A woman with long brown hair and glasses, wearing a white and blue striped shirt and olive green trousers, is standing in a warehouse. She is talking on a mobile phone held to her ear with her right hand and looking down at a document she is holding with her left hand. The warehouse is filled with cardboard boxes and a white pallet jack is visible in the foreground. The lighting is warm and focused on the woman.

Wszystko jest do sprzedania: kompendium skutecznego e-commerce

Poradnik dla przedsiębiorców
część III



Spis treści

Rynek i trendy w e-commerce 2021.....	3
Innowacyjne działania.....	7
Kompleksowe rozwiązania e-commerce.....	12
Rozwiązania najlepsze dla Twojej firmy.....	15
Zapewnij klientowi poczucie bezpieczeństwa....	18
Wszyscy w jednej sieci.....	22



Rynek i trendy w e-commerce 2021

Choć pandemia koronawirusa wciąż nie została opanowana, nauczyliśmy się już funkcjonować w nowej rzeczywistości. Wielu właścicieli firm dostrzegło w niej szansę również na pozytywne zmiany i rozwój. Było to możliwe dzięki usługom online, a przede wszystkim e-commerce.





Wzrost wartości polskiego rynku e-commerce

W 2020 roku firmy, które dotąd preferowały handel bezpośredni, zaczęły intensywnie inwestować w rozwój e-commerce. Pojawiło się też wiele nowych sklepów, odpowiadających na zmieniające się potrzeby. W rezultacie **wartość polskiego rynku e-commerce w 2020 roku przekroczyła 100 mld zł**, choć według prognoz z 2019 roku miała sięgnąć 70 mld zł.

Większe szanse, większa konkurencja

Rozwój e-commerce stał się szansą dla wielu firm – zarówno dużych i od dawna istniejących na rynku, jak i tych dopiero powstających. Oznacza on jednak również rosnącą konkurencję. Właściciele sklepów online potrzebują więc nowoczesnych rozwiązań, pomysłów i usprawnień, które sprawią, że klienci będą do nich wracali. W kolejnych rozdziałach powiemy Ci, jak to osiągnąć.

E-commerce – sposób na stabilność biznesową w każdych czasach

Rok 2020 pokazał, że niczego nie można być pewnym. No właśnie, czy naprawdę niczego? Na szczęście, jest wyjątek: e-commerce ma się doskonale i na to samo pozwoli firmom, które umiejętnie wykorzystają jego potencjał.

E-commerce będzie rósł w siłę w Polsce...

100 mld zł – wartość rodzimego rynku e-commerce w 2020 r. W 2017 r. było to „zaledwie” 44 mld zł

14% – aktualny udział e-commerce w sprzedaży detalicznej

162 mld zł – szacowana wartość rynku e-commerce w Polsce w 2026 r.

12% – szacunkowy roczny wzrost wartości e-commerce w Polsce

53,33% – wzrost liczby domen umożliwiających zakupy online w ciągu ostatnich siedmiu lat

Aż **73%** internautów dokonywało zakupów online, 72% z nich wybiera polskie e-sklepy

I na świecie:

4,2 bln USD – szacowana wartość sprzedaży online na świecie w 2020 r.

Wzrost o 700 mld USD w stosunku do 2019 r.

16,5% – udział e-commerce w globalnej sprzedaży detalicznej

Dlaczego tak się dzieje?

E-commerce jest pandemioodporny

51 tys. – szacowana liczba aktywnych witryn e-commerce w Polsce. Co najmniej 6370 z nich powstało w 2020 roku!

85% Polaków deklaruje przynajmniej utrzymanie aktualnej częstotliwości zakupów po COVID-19

Online można sprzedawać wszystko

Najpopularniejsze kategorie tematyczne e-sklepów w Polsce:

Dom i ogród – 16,7% ogółu e-sklepów

Styl i moda – 13,1%

Sztuka i rozrywka – 8,6%

Technologia i komputery – 7,8%

Biznes – 7%

Motoryzacja – 5,4%

Branże, które odnotowały największy rozwój w 2020 r., to m.in.:

Branża delivery – czyli firmy kurierskie i inni dostawcy

Sektor e-grocery – czyli internetowe sklepy spożywcze

I są narzędzia, które pozwalają robić to skutecznie.

