

# Shoper<sup>®</sup>

## Płatności w sklepach internetowych - raport platformy Shoper



Zakupom przez internet towarzyszą dwa silne przekonania kupujących: o większych możliwościach zakupowych w e-sklepach oraz o oszczędności czasu. Kupowanie w internecie powinno być dla klientów wygodne a kolejne etapy transakcji proste do przejścia. Z punktu widzenia kupującego najważniejszy jest wybór produktu, wybór reszty - sposobu płatności i dostawy - powinien być szybki, intuicyjny, wręcz niezauważalny. Dlatego popularnością cieszą się płatności internetowe - już blisko 70 proc. transakcji jest opłacanych w tym kanale, poprzez systemy płatności lub zwykłym przelewem. Jednak czy polskie e-sklepy mają świadomość potrzeb klientów? Czy ułatwiają im dokonanie transakcji na każdym jej etapie? Analiza w zakresie stosowanych w sklepach systemów płatności pokazała, że jeszcze jest sporo do zrobienia w tym obszarze - szczególnie w przypadku metod płatności online.

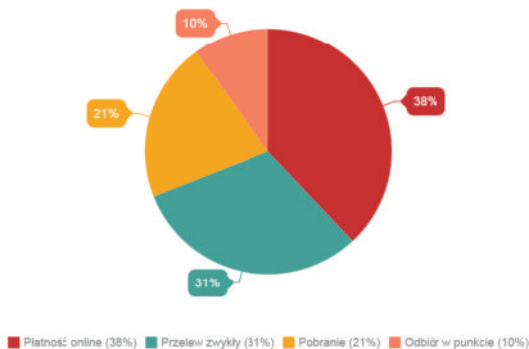
Raport prezentuje dane z ponad 10 tys. e-sklepów korzystających z platformy Shoper z okresu październik 2016 - marzec 2017.

Terminologia, której używamy:

- płatności online to płatności dokonywane przez systemy płatności elektronicznych lub kartą płatniczą;
- zwykły przelew to przelew wykonany samodzielnie przez kupującego, online lub w banku;
- pobranie to płatność gotówką lub kartą kurierowi lub listonoszowi przy dostarczeniu paczki;
- odbiór w punkcie to płatność gotówką lub kartą w stacjonarnym punkcie odbioru zamówień.

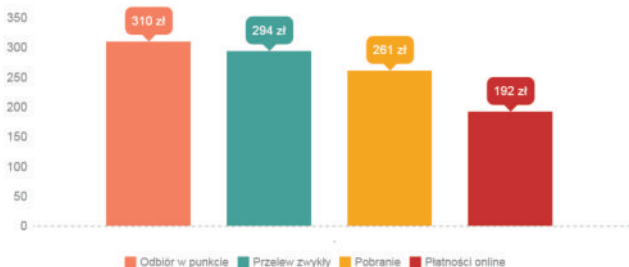
## Jak płacą klienci e-sklepów?

Jak klienci płacą za zakupy w e-sklepie



Największą popularnością wśród klientów e-sklepów cieszą się płatności online - zwieńczyły one 38 proc. transakcji. To zdecydowanie najwygodniejszy i najszybszy sposób płatności dla zamawiających, ale nie wszystkie sklepy go udostępniają. Przy 31 proc. zamówień kupujący sami wykonali przelew, nie powierzając swojej transakcji pośrednikom. Kolejne 31 proc. transakcji zostało opłaconych gotówką lub kartą przy odbiorze przesyłki za pobraniem (21 proc.) lub w stacjonarnym punkcie odbioru (10 proc.).

Wartość zamówienia dla sposobu płatności



Jeśli porówna się **średnią wartość transakcji** dla poszczególnych metod płatności okazuje się, że najdroższe przedmioty, klienci wolą przed zapłaceniem sprawdzić. Taką możliwość daje zazwyczaj odbiór w punkcie stacjonarnym a średnia wartość zakupów opłacanych w punktach wynosi 310 zł. Zbliżona kwota - 294 zł - to średnia wartość przelewu zwykłego dokonywanego na konto e-sklepu. 261 zł to kwota płacona kurierowi lub listonoszowi przy odbiorze przesyłki za pobraniem. Dużo niższą wartość mają zamówienia opłacane online - ich średnia wynosi 192 zł. Klienci wybierający tę metodę płatności robią zakupy częściej i na mniejsze kwoty. Nie mają obaw, że zamawiany towar przyjdzie uszkodzony lub niezgodny z opisem i nie mają potrzeby sprawdzenia przesyłki przed dokonaniem zapłaty.

