

Raport 2019

Płatności

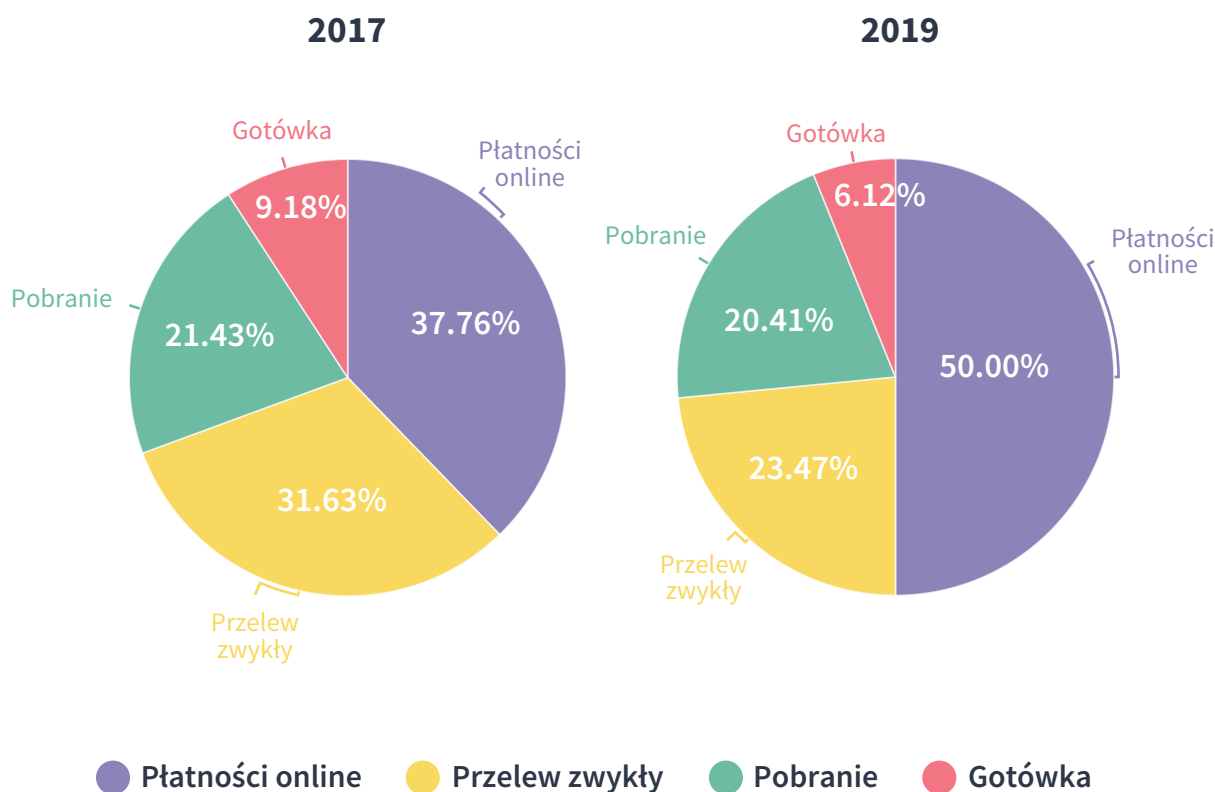


Spis treści

1. Jakie metody płatności wybierają klienci? (3)
2. Kanały wybierane w ramach płatności online (4)
3. Płatności Shoper (5)
4. Liczba metod płatności w sklepach Shoper (6)
5. Płatności online w różnych branżach (8)
6. Średnie kwoty za zakupy dla różnych form płatności (10)
7. Jaka będzie przyszłość płatności w sieci? (11)
8. Metodologia (12)