Najczęściej używane platformy e-commerce w Polsce:

WooCommerce

PrestaShop

Shoper

IdoSell

(działamy we wszystkich powyższych technologiach)

39% – wzrost liczby sklepów na platformie PrestaShop

110% – wzrost sprzedaży na platformie Shoper (dane z roku na rok, czerwiec 2020)



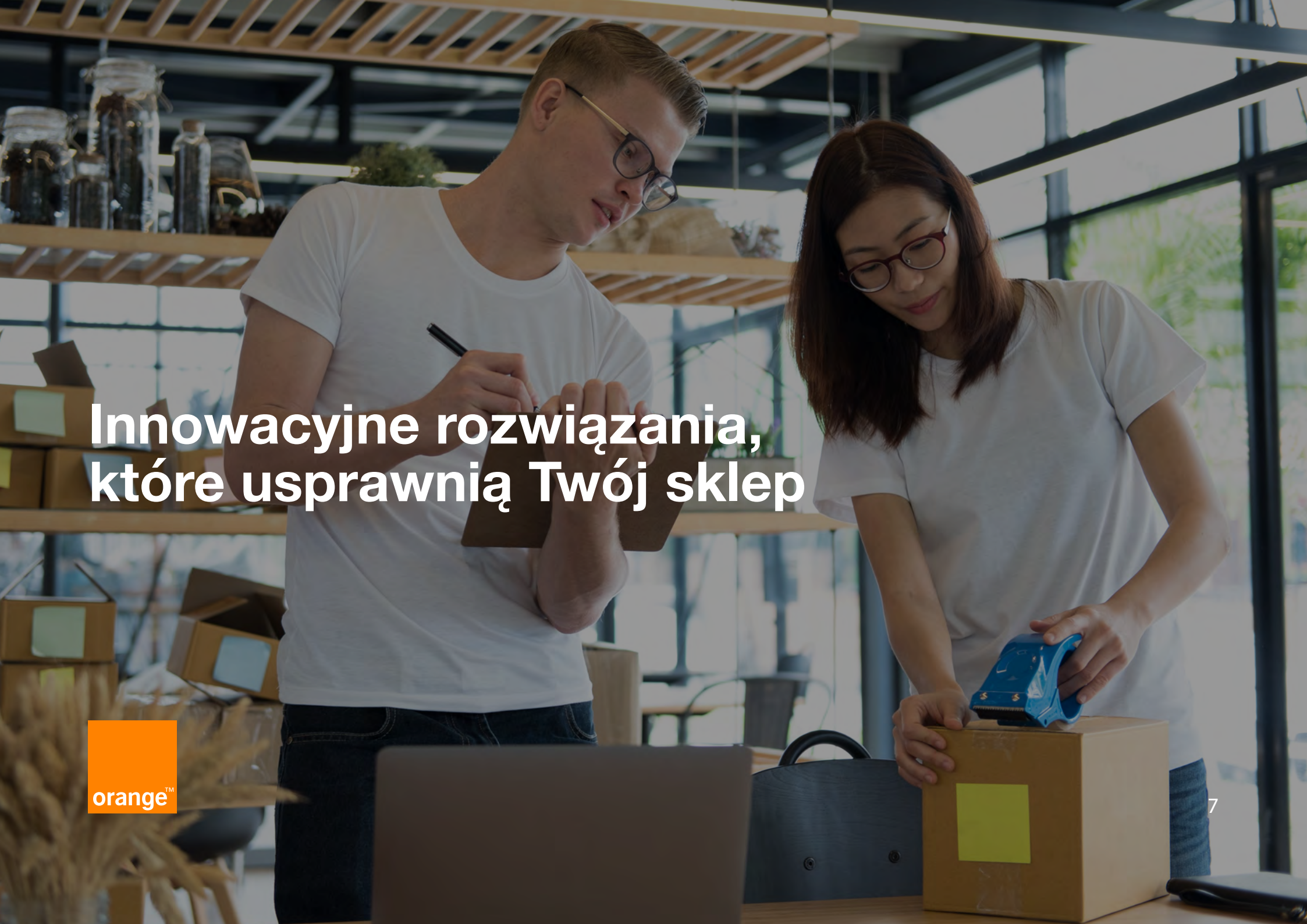
Rola trendów w budowaniu sprzedaży e-commerce

Podpowiedz klientowi to, czego **NAPRAWDĘ** potrzebuje

Personalizacja w e-commerce to dziś jeden z najważniejszych trendów. **Aż 74% polskich konsumentów chce, żeby odwiedzany przez nich sklep internetowy dostosowywał formę i kanał komunikacji do ich preferencji.** Upodobań może być tyle, ilu samych użytkowników, ale współczesne narzędzia pozwalają na taki stopień personalizacji.

