

Przenieś swój biznes do Internetu



To się
uda!



Wprowadzenie

Pandemia koronawirusa sprawiła, że niemal wszystkie sektory gospodarki nieoczekiwanie znalazły się w trudnej sytuacji. W nowej rzeczywistości ratunkiem okazał się Internet.

To właśnie do świata online konsumenci przenieśli swoją aktywność. Poza zaspokajaniem podstawowych potrzeb, takich jak zakupy spożywcze czy zamawianie leków i kosmetyków, sieć umożliwiła realizowanie wizyt lekarskich i wirtualne ćwiczenia z trenerem. Zapewniła też dostęp do rozrywki i kultury. Popularne stało się organizowanie transmisji na żywo przy użyciu mediów społecznościowych.

Wiele przedsiębiorstw, które dotychczas funkcjonowało tylko w świecie offline, w przyspieszonym tempie musiało przejść transformację cyfrową i zadbać o widoczność swoich marek w sieci.

Czy warto przenieść swoją firmę do Internetu? Co skłania konsumentów do korzystania z e-handlu? Jak pandemia koronawirusa wpłynęła na zwyczaje konsumentów? Zapraszamy do lektury raportu!

Co wpływa na decyzje zakupowe konsumentów



W wyniku pandemii koronawirusa na całym świecie zaczął rysować się nowy obraz konsumenta – osoby, która bez problemu potrafi korzystać z technologii cyfrowych i w przemyślany sposób podejmuje decyzje zakupowe. Szuka promocji i okazji, koncentruje się na cenie i wygodzie całego procesu. Wiele osób, w obawie przed kryzysem czy też utratą pracy, zaczęło rezygnować z większych wydatków, zakupu markowych produktów i podróży.

Marki muszą poświęcać sporo uwagi na wspieranie swoich klientów. Ułatwiać im dokonywanie zakupów i realizację usług przy pomocy kanałów online. Sprzedaż za pośrednictwem Internetu odpowiada przynajmniej na dwie potrzeby, które konsumenci w ostatnich miesiącach określali jako kluczowe: łatwość zakupu oraz osobiste bezpieczeństwo.

Jak wskazuje raport przygotowany przez KPMG, nawet 40 procent konsumentów zaczęło zwracać jeszcze większą uwagę na pochodzenie produktów i wspieranie lokalnych biznesów. Duże znaczenie odgrywa też postępowanie marek wobec pracowników i środowiska.

Kluczowe czynniki zakupu

63%
stosunek
jakości do ceny

42%
łatwość
zakupu

41%
zaufanie
do marki

40%
moje osobiste
bezpieczeństwo

37%
zakres zakupów
i usług

35%
doświadczenie
Klientów

Źródło: Raport KPMG International "Consumers and the new reality"




➤ Czas na cyfrową rewolucję

W Polsce dotychczas procesy cyfryzacji i wdrażania nowych rozwiązań technologicznych przebiegały etapowo, w dość powolnym tempie. Pandemia zapoczątkowała rewolucję w tych obszarach.

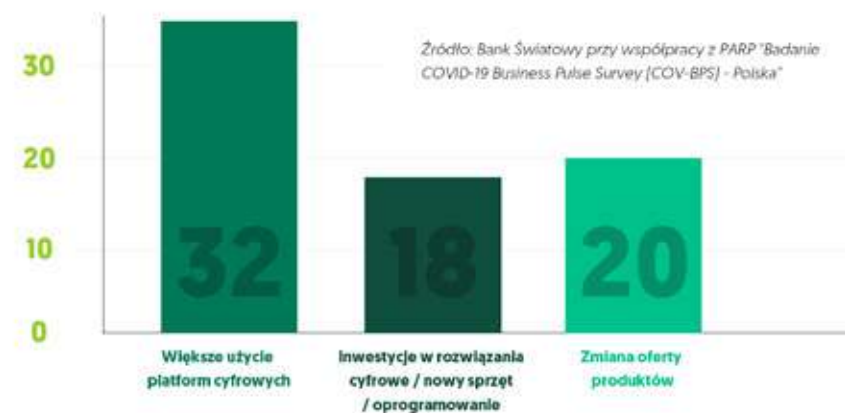
W ostatnich miesiącach aż 32 procent przedsiębiorstw zwiększyło wykorzystanie Internetu w swoim biznesie. Zaczęło korzystać z mediów społecznościowych, wyspecjalizowanych platform sprzedażowych lub aplikacji mobilnych. Dynamiczny rozwój e-usług możemy zaobserwować w takich obszarach, jak: handel, bankowość, ochrona zdrowia, nauka, turystyka, kultura.