E-sklepy, które sprzedają produkty o wyższych cenach, wśród metod płatności online oferują swoim klientom również możliwość zakupów ratalnych. Wśród sklepów korzystających z platformy Shoper pośrednikami oferującymi płatność ratalną przez internet są mBank i system Żagiel. Łącznie przez ostatnie pół roku udzieliłi oni kilka tysięcy kredytów. Średnia wartość zamówienia opłacanego na raty wyniosła 2 082 zł. Jeśli policzymy wartość zamówień opłacanych poprzez płatności online bez uwzględniania zakupów na raty, średnia zmniejsza się o 10 zł do 181 zł.

Udział płatności online w transakcjach według branż

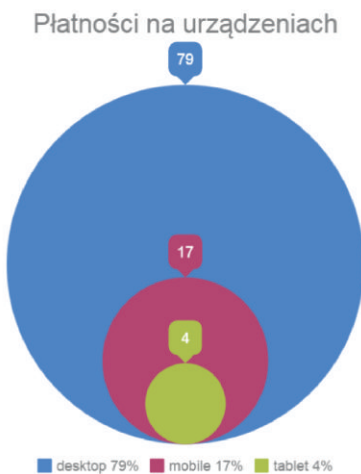


Popularność metod płatności różni się w zależności od branży. Największy udział płatności online w transakcjach obserwujemy w sklepach sprzedających książki i multimedia - tą metodą klienci opłacili 57 proc. transakcji. Wynikiem około 40 proc. cieszą się też płatności online wśród sklepów z kategorii ubrania, prezenty i akcesoria oraz zdrowie i uroda. W znacznej większości sklepów przelewy online stanowią wiodącą metodę płatności, wyjątkiem są branże: komputery, delikatesy oraz hobby, w których najpopularniejsze są zwykłe przelewy. Pod względem płatności gotówką lub kartą przy odbiorze zamówienia wyróżnia się branża motoryzacyjna - płatność w punkcie odbioru wybiera co piąty klient tego typu sklepów i jest to najwyższy wskaźnik wśród wszystkich branż, dwukrotnie wyższy od średniej (10 proc). Kupujący części do samochodów najczęściej natomiast wybierają płatności za pobraniem - taki wybór podejmuje jedna trzecia klientów. Gotówką lub kartą przy odbiorze najrzadziej płacą klienci sklepów z ubraniami i elektroniką - jedynie 4 proc. transakcji w tych sklepach dostarczana jest do punktu stacjonarnego. Z płatności ratalnych najczęściej korzystają kupujący w sklepach z kategorii elektronika oraz sport i podróże. Płatności te odpowiadają jednak jedynie za 1 lub 2 proc. wszystkich transakcji.

Na wybierany przez klienta sposób płatności wpływa również sytuacja, w której robi on zakupy przez internet. Przy okazji kupowania świątecznych prezentów zmniejsza się liczba samodzielnie robionych przelewów - w grudniu ubiegłego roku spadła ona do 26 proc. Brak automatycznego księgowania wpłaty wykonanej zwykłym przelewem wpływa na wydłużenie czasu realizacji zamówienia i podwyższa nerwową przedświąteczną atmosferę. Spóźnialscy, nie chcąc ryzykować niedostarczenia prezentów na czas, chętniej wybierają za to dostawę za pobraniem. Po pierwsze, nie odbierają paczki i za nią nie płacą, jeśli przyjdzie ona dopiero po Świętach. Po drugie, zachowują ostrożność, jeśli korzystają z nowego sklepu, co zdarza się często w pogoni za najlepszymi prezentami, jednocześnie w dobrej cenie. W grudniu 2016 za pobraniem opłaconych zostało 27 proc. zamówień.

## Co z m-commerce?

Choć w zakupach internetowych ciągle króluje komputer, stale zwiększa się liczba kupujących mobilnie. W badanym okresie ponad 20 proc. transakcji zostało opłaconych przez urządzenie mobilne: 17 proc. zakupów odbyła się na telefonie, 4 proc. na tablecie.