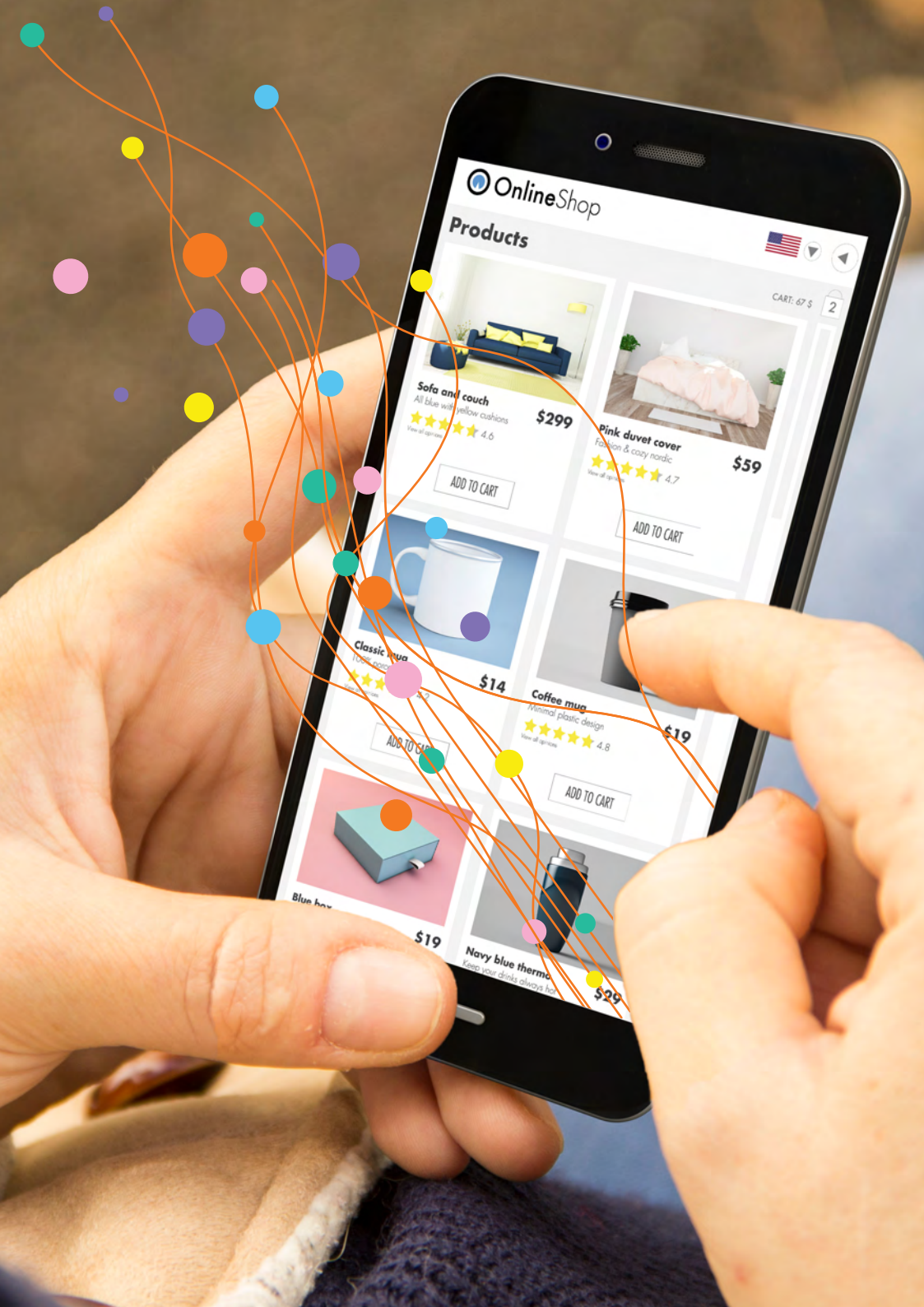
Odpowiedni dobór rozwiązań pomoże zbudować skuteczny proces sprzedaży przez internet. Aby tak się stało, Orange wraz z partnerami i zewnętrznymi dostawcami rekomenduje kilka rozwiązań wpisujących się w aktualne trendy branży e-commerce.





**Innowacyjne rozwiązania,
które usprawnią Twój sklep**





Smart Search

Efektywna wewnętrzna wyszukiwarka firmy **QuarticOn**, którą zaimplementujesz bez kosztownych prac deweloperskich. Narzędzie to pozwala na integrację wyników wyszukiwania ze spersonalizowanymi rekomendacjami produktowymi. Oferuje sugestie w trakcie pisania, rozpoznaje błędy, literówki i obsługuje synonimy.