Statystyki GUS wskazują również na zwiększenie zainteresowania usługami chmury obliczeniowej. Korzysta z nich już prawie 25 procent firm (wzrost o 7 punktów procentowych względem poprzedniego roku).



Aż jedna trzecia firm wykorzystała platformy cyfrowe, aby uniknąć szoku popytowego i finansowego.

Działania podejmowane w odpowiedzi na pandemię koronawirusa





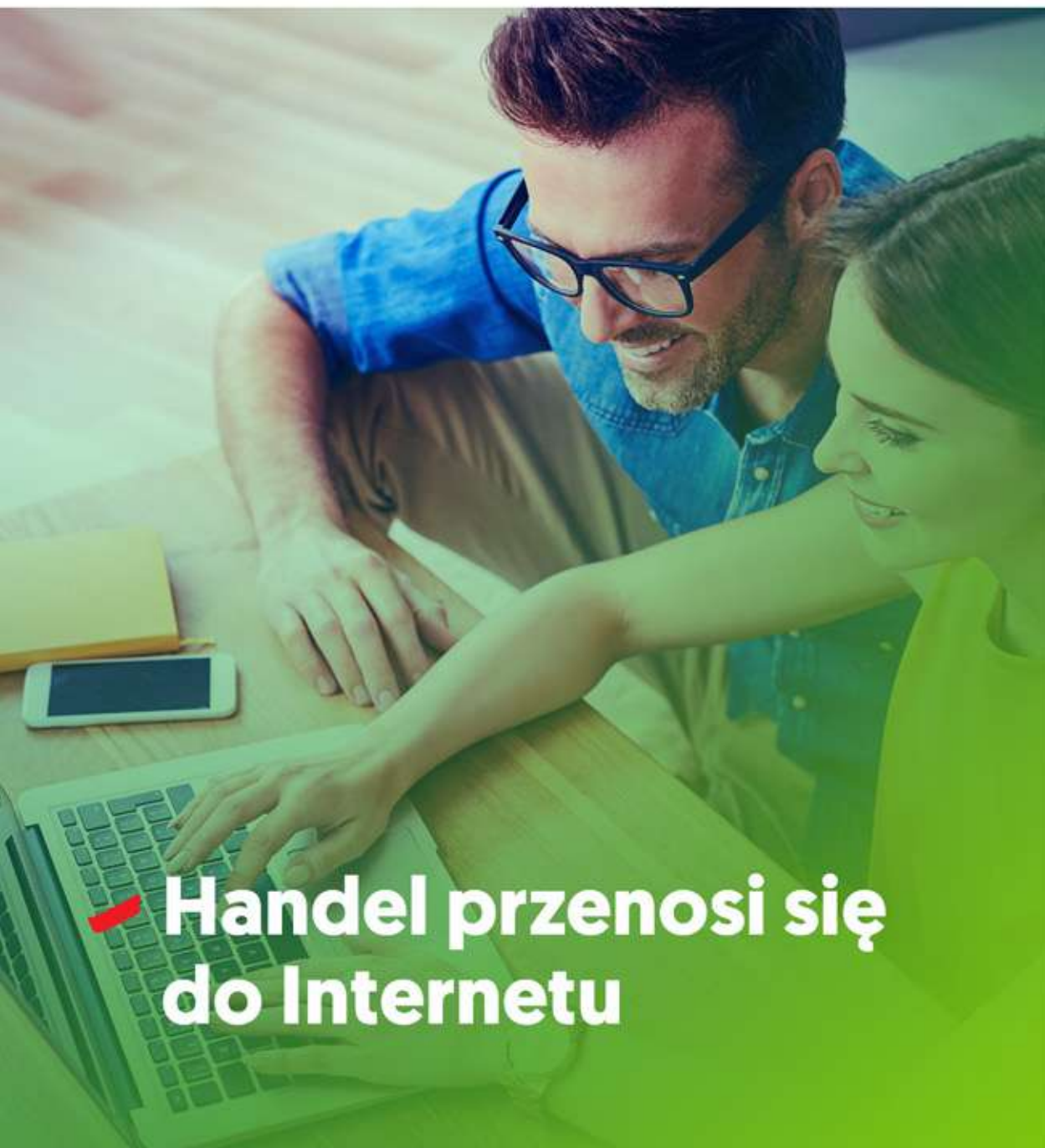
W Polsce przybywa nowocześniejszych magazynów

