

מחופשות עד מסעדות: כך תקבלו הנחות אטרקטיביות

ספיר פרץ-19/12/12 08:15

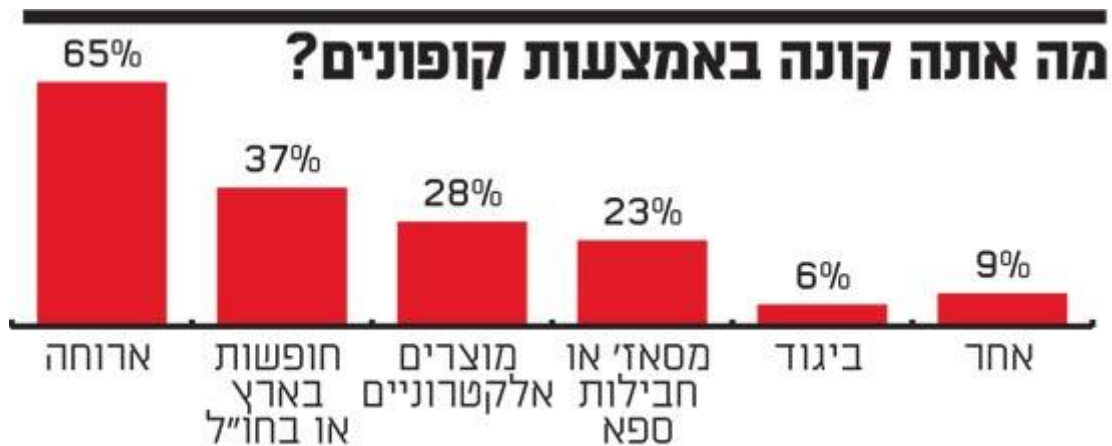


331

1 75

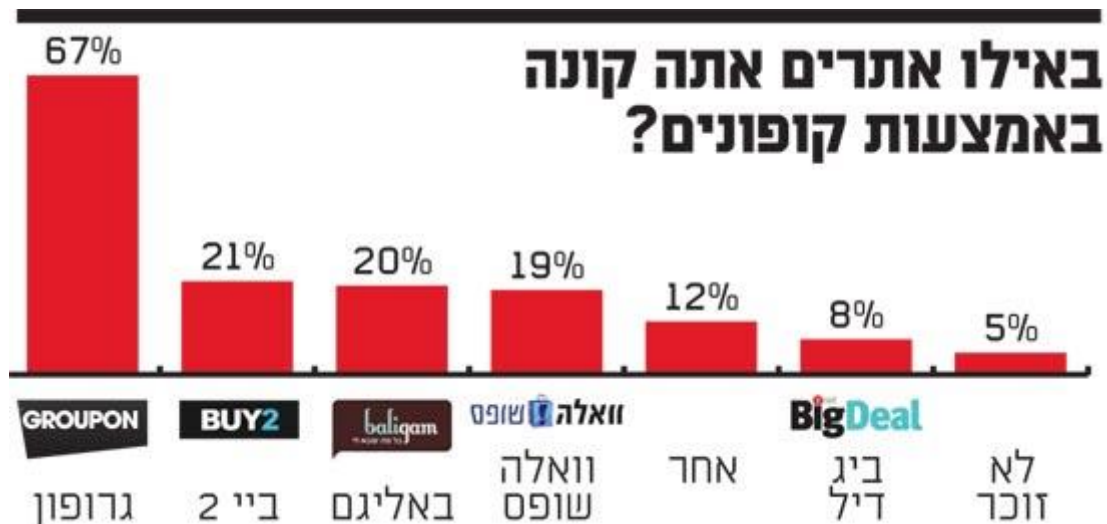
עד כמה הפכו [הקופונים](#) למצרך חובה בארנקו של הצרכן הישראלי, ואיזו קטגוריה חביבה עליו במיוחד? לפי סקר שבוצע ע"י מכון "שריד שירותי מחקר" עבור "גלובס", אחד מכל חמישה צרכנים בארץ נוהג לקנות קופונים באינטרנט, כשבקרב אותם חובבי קופונים, יותר משליש רוכשים בתדירות של מספר פעמים בחודש, ושיעור דומה מסתפק בפעם-פעמיים בשנה.