Odpowiednio dobrana wyszukiwarka produktów może generować aż 17,1% całkowitej sprzedaży w sklepie online

Źródło: QuarticON

Rekomendacje produktowe

System rekomendacji to jeden z najskuteczniejszych sposobów na personalizację i przyspieszenie procesu zakupowego. Dzięki gromadzeniu danych o aktywności użytkownika i przewidywaniu kolejnych działań możliwe jest stworzenie rekomendacji ściśle odpowiadających profilowi klienta.

63% konsumentów postrzega dopasowaną do ich potrzeb ofertę jako jeden z głównych motywatorów ich decyzji zakupowych

Źródło: QuarticON

Reklama kontekstowa

Reklama produktu w sprzedaży online powinna docierać do ściśle określonej, potencjalnie zainteresowanej nim grupy odbiorców. Internauci ignorują niechciane treści, ale chętnie przyjmą rekomendacje produktów spełniających kryteria ich poszukiwań. Mogą w tym pomóc banery, pop-upy czy mailingi generowane na podstawie zebranych danych o użytkownikach.

37% konsumentów preferuje zakupy w sklepach, które wysyłają spersonalizowane wiadomości reklamowe

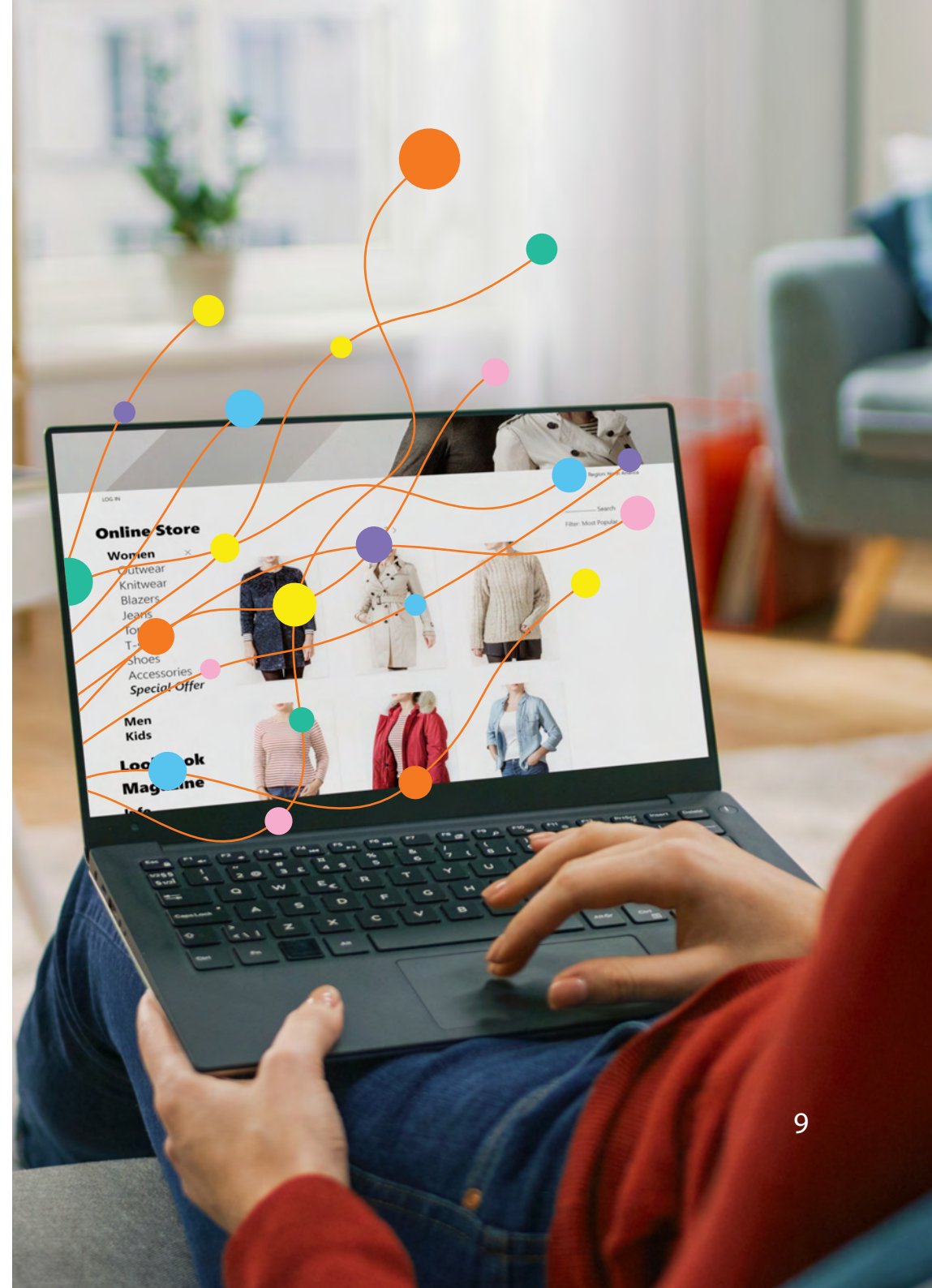
Źródło: QuarticON

Marketing automation

Rozwiązania Marketing Automation, które we współpracy z Orange dostarcza firma QuarticOn, pozwalają na zarządzanie sklepem, lejkiem sprzedażowym, komunikatami i kontaktami. Dzięki nim dostarczane treści są dopasowane do indywidualnych użytkowników. Dodatkowo automatyzacja pozwala na odciążenie pracowników odpowiedzialnych za obsługę klienta i marketing.

Automatyzacja komunikacji z klientem może obniżyć koszty marketingu o 12%

Źródło: QuarticON



Rok z e-commerce, czyli jak uczynić każdy dzień świętem sprzedaży

Choć sezonowość w e-handlu jest faktem, wciąż można wykorzystać magię świąt do pozyskania nowych klientów, a „sezony ogórkowe” przejść bez większego uszczerbku na biznesie. Wystarczy umiejętnie korzystać z narzędzi e-commerce i robić to trochę inaczej niż inni. Na przykład tak:

Nowy rok, nowa... okazja do sprzedaży

Pierwsze tygodnie nowego roku to idealny okres na akcje wyprzedażowe oparte na **spersonalizowanych ofertach**. Pokaż, że pamiętasz o preferencjach swojego klienta i zaproponuj mu to, co lubi – w lepszej cenie.

Lato sprzedaje. I to w pakietach

