

Poznań, 2023-05-24

Konsumenci chętnie kupują w sieci – e-commerce ze wzrostami rok do roku

- W kwietniu rdr. w sklepach internetowych wzrosła sprzedaż (+ 16 proc.) oraz liczba transakcji (+ 39 proc.). Jednocześnie okres ten przyniósł spadek średniej wartości koszyka zakupowego (- 16 proc.) – podaje operator płatności Tpay.
- Ożywienie popytu u e-konsumentów i wzrost sprzedaży zaobserwowano szczególnie w kategorii Poligrafia, wydawnictwa i książki (+ 183 proc.) oraz Usługi turystyczne (+ 138 proc.), zaś osłabienie w przypadku branży Artykuły dziecięce (- 39 proc.).
- Wzrosty rdr. w sprzedaży i liczbie transakcji przyniosła również pierwsza połowa maja – odpowiednio o 15 proc. i 29 proc.

Trudne otoczenie gospodarcze wymusiło na konsumentach zmianę strategii zakupowych, które coraz częściej uwzględniają kanał e-commerce. Większy zwrot w kierunku e-zakupów odzwierciedlają także dane zebrane przez Tpay, który podaje, że w kwietniu w sklepach internetowych współpracujących z tym operatorem płatności, rok do roku wzrosła zarówno sprzedaż (+ 16 proc.), jak i liczba transakcji (+ 39 proc.). Jednocześnie zmniejszyła się jednak średnia wartość koszyka zakupowego (- 16 proc.).

- *Choć rdr. wzrosła zarówno sprzedaż, jak i liczba transakcji w sklepach internetowych, to spadek wartość koszyka zakupowego pokazuje, że mimo częstszych zakupów online koszyki są skromniejsze, a Polacy wykazują się większą oszczędnością* – mówi Dawid Cichy, Head of Sales w Tpay.

W porównaniu z ubiegłym rokiem, najwięcej transakcji zarejestrowano w takich branżach jak Biżuteria i rękodzieło (+ 176 proc.) oraz Rozrywka (+ 100 proc.), a największy wzrost sprzedaży odnotowano w sektorach: Poligrafia, wydawnictwa i księgarnie (+ 183 proc.) oraz Usługi turystyczne (+ 138 proc.). Z kolei największy spadek zarówno w liczbie transakcji, jak i w sprzedaży nastąpił dla kategorii Artykuły dziecięce (odpowiednio - 34 proc. oraz - 39 proc.).

Strategia sprzedaży odbiciem strategii zakupowych

Raport „(E)mergency Commerce” przygotowany przez Izbę Gospodarki Elektronicznej pokazuje, że polscy konsumenci uważają zakupy online za atrakcyjniejsze od stacjonarnych między innymi ze względu na częstsze promocje (35 proc.), łatwiejsze porównanie cen i cech produktów (29 proc.) czy też większy wybór marek (25 proc.). Zwracają oni również coraz większą uwagę na dodatkowe

1

rozwiązania optymalizujące zakupy, takie jak darmowe zwroty (36 proc.) i dostawa (30 proc.) oraz deklarują chęć skorzystania z opcji porównywania cen (26 proc.) czy zakupu zamienników (23 proc.).

Jak zauważa Dawid Cichy z Tpay, zmieniające się oczekiwania i zachowania zakupowe konsumentów wymagają także aktualizacji strategii sprzedaży wśród właścicieli e-commerce'ów:

- Choć w dobie galopującej inflacji, obniżki cen lub atrakcyjne promocje bywają trudnym tematem, trzeba zwrócić uwagę również na to, że coraz bardziej świadomi e-konsumenci stawiają także na prosty i intuicyjny proces zakupowy oraz szybkie i wygodne metody płatności. W najbliższym czasie spodziewamy się wzrostu zainteresowania m.in. płatnościami ratalnymi i odroczonymi. Wszystko to finalnie składa się na zbudowanie pozytywnych doświadczeń zakupowych, a w efekcie może przełożyć się również na lepsze nastroje konsumenckie – dodaje Dawid Cichy.

O Tpay

Tpay to flagowy produkt Krajowego Integratora Płatności S.A., który działa na polskim rynku płatności online od ponad 12 lat. Spółka ma status Krajowej Instytucji Płatniczej i jest podmiotem regulowanym przez KNF. KIP jako pierwszy w Polsce wdrożył Google Pay i Visa Checkout (aktualnie Kliknij i zapłać z Visa), doceniany jest również za innowacyjny i zwiększający konwersję Widget One Click oraz płatności BLIK w komunikatorach społecznościowych. Spółka współpracuje z ponad 90 tys. zarejestrowanych podmiotów. Swoim klientom zapewnia takie metody płatności, jak m.in. przelewy online, karty płatnicze, portfele elektroniczne (PayPal, Google Pay, Apple Pay, Kliknij i zapłać z Visa), płatności odroczone, płatności ratalne oraz płatności mobilne za pomocą kodów QR i BLIK. System umożliwia pełną automatyzację przyjmowania płatności i bezzwłoczną realizację zamówień. Na mocy decyzji KNF z 31 lipca 2020 r., KIP świadczy usługi inicjowania transakcji płatniczej (PIS) oraz dostępu do informacji o rachunku (AIS), czyli tzw. otwartej bankowości. Tpay, dzięki synergii z Bankiem Pekao S.A., zapewnia również przedsiębiorcom kompleksowy ekosystem usług płatniczo-finansowych.

Kontakt dla mediów:

Izabela Świątkowska

PR Manager

mail: izabela.swiatkowska@tpay.com

tel.: +48 605 680 843