

A young couple is sitting on a light-colored carpet in a living room, looking at a laptop screen. The woman, on the left, has long brown hair and is wearing a yellow top. The man, on the right, has short brown hair and a beard, and is wearing a light blue button-down shirt. They are both smiling and looking at the laptop. The background shows a blurred living room with a white chair and a bed.

# ING na rynku e-commerce z płatnościami imoje

# Potencjał e-handlu w Polsce



## Internauci w Polsce



**83,6%** penetracja internetu w Polsce\*

\*internauci w wieku 7-75 lat

**27,8 mln**

liczba internautów w Polsce



**56%** internautów dokonało kiedyś zakupów online

## e-handel transgraniczny



**54%** internautów kupuje w polskich e-sklepach



**23%** internautów kupuje w zagranicznych e-sklepach

Źródło: Gemius dla e-Commerce Polska. „E-commerce w Polsce 2018”

# Rynek e-commerce w Polsce rośnie w siłę



## Liczba sklepów

wzrost o 50% na przestrzeni czterech lat



## Udział w handlu

Wzrost z 3,3% w 2015 roku do 4,3% w 2017 roku

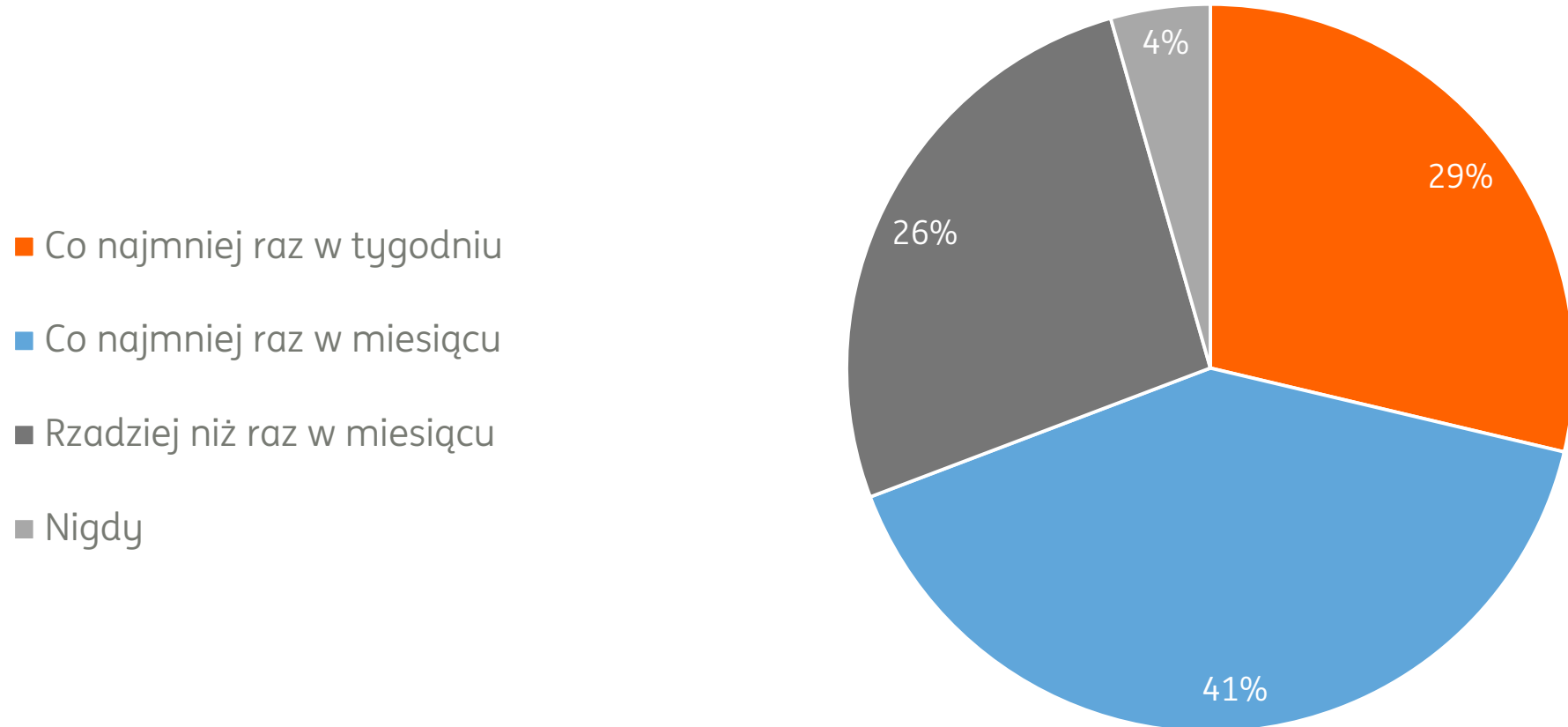


## Wartość rynku e-commerce

Wzrost z 36 mld PLN do 72 mld PLN w latach 2016-2020

# Polacy na zakupach

Jak często kupowałeś towary lub usługi przez internet w ciągu ostatnich 12 miesięcy? (Polska)