- Szybkie płatności online są coraz chętniej wybierane przez kupujących w sieci; spada popularność płatności zwykłym przelewem
- Wśród płatności online szybko zwiększa się udział systemu BLIK (5% w ciągu pół roku) głównie kosztem przelewów Pay-by-link
- W porównaniu z 2017 r. wyraźnie przybyło sklepów oferujących 3 lub więcej sposobów zapłaty za zakupy
- Najczęściej korzystamy z płatności online kupując książki i multimedia; odpowiadają za 62 proc. zakupów w tej kategorii

1 Jakie metody płatności wybierają klienci?



Choć nie wszystkie sklepy oferują płatności online, właśnie tę formę zapłaty najchętniej wybierają kupujący. Co ważne, popularność tej metody szybko rośnie. W 2017 r. wykorzystano ją w 38 proc. transakcji w sklepach na platformie Shoper, a w pierwszym półroczu 2019 r. już połowa zakupów opłacana jest w ten sposób. To ośmiokrotnie więcej niż płatności gotówką (6 proc. transakcji w tym samym okresie).

Na przestrzeni minionych dwóch lat najmocniej spadła popularność płatności zwykłym przelewem - z 32 proc. do 23 proc. To metoda zapłaty wymagająca najwięcej wysiłku ze strony kupującego, w przeciwieństwie do systemu Pay-by-link. Ten trend pokazuje, że oszczędność czasu i wygoda klienta stają się coraz ważniejszymi aspektami zakupów w sieci.

2 Kanały wybierane w ramach płatności online



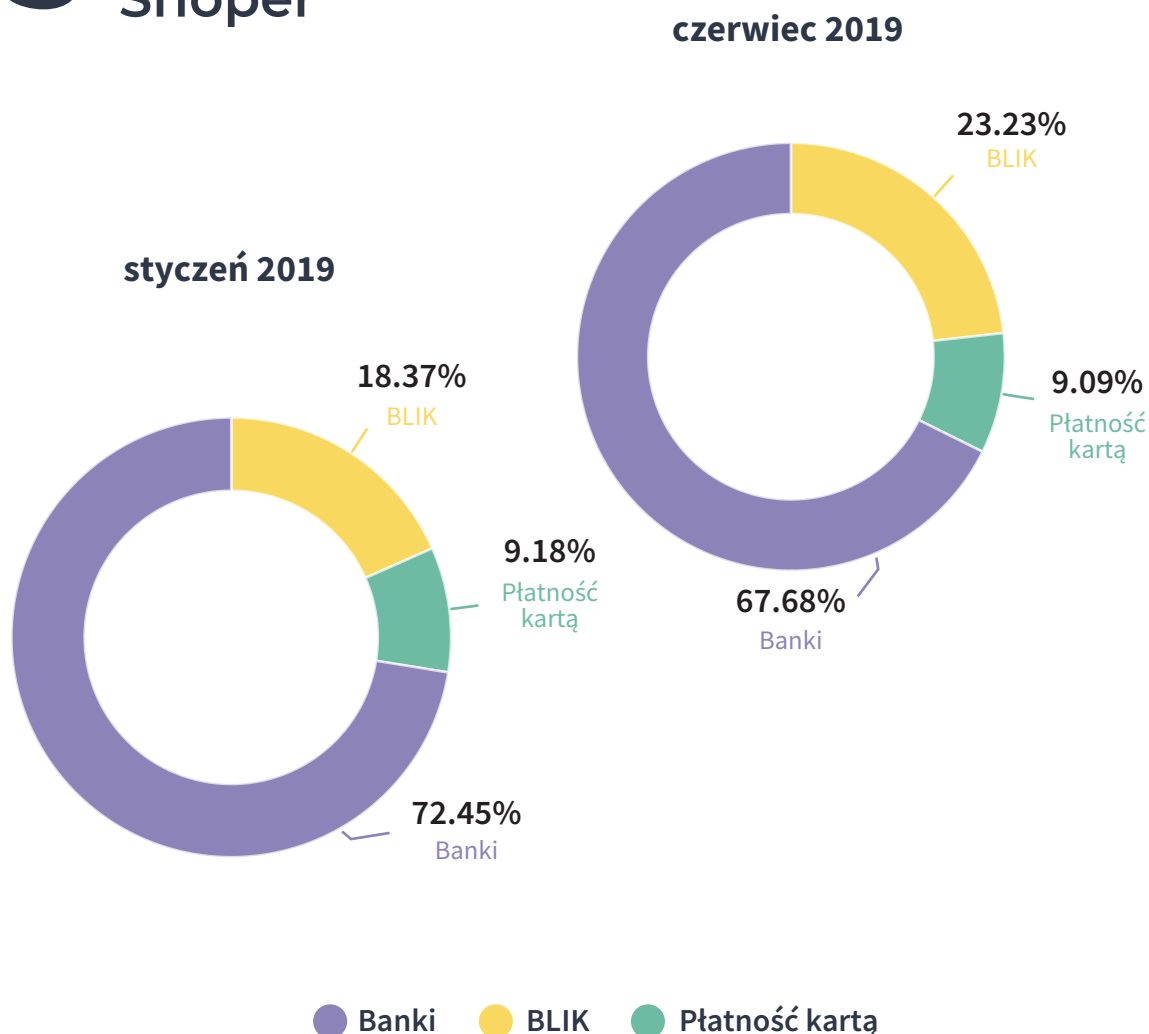
● Banki 69% ● BLIK 22% ● Płatność kartą 9%