אחוזים בודדים רוכשים קופון פעם עד מספר פעמים בשבוע. יותר ממחצית הרוכשים קונים בסכום של עד 500 שקל, כשהקטגוריה המועדפת, ובפער גדול, היא זו של המסעדות (65%). גם חופשה היא קטגוריה מבוקשת (37%), ואחריה אלקטרוניקה (28%). רק 23% מקוני הקופונים מעדיפים ספא, ו-6% - ביגוד.



מקור: מכון שריד שירותי מחקר (www.sarid-ins.co.il)

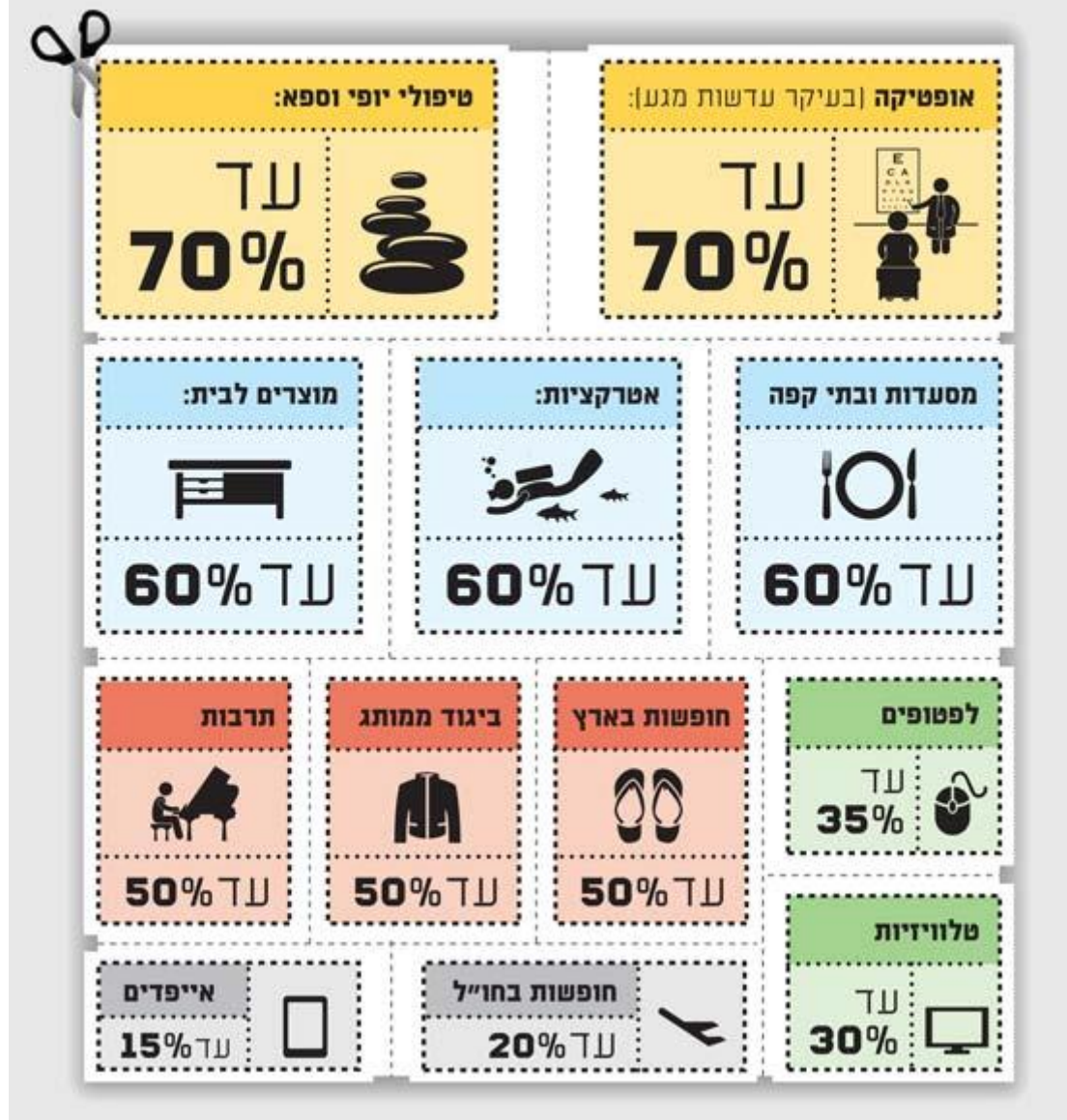
לא מעט אתרי קופונים נפתחו כאן בשנתיים האחרונות, אך לא כולם שרדו. הסקר מראה יתרון עצום לאתר [גרופון](http://groupon.co.il) - 67% מהנשאלים דירגו אותו ראשון כאתר שבו הם קונים קופונים, כשאחרי [buy2](http://buy2.co.il) מבית מאקו (buy2.co.il) באליגם (baligam.co.il) ו-וואלה שופס (wallashops.co.il) עם כ-20% כל אחד, וביג דיל (bigdeal.co.il) עם 8%.