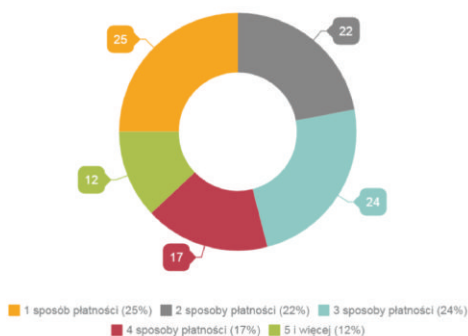


## Płatności z punktu widzenia sklepu

Wybór klienta dotyczący sposobu płatności zależy przede wszystkim od metod płatności udostępnionych przez sklep. Jak wynika z danych z naszej platformy, jedna czwarta e-sklepów oferuje klientom tylko jeden system płatności. Niestety to najliczniejsza grupa sprzedawców. 22 proc. i 24 proc. e-sklepów udostępnia kupującemu kolejno dwa i trzy systemy płatności. Dowolność w wyborze sposobu płatności, poprzez oferowanie pięciu lub więcej metod, pozostawia klientom jedynie 13 proc. e-sklepów.

***“25% sklepów internetowych udostępnia jedynie jeden sposób płatności w swoim sklepie.”***

Liczba sposobów płatności udostępnianych przez e-sklepy



Niechęć do wprowadzania dodatkowych metod płatności, głównie szybkich płatności online, wynika z dodatkowych kosztów dla sprzedawców. Koszty pośredników operacji finansowych pomniejszają zysk sklepów. Warto jednak potraktować je jako inwestycję, ponieważ liczba dostępnych opcji zapłaty wpływa na konkurencyjność e-sklepu. Klienci cenią wygodę wybrania najlepszej w danym momencie metody, zwracają również uwagę na łatwość przejścia procesu płatności, jego bezpieczeństwo oraz krótki czas zaksięgowania płatności. Udostępnienie kilku opcji płatności daje kupującemu wolność wyboru, a tym samym większa jest szansa, że nie porzuci on koszyka.

Inną ważną sprawą dla klientów e-sklepów jest pewność, że korzystają z bezpiecznego sposobu płatności - uwiarygadnia to sklep i zwiększa szansę sfinalizowania transakcji.

Przelew bankowy wciąż jest popularnym sposobem płatności, ale to nie znaczy, że jest sposobem najwygodniejszym i najbardziej pożądanym. Wręcz przeciwnie – często jest jedyną, niechcianą opcją bezgotówkową. Jego tegoroczny wynik jest zresztą bardzo zbliżony do ubiegłorocznego, natomiast to, co dla nas szczególnie ciekawe, to fakt, że wzrasta liczba transakcji dokonywanych za pomocą systemu będącego integralną częścią platformy (Płatności Shoper), zapewniającego sklepom (i ich klientom) bezpieczne transakcje oraz konkurencyjne warunki.

Za pośrednictwem Shoper Płatności opłaconych zostało 38 proc. transakcji. Ponad jedną czwartą zamówień klienci sfinalizowali korzystając z PayU, 15 proc. z Przelewy24 i prawie tyle samo, bo 14 proc. z DotPay. W jedynie 6 proc. transakcji pośredniczył PayPal.



## Płatności - integralny element oprogramowania

Naturalne jest dążenie platform działających w modelu SaaS do tworzenia rozwiązań wygodnych dla właścicieli e-sklepów, nie tylko w pełni zintegrowanych z oprogramowaniem, ale też konkurencyjnych pod względem finansowym.

Żeby ułatwić sklepom obsługiwane płatności elektronicznych, w 2015 Shoper, jako pierwsza platforma SaaS, udostępnił własny system płatności. Od tego czasu z każdym miesiącem wzrasta liczba korzystających z niego e-sklepów i obecnie wynosi ponad 4 tysiące przedsiębiorców. System jest też ciągle optymalizowany, m.in. do minimum został skrócony jego proces uruchomienia i zazwyczaj jest aktywowany po 24 godzinach od poprawnej rejestracji. Dodatkowo preferencyjne dla nowych sklepów warunki rozliczeń wpływają na decyzję właścicieli o korzystaniu z Shoper Płatności.

Liczba sklepów z uruchomionym systemem Płatności Shoper