Kanały wybierane w ramach płatności online

Płatności online umożliwiają kupującym w sieci szybkie i bezproblemowe przejście z koszyka zakupowego do zapłaty systemem, który już znają i z którego korzystają najchętniej. Ponad 2/3 klientów wybiera usługę “Pay-by link” wykorzystywaną przez najpopularniejsze polskie banki. Dzięki niej klient zostaje przekierowany na stronę banku do wypełnionego już formularza przelewu. Okazuje się to dużo wygodniejsze niż autoryzacja za pomocą karty płatniczej, którą wybiera kilkakrotnie mniej kupujących.

3 Płatności Shoper

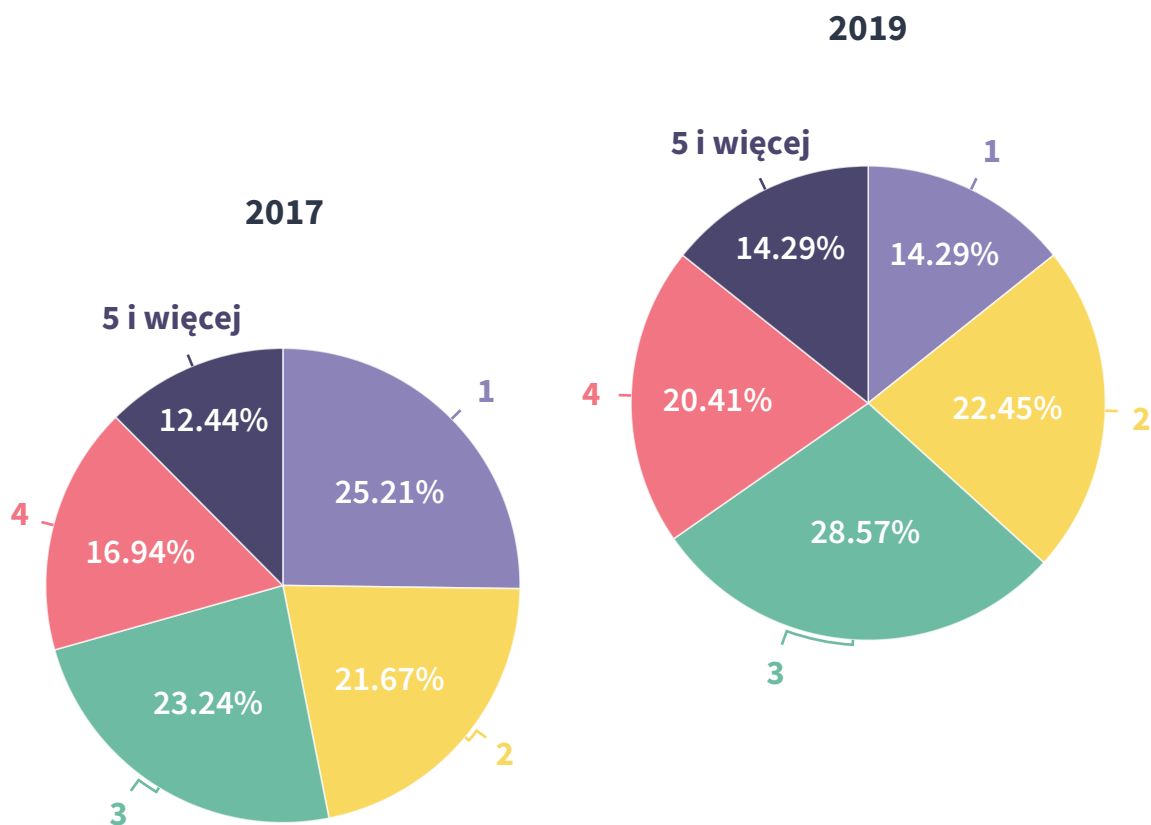


Kanały w ramach Płatności Shoper (styczeń i czerwiec 2019)

Analiza udziału poszczególnych kanałów płatniczych w uśredzonej Płatności Shoper w relatywnie niedługim okresie pierwszego półrocza 2019 r., pozwala zauważyć interesujące trendy na rynku. Udział płatności "Pay-by link" za pośrednictwem stron banków zmalał z 72 proc. transakcji w styczniu 2019 r. do 68 proc. w czerwcu. Bankami wykorzystywanymi najczęściej do zapłaty za zakupy są mBank, PKO BP, ING, Santander Bank Polska, Pekao SA., Bank Millennium i Alior Bank.

Jednocześnie wyraźnie rośnie popularność płatności za pomocą systemu BLIK - z 18 proc. transakcji w styczniu 2019 do 23 proc. w czerwcu 2019. Wciąż dość popularną formą zapłaty za zakupy jest korzystanie z karty płatniczej. Jej udział stanowi 9 proc. transakcji zawieranych za pośrednictwem Płatności Shoper.

4 Liczba metod płatności w sklepach Shoper



Liczba metod płatności dostępnych w e-sklepach

W 2017 r. niemal połowa sklepów (47 proc.) korzystających z oprogramowania Shoper udostępniała klientom tylko jedną lub dwie metody opłacania zakupów. W ciągu ostatnich dwóch lat ta proporcja nieco się zmieniła. W połowie 2019 roku sklepów oferujących dwie lub mniej metod płatności jest już tylko 37 proc. Obecnie najliczniejsza grupa sklepów (29 proc.) pozwala kupującym zapłacić na trzy sposoby. Tym samym liczba sklepów, gdzie klienci mają do wyboru co najmniej trzy metody płatności wzrosła z 53 do 63 proc.

