehasonlító oldal esetén, milyenek kell lennie egy ilyen oldalnak, hogy Önt igazán segítse a vásárlási döntés meghozatalában? P14. Ön szerint mennyire felel meg az alábbi elvárásoknak az Ön által rendszeresen látogatott... oldal?

# DÖE OLDALAK JELLEMZŐI – TOP2 ÉRTÉKEK



Bázis: Azok a válaszadók, akik ismerik az adott oldalt  
 Kérdés: K14. Ön szerint mennyire felel meg az alábbi elvárásoknak az Ön által rendszeresen látogatott... oldal?



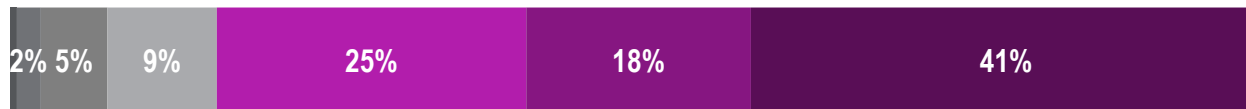
# OLDALAKKAL VALÓ ELÉGEDETTSÉG



TOP3

■ 1 - Egyáltalán nem vagyok elégedett ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10 - Teljes mértékben elégedett vagyok

ÖSSZESÍTVE



83%

BIZTOSÍTÁS-KALKULÁTOR.HU  
HASONLÍTSA ÖSSZE A BIZTOSÍTÓK AJÁNLATAIT ONLINE

N=50



92%

netrisk.hu  
A piacvezető biztosítási portál

N=71



87%

biztositas.HU  
a biztosítások kiindulópontja

N=53



79%

# 7. INFOKOMMUNIKÁCIÓS SZOLGÁLTATÁSOKKAL KAPCSOLATOS DÖE OLDALAK

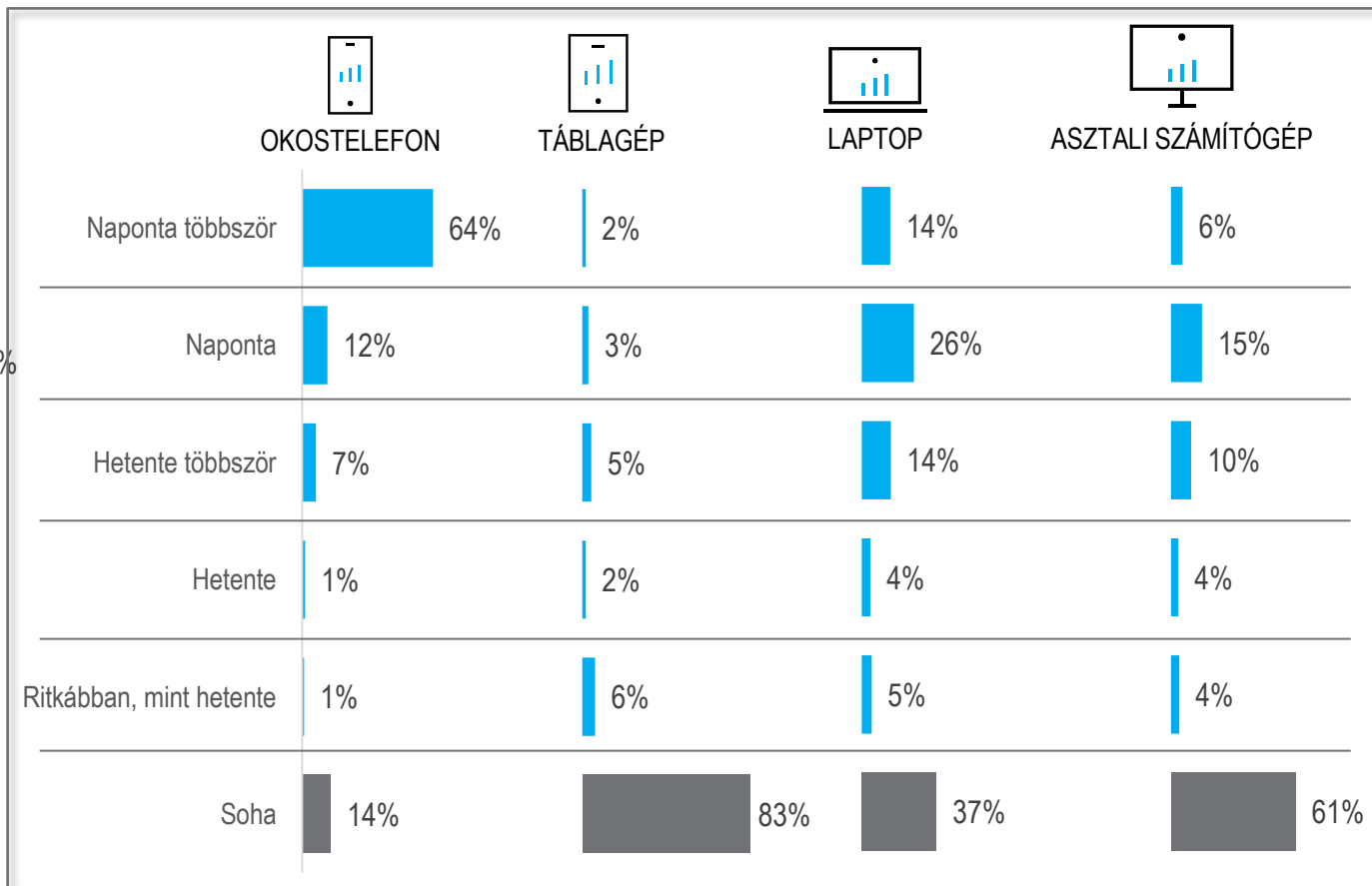
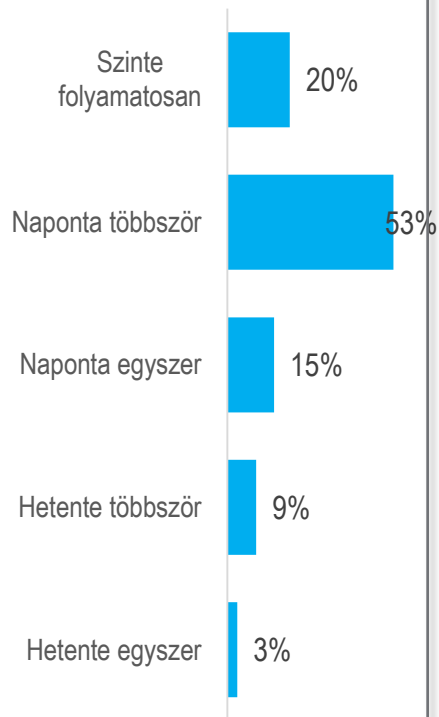