Źródło: Finansowy Barometr ING 2018

# Ile wydajemy w sieci?



**224** zł/miesiąc  
Odzież, akcesoria  
i dodatki



**99** zł/miesiąc  
Książki/płyty/filmy



**68** zł/miesiąc  
Bilety do kina/teatru



**299** zł/miesiąc  
Obuwie



**632** zł/6 miesięcy  
Sprzęt RTV/AGD



**362** zł/6 miesięcy  
Urządzenia mobilne

Źródło: E-commerce w Polsce 2018. Gemius dla e-Commerce Polska

# Dlaczego nie kupujemy w internecie?

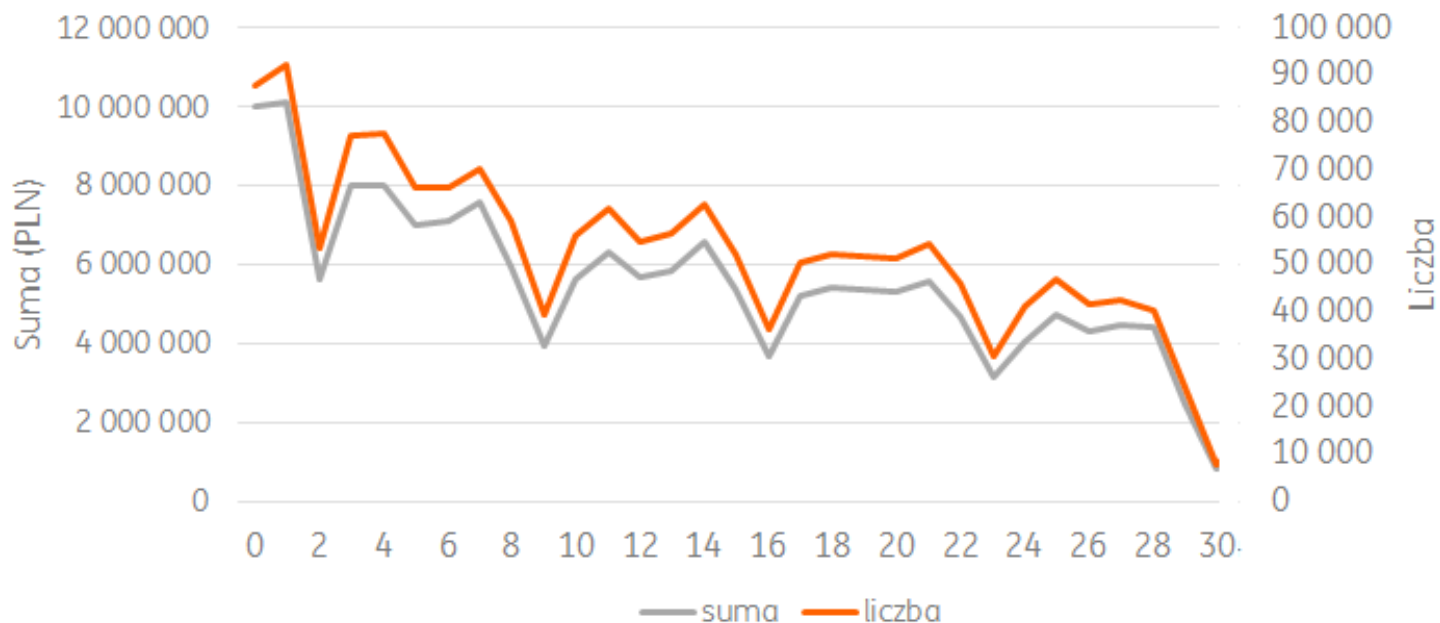


Źródło: Finansowy Barometr ING 2018

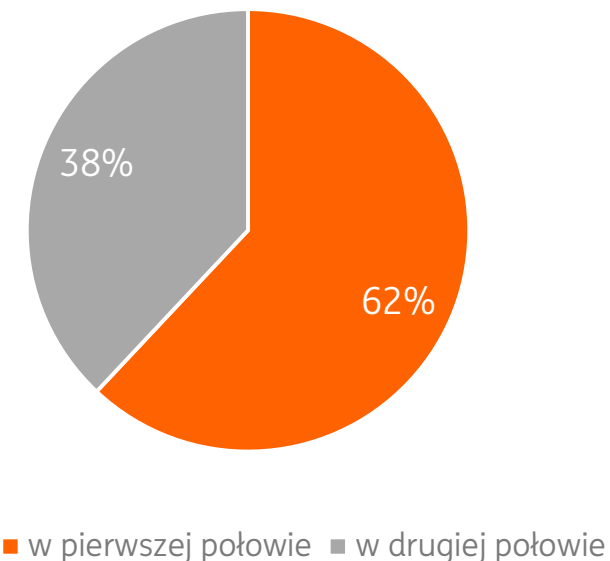
# Polacy nie kupują przed wypłatą

*Klienci kupują mniej przed wpływem wynagrodzeń*

Liczba dni od otrzymania wynagrodzenia do zakupu w sklepie eCommerce



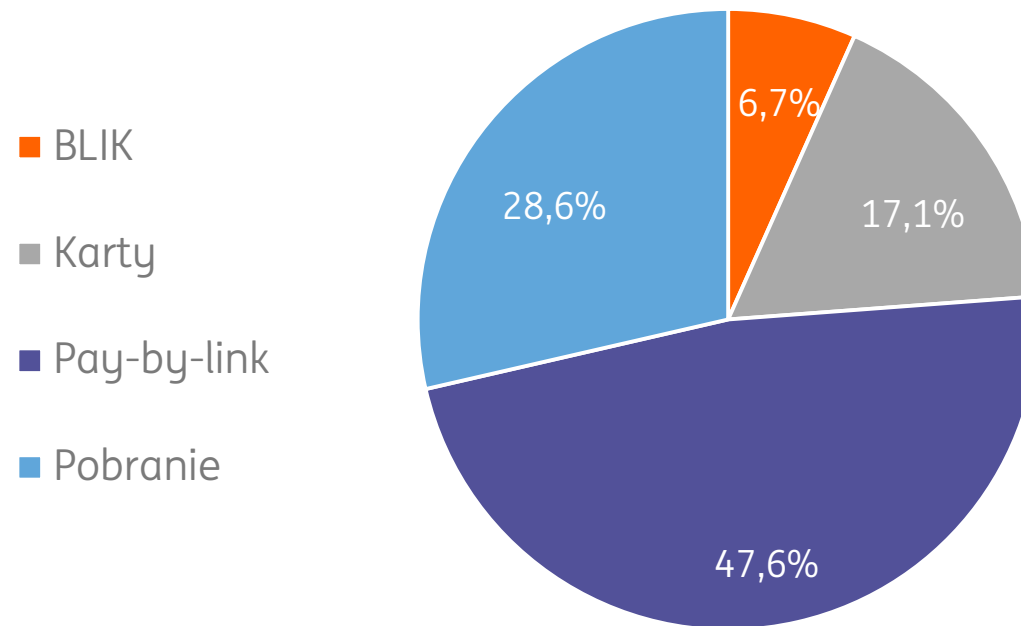
W której połowie miesiąca wielkość sprzedaży sklepu jest większa?