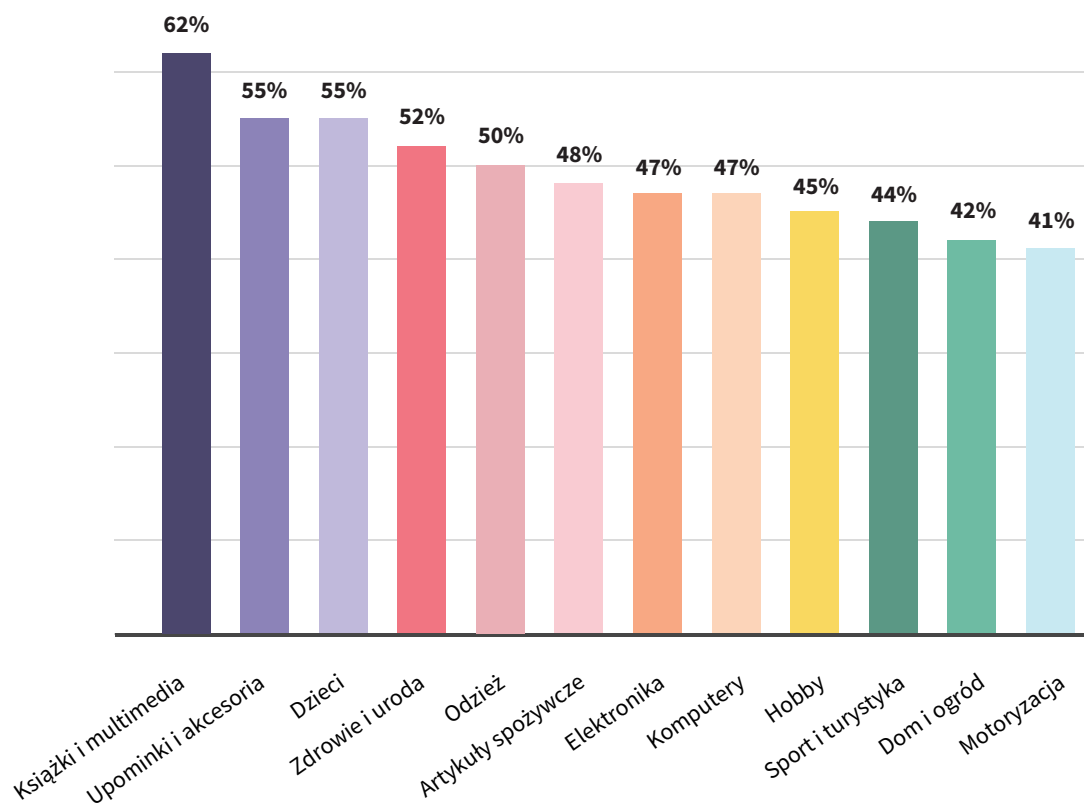
Jacek Zientkiewicz, Brand Manager w Shoper:

Założenie konta w banku i podanie jego numeru na stronie sklepu to najprostsze z możliwych "uruchomienie" kanału płatności. Nic dziwnego więc, że nowe e-biznesy, których na rynku jest sporo, zwykle stawiają na starcie na jedno czy dwa proste rozwiązania płatnicze. Jednak stopniowo zwiększająca się liczba sposobów, na jakie można zapłacić za zakupy w sieci, dowodzi postępującej profesjonalizacji branży.

Właściciele dodają nowe opcje, by poprawić atrakcyjność robienia zakupów i przyspieszyć sam proces składania zamówienia. W tegorocznym raporcie "Multiwyzwania", spośród kilkuset sprzedawców zapytanych o plany na 2019 rok, 7 proc. deklarowało zamiar dodania w sklepie nowych metod płatności

”

5 Płatności online w różnych branżach



Popularność płatności online w branżach

Spośród branż sklepów korzystających z oprogramowania Shoper wyróżniają się Książki i Multimedia jako sektor, w którym za pomocą płatności online dokonywanych jest zdecydowanie najwięcej (62 proc.) zakupów.

Jacek Zientkiewicz, Brand Manager w Shoper:

