

קבוצת זאפ: הישראלים פיצחו את הנוסחה לטיסות זולות

Posted on 31 בינואר 2019 by דפנה וייס



קבוצת זאפ מפרסמת את דו"ח הצרכנות של ישראל לשנת 2018

Categories: תיירות, ראשי

Tag: יוון, קבוצת זאפ, המי חזן, עמית שגיא

קבוצת אתרי הצרכנות זאפ, מציגה את דו"ח הצרכנות של ישראל לשנת 2018. הדו"ח מציג את ניתוח השימושים של הצרכן הישראלי ונשען על ניתוח החיפושים, הצרכים והמגמות של הצרכן במגוון רחב של תחומים ומבוסס על ניתוח נתוני הדאטה מ-25 אתרי הקבוצה, המציגים מידע סטטיסטי של התנהגות גולשים. המידע מבוסס על כ-4 מיליון גולשים ייחודיים, המבצעים מעל 16 מיליון ביקורים בחודש וכולל מידע על מאות אלפי עסקים בישראלים הרשומים באתרי הקבוצה. כל אלו יחד מציגים את הפרופיל המקיף ביותר של הצרכן שקיימים בישראל 2018.



איזי ג'ט. הצרכן הישראלי טס בממוצע 3 פעמים בשנה. צילום יח"צ

בתחום התיירות, קובע הדו"ח כי טיסות לחו"ל הפכו בשנים האחרונות לחלק אינטגרלי בחיי הצרכן הישראלי, שטס בממוצע 3 פעמים בשנה. מדינות מזרח אירופה, ובראשן פולין, הפכו ליעד האהוב על הישראלים, עם עלייה של 40%. לפי ממצאי הדו"ח - ברצלונה, פריז ורומא איבדו את מקומן בצמרת בעוד יוון שומרת על מקומה בצמרת עם עלייה של 20%.

רמי חזן, מנכ"ל קבוצת זאפ: "קבוצת זאפ היא קבוצת אתרי הרכנות הגדולה בישראל, המאפשרת לצרכנים לקבל החלטות נבונות באמצעות מגוון כלים של השוואת מחירים, חוות דעת אמינות המאומתות על ידי מנגנוני אימות קפדניים, וכן מידע מנותני שירותים מתחומים שונים. אנו גאים להציג את דו"ח הרכנות המקיף ביותר, המבוסס על נתוני הביג דאטה של הקבוצה, ומציג במרכזו ניתוח של הצרכן הישראלי, שנסמך על שילוב בין מידע סטטיסטי על התנהגות גולשים לבין נתונים ממחקרים שונים שהקבוצה עורכת מול קהלים אלו"

לדברי סמנכ"ל השיווק של קבוצת זאפ, **עמית שגיא**, "ממצאי הדו"ח מצביעים על עליה במעורבות של הצרכן. מעורבות עמוקה יותר בשלב החיפוש, דרישה ליותר מידע ושקיפות מבית העסק על ידי השוואת מחירים ובירור חלופות, במטרה למצוא את הצעת הערך הטובה ביותר במחיר המשתלם ביותר. הצרכנים מבינים היום יותר את הכוח והמשמעות של חוות הדעת כמהלך צרכני חשוב; אנו מזהים עלייה משמעותית בכתיבת חוות דעת מצד הצרכן, שהופכת להיות אחד השיקולים העיקריים בבחירת מוצר או שירות."