**Nowe trendy e-commerce**

**Już 73% Polaków deklaruje, że robi zakupy w Internecie(1), dlatego wiele firm w minionym roku podjęło lub przyspieszyło decyzję o rozszerzeniu swojej działalności o kanał online. Zwiększenie konkurencji wśród sklepów internetowych zaostrzyło walkę o klienta i wymagało od sprzedających skupienia się na działaniach marketingowych, m.in. na analizie danych sprzedażowych, newsletterach oraz programach lojalnościowych. Wzrost zainteresowania tymi tematami w porównaniu do stycznia 2020 roku wyniósł 247 proc. w marcu, 486 proc. w kwietniu i 157 proc. pod koniec roku.**

**Klucz do sukcesu - analiza danych**

*Dzięki analizie danych o naszych klientach i ich zachowaniach zakupowych poznajemy ich zainteresowania i potrzeby* - mówi Krzysztof Jarecki, CEO ExpertSender - *To z kolei pozwala na kierowanie do nich precyzyjnej, spersonalizowanej komunikacji, co przekłada się na lepszy user experience i zwiększenie sprzedaży. Możemy oferować im dokładnie to, czego chcą i potrzebują, w tych kanałach komunikacji, z których korzystają. Dzięki takim działaniom możemy zarówno pozyskać nowych klientów, jak i zwiększyć zainteresowanie i lojalność dotychczasowych. W ostatnich latach coraz więcej firm działa w Internecie, zwiększa się konkurencja. Uważna analiza danych i opieranie się na niej w swoich działaniach marketingowych to niezbędne działanie i klucz do sukcesu.*

Hasła „analiza danych” i „big data” jeszcze przed pandemią cieszyły się sporym zainteresowaniem wśród Internautów. W marcu 2020 zainteresowanie nimi wzrosło o 247 proc., ale w kolejnych miesiącach sukcesywnie spadało, do poziomu 165 proc. pod koniec roku.

**Zniżka na newsletter**

Jednym z bardziej skutecznych narzędzi marketingowych jest newsletter, który pozwala budować więź z klientem, pozostawać z nim w kontakcie, informować go o promocjach oraz przesyłać oferty dopasowane do jego zainteresowań i potrzeb. W zamian za zapisanie się do newslettera klienci często zyskują zniżki oraz dostęp do ekskluzywnych treści czy promocji. W marcu zainteresowanie Internautów hasłem „newsletter” wzrosło tylko o 128 proc. w stosunku do stycznia 2020, ale w kwietniu było to już 486 proc. Często wyszukiwano je w połączeniu ze słowami „zniżka”, „przecena”, „okazja” czy „rabat”, co może sugerować, że temat newsletterów cieszył się popularnością nie tylko wśród firm, ale również wśród konsumentów. Tym bardziej oznacza to, że warto zainteresować się tym narzędziem, by przyciągnąć uwagę obecnych oraz potencjalnych klientów.

Wzrosło też zainteresowanie Internautów programami lojalnościowymi, chociaż w tym wypadku nie odzwierciedlał on tak wyraźnie rozwoju sytuacji związanej z pandemią, a raczej z sezonami zakupowymi. Największy wzrost zainteresowania dał się zauważyć w lutym 2020 r., czyli w sezonie wyprzedaży - o 194 proc. w stosunku do stycznia. W kolejnych miesiącach zainteresowanie bardzo spadło, by mocno wzrosnąć w listopadzie, miesiącu Black Friday i Cyber Monday - o 157 proc. w stosunku do stycznia.

E-mail marketing jest nadal jednym z najtańszych i najbardziej efektywnych narzędzi wspierających sprzedaż, a jego popularność rośnie. Potwierdza to też zainteresowanie Internautów tą tematyką, które w czerwcu było prawie 5-krotnie wyższe, niż na początku roku.

**Wirtualny portfel - Chcemy płacić szybciej i łatwiej**

Analiza danych internetowych pozwala zauważyć ważny i popularny trend, jakim jest usprawnianie płatności internetowych. Zainteresowanie Internautów hasłami takimi jak „digital wallet” czy różnymi metodami płatności bezgotówkowych (takimi jak SkyCash, Blik, Apple i Google Pay, PayPal) już na początku roku 2020 było duże, i choć pandemia nie wpłynęła, jak w innych omawianych przypadkach, na jego gwałtowny wzrost, to rośnie ono systematycznie, osiągając pod koniec roku 2020 107 proc. w stosunku do stycznia.

*Powoli rośnie również zainteresowanie płatnościami kryptowalutami* - dodaje Krzysztof Jarecki, CEO z ExpertSender - *Trudno orzec, czy ten trend utrzyma się w najbliższych latach, ale z pewnością warto o nim pamiętać i śledzić jego dalsze losy.*

l  *-* <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/e-commerce-w-polsce-2020.html>

*\*Analizę przeprowadzono za okres styczeń-grudzień 2020 za pomocą narzędzia SentiOne służącego do monitorowania Internetu i automatyzacji obsługi klienta za pomocą chatbotów. SentiOne wykorzystując autorską technologię, zbiera dane z ponad 5 milionów źródeł, takich jak social media oraz blogi, strony www, portale informacyjne, czy strony z recenzjami.*