רובם מציעים מגוון דומה של הנחות וקטגוריות - החל בחופשות ואטרקציות תיירותיות ועד טלפונים סלולריים ואייפדים, מסעדות ומופעי תרבות. כל זאת בהנחות הנעות מ-10% ועד 60%-70%, תלוי במוצר, כשרוב ההנחות נעות בין 30%-50%.

מצעד העסקאות המובילות של [גרופון](http://groupon.co.il) לשנת 2012 מספק הצצה לגובה ההנחות ולדילים האטרקטיביים: כך, למשל, כרטיס להצגה קברט בקאמרי נמכר בכ-140 שקל במקום ב-300 שקל (54% הנחה), ומנוי ל-3 חודשים במכון כושר נמכר ב-425 שקל במקום ב-950 שקל (56% הנחה).

כמה הנחה תקבלו באמצעות קופון?



הכול הולך

"היום אין פרות קדושות. הכול הופך לקופון. הכל 'קופוניבול' - החל מהנחה על שירותים משפטיים ועד הנחה בסופר", מספרת מעיין קלר, מנהלת השיווק של גרופון. "הרעיון, במיוחד אחרי המחאה החברתית, הוא להיכנס לחיי היומיום, לא להישאר רק בתחומי הלייף-סטייל".

"חל שינוי בתמהיל הקופונים", מוסיף תומי שנפלד, סמנכ"ל תפעול ותכנון בגרופון. "היום יש לנו כ-800 עסקאות בכל רגע נתון במגוון תחומים, שהדרישה להן באה מהשטח לעומת עסקה אחת ביום בתחילת הדרך". כזכור, במסגרת השינוי בתמהיל, הציעה גרופון רק לפני כחודשיים קופון לעריכת צוואה אצל עו"ד, מה שעורר דיון ציבורי סוער.

"הצרכנים לא רוצים שיכתיבו להם"

בימים אלה משנה אתר Buy2 את פניו. החל מהשבוע יכולים הצרכנים לקנות בו לא רק קופונים, אלא גם את המוצרים עצמם: "הצרכנים לא רוצים שיכתיבו להם דילים. הם רוצים

לקנות בהנחה את מה שהם צריכים ולא את מה שמכתיבים להם. כל שיטת העבודה מול הגולש משתנה. 70% מהרכישות אצלנו הפכו להיות של מוצרים ושירותים ורק 30% של קופונים", אומר אביב רפואה, מנכ"ל Buy2.

לדבריו, ההנחות בחנות נעות מ-10% ועד 60% ממחיר השוק ולא ממחיר מחירון, תלוי במוצר ובמרווחים שלו: "תחום הקופונים צריך להמציא את עצמו מחדש. אנחנו עשינו זאת, בין היתר, כי הצרכנים חשים שיש הצפה של קופונים שלא מחדשים מספיק."

האם אנו עדים למגמה שבסופה יהפכו אתרי הקופונים לאתרי [מסחר אלקטרוני](#) דוגמת אמזון? המהלך של Buy2 לא קורה בחלל ריק - מהלך דומה עשה לפני מספר חודשים באליגם, כשהשיק את [באליגם shop](#) - חנות המציעה מגוון מוצרים, החל מכלי מטבח ועד חפצי אמנות, כולל משלוחים עד הבית.

