

# W jakim kierunku rozwija się e-commerce

To się  
uda!



# Wprowadzenie

Pandemia koronawirusa zmieniła nawyki konsumentów praktycznie na całym świecie. Przyspieszyła cyfryzację społeczeństw, przyczyniła się do otwierania wielu sklepów internetowych. Z drugiej strony, coraz więcej mówi się o katastrofie klimatycznej. O tym, że marki powinny być odpowiedzialne społecznie i podchodzić do prowadzenia swoich kanałów sprzedaży w sposób bardziej odpowiedzialny i ekologiczny.

Czy e-konsumenci wrócą do swoich starych nawyków i porzucą zakupy online? Co najczęściej kupują Polacy i na co zwracają uwagę podczas zakupów w sieci? W jakim kierunku będzie rozwijał się e-commerce?

**Zapraszamy do lektury raportu!**



# Jak Polacy kupują przez internet

Zakupy online cieszą się coraz większą popularnością. I nic w tym dziwnego – rosnąca liczba sklepów internetowych przekłada się na dużą konkurencyjność cenową, a konsumentom umożliwia wygodne porównywanie ofert oraz szeroki wybór produktów. To również kwestia oszczędności czasu – klientów motywuje brak konieczności odwiedzenia sklepu stacjonarnego oraz możliwość zamawiania produktów przez całą dobę.

**6 na 10 Polaków kupuje online  
– i to przynajmniej raz na 2-3 tygodnie.  
Ten odsetek ma szansę jeszcze wzrosnąć.**

## Polacy przez internet najczęściej kupują:

odzież i bieliznę	51%
kosmetyki i perfumy	50%
artykuły wyposażenia domu	48%
obuwie dla dorosłych	46%
książki oraz płyty	46%
sprzęt AGD i RTV	44%
telefony i akcesoria do urządzeń mobilnych	41%

## Preferowane miejsca zakupowe w internecie

platformy internetowe	32%
sklepy internetowe znanych sieci	22%
zakupy przez aplikację na telefonie	19%
specjalistyczne sklepy internetowe	10%
zakupy na Facebooku lub Instagramie	2%
inne	2%
trudno powiedzieć	13%

Źródło: Raport Marketplaces - przegląd rynku i perspektywy rozwoju, Inquity i Wiadomości Handlowe



## Rynek magazynowy w Polsce

---

Na przełomie lutego i marca tego roku w Polsce pojawiły się pewne wątpliwości odnośnie dalszego rozwoju e-commerce, spowodowane chociażby rosnącą inflacją oraz toczącą się w Ukrainie wojną. Prognozy są jednak obiecujące.

Doskonale obrazuje to rynek magazynowy – na który mocno wpływają sklepy internetowe oraz firmy kurierskie – a który obecnie notuje historyczne wzrosty. Do końca tego roku zasoby magazynowe w Polsce wzrosną o ponad 5 milionów metrów kwadratowych, a tym samym całkowita podaż wyniesie 30 milionów metrów kwadratowych.

Również poprzedni rok minął w Polsce pod znakiem spektakularnych wzrostów. Całkowita podaż nowoczesnej powierzchni magazynowej na koniec 2021 roku osiągnęła poziom 23,79 milionów metrów kwadratowych. Kluczowe pozostają trzy strefy: Warszawa, Górny Śląsk, Polska Centralna.

Widoczny jest także rozwój na terenie rynków wschodzących. Nieustanny rozwój sektora e-commerce, a także powiązany z nim rozwój firm kurierskich i sieci automatów paczkowych, wymusza budowę powierzchni logistycznych i magazynowych również wokół mniejszych ośrodków miejskich, takich jak: Elbląg, Kalisz, Bydgoszcz, Toruń.

# W biznesie zaufanie jest bezcenne

Dzięki sprawdzonemu leasingowi EFL  
ze spokojem rozwiniiesz swoją firmę

**To się  
uda!**

Material jest kierowany wyłącznie do przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą,  
ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 k.c.



## Ekologiczne aspekty rewolucji cyfrowej

Z raportu Blue Media „Postawy ekologiczne Polek i Polaków” wynika, że aż 43% Polaków wybiera na zakupach zawsze lub najczęściej torbę ekologiczną. Kolejne 34% respondentów chodzi do sklepu z własną torbą.

