

Urządzamy dom – zwyczaje zakupowe Polaków

Coco Chanel twierdziła, że dom to naturalne odzwierciedlenie duszy. Wnętrze mieszkania niczym lustro odbija bowiem naszą osobowość. Poszukując mebli i dodatków do domu, wybieramy zazwyczaj te, które postrzegamy jako estetyczne i które nam się podobają. Często nie zdajemy sobie sprawy, że dokonujemy wyborów, które wiele mówią o nas samych. Westwing Home & Living przeprowadził badanie, w którym postanowił sprawdzić zwyczaje zakupowe Polaków odnośnie mebli i akcesoriów do domu.

Aż 96% rodaków deklaruje, że urządzenie mieszkania lub domu, sprawia im przyjemność – tak pokazują wyniki badania Mój Dom przeprowadzonego przez [Westwing Home & Living](#). W opinii 65% ankietowanych oferta firm związanych z wyposażeniem wnętrz jest bardzo szeroka, dzięki czemu z łatwością można znaleźć meble i dodatki dekoracyjne do domu, które odpowiadają indywidualnym oczekiwaniom.

Jak pokazują wyniki sondażu niemal połowa Polaków (46%) często kupuje rzeczy do wyposażenia domu pod wpływem impulsu. Taki sam procent ankietowanych deklaruje, że nie zdarzyło im się kupić przedmiotu, który nie pasowałby do wystroju ich mieszkania.

– Oferta rynkowa w branży wyposażenia wnętrz jest bardzo szeroka. Ponadto większość sklepów daje możliwość zwrotu towarów, a firmy prześcigają się w oferowaniu coraz korzystniejszych warunków zwrotu: wydłużenie czasu, w jakim można odesłać towar, koszty z tym związane – oferta wielu firm zawiera przesyłkę i zwrot gratis. To powoduje, że kupowanie – nawet przez internet – staje się bezpieczne. Dzięki temu Polacy decydują o zakupie nowych produktów do domu podejmują coraz śmielej. Na przestrzeni lat zmieniło się także nasze spojrzenie design. Dostęp do światowych marek, szeroka i ogólnodostępna informacja na temat najnowszych trendów w branży home & living sprawiły, że Polacy zaczęli interesować się aranżacją wnętrz. Kupując meble czy dodatki dekoracyjne do domu nie kierują się już tylko własnym instynktem, ale również posiadaną wiedzą na temat światowego i rodzimego wzornictwa. To zaś przekłada się na ich zadowolenie z decyzji zakupowych – mówi Przemysław Kowalewski, założyciel i dyrektor generalny Westwing Polska.

Wyniki badania pokazują, że Polacy bardzo chętnie wybierają drobne dekoracje i produkty do wyposażenia wnętrz na prezent dla rodziny i przyjaciół – robi to 79% ankietowanych.



– Rzeczy do domu – klimatyczne dekoracje czy efektowne dodatki – to niemal zawsze trafiony prezent. Jeśli niewiele wiemy o osobie, którą chcemy obdarować, można wybrać coś neutralnego, jak filiżanki, świece zapachowe, ozdobne poduszki czy komplet kieliszków do wina. Jeśli zaś szukamy prezentu dla kogoś bliskiego, warto pomyśleć o wyjątkowej narzucie na łóżko, wpisującej się w styl danego wnętrza lub pięknym komplecie pościeli – dodaje Marta Suchodolska, Dyrektor ds. Stylu, Westwing Polska.

Więcej informacji na:

www.westwing.pl

Dodatkowe informacje:

Westwing Home & Living

Monika Kalisiewicz

monika.kalisiewicz@westwing.pl

T: +48 797 997 710

Westwing to międzynarodowy lider e-commerce w branży wyposażenia wnętrz, który oferuje swoim użytkownikom wyjątkowe produkty do domu w atrakcyjnych cenach. Westwing działa obecnie w 15 krajach na 3 kontynentach, a siedziba główna firmy znajduje się w Monachium, w Niemczech. Firma została założona w 2011 roku i zatrudnia na świecie ponad 1400 pracowników. Westwing otrzymał do tej pory ponad 179 mln euro finansowania od grupy inwestorów, wśród których są m.in. Access Industries, Fidelity Worldwide Investment, Holtzbrinck Ventures, Investment AB Kinnevik, Odey, Summit Partners i Tengelmann Ventures.

Westwing prowadzi działalność w Austrii, Belgii, Brazylii, Czechach, Hiszpanii, Holandii, Niemczech, Kazachstanie, Polsce, Rosji, Szwajcarii, we Francji, Włoszech oraz na Słowacji i Węgrzech.