

ZWYCZAJE E-ZAKUPOWE POLAKÓW | RAPORT 2021

JAK POLACY KORZYSTAJĄ ZE SKLEPÓW INTERNETOWYCH
RAPORT 2021 | CZĘŚĆ 1.

Wyniki badania zrealizowanego przez firmę badawczą
w dniach **13-20 września 2021** na grupie reprezentatywnej 1000 osób metodą CAWI.

WSTĘP

Polski rynek e-commerce należy do najszybciej rozwijających się w Europie, a jego wartość na początku 2021 r. przekroczyła 100 mld zł. Od trzech lat przybywa 25 proc. nowych sklepów internetowych rocznie, w połowie września 2021 r. w KRS było ich zarejestrowanych aż 51 tys. Jak podaje Izba Gospodarki Elektronicznej, w maju 2019 r. w sieci kupowało 57 proc. Internautów, rok później, czyli w maju 2020 r., było to już 72 proc. Obecnie regularnie zakupy online robi 60 proc. Internautów. To ogromna liczba konsumentów, a jeśli chcemy do nich dotrzeć, musimy poznać ich zwyczaje zakupowe. Sprzedaż internetowa, która dla wielu firm do niedawna stanowiła dodatek do działalności stacjonarnej, staje się podstawą funkcjonowania biznesu.

Chcemy aktywnie uczestniczyć w rozwoju tego rynku, mieć udział w budowaniu marek na światowym poziomie, dbać o wygodę klientów sklepów internetowych. W końcu my też jesteśmy konsumentami i chcemy czerpać z zakupów przyjemność, zamiast frustrować się źle działającymi stronami e-sklepów, brakiem ulubionych metod dostawy i problemami z płatnością.

Powszechną bolączką polskiego handlu elektronicznego jest założenie, że do sukcesu i efektywnej sprzedaży wystarcza założenie sklepu internetowego oraz jego uruchomienie i wystawienie towarów. Tymczasem właściwe określenie grup docelowych i dostosowanie do nich działań marketingowych, poznanie potrzeb, zainteresowań i przyzwyczajeń konsumentów oraz zrozumienie, co zachęca i co zniechęca ich do zakupów w danym sklepie, jest absolutnie kluczową kwestią w prowadzeniu tego typu biznesu. Bez tej wiedzy i bez przełożenia jej na konkretne działania, jak np. wybór przyjaznej, wielofunkcyjnej i prostej w obsłudze platformy zakupowej, żaden sklep internetowy nie odniesie sukcesu i prawdopodobnie nie utrzyma się na rynku.

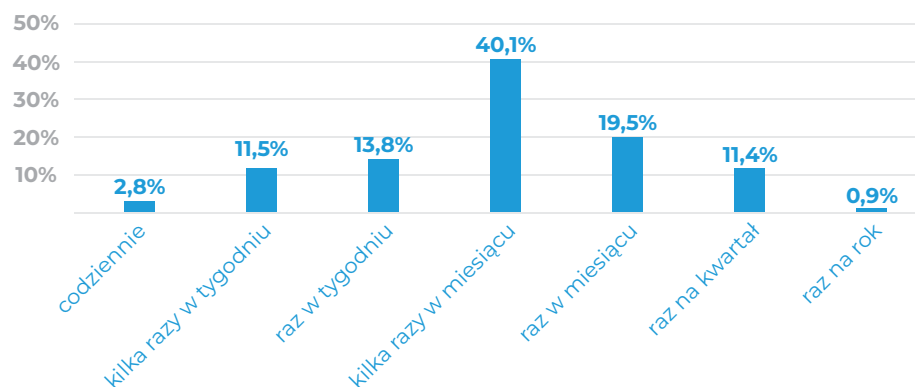
Postanowiliśmy więc sprawdzić, jak i co Polacy kupują w Internecie w 2021 r. Zapytaliśmy ich m.in. o częstotliwość zakupów online, wydatki w tym kanale oraz o najczęściej wybierane produkty. Odpowiedzi zebraliśmy w raporcie, którego pierwszą część oddajemy właśnie do Państwa rąk.

Zapraszam do lektury.

Rafał Gadomski
CEO Advox

Polacy zazwyczaj robią zakupy przez Internet kilka razy w miesiącu - taką odpowiedź wskazało 40 proc. ankietowanych. Raz w miesiącu kupuje prawie co 5. badany. Raz w tygodniu kupuje 14 proc., a niewiele mniej, bo 12 proc., kilka razy w tygodniu. Aż 3 proc. robi zakupy online nawet codziennie.

Jak często robisz zakupy przez Internet?