W sezonie urlopowym klienci rzadziej robią zakupy, ale potrafią być one dużo większe, wykorzystaj więc moc **cross-sellingu** i **up-sellingu**. Klient kupił ogródki? Zaoferuj uzdatniacz do wody. W zeszłym roku wybrał dwuosobową huśtawkę? Zaproponuj mu model trzyosobowy.

Black Friday / Cyber Monday... i wszystko jasne

Rozpoznawalność tych dat sprawia, że można czerpać z ich potencjału praktycznie w każdej branży. Aby jednak nie utonąć w morzu ofert, należy zbudować rozpoznawalną, **wielokanałową akcję promocyjną**, wspomaganą płatną reklamą w Google Ads czy Facebook Ads.

Święta Bożego Narodzenia

Tak, każdy ma ofertę świąteczną. Dlatego sugerujemy bardzo subtelną komunikację i wykorzystanie technologii w celu idealnego dopasowania propozycji do oczekiwań klienta. Pomoże tutaj **automatyzacja działań marketingowych** w połączeniu z silnikiem rekomendacji opartym na AI.



Wypowiedź eksperta:

Czy klienci sklepów online zmienili się pod wpływem pandemii?

„Niewątpliwie pod wpływem pandemii zmieniły się oczekiwania i priorytety klientów, ale przybyło również samych klientów. W tym nowe grupy, które wcześniej w niewielkim zakresie korzystały z internetu.

Z raportu KPMG wynika, że **70% polskich konsumentów powyżej 55. roku życia dokonało w czasie pandemii zakupów przez internet**. Dotychczas niewiele sklepów uwzględniło seniorów w swojej komunikacji. A szkoda, bo to liczna grupa (ok. 24% populacji), której pozyskanie może być szansą dla wielu biznesów online.

Dla seniorów szczególnie ważne będą pozytywne doświadczenia zakupowe. Ich znaczenie wzrasta zresztą we wszystkich grupach. Badania pokazały, że **65% klientów opuszcza sklep internetowy, jeśli nie może szybko wyszukać produktu**. To ważny trend, który będzie się utrzymywał i decydował o powodzeniu biznesu”.

” 70% polskich konsumentów powyżej 55. roku życia dokonało w czasie pandemii zakupów przez internet.



Agnieszka Kubiczek

Senior Solution Manager



A person with long dark hair is sitting at a wooden desk, using a silver laptop. They are holding a dark credit card in their left hand and pointing at the laptop keyboard with their right hand. The background is a bright, modern office space with several potted plants. The text 'Kompleksowe rozwiązania e-commerce' is overlaid on the image in white, bold font.

Kompleksowe rozwiązania e-commerce





Jak zmienić trendy w narzędzia biznesowe i połączyć je w jeden spójny ekosystem sprzedażowy?