Źródło: Dane banku; Badanie Płatności w sklepach internetowych dla ING - 4p research 2018

# Najpopularniejsze metody płatności

Metody płatności klienci ING (Q2 2018)



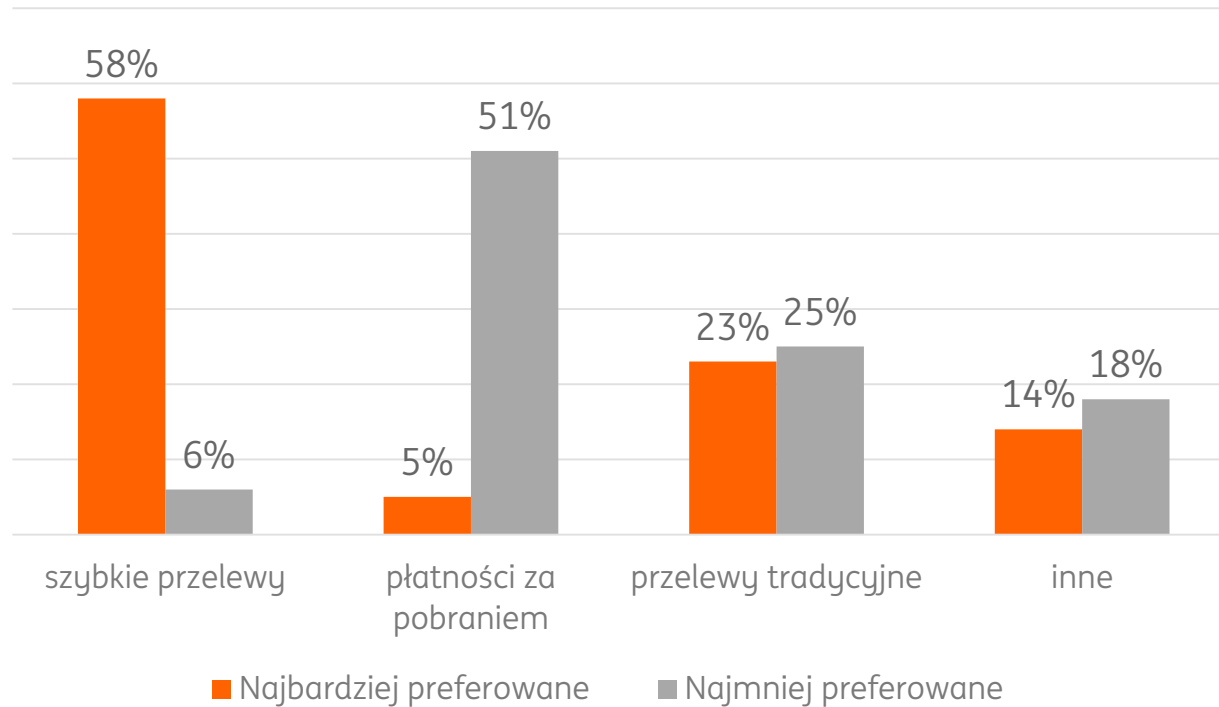
Źródło: Dane transakcyjne ING 2018



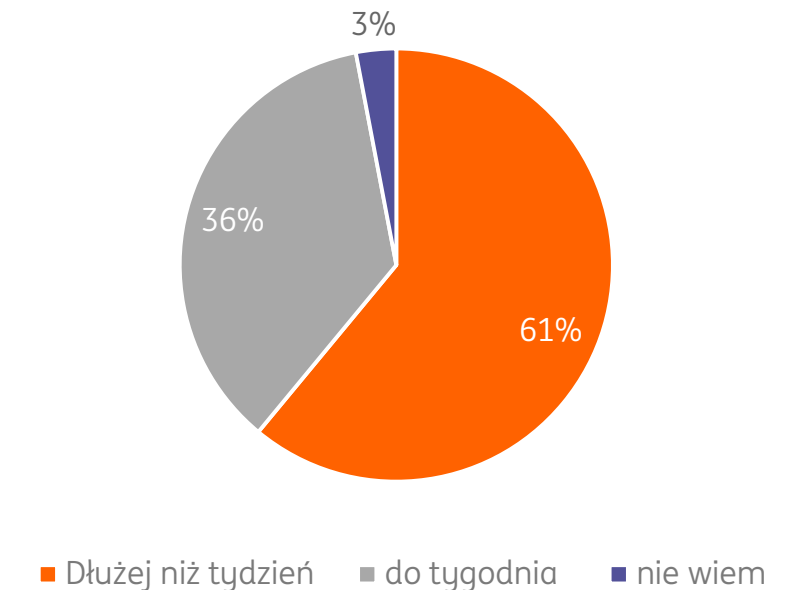
# Płatności za pobraniem – tego nie lubią sklepy

*Płatności za pobraniem są najmniej preferowaną metodą płatności*

Metody płatności



Jak długi jest czas oczekiwania Państwa sklepu na pieniądze w przypadku płatności za pobraniem?

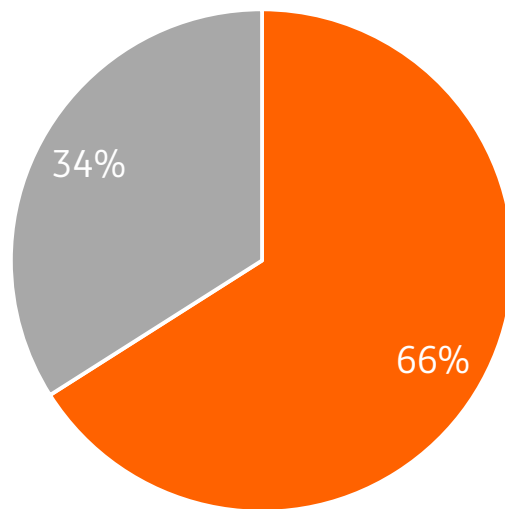