Zmiana widoczna jest również podczas zakupów online – konsumenci są coraz bardziej wymagający i oczekują od marek odpowiedzialnego podejścia do transportu i pakowania towaru.

---

**40% Polaków deklaruje, że są gotowi zapłacić wyższą cenę za kupowane produkty, gdyby miały one opakowania inne niż plastikowe.**

**68% e-konsumentów byłoby w stanie poczekać dłużej na przesyłkę, gdyby dany sklep internetowy mógł wysłać wszystkie zamówione produkty w jednej dostawie.**

**71% z nich deklaruje, że zwraca uwagę na to, czy przesyłka została zapakowana w sposób ekologiczny** (np. w opakowanie z recyklingu, bez nadmiernego użycia plastikowej folii oraz sztucznych wypełniaczy).

---



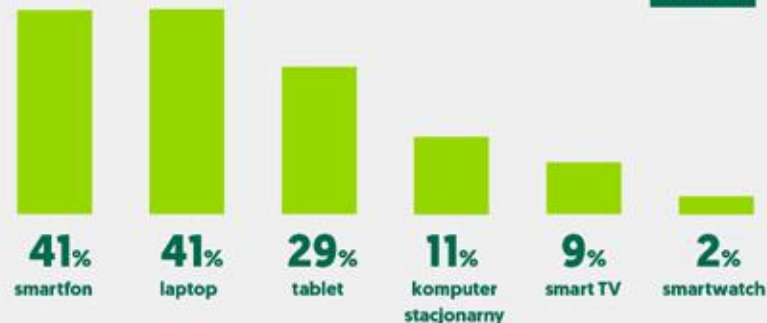
# Rewolucja cyfrowa w Polsce

Aby mieć jeszcze łatwiejszy i szybszy dostęp do sklepów internetowych, konsumenci coraz chętniej sięgają po urządzenia mobilne, takie jak smartfon czy tablet. Możemy zaobserwować, że sprzedaż na tego typu urządzeniach przekracza znacznie ponad 60% całego e-commerce.

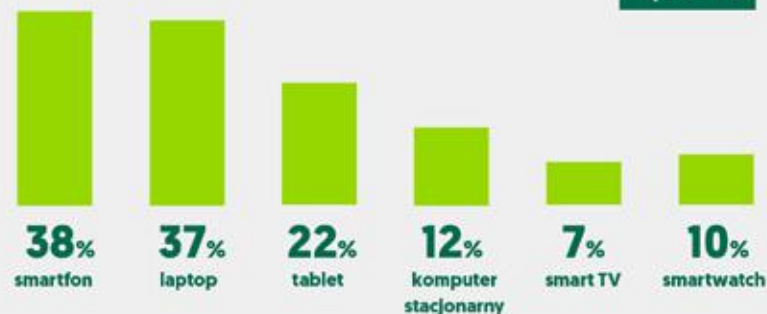
Dalszy rozwój kanału z pewnością wpłynie na kolejne wzrosty. Już prognozuje się udział urządzeń mobilnych w procesach zakupowych online do końca 2022 roku nawet na poziomie 70%. Kluczowe stanie się również inwestowanie w dedykowane aplikacje mobilne, które zagwarantują klientom natychmiastowe i spersonalizowane zakupy.

## Urządzenia wykorzystywane na etapie poszukiwania inspiracji zakupowych

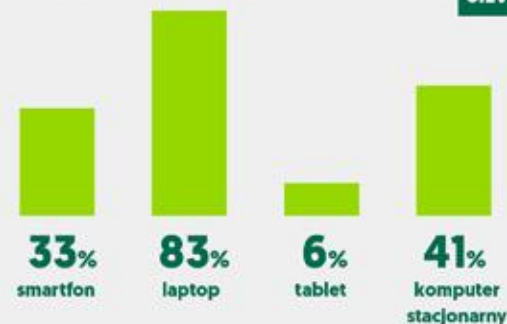
KOBIETY



MĘŻCZYŹNI



SILVER POWER



Źródło: Raport MR&MS e-commerce, Izba Gospodarki Elektronicznej, 2022



Poza budowaniem pozytywnego wizerunku marki w mediach społecznościowych – poprzez tworzenie treści odpowiednio dopasowanych do danej grupy docelowej, a także na podstawie opinii i komentarzy zamieszczanych przez użytkowników – social commerce gwarantuje również rozwiązania, które bezpośrednio mogą przełożyć się na sprzedaż.

