

Hepsiburada ‘modası’nda 2021’e rahatlık damga vurdu

Platformu üzerinden bu yılın en çok satılan ürünlerini paylaşan Hepsiburada, bu kez de moda kategorisinde 2021’in ‘en’lerini açıkladı. Hepsiburada rakamlarına göre, pandemi kısıtlamalarından bunalanların kendilerini doğaya atmalarıyla, bu yıl modada en çok evde giyim ürünleri ilgi gördü.

Türkiye’nin Hepsiburada’sı, 2021’de platformu üzerinden en çok satın alınan ürünleri ve kategorileri paylaşmayı, ‘fashion/moda’ kategori ve ürünleri ile sürdürüyor.

Hepsiburada yetkililerinin verdikleri bilgilere göre, platformları üzerinden ‘fashion/moda’ kategorisinde 2021 yılında ‘en çok satın alınan’ ürünlerini, doğa ve doğa sporlarına yönelik ‘outdoor’ ürünler oluşturdu. Ciro bağlamında bu ürünlerde geçtiğimiz yıla oranla %86 büyüme yaşandığını belirten Hepsiburada yetkilileri, özellikle ‘katlanır sandalye ve masalar, termos ve mug (çay, kahve kupaları) ürün gruplarında yaşanan talep artışının cirodaki bu dikkat çekici büyümeye yol açtığını kaydettiler. En çok yeni kullanıcıyı katlanır sandalye ürün grubundaki alışverişler ile kazandıkları bilgisini de paylaşan Hepsiburada yetkilileri, ‘outdoor’ ürünlerdeki bu talep ‘patlamasını’ ise, pandemi etkisine, dış alanlarda ve özellikle doğada sosyalleşmenin artmasına bağladılar.

‘2021’de evde rahat giyindik, spor yaptık’

Hepsiburada’nın verdiği bilgilere göre, platformları üzerinden ‘fashion/moda’ kategorisinde 2021 yılında ‘en çok satın alınan’larda ‘outdoor’ ürünleri, geçtiğimiz yıla oranla büyüme yüzdeleri ile sırasıyla ‘ayakkabı - çanta’ (%84), ‘giyim’ (%70), ‘spor giyim & malzemeleri’ (%58), ‘takı & mücevher’ (%50) kategorilerindeki ürünler takip etti. Hepsiburada yetkilileri, ‘ayakkabı çanta’ grubunda fonksiyonelliği ön plana çıkaran ürünlerin bu yılın ‘kazananları’ olduğuna, yine doğaya yönelik ‘su geçirmez / soğuğa dayanıklı botlar’, ‘omuz askılı ve sırt çanta’ modellerinin bu özellikleriyle en çok satanlar arasında yerlerini aldıklarına dikkat çektiler. ‘Giyim’de ise temel ve basit modellerin öne çıktığını, sweatshirt ve tshirt’lerin moda severlerin öncelikli tercihi olduğunu kaydeden Hepsiburada yetkilileri, yine pandemi kaynaklı kısıtlamalar ve evde çalışma modeline yoğun geçişe bağladıkları bu tercihleri de, “Evde geçirilen zamanın artması ile bu yıl ‘moda’da motto ‘rahatlık’ oldu” sözleriyle ifade ettiler.

‘Spor giyim & malzemeleri’nde başta pilates ve dambıl setleri olmak üzere ‘evde spor aletleri’nin en çok rağbet gören ürün grubu olduğunu, bu grubu geçen yıla oranla %40’lık büyüme ile ‘sneaker/spor ayakkabıların’ izlediğini belirten Hepsiburada yetkilileri, “Takı & mücevherde ise kolye-yüzük ve bileklilere ciddi bir ilgi artışı gözlemlediklerini paylaştı. Adetsel olarak geçtiğimiz seneye kıyasla kolye ve bileklilerde %54, yüzüklerde ise %106’lık bir büyüme yaşandığı bilgisini paylaştılar.