Dynamiczny rozwój rynku e-commerce, który obserwujemy praktycznie na całym świecie, przekłada się bezpośrednio na zwiększony popyt na powierzchnie magazynowe i logistyczne. Zgodnie z większością prognoz, zapotrzebowanie to będzie rosło w najbliższych miesiącach.

W Polsce wyróżnić możemy 11 głównych rynków magazynowych. Największym z nich pozostaje Warszawa. W stolicy w ramach trzech stref zlokalizowanych jest aż 4,73 milionów metrów kwadratowych powierzchni magazynowej, podczas gdy podaż powierzchni magazynowej w całym kraju wynosi 20,3 milionów metrów kwadratowych (dane Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii za I półrocze 2020 roku).

I to nie koniec, bowiem w budowie są kolejne centra magazynowe i logistyczne. To Górny Śląsk i Warszawa zajmują pierwsze miejsca pod względem liczby rozpoczętych inwestycji. Po ich ukończeniu nowe przestrzenie zapewnią ponad 670 tysięcy metrów kwadratowych do wykorzystania.

Polska pozostaje liderem na rynku magazynowo-produkcyjnym w Europie Środkowo-Wschodniej.



Handel przenosi się do Internetu

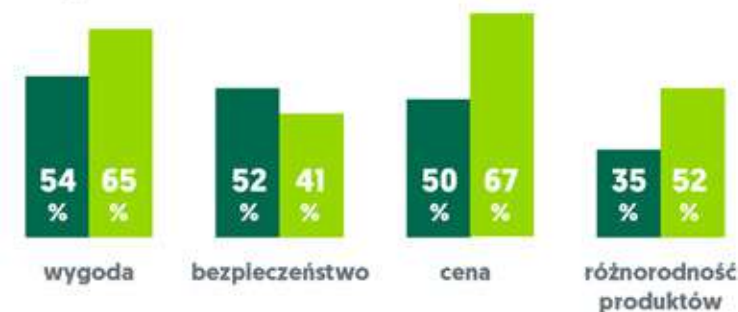
W ostatnich miesiącach ponad jedna trzecia konsumentów zaczęła kupować przez Internet produkty z kategorii, z których wcześniej nie zamawiała online. Kluczowym czynnikiem, jaki zapewniają zakupy online, jest przede wszystkim wygoda.

Ekspertsi przewidują, że tendencja ta utrzyma się jeszcze przez długi okres. Co ciekawe, co drugi konsument, który zmienił swoje nawyki zakupowe, deklaruje, że również w przyszłości, nawet po zakończeniu pandemii koronawirusa, będzie częściej korzystał z kanałów online.

Klienci są otwarci na korzystanie z: dedykowanych stron internetowych i sklepów online, aplikacji mobilnych i specjalnych chatów [również tych, które bazują na sztucznej inteligencji]. Przyjmują do wiadomości, że to one powinny stanowić główne kanały komunikacji, realizowania zamówień i usług w nowej rzeczywistości.

Ciekawy przykład stanowi Lin Qingxuan – chińska firma kosmetyczna, która podczas pandemii została zmuszona do zamknięcia 40 procent swoich sklepów. Doradcy kosmetyczni, zatrudnieni wcześniej w tradycyjnych sklepach stacjonarnych, zostali zachęcani do realizowania się w roli influencerów – internetowych ambasadorów marki. Tym sposobem firmie udało się osiągnąć ponad 200-procentowy wzrost sprzedaży w porównaniu z rokiem poprzednim.

