Informacja prasowa, 18 listopada 2020

**Listopaczka** – **nowa propozycja dla e-commerce**

**Jaki sens ma zakup on-line produktu wartego 10 złotych, kiedy za jego wysyłkę trzeba zapłacić drugie tyle? Może to być opłacalne tylko wtedy, gdy całkowita kwota za zakup razem z opłatą za wysyłkę będzie niższa niż cena w sklepie stacjonarnym. Kupujący on-line oczekują jednak, że koszty przesyłki będą możliwie najniższe, zwłaszcza jeśli chodzi o asortyment niskowartościowy. Naprzeciw tym oczekiwaniom wychodzi niezależny operator pocztowy Speedmail, który proponuje rozwiązanie tańsze niż przesyłka kurierska, a jednocześnie skuteczniejsze niż zwykły list. Listopaczka łączy niską cenę z monitoringiem przesyłki i potwierdzeniem doręczenia. Jej nadanie w standardzie listu zwykłego to koszt już od 2 złotych.**

Ostatni raport Gemiusa „E-commerce w Polsce 2020”[[1]](#footnote-1) mówi, że już 73 proc. internautów robi zakupy online. Popularność sprzedaży przez Internet stale rośnie, a w tym roku dodatkowo napędza ją pandemia COVID-19 i związane z nią ograniczenia dla handlu tradycyjnego. Zrealizowane w marcu 2020 roku badania już wtedy pokazały, że liczba kupujących on-line zwiększyła się w stosunku do roku poprzedniego aż o 11 p.p. Najczęściej wybieranymi kategoriami produktów kupowanych przez Internet pozostają: odzież i dodatki, obuwie, perfumy i kosmetyki, ale także książki i płyty, sprzęt elektroniczny czy akcesoria do smartfonów.

**Do zakupów on-line zachęca sposób dostawy i jej niskie koszty**

– *Badania polskiego e-commerce pokazują, że formą dostawy, która najlepiej motywuje do zakupów przez Internet, jest doręczenie zamówionego produktu bezpośrednio do domu lub pracy. Ponad połowa badanych wskazała na chęć otrzymywania przesyłek drogą pocztową. Nasza listopaczka trafia w potrzeby zarówno kupujących, jak i sprzedających. Sprawdza się zwłaszcza w przypadku niskowartościowych produktów, które nie muszą być wysyłane priorytetowo czy za potwierdzeniem odbioru. Przesyłka w formacie listu dociera do skrzynki adresata w ciągu czterech dni, jest dużo tańsza od innych form dostawy, a dzięki jej monitorowaniu nadawca otrzymuje potwierdzenie doręczenia* – tłumaczy Janusz Konopka, prezes zarządu Speedmail.

Mimo że Polacy w większości pokochali zakupy on-line i robią ich coraz więcej, to według badań Gemiusa 27 proc. internautów w ogóle nie kupuje w sieci. Wynika to przede wszystkim z chęci obejrzenia produktu przed zakupem oraz przyzwyczajenia do tradycyjnych kanałów sprzedaży. Wśród najczęściej wymienianych przyczyn były także zbyt wysokie koszty dostawy. Ich obniżenie znalazło się na pierwszym miejscu jeśli chodzi o czynniki, które mogłyby skłonić do zakupów on-line. Wskazało tak 42 proc. badanych. Cena dostawy, która przekracza wartość zamawianego produktu, często odwodzi od zakupu. Listopaczka może być więc dla e-commerce dobrym sposobem na zwiększenie sprzedaży asortymentu o niewielkiej wartości, a zarazem zmniejszenie kosztów.

– *Produkty niskowartościowe stanowią 70 proc. naszego asortymentu. Są to głównie akcesoria GSM – etui do telefonów, szkła ochronne na ekran, kable USB i HDMI. W ich przypadku zamówienia pojedynczych sztuk są standardem. Wynika to z bardzo konkurencyjnych cen w porównaniu ze sklepami stacjonarnymi. Choć koszt zakupionego u nas produktu łącznie z kosztami dostawy wychodzi korzystniej niż w tradycyjnym sklepie, zdecydowaliśmy się jeszcze go obniżyć, proponując klientom przesyłki w formie listopaczki* – mówi Albert Gajda z AliCase.pl.

\*\*\*

***Speedmail*** *to największy w Polsce niezależny operator pocztowy. Firma doręcza przesyłki listowe i marketingowe poprzez sieć ponad 100 placówek zlokalizowanych w większości dużych i średnich miast kraju. Oferta Speedmail adresowana jest do firm takich jak: banki, operatorzy telekomunikacyjni, telewizje kablowe, firmy ubezpieczeniowe, ale też do agencji marketingowych, fundacji, samorządów oraz spółek miejskich. Jej konkurencyjną przewagę stanowią zarówno elastyczność cenowa, jak i najnowsze rozwiązania IT: śledzenie wszystkich przesyłek, monitoring listonoszy on-line czy aplikacja do zarządzania korespondencją. Dzięki zintegrowaniu z największymi drukarniami korespondencji i firmami konfekcyjnymi, Speedmail zapewnia pełną automatyzację wysyłek masowych. Działalność firmy wyróżnia zastosowanie sprawdzonych rozwiązań logistycznych, ale także dbałość o bezpieczeństwo obrotu pocztowego. Marka Speedmail budowana jest w oparciu o najlepsze praktyki i doświadczenia rynków europejskich.*

**Kontakt dla mediów:**

Michał Zębik

e-mail: michal.zebik@goodonepr.pl

tel.: +48 796 996 253

1. „E-commerce w Polsce 2020” Gemius dla e-Commerce Polska, 2020-06-30 <https://www.gemius.pl/e-commerce-aktualnosci/e-commerce-w-polsce-2020.html> [↑](#footnote-ref-1)