Co dość naturalne, na zwiększenie częstotliwości robienia zakupów online znacząco wpłynęła pandemia Covid-19 - 44 proc. respondentów przyznaje, że w tym czasie zaczęło częściej robić zakupy za pośrednictwem Internetu. Wśród osób, które odnotowały taką zależność, wzrost częstotliwości kupowania przez Internet był dość znaczny - w skali od 0 do 10 w sumie ponad 45 proc. ankietowanych wskazało wartość 6 lub 7.

Czy pandemia COVID-19 wpłynęła na zwiększenie częstotliwości dokonywania przez Ciebie zakupów przez Internet?



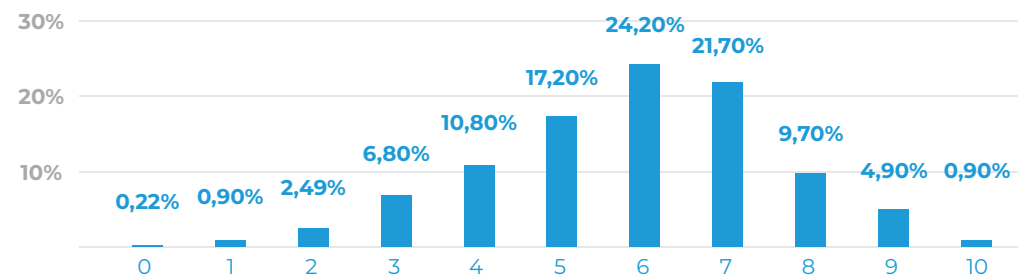
Jak bardzo zwiększyła się częstotliwość dokonywania przez Ciebie zakupów przez Internet?

100% = 442

skala 0 -10

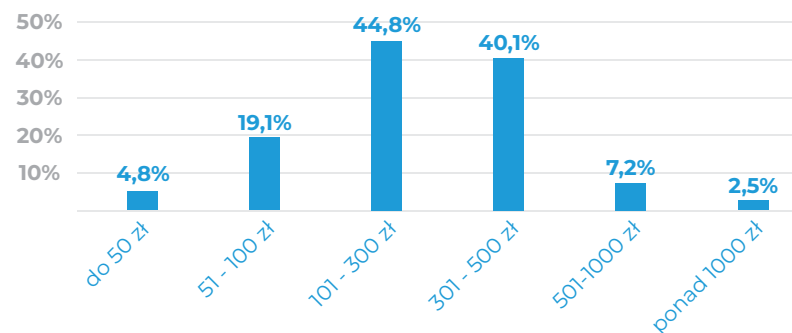
0 - oznacza prawie wcale

10 - oznacza, że zakupy robisz już tylko przez Internet



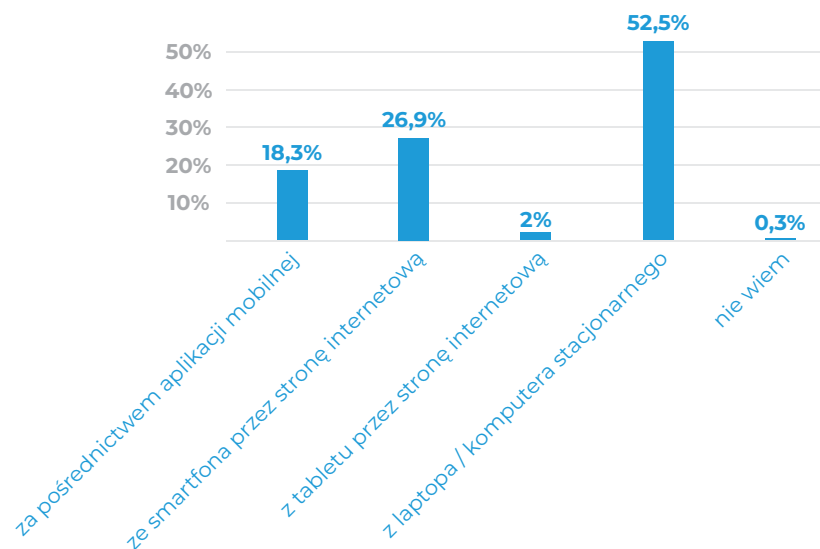
Aż 45 proc. kupujących online wydaje tą drogą między 101 a 300 zł miesięcznie. Ponad 21 proc. wydaje pomiędzy 301 a 500 zł miesięcznie, a niecałe 20 proc. pomiędzy 51 a 100 zł. Ponad 1000 zł w miesiącu na zakupy internetowe wydaje tylko 2,5 proc. badanych. Poniżej 50 zł wydaje co 20.

Ile przeciętnie pieniędzy wydajesz miesięcznie na zakupy w Internecie?



Ponad połowa kupujących online robi zakupy za pośrednictwem laptopa lub komputera stacjonarnego. Już co 4. używa do tego smartfona, a 18 proc. korzysta z aplikacji mobilnych sklepów i platform zakupowych.

