

E-commerce staje się niezastąpionym czynnikiem dla wzrostu



W związku z intensywnym wzrostem zamówień online, wielkość sprzedaży online narasta w skali światowej:
% wzrostu sprzedaży vs. rok poprzedni



Penetracja shopperów online oraz przyrost nowych shopperów wykazuje wysoką dynamikę:



Również liczba coraz bardziej zadowolonych e-shopperów wzrasta:

Polska
54% penetracji shopperów online
9% nowych shopperów online

KSA, UAE
41% bardziej zadowolonych z zakupów online

Turcja
60% penetracji shopperów online
10% nowych shopperów online

Rumunia
55% shopperów deklaruje dokonywanie zakupów spożywczych (2019: 21%)



Główne bariery dla dokonywania zakupów online są podobne pomiędzy krajami

Turcja	Polska
1. Lubię sprawdzić produkt przed zakupem	1. Lubię chodzić do sklepu stacjonarnego
2. Mam obawy o jakość produktu	2. Nie mogę dotknąć, zobaczyć, wypróbować produktu
3. W sklepie stacjonarnym jest większy wybór produktów	3. Nie wiem
4. Nie chcę ponosić dodatkowego kosztu dostawy	4. Nie mam potrzeby zakupu takich produktów częściej online
5. Nie jestem pewien czy proces płatności jest bezpieczny	5. Koszt dostawy jest za wysoki



Również główne powody dla dokonywania zakupów online są podobne

Turcja	Polska
1. Różnorodność oferty online jest większa	1. Atrakcyjne ceny
2. Produkty kupowane online są tańsze	2. Oszczędność czasu
3. Zakupy online oszczędzają czas	3. Wygoda – nie muszę nosić zakupów
4. Niektóre produkty, które kupuję, dostępne są tylko online	4. Różnorodność sklepów i oferty online
	5. Promocje / oferty specjalne



Top kategorie zakupione online przez polskich konsumentów w ostatnich 4 tygodniach

 Kawa (33%)	 Proszki do prania (46%)
Karma dla zwierząt (25%)	Środki czystości (45%)
Makaron, ryż, mąka (24%)	Szampony (44%)