"התרחבנו כי יש לנו קהל לקוחות וזו הזדמנות למכור לו עוד דברים במחירים טובים", מסבירה טל לב, מנכ"לית באליגם. "פשוט, פנו אלינו מעצבים ויבואנים שמאוד רוצים למכור את המוצרים שלהם ולא יודעים איך, ואנחנו החלטנו לנצל את הפוטנציאל הטמון פה."

שווה להזמין חופשה באמצעות קופון?

בתחום התיירות, הקופונים של היום כבר לא משקפים את ההנחות שהיו נהוגות לפני כשנתיים. "הצרכן תמיד ישלם כ-20% פחות בממוצע אם יקנה את החופשה שלו באמצעות קופון", טוען טל אפה, מנכ"ל מחלקת התיירות של אתר הקופונים "גרופון". מנגד, סיטונאי תיירות טוענים שמדובר בהנחות קטנות בהרבה: 8%-18% לכל היותר לחופשה בחו"ל וקצת יותר לחופשה בארץ. "במקרים רבים הקופונים בתחום משקפים הנחה על בסיס מחיר מחירון ולא על בסיס מחיר שוק. מצבו הקשה של ענף התיירות לא מאפשר לאף אחד למכור היום במחיר מחירון", אומר גורם בכיר בענף התיירות.

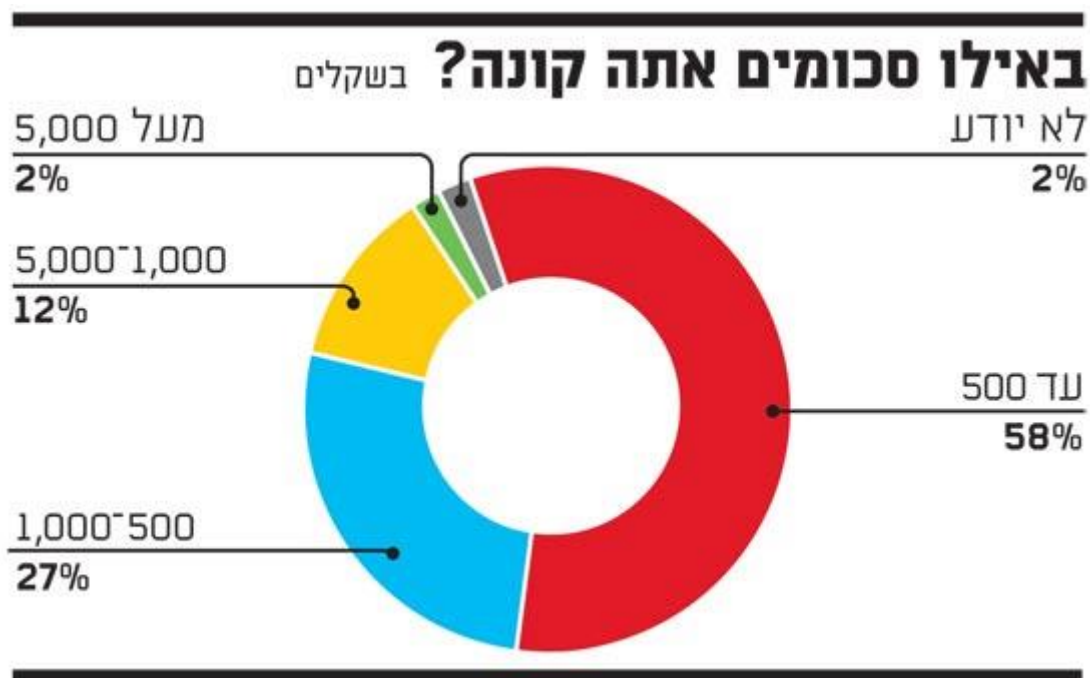
"ענף התיירות לא מתאפיין באחוזי רווח גבוהים, לכן יש גבול כמה הנחה ספקי תיירות יכולים לספק באמצעות קופונים", מסביר סיטונאי תיירות מהגדולים בארץ. "בעבר, כשטרנד אתרי הקופונים היה בשיאו והם צצו כמו פטריות אחרי הגשם, הם הצליחו להשיג הנחות של 30%, 40% ו-50%, אך לא לאורך זמן."

