**Aż 80 proc. Polaków kupujących online chce otrzymywać personalizowane oferty dopasowane do swoich potrzeb**

**Liczba sklepów internetowych w Polsce dynamicznie rośnie - jest ich już ponad 46,5 tys., a do końca roku może to być nawet 55 tys. W ostatnim czasie wiele firm przeniosło dużą część swojej działalności do Internetu, przez co konkurencja znacznie wzrosła. Firmy, które chcą utrzymać się na rynku, muszą postawić na działania marketingowe i analizę danych o aktualnych i potencjalnych klientach. Dla tych, którzy chcą skuteczniej zarządzać swoimi e-commersami, ExpertSender organizuje bezpłatną konferencję „U nas działa! Jak zwiększyć sprzedaż w nowoczesnym e-commersie?”**

Tylko **w 1. kwartale 2021 r. w Polsce przybyło 2 tys. sklepów internetowych** - to aż **o 70 proc. więcej niż w analogicznym okresie ubiegłego roku**. Wraz z przedłużaniem się czasu obowiązywania obostrzeń kolejne firmy przenosiły ciężar swojej działalności do świata online. Wielu z nich pozwoliło to przetrwać, ale spowodowało też gwałtowny wzrost konkurencji w Internecie i zaostrzyło walkę o klienta. **Obecnie w Polsce zarejestrowanych jest ponad 46,5 tys. sklepów internetowych, a do końca roku liczba ta może sięgnąć nawet 55 tys.**, jak wynika z analizy wywiadowni gospodarczej Dun&Brandstreet.

**Podstawa sukcesu - personalizowana komunikacja i dbanie o *user experience***

*By nie zniknąć w tłumie, marki muszą nie tylko sprzedawać online, ale też inwestować w automatyzację i wielokanałowość marketingu oraz budowanie pozytywnego doświadczenia użytkownika, czyli user experience. Dla osób niedoświadczonych w tych tematach może to się jednak okazać skomplikowane, zwłaszcza że cały czas pojawiają się nowe trendy i technologie* - mówi **Piotr Czynsz, Head of Sales and Business Development w ExpertSender**, polskiej firmie wspierającej marki w automatyzacji marketingu opartego na danych - *Podstawą sukcesu pozostaje rzetelna analiza informacji o obecnych i potencjalnych klientach, ich zainteresowaniach i zwyczajach zakupowych. Z naszych badań wynika, że blisko* ***80 proc. kupujących online chce otrzymywać personalizowane oferty dopasowane do swoich potrzeb****, które możemy poznać właśnie dzięki uważnej analizie danych. Taka komunikacja znacznie skuteczniej zachęci klienta do zakupów, niż zasypywanie go przypadkowymi ofertami*.

Marketing wielokanałowy polega na wysyłaniu do klienta wiadomości różnymi kanałami, jak np. jak e-mail, SMS, mobile, web. Natomiast automatyzacja wielokanałowego marketingu realizowana jest przy pomocy oprogramowania, które zbiera i wykorzystuje dane o zachowaniach i preferencjach użytkowników oraz subskrybentów, by wysyłać im spersonalizowane wiadomości w możliwie najlepszym czasie - czyli wtedy, kiedy są gotowi dokonać zakupu. Warto również zadbać o doświadczenie klienta, który, zachęcony trafnym przekazem reklamowym, trafił już do sklepu. Jak wynika z raportu ExpertSender „Zakupy online w Polsce 2020”, **skomplikowana strona internetowa skutecznie zniechęca do zakupów aż 12 proc. kupujących online**. W dodatku ponad 90 proc. kupujących online przyznaje, że z różnych przyczyn zdarza im się porzucać koszyki, czyli dodawać produkty lub usługi do koszyka, ale nie decydować się na zakup.

**„U nas działa!” - bezpłatna konferencja dla zarządzających e-commersami**

Wszystkich zainteresowanych zwiększeniem skuteczności kampanii marketingowych w swoich e-commersach ExpertSender **zaprasza na bezpłatną konferencję on-line** [„U nas działa! Jak zwiększyć sprzedaż w nowoczesnym e-commersie?”](https://expertsender.pl/u-nas-dziala/), która odbędzie się **15 czerwca**. **Siedmiu specjalistów z branż marketingu, e-commerce i IT podzieli się swoimi sposobami na ratowanie porzuconych koszyków, zwiększanie konwersji i skuteczne wykorzystywanie technologii w nowoczesnym biznesie internetowym oraz odpowie na wszystkie pytania.** Wydarzenie poprowadzi Piotr Czynsz, Head of Sales and Business Development w ExpertSender.

Program konferencji:

**9:00** - Otwarcie konferencji

**9:10** - **Jak skutecznie sprzedawać w e-commerce za pomocą landing page’a?** - Andrzej Bieda, CMO w Landingi

**10:00** - **Dane w firmie. Dlaczego własna hurtownia danych to przyszłość w erze post‑cookie?** - Jakub Lewandowski, CEO & Co-Founder w Infinity Horizon

**10:50** - **Dlaczego sklepy internetowe nie słuchają klientów?** - Marek Oczkowski, Partnership Manager w SMSAPI

**11:40** - **Jak ulepszyć performance kampanii marketingowych w Twoim e‑commersie?** - Łukasz Heine, CMO w Yetiz Interactive

**12:30** - **Jak przygotować się do wdrożenia Marketing Automation?** - Bartosz Spychalski, Digital Marketing Consultant w Masterlease

**13:35** - Przerwa

**14:05** - **Technologia w blokach startowych, czyli dlaczego miliony Polaków mogą kupować online mimo #ZostanwDomu?** - Robert Paszkiewicz, Szef regionu CEE w OVHcloud

**14:55** - **Jak zachwycić klienta obsługą w nowoczesnym e‑commersie?** - Szymon Negacz, Konsultant Sprzedaży i Marketingu w SellWise

**15:40** - Podsumowanie i zakończenie konferencji

**Bezpłatnej rezerwacji miejsc można dokonać** [tutaj](https://expertsender.pl/u-nas-dziala/)**.**