

W Black Friday 2023 Polacy płacili BLIKIEM

- Według danych zebranych przez Tpay, podczas Black Friday sprzedaż w sklepach współpracujących z tym operatorem płatności wzrosła średnio o 116 proc. w porównaniu do pozostałych dni miesiąca, co oznacza niewielki spadek w stosunku do ubiegłego roku. Z kolei średnia liczba transakcji wzrosła o 30 proc., co oznacza spadek względem 2022 i 2021 r.
- Podczas tegorocznego Black Friday internauci najczęściej zdecydowali się na płatność BLIKIEM (82 proc.) – to wzrost w stosunku do poprzedniego roku o aż 30 p.p.
- Poza BLIKIEM, tego dnia e-konsumenci wybierali przelew online (Pay-By-Link) – 9 proc. transakcji (spadek o 24 proc.) i kartę płatniczą – 6 proc. transakcji (spadek o 9 proc.).
- W Black Friday, podobnie jak rok temu, klienci najczęściej wybierali produkty z kategorii Moda i akcesoria – średnia liczba transakcji wzrosła tam o 100% względem średniej z całego listopada.

Znamy już odpowiedź na pytanie, jak sytuacja gospodarcza i nastroje wpłynęły na coroczne święto internetowych zakupów, czyli Black Friday i Cyber Monday. Tpay ponownie przeanalizował sprzedaż w tych dniach, biorąc pod uwagę liczbą odnotowanych transakcji, wartość koszyków czy wybierane metody płatności. Generalnie było to mniejsze święto zakupów niż w poprzednich latach. Jak wynika z danych tego operatora płatności online, 24 listopada br., czyli w Black Friday, **sprzedaż wzrosła o około 116 proc.** w porównaniu do pozostałych dni miesiąca, co oznacza 2 p.p. spadek w stosunku do 2022 r. i 44 p.p. do 2021 r.

BLIK królem Black Friday 2023

W 2023 r. w trakcie Black Friday **najczęściej wybieranym** przez użytkowników sposobem dokonywania płatności online był ponownie BLIK. Zrealizowano nim aż **82 proc.** transakcji odbywających się za pośrednictwem Tpay. Na drugim miejscu znalazły się **przelewy online** (tzw. Pay-By-Linki) – wybrało je 9 proc. internautów, co oznacza znaczny spadek w stosunku do 2022 r., kiedy ich udział wynosił 33 proc. Na trzecim miejscu znalazła się płatność **kartą** – 6 proc. transakcji, czyli również mniej niż rok temu (15 proc.). Kolejną metodą płatności, którą wybierali internauci w Czarny Piątek, były **portfele elektroniczne** (tzw. e-wallety) – 3% transakcji.

– Można przypuszczać, że na wygraną BLIKA wpływ miała nie tylko jego ciągle rosnąca popularność, lecz także fakt, że umożliwia błyskawiczną zapłatę, często kluczową podczas wyprzedaży. Coraz więcej sprzedawców korzysta także z dodatkowych rozwiązań płatniczych opartych o BLIKA, np. umożliwia zapłatę bez konieczności przechodzenia na stronę bramki płatniczej – mówi **Przemysław Płudowski, Head of Partnership w Tpay**, i dodaje: Warto też zwrócić uwagę na trendy związane z płatnością kartą. Zamiast wpisywania danych “z plastiku”, konsumenci coraz częściej korzystają z innowacyjnego modelu opartego o token, czyli np. z Visa Mobile, dla której był to premierowy rok.

Black Week 2023

Z analizy Tpay wynika, że również w tym roku Black Friday cieszył się większym zainteresowaniem niż **Cyber Monday**. Sprzedaż 24 listopada, w stosunku do pozostałych dni tego miesiąca, wzrosła o 116 proc., podczas gdy 27 listopada „zaledwie” o 43 proc. W trakcie Cyber Monday również liczba transakcji i wartość koszyka były niższe niż w Black Friday – w stosunku do pozostałych dni miesiąca zwiększyły się odpowiednio o 11 i 29 proc., podczas gdy w Black Friday odnotowano wzrosty na poziomie odpowiednio 30 i 66 proc.

– *Black Friday nadal jest najatrakcyjniejszym dniem wyprzedażowym. Dla konsumentów był to czas prawdziwych łowów, natomiast dla nas – sprzedawców i dostawców kluczowych usług, kulminacja intensywnej pracy nad dopracowaniem każdego etapu ścieżki zakupowej. Aby odnieść sukces, sklepy internetowe muszą się dobrze przygotować na wzmożony ruch. Sprawdzona bramka płatnicza, która poradzi sobie z nagłym skokiem liczby transakcji i da możliwość szerokiego wyboru metod płatności, jest w tej sytuacji nieoceniona. Cieszę się, że współpracujące z nami sklepy mogły bez przeszkód przyjmować tysiące transakcji i w ten sposób spełnić oczekiwania swoich klientów* – podsumowuje **Przemysław Płudowski**.

Co Polacy kupowali w Black Friday 2023?

W Czarny Piątek odnotowano najwięcej transakcji w całym miesiącu. Wówczas ich średnia liczba w stosunku do średniej w całym listopadzie wzrosła szczególnie **w trzech kategoriach**:

- Moda i akcesoria – o 101 proc. (-92 p.p. rdr.),
- AGD/RTV i elektronika – o 84 proc. (-28 p.p. rdr.),
- Zdrowie i uroda – o 50 proc. (-4 p.p. rdr.).

A jak to wyglądało w przypadku **średniej wartości koszyka**? Tutaj także mamy do czynienia z zauważalnymi wzrostami w porównaniu do średnich wyników z listopada. W branży Moda i akcesoria średnia wartość koszyka wzrosła o 17 proc., w Zdrowie i uroda o 23 proc, a w najpopularniejszej branży, czyli AGD/RTV i elektronika o 45 proc.

W trakcie Czarnego Piątku podczas zakupów w branży AGD/RTV i elektroniki największą popularnością wśród kupujących cieszył się BLIK – w ten sposób zrealizowano 53 proc. transakcji. Na drugim miejscu, z wynikiem 21 proc., znalazła się karta płatnicza, a na trzecim przelew online (18 proc.).

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), Visę Mobile, 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, m.in. atrakcyjne płatności ratalne.

Kontakt dla mediów:

Agata Blachowska

e-mail: agata.blachowska@tpay.com

tel. +48 605 680 682