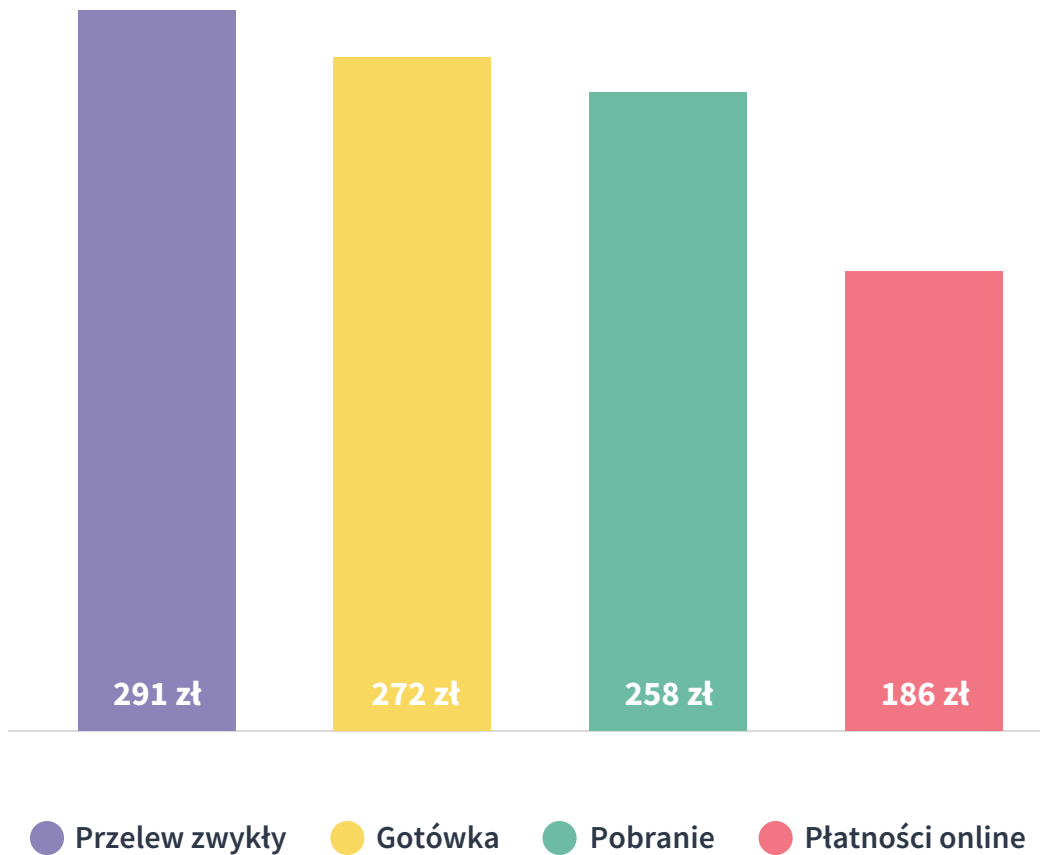
Na ulubioną książkę czy grę nie chcemy czekać w nieskończoność, płacimy zatem szybkimi płatnościami, by czas realizacji zamówienia skrócić do minimum. Połączenie tego typu płatności z np. Same Day Delivery byłoby naprawdę sporą przewagą niejednego ecommerce'u. Warto też pamiętać, że produkty z tej kategorii dostępne są często także w formie cyfrowej - to m.in. e-booki, audiobooki, muzyka i filmy. Ich zakup nie wymaga wysyłki - wystarczy pobranie plików na komputer lub inne urządzenia. Taka sytuacja premiuje metody płatności online działające błyskawicznie

”

Do branży, w której płatności online również cieszą się dużą popularnością należą Prezenty i Akcesoria (55 proc.), Dzieci (55 proc.), Zdrowie i Uroda (52 proc.), oraz Ubrania (50 proc.)

Płatność przelewem najpopularniejsza jest w branży Hobby (30 proc.) i Delikatesy (28 proc.) i Komputery (27 proc.). Z kolei najwięcej transakcji gotówką jest w branżach Prezenty Akcesoria (12 proc) i Motoryzacja (11 proc.)

6 Średnie kwoty za zakupy dla różnych form płatności



Popularność różnych form płatności w poszczególnych branżach częściowo wiąże się z kwotami przeznaczanymi na zakupy przez klientów. Przelew jest najczęściej wybierany w branży komputerowej, gdzie zakupy nierzadko opiewają na duże kwoty. Jest też metodą płatność, za pomocą której klienci wydają najwięcej - średnio 292 zł. To o połowę więcej niż wynosi średnia wartość zakupu dla wszystkich płatności online (z wyłączeniem systemów zakupów związanych ze sprzedażą ratalną). Relatywnie wysokie kwoty przeznaczane są również za pośrednictwem innych tradycyjnych kanałów jak gotówka (średnio 272 zł) i za pobraniem (258 zł).

