**Polacy a zakupy online - podsumowanie roku 2020**

**Zainteresowanie zakupami przez Internet w ostatnich latach rosło systematycznie, ale rok 2020 przyspieszył rozwój e-handlu prawdopodobnie o całe lata. Już 80 proc. Polaków z dostępem do Internetu robi tą drogą zakupy, z czego 11 proc. to osoby, które robią to krócej niż 12 miesięcy - wynika z raportu ExpertSender „Zakupy online w Polsce 2020”. Prawdopodobnie trendy, które można było zaobserwować w 2020 r., wyznaczą kierunki rozwoju e-handlu na najbliższe lata.**

Jak wynika z najnowszej analizy danych zainteresowanie zakupami online od początku ubiegłego roku było wysokie - w styczniu 2020 polscy Internauci wpisywali hasła „zakupy online”, „zakupy w internecie” i „zakupy w sieci”, często w powiązaniu z hasztagami #fashion #moda i #shopping. W marcu zainteresowanie to wzrosło aż o 271 proc. W kolejnych miesiącach, po złagodzeniu obostrzeń, liczba ta spadła do początkowego poziomu, by pod koniec roku wzrosnąć ponownie.

**Moda dziecięca i zniżka na urodę**

Na początku pandemii przez blogi i media społecznościowe przetoczyła się dyskusja o jej wpływie na przemysł modowy i kosmetyczny. Jednak frazy „zakupy fashion” i „kosmetyki online”, tak samo, jak inne hasła powiązane z zakupami przez Internet, odnotowały w marcu wzrost zainteresowania odpowiednio o 311 proc. i 302 proc. w stosunku do stycznia 2020, następnie widoczny był znaczny spadek i ponowny wzrost pod koniec roku do poziomu odpowiednio 101 proc. i 154 proc. Wpływ na to miały promocje z okazji Black Friday i Cyber Monday oraz rozpoczęcie okresu kupowania prezentów świątecznych.

Popularnym hasztagiem używanym przez internautów w kontekście zakupów modowych online była między innymi #odziezdziecieca. Trudno się dziwić - spędzający większość czasu w domach rodzice mogli ograniczyć kupowanie ubrań dla siebie, ale dzieci, mimo pandemii, nadal rosną.

**Zakupy spożywcze jednak stacjonarnie lub z odbiorem**

Zainteresowanie zakupami spożywczymi online na początku 2020 r. w wyszukiwarkach internetowych było niewielkie. W marcu bardzo wzrosło - internauci wpisywali frazy „zakupy spożywcze online” i „zakupy spożywcze w internecie” o 710 proc. częściej niż w styczniu, często w zestawieniu z hasztagami #koronawirus i #zostanwdomu. Jednak w maju i w kolejnych miesiącach zainteresowanie spadło do poziomu niższego nawet niż na początku roku, by w listopadzie, w okresie znacznego wzrostu liczby zachorowań i groźby drugiego lockdownu ponownie wzrosnąć o 123 proc. w stosunku do stycznia. W grudniu było to już 214 proc. Wygląda na to, że większość Polaków wciąż woli robić zakupy spożywcze w sklepach stacjonarnych, a do zmiany tego przyzwyczajenia może ich skłonić jedynie konieczność.

Niewielki wzrost zainteresowania internautów w porównaniu do innych fraz odnotowało hasło „odbiór w sklepie” - w marcu było wpisywane o 144 proc. razy częściej niż w styczniu 2020. Już w kwietniu liczba ta zaczęła spadać, odnotowując tylko nagły skok popularności w lipcu, w czasie wakacji - 160 proc. Pod koniec roku było to 130 proc. w porównaniu do stycznia 2020.

**Dostawa do domu i wsparcie gastronomii**

Dużą popularnością cieszyła się natomiast fraza „dostawa do domu”, często w towarzystwie hasztagów #restauracja, #nawynos i #wspieramgastro, z czego można wysnuć wniosek, że internautów interesowała głównie dostawa gotowych posiłków. W marcu zainteresowanie tym hasłem wzrosło aż o 637 proc. w stosunku do stycznia. W kolejnych miesiącach spadło, by w momencie pogorszenia się sytuacji covidowej i powrotu do obostrzeń (wrzesień-październik) osiągnąć poziom 626 proc. w stosunku do stycznia. Co ciekawe, w listopadzie i grudniu ta popularność bardzo spadła - do poziomu tylko 141 proc. w porównaniu do stycznia.

**Polacy nie kupują lekarstw przez Internet**

Z raportu [„Zakupy online w Polsce 2020”](https://expertsender.pl/blog/zakupy-online-w-polsce-2020-raport-expertsender) przeprowadzonego przez ExpertSender, platformę pomagającą zwiększyć sprzedaż dzięki zautomatyzowanym kampaniom internetowym, wynika, że Polacy niechętnie kupują online produkty specjalistyczne, wymagające profesjonalnego doradztwa. Tylko 6,7 proc. ankietowanych twierdzi, że kupuje przez Internet produkty farmaceutyczne, choć tutaj zapewne znaczenie mają też prawne ograniczenia w dostawie leków na receptę pod wskazany adres.

Pandemia nie zmieniła za bardzo tego przyzwyczajenia. W marcu zainteresowanie hasłami takimi jak „apteka internetowa” czy „lekarstwa online” wzrosło o 227 proc. w stosunku do stycznia, natomiast w kolejnych miesiącach liczba ta spadła jeszcze poniżej poziomu wyjściowego, osiągając na koniec roku 93 proc w stosunku do stycznia 2020.

**Co przed nami?**

*Pandemia nie spowodowała diametralnej zmiany przyzwyczajeń i zachowań zakupowych Polaków, ale uwypukliła dotychczasowe trendy i bardzo przyspieszyła ich rozwój.* *Te zjawiska będą dalej występować w kolejnych latach, chociaż zapewne nie z takim natężeniem jak w 2020 r.* - dodaje Krzysztof Jarecki, CEO ExpertSender - *Pojawiają się też nowe rozwiązania, których rozwój warto śledzić. Niektóre sklepy internetowe korzystają już z możliwości, jakie dają technologie augmented reality, czyli rozszerzonej rzeczywistości, oraz virtual reality, rzeczywistości wirtualnej. Dzięki nim klienci mogą np. wirtualnie przymierzyć ubrania, dobrać kosmetyki czy sprawdzić, jak wybrany mebel prezentuje się w ich mieszkaniu. Bardzo ciekawym pomysłem jest też tzw. voice commerce, który pozwala np. powiedzieć Asystentowi Google, co ma kupić, i głosowo zatwierdzić płatność.*