יחד עם זאת, ניר מזור, מנהל שיווק של ספקית התיירות קשרי תעופה, טוען שהפופולריות של הקופונים בענף התיירות עדיין בשיאה. "קופונים מהווים נדבך חשוב ומרכזי בערוץ ההפצה של קשרי תעופה, ובכל רגע נתון יש לנו לא מעט קופונים באוויר. אתרי קופונים הפכו היום לסוג של סוכן נסיעות מרכזי."

יש מחיר להנחה

גורמים בענף טוענים כי הפופולריות של קופוני התיירות יורדת כי הצרכן הישראלי מבין שבמחירי רצפה הוא מקבל חופשה עם תאריכים לא נוחים ומיקום פחות אטרקטיבי של בית המלון. "בעונת השיא של הקיץ, היו כאלה שעשו רכש ממוקד של חבילות נופש לצורך קופונים בלבד. מדובר בחבילות נופש ברמה בינונית ומטה. אי אפשר לטוס וללון בחו"ל במחיר מצחיק", אומר סוכן נסיעות. "מסיבה זו", מוסיף בכיר באחת מחברות התעופה הישראליות, "אתרי הקופונים באים אלינו על ארבע ומבקשים עסקאות."

ומה באשר לחופשות בארץ? ההנחות שהקופונים משקפים לדילים מקומיים גבוהות מדילים לחו"ל ומגיעות לעד 50% הנחה. "אתרי הקופונים משווקים דילים בבתי מלון ובצימרים בארץ ישירות מול התיירים וללא גורם מתווך בדרך, ולכן ההנחות שהם משיגים יכולות להגיע עד 50%", מסביר סוכן נסיעות.



20% זה הרבה או מעט?

סיגל כספי, מנכ"לית אתר "וואלה שופס", סבורה כי שיעור חובבי קופונים של 20% הוא שיעור לא מבוטל. "לאור העובדה שמדובר בתחום צעיר, רק בן שנתיים, מדובר בנתון טוב", היא אומרת ומסכמת את 2012 בעולם הקופונים כשנה של התבגרות - הן של האתרים והן של הצרכנים. "רוב אתרי הקופונים נסגרו. מי ששרד ועובד היום בשוק הזה, מבין שצריך להיות עם תודעת שירות. אנחנו מפעילים מוקד שירות לקוחות למרות שזה משאב יקר. לא קל לעשות זאת במיוחד כשעובדים עם אחוזי הנחה גבוהים ועמלות נמוכות. מצד שני, גם הצרכנים שהתנפלו על הקופונים מבינים היום שאם הקופונים נשארים בארנק ללא מימוש, צריך לחשוב פעמיים לפני שקונים אותם. כך או כך, טרנד הקופונים לא חלף אלא התבגר ושינה אופיו, וצפוי לצמוח ולגדול גם בשנה הבאה."

דברים דומים אומר גם ערן הוכמן, מנכ"ל ביג דיל. "20% זה שיעור חדירה יפה מאוד לתחום הקופונים הצעיר". עוד לדבריו, מעבר לשינוי בתמהיל העסקאות, גם הצרכן הישראלי השתנה. "הוא למד את התחום, למד להשוות ולמצוא את העסקה הטובה."

בגרופון מייחסים את התוצאות לעובדה שלקוחות הקופונים מלכתחילה הם צרכנים מוטי אינטרנט, ולא כלל הצרכנים בארץ: "מאז כמה בשנת 2010, גרופון צומחת והיא היום חברה הרבה יותר גדולה ורווחית בכל הפרמטרים, אני בטוח שאם הייתם סוקרים את האוכלוסייה הרלוונטית, כלומר, גולשי האינטרנט, האחוז היה גבוה בהרבה", אומר שנפלד מגרופון.

גם לב מבאליגם לא מוטרדת: "טרנד הקופונים לא חולף אלא התבגר", ורפואה מ-Buy2 מעריך כי אם אתרי הקופונים יישארו רק אתרי דילים - הם לא ישרדו לאורך זמן. זו הסיבה

להפיכת Buy2 לחנות מקוונת, לצד נתונים שמראים כי יותר ישראלים עושים שופינג ברשת, וסקר של מכון TNS טלסקר שבו ציינו רוב הנסקרים כי הם קונים ברשת בעיקר בגלל יתרון במחיר.