Czas pandemii pokazał, że rośnie zapotrzebowanie na kompleksowe usługi wspierające e-commerce. Dlatego Grupa Orange we współpracy z wiodącymi na rynku dostawcami – QuarticOn oraz Go2Ecommerce - stworzyła ofertę dla marek chcących budować i rozwijać sklepy internetowe.

W ramach jednej skalowalnej usługi klienci otrzymują doradztwo w zakresie digital strategy, audyty istniejących sklepów oraz propozycje nowych optymalizacji działań.

E-Commerce z Orange: od budowy sklepu po międzynarodową ekspansję

Kluczem do sukcesu w e-commerce są kompleksowe rozwiązania, w których jeden element wspiera pozostałe. Dlatego niezależnie od tego, na jakim etapie jest Twoja firma, proponujemy Ci pełen zestaw działań, które zamienią inwestycję w sprzedaż.

Twoja firma nie ma jeszcze strony WWW lub chce stworzyć ją od nowa?

- Zaproponujemy projekt spójny z wizerunkiem oraz potrzebami Twojej firmy
- Przedstawimy najlepsze praktyki pozycjonowania strony i promowania marki w sieci

Strona internetowa już istnieje, ale potrzebny jest sklep online?

- Wybierzemy silnik sklepu odpowiadający potrzebom sprzedażowym Twojej firmy
- Dopasujemy możliwości skalowania i funkcje do planów rozwoju biznesu
- Zapewnimy opiekę nad sklepem i doradzimy, jak sprzedawać więcej

Strona i sklep online są, ale nie sprzedają?

Doradzimy najlepsze narzędzia e-marketingowe:

- Zwiększymy sprzedaż poprzez kompleksowe strategie Google Ads
- Pomożemy dotrzeć do potencjalnych klientów poprzez social media
- Zadbamy o widoczność marki w sieci poprzez działania SEO, linkowanie oraz content marketing

Dotychczasowe działania nie przynoszą oczekiwanych rezultatów?

Zapewnimy Ci pełne doradztwo na każdym etapie:

- Przygotujemy audyt e-commerce i działań marketingowych
- Stworzymy plan i strategię działania
- Pomożemy w bieżącej obsłudze działań e-commerce i w wejściu na nowe rynki

Które rozwiązania będą najlepsze dla mojej firmy?

W sprzedaży online najważniejsze jest znalezienie i umiejętne wykorzystanie tych narzędzi, które najlepiej sprawdzą się w Twoim sklepie. W ich doborze mogą pomóc doświadczeni partnerzy, którzy podpowiedzą najlepsze rozwiązania – tak jak zrobili to m.in. w przypadku sklepów **Ekskluzywna.pl** i **DUKA**.



Historia e-sukcesu: Ekskluzywna.pl

Cel: Zwiększenie konwersji przez usprawnienie procesu wyszukiwania produktów

Zastosowane rozwiązanie: QuarticOn AI Smart Search

- Autouzupelnianie
- Rozpoznawanie błędnej pisowni
- Strona z wynikami wyszukiwania
- Zarządzanie synonimami
- Zrozumienie złożonych zapytań

Efekty:

28,57% – usprawnienie szybkości ładowania strony

49,67% – wzrost współczynnika konwersji e-commerce

43,50% – wzrost przychodów

6,34% – wzrost średniej wartości zamówienia

Opinia klienta:

Dzięki wdrożeniu Smart Search nasze przychody wzrosły o **prawie 45%**. Zdobyliśmy też wiedzę o naszych klientach, co przełożyło się na wzrost liczby zamówień i ich średniej wartości.

Michał Sampolski – właściciel sklepu Ekskluzywna.pl



Historia e-sukcesu: DUKA

Cele:

- Zwiększenie konwersji przez usprawnienie procesu wyszukiwania produktów
- Wzrost zaangażowania użytkowników na stronie sklepu
- Poprawienie efektywności komunikacji z klientami

Zastosowane rozwiązanie:

silnik rekomendacji produktowych QuarticOn

- Ramka „Wybrane dla Ciebie” na stronie głównej
- Personalizowany landing page
- Ramka „Produkty podobne” i cross-selling na stronie produktu

QuarticOn AI Smart Search

- Autouzupelnianie z funkcją wyświetlania podpowiedzi
- Rozpoznawanie błędnej pisowni
- Zarządzanie synonimami

Marketing automation

- tworzenie bannerów, pop-upów oraz kampanii e-mailowych i jednorazowych newsletterów dla określonych grup odbiorców

Efekty:

2% – aktualny odsetek wyszukiwań bez wyników

14% – za taką część sprzedaży odpowiada silnik rekomendacji QuarticOn

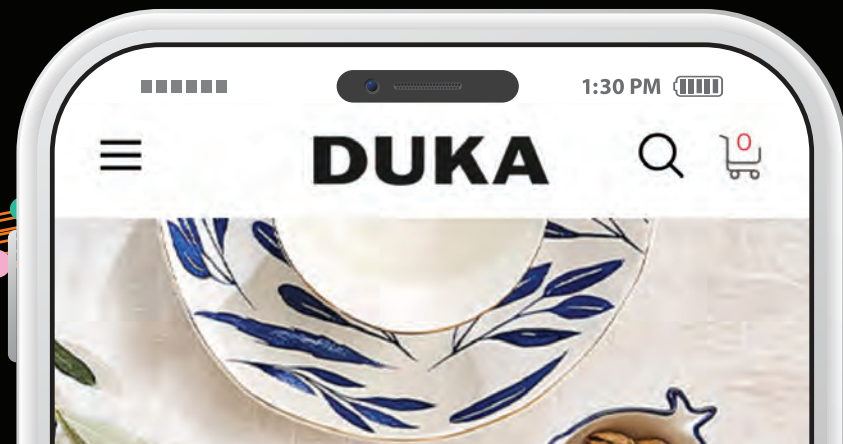
25% – za taką część sprzedaży odpowiada inteligentna wyszukiwarka QuarticOn

99,9% – dostarczalność e-maili z panelu QON

Opinia klienta:

W pierwszym miesiącu po wprowadzeniu rekomendacji sprzedaż wzrosła o 11%, a po wdrożeniu Smart Search o kolejne 14%. Klienci lepiej odnajdują się na naszej stronie, zostają na niej dłużej, a większość z nich kończy zakupy złożeniem zamówienia.

Aleksandra Burdon – Starszy Specjalista ds. Performance Marketingu



Zapewnij klientowi poczucie bezpieczeństwa

Dane i płatności to elementy, bez których nie może funkcjonować żaden sklep online. Niestety są to również najbardziej atrakcyjne łupy dla cyberprzestępców. Dlatego jednym z najważniejszych zadań e-commerce jest zabezpieczenie się przed cyberatakami.



E-commerce – atrakcyjny cel dla hakerów?

1,6 mln USD – tyle szacunkowo wydaje się na świecie na zakupy online w ciągu 60 sekund

Dlatego też najpopularniejsze rodzaje cyberataków są wymierzone m.in. w e-commerce:

34,8% – phishing

25% – złośliwe oprogramowanie

19,7% – DDoS

I rosną w siłę:

47% – wzrost zagrożeń phishingowych (pierwszy kwartał 2021 r. w stosunku rok do roku)

Strony WWW są najczęściej wykorzystywane do dystrybucji złośliwego oprogramowania, a branża e-commerce obiektem ataków DDoS.

Atak DDoS, poprzez wysyłanie bardzo dużej liczby zapytań, potrafi skutecznie unieruchomić działanie sklepu online. W całym 2020 roku system ochrony przed atakami DDoS interweniował ponad 65 000 razy w sieci stacjonarnej i 12 500 razy w sieci mobilnej.

Źródło: CERT Orange Polska



Wypowiedź eksperta:

Skorzystaj z profesjonalnego wsparcia specjalistów w zakresie bezpieczeństwa Twojego sklepu

„Obecnie branża e-commerce obraca ogromną ilością danych – w tym loginów, haseł, adresem domowym i danymi karty płatniczej. W rękach przestępców dają one nieograniczone możliwości do nadużyć.

Dlatego udany cyberatak może nie tylko negatywnie wpłynąć na wizerunek i wiarygodność firmy, ale również narazić na straty jej klientów. Oprócz wycieku haseł, danych wrażliwych czy zainfekowania witryny, systemy internetowego sklepu są narażone na ataki typu **DDoS (Distributed Denial of Service)**. Ich głównym celem jest paraliż infrastruktury sklepu, a w efekcie uniemożliwienie działania usług, np. strony internetowej sklepu, jego poczty etc. Stąd kwestie bezpieczeństwa są tak istotne. Jakie są sposoby na odpowiednie zabezpieczenie swojego sklepu internetowego?