Zakupów online dokonujesz najczęściej:



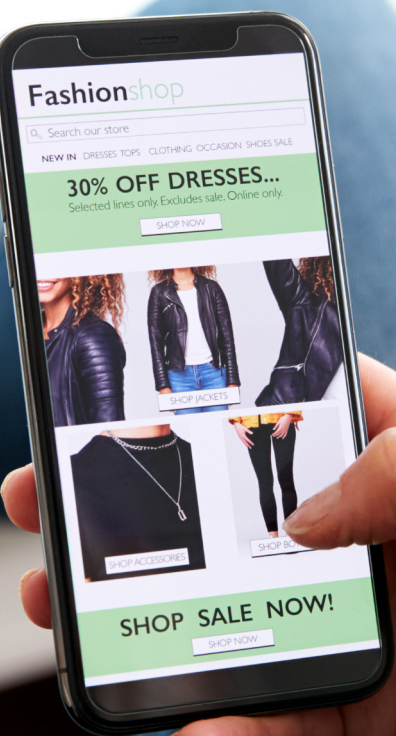
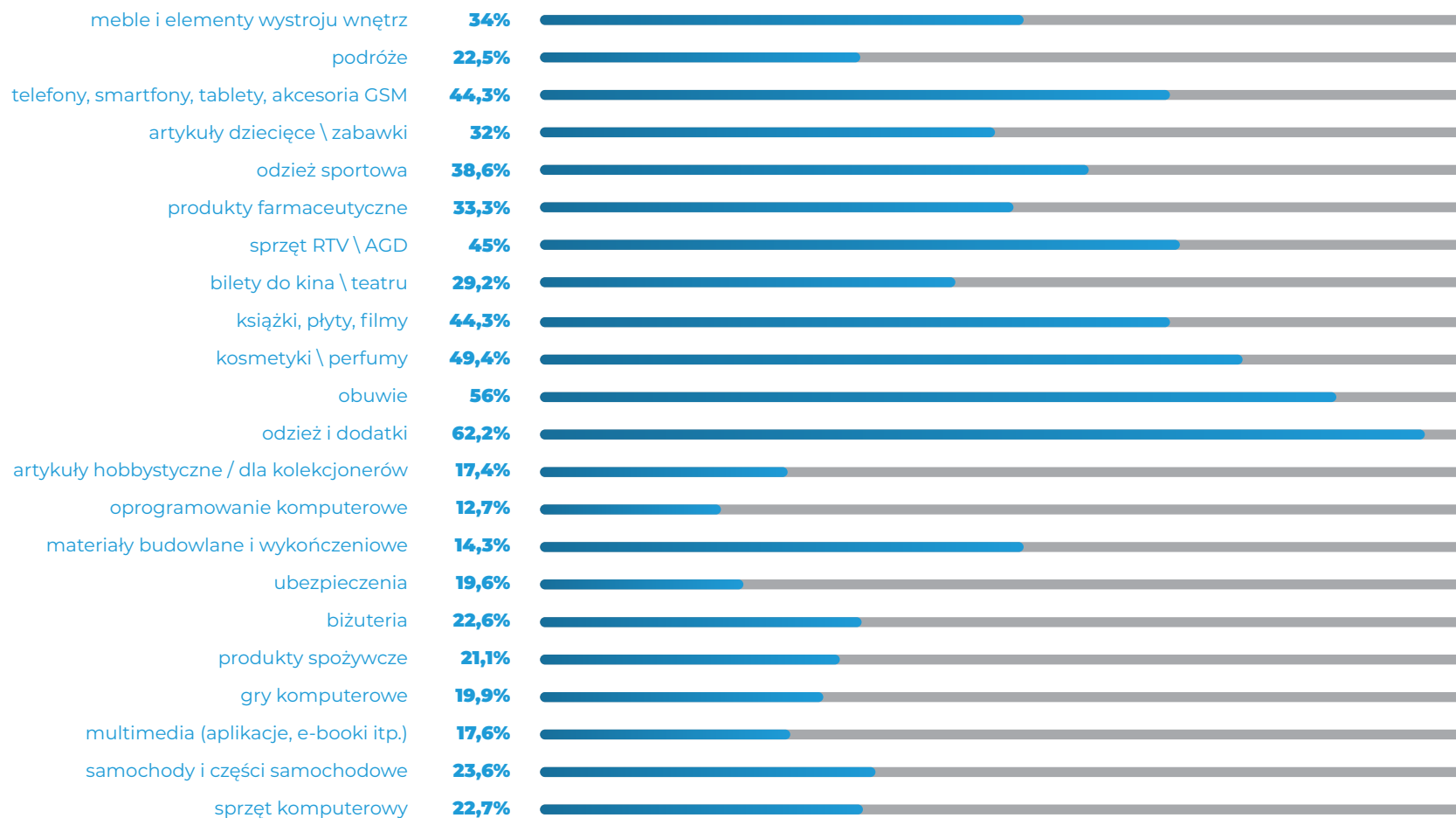
Wraz z rozwojem technologii rośnie liczba konsumentów korzystających z Internetu na urządzeniach mobilnych - również do robienia zakupów. Coraz więcej osób, szczególnie młodych, ceni sobie wygodę zakupów w dowolnym miejscu i czasie, dlatego mobile commerce, zwany też m-commerce, jest dziś niezwykle ważnym aspektem działań proklienckich. Szczególnie warto skupić się na mobilnych aplikacjach zakupowych, z których na świecie korzysta już ok. 70 proc. użytkowników smartfonów, a które w Polsce dopiero rosną w siłę. Popularność aplikacji wpiera rozwój nowych technologii, takich jak VR i AR, voice shopping, a także Progressive Web App (PWA), które umożliwia płynne przechodzenie z widoku e-sklepu na komputerze na wersję mobilną, czy ostatnia nowinka od Google, narzędzie do tworzenia wieloplatformowych aplikacji mobilnych - Flutter. Nie można zapomnieć również o tak ważnych ruchach jak skracanie ścieżki płatności i coraz lepszych, szybszych i bezpieczniejszych płatnościach cyfrowych.

