**Ranking e-commerce’ów. Gdzie i jak Polacy robią zakupy - rok w pandemii polskich Internautów**

**Wydatki Polaków w sklepach internetowych rosną najszybciej w Europie. Ponad połowa wydaje już tą drogą ponad 300 zł miesięcznie, a blisko 10 proc. nawet ponad 1000 zł miesięcznie, jak wynika z raportu firmy ExpertSender. Polscy Internauci dużo piszą o kupowaniu online. Największą popularnością w rozmowach cieszą się marketplace’y, jak np. Allegro, OLX czy Vinted. Wśród sklepów multibrandowych najpopularniejsze są te z ubraniami i dodatkami, jak Zalando i Domodi.**

**Polak a zakupy online**

Czas pandemii okazał się dla polskiego e-commerce przełomowy. Według raportu [“Zakupy online w Polsce 2020”](https://expertsender.pl/blog/zakupy-online-w-polsce-2020-raport-expertsender/) opracowanego przez ExpertSender, polską firmę wspierającą marki w automatyzacji marketingu opartym na danych, zakupy przez Internet robi już 70 proc. Polaków. Połowa z nich wydaje na nie ponad 300 zł miesięcznie, a 8,2 proc. nawet ponad 1000 zł miesięcznie. Jak wynika z analizy Internetu za pomocą aplikacji SentiOne Listen, w ostatnich 12 miesiącach hasło „zakupy online” osiągnęło zasięgi na poziomie 517 mln wyświetleń, z czego 480 mln pochodziło z portali internetowych, blogów i forów, a 37 mln - z postów i dyskusji na portalach społecznościowych. Wśród tych ostatnich króluje Facebook z zasięgami na poziomie 28 mln wyświetleń, na drugim miejscu znajduje się Twitter - 9 mln. Niemal 60 proc. dyskutujących o zakupach online to mężczyźni. Często powtarzają się hasztagi „moda” i „shopping”.

*Polskie wydatki w e-sklepach rosną najszybciej w Europe - w 2020 r. Polacy wydali tą drogą o 31 proc. więcej niż w roku poprzednim.* - komentuje Krzysztof Jarecki, CEO ExpertSender - *Po pandemii zapewne część konsumentów wróci do częstszego robienia zakupów stacjonarnie, choćby dla odmiany.*

**Najbardziej popularne sklepy online to marketplace’y**

Z tego, co Polacy piszą w mediach społecznościowych, na blogach, forach i portalach, wynika, że najbardziej lubią zakupy w sklepach typu marketplace, czyli na internetowych targowiskach, gdzie swoje produkty sprzedaje wielu dostawców. Na przestrzeni ostatniego roku polscy Internauci najczęściej pisali o Vinted, czyli second-handzie, w którym każdy może wystawić niechciane już ubrania i akcesoria - ponad 1,6 mln wzmianek. Na drugim miejscu znalazło się Allegro - ponad 1,2 mln wzmianek. Na trzecim miejscu, ale z dużo mniejszą popularnością, znalazł się Amazon - blisko 451 tys. wzmianek. Dalej plasują się OLX (384,5 tys. wzmianek) i AliExpress (304,5 tys. wzmianek).

Co ciekawe, zupełnie inaczej to wygląda, jeśli spojrzymy na zasięg, czyli poziom dotarcia tych wzmianek - wtedy na pierwszym miejscu znajduje się Allegro, z zasięgiem niemal 2 179 mln odbiorców. Drugi jest Amazon (924 mln), następnie OLX (758 mln), AliExpress (623 mln) i dopiero na piątym miejscu Vinted (256 mln).

**Wśród sklepów multibrandowych królują te z ubraniami oraz elektroniką**

Jeśli chodzi o platformy multibrandowe, czyli sprzedające produkty różnych firm, ich popularność nie różni się w zależności od tego, czy patrzymy na liczbę wzmianek, czy na ich zasięg. Na pierwszym miejscu znajduje się Zalando, ze 119 tys. wzmianek i 305 mln zasięgu, a na drugim Domodi z niemal 108 mln wzmianek i 85 mln zasięgu. Dalej w kolejności jest Eobuwie (53,6 tys. wzmianek i 67 mln zasięgu), Allani (45,3 tys. wzmianek i 46 mln zasięgu) oraz Answear (18,7 tys. wzmianek i 28 mln zasięgu).

Wśród sklepów multibrandowych działających nie tylko online, ale i stacjonarnie, dominują te oferujące elektronikę i AGD. Zarówno pod względem liczby wzmianek, jak i zasięgu największą popularnością cieszy się RTV EURO AGD (584 tys. wzmianek i 678 mln zasięgu). Jeśli chodzi o liczbę wzmianek, to na drugim miejscu znajduje się x-kom (441,5 tys.), a na trzecim - Media Expert (354,4 tys.) Natomiast pod względem zasięgu to Media Expert zajmuje wyższą pozycję - 334 mln. X-kom ma zasięg na poziomie 311 mln. Na czwartym miejscu znajduje się Media Markt - 134,8 tys. wzmianek i 115 mln zasięgu.

**Wśród marek D2C najpopularniejsza jest Ikea**

Wśród marek D2C (czyli direct-to-customer, sprzedających z pominięciem pośredników) najpopularniejsza wśród Internautów jest Ikea - 453,5 tys. wzmianek i 808 mln odbiorców zasięgu. Druga pod względem popularności jest Zara - 260 tys. wzmianek i 515 mln zasięgu. Trzecia w kolejności również jest marka modowa - H&M - 106,3 tys. wzmianek i zasięg na poziomie 222 mln. Dwa kolejne miejsca zajmują drogerie - Rossmann i SuperPharm. Rossmann jest częściej wymieniany przez Internautów (34,3 tys. wzmianek w stosunku do 30,8 tys.), natomiast wzmianki o SuperPharm mają większy zasięg (53 mln w stosunku do 33 mln).

*Zjawisko przenoszenia codziennych aktywności do Internetu będzie nieustannie postępować, a rola sklepów stacjonarnych przesunie się raczej w stronę showroomów, gdzie klienci będą oglądać produkty, ale kupią je potem online. -* podsumowuje Krzysztof Jarecki *- Dlatego właściciele sklepów powinni zawczasu pomyśleć o inwestycji w rozwój e-commerce i zadbać o jego reklamę na podstawie rzetelnej analizy informacji o swoich obecnych i potencjalnych klientach.*

Analizę rankingu e-commerce’ów pośród polskich Internautów przeprowadzono za okres marzec 2020 - marzec 2021 za pomocą polskiego narzędzia SentiOne.