Według eksperta ds. cyberbezpieczeństwa ważne jest odpowiednie zabezpieczenie infrastruktury, zbieranie i monitorowanie zdarzeń pod kątem wystąpienia incydentów bezpieczeństwa, regularne aktualizacje, jak również szkolenia dla pracowników i administratorów. **Aby zminimalizować skutki ataku DDoS, warto skorzystać z dostępnych usług ochrony oraz profesjonalnego wsparcia specjalistów”.**

” **Udany cyberatak może nie tylko negatywnie wpłynąć na wizerunek i wiarygodność firmy, ale również narazić na straty jej klientów.**



Rafał Wiszniewski

Ekspert ds. cyberbezpieczeństwa



Cyber Pakiety – zawsze o krok przed cyberprzestępcą

Zapewnienie cyberbezpieczeństwa w organizacji wymaga ciągłej czujności, a im bardziej złożona jest jej struktura informatyczna, tym więcej uwagi wymaga. Wiedzą to cyberprzestępcy, ale jeszcze lepiej wiedzą to eksperci CERT Orange Polska. Oto, jak działają jedni i drudzy:

Cyberprzestępcy do ataków wykorzystują najczęściej:

- Luki bezpieczeństwa (podatności)
- Błędy konfiguracyjne
- Socjotechnikę (szczególnie phishing)
- Luki w aplikacjach webowych
- Błędy użytkowników

Tak radzi sobie z nimi usługa Cyber Pakiet:

Skany podatności. Regularne skany wskażą luki i błędy konfiguracyjne w Twojej infrastrukturze, które mogą zostać wykorzystane przez cyberprzestępców.

Testy penetracyjne

By pokonać hakerów, trzeba myśleć jak oni. Etyczni hakerzy pracujący dla CERT Orange Polska sprawdzą bezpieczeństwo webaplikacji kluczowych dla Twojej organizacji.

Ochrona reputacji

Nawet zwykłe błędy w zakresie nadzoru nad systemami IT mogą wpłynąć na Twoje cyberbezpieczeństwo i wizerunek firmy. Narzędzia CERT Orange Polska będą monitorować, czy nie wydarzyło się coś, na co należy zareagować.

Budowanie świadomości

Nauczymy Cię, jak rozpoznać techniki cyberprzestępców i jak na nie reagować. Wcielimy się w rolę atakujących i sprawdzimy, w jakim stopniu Twoi pracownicy są podatni na ataki inżynierii społecznej.

Wsparcie eksperta bezpieczeństwa

Nasi eksperci dokonają przeglądu zarządzania bezpieczeństwem systemów informatycznych Twojej organizacji i doradzą Ci w kwestiach programów bezpieczeństwa, identyfikacji ryzyka czy zarządzania incydentami.

Od producenta do klienta – wszyscy w jednej sieci

Aby sprzedaż online przebiegała sprawnie, niezbędne jest zapewnienie komunikacji między siedzibą firmy, sklepami regionalnymi, magazynem, producentem, sklepem online i klientami. To złożony ekosystem, którego efektywność można zwiększyć, korzystając z kompleksowych rozwiązań sieciowych – takich jak hybrydowy SD-WAN od Orange.

Obejrzyj [video](#), żeby zobaczyć, jak zbudować sprawną, szybką i bezpieczną komunikację w organizacji.



Wypowiedź eksperta:

Co mogą przynieść kolejne lata w temacie e-commerce?

Branża e-commerce już teraz rozwija się bardzo dynamicznie. W latach 2020-2025 sprzedaż internetowa w Europie ma wzrosnąć o 298 mld dolarów, jak szacuje CBRE. A Polska utrzymuje się tu w ścisłej czołówce – zaraz za podium. Prognozuje się też, że za 4 lata udział e-commerce w Polsce będzie wyższy niż we Francji, Hiszpanii czy Szwecji. Otwiera to przed właścicielami sklepów online wiele możliwości, ale wymaga również nadążania za trendami i otwarcia się na pojawiające się na rynku nowinki technologiczne.

Przyszłość e-commerce to przede wszystkim kompleksowe rozwiązania, które pozwalają na tworzenie zaawansowanych sklepów przy stosunkowo niewielkich

kosztach. W cenie będą również narzędzia oparte na sztucznej inteligencji i machine learningu, które usprawniają sprzedaż i umożliwiają coraz większą personalizację – takie jak te, które można znaleźć we wspólnej ofercie Orange i QuarticOn. Branża e-commerce będzie starała się w jeszcze większym stopniu wykorzystać potencjał mediów społecznościowych. Im więcej różnych możliwości kontaktu z marką, tym większa szansa na sfinalizowanie sprzedaży. Niezmienna i ponadczasowa pozostaje natomiast dbałość o bezpieczeństwo, wysoką jakość obsługi klienta i jak najbardziej przyjazny dla użytkownika proces zakupowy.

” W latach 2020-2025 sprzedaż internetowa w Europie ma wzrosnąć o 298 mld dolarów.



Agnieszka Kubiczek
Senior Solution Manager



www.orange.pl/poradnik-dla-firm