# INFOKOMMUNIKÁCIÓS SZOLGÁLTATÁSOKKAL KAPCSOLATOS DÖE OLDALAK

- A szegmens mérete rendkívül kicsi, a DÖE oldalak használói körében mindössze 4% azok aránya, akik infokommunikációs szolgáltatásokkal kapcsolatban használnak ilyen felületet, és közülük mindannyian használnak valamilyen más témában is DÖE oldalt. Ennek köszönhetően az ő megjelenésük a mintában nagyon kicsi, a mélyebb elemzést nem engedi meg. A továbbiakban tett megállapítások kizárólag tájékoztató jellegűek.
- Az infokommunikációs szegmens tagjai demográfiai háttér tekintetében nem térnek el különösebben az átlagtól, bár **nagyobb arányban találunk körükben férfiakat** mint más szegmensek esetén. Inkább a **fiatalokra**, és a **magasabb iskolai végzettségűekre**, valamint a **megyeszékhelyen, vagy a fővárosban élőkre jellemző**, hogy megjelennek ebben a szegmensben.
- Az infokommunikációs szegmensbe tartozó felhasználók **fele említette a telenet.hu oldalt**, mint ismert oldalt, egynegyedük azonban egyik honlapot sem ismerte fel még listából sem. Ez arra enged következtetni, hogy a válaszadók legalább negyede nem a valóban elérhető infokommunikációs DÖE oldalakra gondolt.
- Az a néhány válaszadó, aki a telenet oldalát használta már (N=18), jellemzően ismerős, barát ajánlása révén hallott róla először, de többen online hirdetésben találkoztak az oldallal.
- Az infokommunikációs DÖE oldalaknak **mobiltelefon, illetve kábelTV előfizetés kapcsán van relevanciája**, a felhasználók főleg ezekkel kapcsolatban keresték fel ezeket az oldalakat. **Sok esetben a szolgáltatónál közvetlenül szintén érdeklődtek**, és gyakori, hogy a DÖE oldalt inkább csak általános tájékozódásként keresték fel, hogy felmérjék a kínálatot.
- A **telenettel** kapcsolatos visszajelzések alapján **inkább közepesen voltak elégedettek a felhasználók az oldallal**, általában közepes pontszámokat adtak.
- Az infokommunikációs DÖE oldalak **összesített értékelése nem túl pozitív, nem tartják kifejezetten pártatlan információforrásnak**, és a **navigációval, valamint a design-al kapcsolatban is gyengébbek az eredmények**, mint más szegmensekben.

# 8. INTERNETHASZNÁLAT

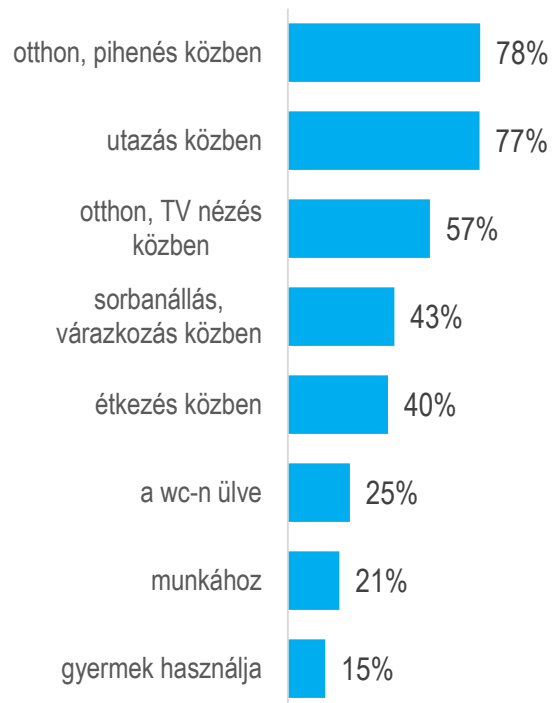
## GYAKORISÁG



# ESZKÖZÖK HASZNÁLATÁNAK HELYSZÍNEI



OKOSTELEFON (N=861)



TÁBLAGÉP (N=174)



LAPTOP (N=633)



nielsen