7 Jaka będzie przyszłość płatności w sieci?

Jacek Zientkiewicz, Brand Manager w Shoper:

Klienci najczęściej kupują, wykorzystując płatności online. Jednocześnie zamówienia na najwyższe kwoty opłacane są gotówką lub przelewem. Te z pozoru sprzeczne dane mają sens, gdy uświadomimy sobie, że rynek e-commerce jest bardzo zróżnicowany.

Małe sklepy internetowe czy też takie, które powstały, jako dodatkowy kanał dla stacjonarnej placówki często startują z jedną lub dwiema metodami płatności (najczęściej gotówką, pobraniem lub przelewem). Z czasem sprzedawcy wzbogacają ofertę, podejmują dodatkowe działania marketingowe a także udostępniają więcej metod płatności, w tym również preferowane przez wiele osób płatności online.

Podobną segmentację można zastosować do klientów e-sklepów. Relatywnie spore sumy przeznaczane na zakupy opłacane gotówką czy przelewem pochodzą od osób, które zaglądają do sklepów internetowych dość rzadko - gdy znajdą specjalną okazję. Płacąc preferują dobrze znane metody zapłaty. Drugą grupą to klienci, dla których zakupy w sieci to codzienność. Wydają mniej za jednym razem, ale kupują częściej. Ci sięgają po systemy płatności, które działają szybko i niezawodnie. Takie są właśnie płatności online.

Sklepy, zwłaszcza pracujące na niskich marżach, czasami nie uruchamiają szybkich płatności online, obawiając się wysokich kosztów. Obawy dotyczą nie tylko samej procedury wdrożenia systemu w sklepie, ale też stereotypowego przekonania, że płatności online są strasznie drogie. Pozorna oszczędność sprzedawcy wynikająca z chęci uniknięcia prowizji operatora płatności może jednak skutkować odrzuceniem koszyka zakupowego przez klientów, którzy pod koniec zakupów odkryją, że mają do wyboru tylko płatność przelewem, a zupełnie brakuje im czasu i ochoty na jego zrobienie. Taka sytuacja potrafi zniechęcić nowego użytkownika do powrotu do naszego sklepu.

”

Oszczędności w e-commerce należy więc szukać w innym miejscu niż wygoda dla kupującego, który dokonuje zakupów często w metrze, pociągu czy jadąc schodami w galerii handlowej. 2/3 wizyt w sklepach działających na oprogramowaniu Shopera pochodzi z urządzeń mobilnych. Co prawda wśród odwiedzin zakończonych transakcją wciąż dominują komputery, jednak z każdym rokiem ta proporcja zmienia się na korzyść smartfonów, a uruchomione niedawno płatności Apple Pay i Google Pay mogą ją wkrótce odwrócić.

Nie zmuszajmy więc klienta do fikołków intelektualnych w tak prostej sprawie jak zapłata za zakupy. To wygoda kupujących, nie sprzedawców wymusza zmiany na rynku. Wkrótce dla sklepów wykorzystanie jednej lub kilku z metod płatności online stanie się nie dodatkowym atutem tylko oczekiwanym przez klientów standardem.

”

8 Metodologia

Raport prezentuje dane z ponad 10 tys. e-sklepów korzystających z platformy Shoper z okresu styczeń 2017 - czerwiec 2019. Analizy dotyczą ponad 1,5 mln transakcji opłaconych za pomocą różnych metod płatności: online, gotówką w punkcie odbioru, zwykłym przelew i za pobraniem. Transakcje z wykorzystaniem Płatności Shoper zostały dodatkowo przeanalizowane pod kątem wyboru kanału płatności - Pay-by-link, BLIK i płatności kartą.

Sprzedawaj więcej z Google Pay

- Daj swoim klientom jeszcze jeden powód, by kupowali właśnie u ciebie
- Włącz nowoczesne i bezpieczne płatności w swoim sklepie Shoper