Czynniki, które wpływają na decyzje zakupowe w Internecie



Źródło: Raport KPMG International "Consumers and the new reality"

sklep spożywczy
sklep niespożywczy



➤ Rewolucja w telemedycynie

W ostatnich miesiącach popularność e-wizyt znacznie wzrosła. Pacjenci szukali lekarzy online nawet czterokrotnie częściej niż przed początkiem pandemii. Tak naprawdę w dowolnym miejscu i zazwyczaj jeszcze tego samego dnia możemy umówić się na konsultację, rozpocząć diagnostykę nowych dolegliwości lub kontynuować leczenie wcześniej rozpoznanych chorób. Rozmowa ze specjalistą może być zrealizowana w formie połączenia telefonicznego, tradycyjnego chatu lub wideorozmowy.

Pandemia przyczyniała się do rozpowszechnienia technologii telemedycznych – rozwiązań z zakresu Internetu Rzeczy, które umożliwiają diagnozowanie i monitorowanie stanu zdrowia pacjentów na odległość. Global Market Insights przewiduje, że do 2026 roku światowy rynek telemedycyny rosnąć będzie nawet o 20 procent rocznie.

Obecna sytuacja rozpala też wyobraźnię start-upowców, bo przecież zdalnie mogą też pracować chociażby roboty wspomagające pracę specjalistów, na przykład chirurgów. W Polsce aż 84 procent firm z branży technologii medycznych planuje wejście na zagraniczne rynki w ciągu najbliższego roku. Z kolei w Holandii eksperci opracowali inteligentne algorytmy, które potrafią analizować zdjęcia rentgenowskie pacjentów i identyfikować chorych na COVID-19.

Czy chcesz korzystać z telemedycyny w sytuacji utrudnionego bezpośredniego kontaktu z lekarzem?

80%
tak

8%
nie

12%
trudno powiedzieć

Zródło: Badanie „Ochrona zdrowia i telemedycyna w czasie koronawirusa”, Centrum Badawczo-Rozwojowego BioStat® i halodoctor.pl

Każdy leasing powinien być tak elastyczny!

Niższe raty na start, bezpłatna wycena sprzętu używanego i wsparcie doświadczonych ekspertów. Z EFL szybciej zrealizujesz plany biznesowe.

To się uda!

LEASING

POŻYCZKA

FAKTORING

UBEZPIECZENIA

WYNAJEM POJAZDÓW

Material informacyjny jest kierowany wyłącznie do osób prowadzących działalność gospodarczą. Ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 k.c. Udział w promocji uzależniony jest od spełnienia przez leasingobiorcę jej warunków oraz zaakceptowania jej regulaminu.
Łatwy start – promocja obejmuje leasing operacyjny, w którym 3 pierwsze raty wynoszą 50% raty wynikającej z harmonogramu równomiernego. Pozostałe finansowanie rozłożone w harmonogramie równomiernym. Maksymalna wartość ofertowa finansowanego przedmiotu wynosi 250 000 zł, wpłata początkowa minimalnie 20%. Promocja dotyczy samochodów osobowych i dostawczych do 3,5t oraz maszyn i urządzeń [nowe i używane]. Szczegóły w regulaminie promocji.
UżywanieOK – promocja zakłada pokrycie przez EFL kosztu wyceny zewnętrznej dla używanych samochodów osobowych i dostawczych do 3,5t oraz używanych maszyn i urządzeń. Maksymalna wartość ofertowa finansowanego przedmiotu wynosi 200 000 zł. Szczegóły w regulaminie promocji.
Promocje obowiązują do dnia 31.12.2020 roku. Promocje nie łączą się ze sobą.



Sposób na aktywność w domu

To dobry moment, by rozszerzyć swoją ofertę zajęć ruchowych lub rehabilitacyjnych o ćwiczenia online, tym bardziej że trend digital health uważany jest za przyszłość medycyny.

Wielu fizjoterapeutów już gwarantuje możliwość odbycia konsultacji online – począwszy od edukacji prozdrowotnej, poprzez monitorowanie i nadzór nad prawidłowością wykonywanych ćwiczeń, aż po specjalistyczne konsultacje i ocenę poprawy po zakończeniu terapii. Na popularności zyskała również joga i kursy autorozluźniania mięśni, tak przydatne przy siedzącym trybie życia.