Rafał Gadomski, CEO Advox

Polacy przez Internet kupują już w zasadzie wszystko, nawet ubezpieczenia (20 proc.) oraz samochody i części samochodowe (24 proc.). Najczęściej kupowanymi online kategoriami produktów są odzież i dodatki - taką odpowiedź wskazało aż 62 proc. respondentów. Na drugim miejscu znajduje się obuwie - 65 proc. - a na trzecim kosmetyki i perfumy - 49 proc. Najrzadziej za pośrednictwem Internetu kupujemy oprogramowanie komputerowe (13 proc.), materiały budowlane i wykończeniowe (14 proc.) oraz artykuły kolekcjonerskie i hobbystyczne (17 proc.). Już co 5. internetowy konsument robi tą drogą zakupy spożywcze.

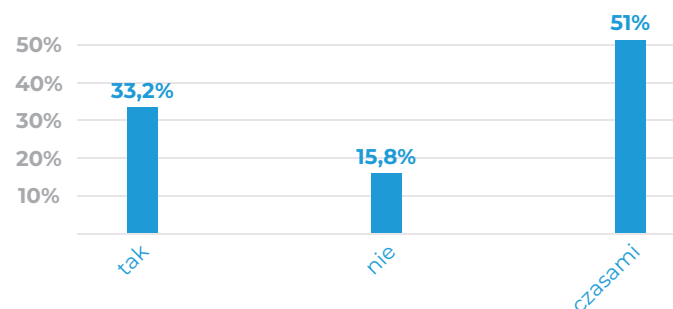
Które kategorie produktów kupujesz przez Internet?

(wielokrotny wybór)



W sumie już 80 proc. internetowych konsumentów dodaje na stronach sklepów opinie o kupionych produktach.

Czy po zakupie dodajesz swoje recenzje produktów na stronie sklepu?



W eCommerce kluczowa jest kompletna, spójna i atrakcyjna dla odbiorcy informacja o produkcie. Jak pokazują raporty – dla konsumentów ważne są pełen opis, zdjęcia, a także opinie innych użytkowników. Wiele sklepów nie chce dawać klientom możliwości recenzowania swoich produktów, obawiając się negatywnych wypowiedzi, ale to błąd. Możliwość zapoznania się z opiniami zwykłych użytkowników zwiększa zaufanie klientów do sprzedających.

Rafał Gadomski, CEO Advox



PATRONAT



IZBA
GOSPODARKI
ELEKTRONICZNEJ

Advox Studio już od dekady specjalizuje się w projektowaniu sklepów internetowych opartych na wydajnej i korzystającej z zaawansowanej sztucznej inteligencji platformie Magento, dającej duże możliwości rozbudowy. Obecnie działa w Polsce, Wielkiej Brytanii i Szwecji. Posiada szereg certyfikatów Magento, m.in. Magento Business Solution Partner. Szczególnie koncentruje się na rozwiązaniach dla klientów B2B. Advox Studio zapewnia również doradztwo UI/UX, audyty kodu, React, AngularJS i rozwój Symfony. W swoim portfolio ma już ponad 120 zrealizowanych projektów na całym świecie.

Firma współpracuje z takimi markami jak Deli2, Herlitz, Wiadomości Handlowe, Solaris, Power Body, Artim, Perfumesco, Asam Beauty.

Blacharska 11, 61-006 Poznań

+48 61 281 73 49

hello@advox.pl

www.advox.pl

f /advoxpl

in /company/advox-s.c