Sprzedaż w social mediach ułatwia proces zakupowy. Konsument nie musi przenosić się do sklepu internetowego, może wybrać interesujące go produkty z poziomu danej platformy społecznościowej. Serwisy oferują możliwość oznaczania produktów

bezpośrednio na kreacjach, które stanowią nieodłączny element publikowanych postów. Co więcej, oferta osadzona jest w kontekście emocjonalnym – od razu możemy zobaczyć, jak inni na nią reagują, w jaki sposób ją komentują.

Ciekawą funkcję odgrywają również chatboty, których zadaniem jest zastąpienie człowieka w podstawowej komunikacji z klientem. Usprawniają cały proces zakupowy i skracają czas oczekiwania na odpowiedź. Doskonale sprawdzają się chociażby na etapie wyboru produktu lub rezerwowania usługi, obsługi zwrotu lub reklamacji.

Już **27% Polaków** zrobiło choć raz zakupy poprzez sklep internetowy na Facebooku lub Instagramie – podaje raport Insider Intelligence Social Commerce 2021.

## Sprzedaż na mediach społecznościowych w 2021 (porównanie względem 2020 roku)



wzrost o **553%**



wzrost o **189%**



wzrost o **160%**

 **Social commerce**





## Silver commerce

Jak wynika z danych Głównego Urzędu Statystycznego, osoby po 60. roku życia stanowią dziś około 25% populacji, a do 2050 liczba ta ma zwiększyć się nawet do 40%. Nie bez powodu mówi się coraz więcej o pokoleniu silver, czyli osób po 55. roku życia.

W jaki sposób seniorzy korzystają z internetu? Według Geniusa osoby po 50. roku życia potrafią spędzać nawet do 4 godzin dziennie online. 39% użytkowników w wieku 55-64 lat ma konto w social mediach, z kolei aż 94% deklaruje, że korzysta z bankowości elektronicznej.

### Osoby 55+ zwracają uwagę na:

- Bezpieczeństwo i wygodę zakupów
- Atrakcyjną cenę
- Możliwość zamówienia towaru pod same drzwi
- Szczegółowe opisy produktów
- Intuicyjny interfejs
- Brak wyskakujących pop-upów
- Pozytywny wydźwięk komunikacji marki
- Widoczność danych firmy  
(informacje te budują zaufanie)

### Częstotliwość kupowania online

(w ciągu ostatnich 6 miesięcy od daty badania)

Codziennie	1%
Raz w tygodniu	10%
Dwa razy w miesiącu	30%
Raz na miesiąc	24%
Kilka razy w miesiącu	9%
Średnio raz na 3 miesiące	19%
Raz na pół roku	6%

Źródło: Raport Pokolenie Silvers w e-commerce, Fundacja kobiety e-biznesu



# ➤ Rynek e-commerce na świecie

Amazon, Expedia, Google Shopping, Uber Eats czy Booking.com – to światowi giganci, którzy kształtują nawyki e-konsumentów. Przyzwyczaili nas do tego, że w internecie można kupić wszystko. Już nie tylko ubrania, książki i elektronikę – okazji możemy szukać tak naprawdę we wszystkich kategoriach zakupowych. Możemy więc wysnuć wniosek, że w świecie online znajduje się miejsce dla marek z każdej branży.

A jak wygląda sytuacja w Europie? Według Eurostatu największy boom, jeśli chodzi o zakupy online, przeżywają obecnie Czechy. Większy odsetek osób zamawia produkty przez internet jedynie w: Holandii, Danii, Szwecji oraz Irlandii.

Jednak, jak podają raporty rządowe, jedynie 4% polskich firm prowadzi sprzedaż internetową produktów i usług do innych krajów – przy średniej unijnej utrzymującej się na poziomie 7%.

## E-konsumenci na świecie

(% użytkowników Internetu)

<b>Ameryka Północna</b>	<b>82,2%</b>
<b>Europa Zachodnia</b>	<b>79,4%</b>
<b>Azja-Pacyfik</b>	<b>72,9%</b>
<b>Ameryka Łacińska</b>	<b>67,9%</b>
<b>Europa Centralna i Wschodnia</b>	<b>58,2%</b>
<b>Bliski Wschód i Afryka</b>	<b>40,1%</b>

Źródło: eMarketer.com, 2021