Przybyło również siłowni, które zaczęły działać w Internecie. Poza organizowaniem indywidualnych zajęć online z trenerami personalnymi czy organizowaniem transmisji na żywo w mediach społecznościowych, niektóre z nich sięgnęły również po innowacyjne rozwiązania, takie jak zaawansowany interfejs wideokonferencji, który umożliwia przeniesienie kilku uczestników do przestrzeni wirtualnej sali treningowej.

Sport w domu stał się również przyjemniejszy dzięki ćwiczeniom z wykorzystaniem sztucznej rzeczywistości (VR). Wirtualne gogle w połączeniu z dedykowanymi aplikacjami i akcesoriami, takimi jak rakiety tenisowe, mogą przenieść nas do świata zabawy i aktywności fizycznej.

➤ Jak znaleźć pomysł na rozwój biznesu



Obserwuj trendy

Zachowania konsumentów widoczne są w każdym aspekcie naszego życia. Obserwuj, co dzieje się dookoła, jakie tematy zyskują na popularności. Sprawdź w specjalistycznych raportach i prognozach, które z łatwością znajdziesz w Internecie, co przewidują eksperci.

Otwórz się na potrzeby innych

Odwiedzaj fora internetowe i regularnie sprawdzaj, o czym piszą użytkownicy mediów społecznościowych. Słuchaj tego, o czym rozmawiają Twoi bliscy i ludzie z najbliższego otoczenia, chociażby współpracownicy czy usługodawcy. To głównie empatia jest kluczem do dobrego biznesu.

Sprawdź, co robi konkurencja

Przeanalizuj sukcesy, jakie osiągnęły największe firmy na świecie. Zastanów się, którzy przedsiębiorcy Cię inspirują i jakie rozwiązania wdrożyli w ostatnich miesiącach. Może któreś z nich będziesz mógł rozwinąć i zaoferować na jeszcze wyższym poziomie.



Zadbaj o widoczność marki w sieci

Obecność marek online niweluje wiele barier, a nawet pozwala dotrzeć do nowych konsumentów. To, co kiedyś wydawało się problemem, obecnie stanowi ogromną zaletę. Konsumenti nie muszą wychodzić z domu, tracić czasu na dojazdy czy stanie w kolejkach. Nie narażają się na kontakt z wieloma przypadkowymi osobami.

Internet w dzisiejszych czasach wydaje się właściwym kanałem wspierającym sprzedaż nie tylko dużych przedsiębiorstw, ale też małych biznesów i jednoosobowych działalności. Marki muszą jednak zadbać o swoją widoczność w sieci – aby dotrzeć nie tylko do stałych klientów, ale z łatwością zainteresować swoją ofertą nowych.

Nie trzeba od razu zaczynać od tworzenia własnej strony internetowej. Warto pamiętać o podstawach, takich jak założenie wizytówki w Google Moja Firma. Dzięki niej użytkownicy w łatwy sposób będą mogli skontaktować się z firmą, a dodatkowo marka będzie widoczna na mapie i w wyszukiwarce Google.

Większość marek decyduje się również na rozwój własnych profili na Facebooku i Instagramie. Popularne portale społecznościowe umożliwiają dzielenie się ciekawostkami z branży, informowanie obserwatorów o nowościach i okazjach, nadchodzących wydarzeniach i promocjach. Mogą wspierać również działania biur obsługi klienta.

Przedsiębiorstwa, które są nastawione na sprzedaż produktów, nie usług, koniecznie powinny rozwinąć własny sklep internetowy. Przejrzysty interfejs, odpowiednie rozplanowanie menu i kategorii na stronie ułatwią klientom nawigację i z pewnością przełożą się na wartość koszyka zakupowego.

Właściciele firm muszą znaleźć nowe sposoby, które zachęcą konsumentów do składania zamówień czy też korzystania z ich usług.

2021

rok technologii



Z badań przeprowadzonych przez firmę Spiceworks Ziff Davis wynika, że w 2021 w skali globalnej co trzecia firma przeznaczy więcej pieniędzy na rozwiązania technologiczne. Inwestycje będą związane przede wszystkim z automatyzacją procesów, analityką i rozwojem big data. To rozwój tych obszarów pomoże zachować konkurencyjność.

Najważniejsze trendy technologiczne

1. Rozwój platform opartych na chmurze
2. Sztuczna inteligencja i automatyzacja
3. Mobilność
4. Machine Learning – analiza w czasie rzeczywistym