Źródło: Badanie Płatności w sklepach internetowych dla ING - 4p research 2018

# Zakupy online na komputerze i urządzeniu mobilnym

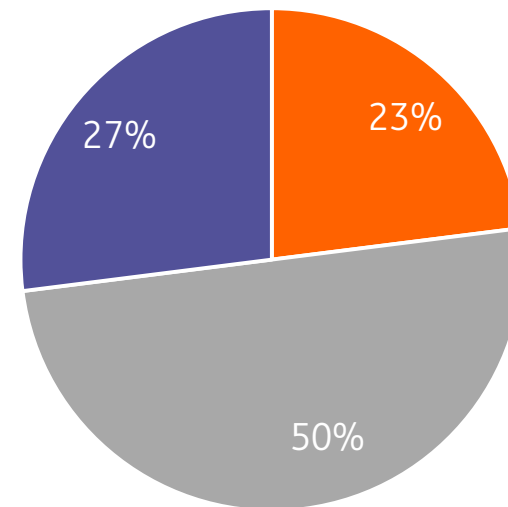
**Konwersja z urządzeń mobilnych jest niższa niż z komputerów stacjonarnych**

Czy wiesz jaka jest konwersja z ruchu mobilnego i z komputerów w Twoim sklepie?



■ tak wiem ■ nie wiem

Jaka jest konwersja ruchu mobilnego w porównaniu do konwersji z komputerów?



■ wyższa jest konwersja mobilna ■ wyższa jest konwersja stacjonarna  
■ obie są takie same

Źródło: Badanie Płatności w sklepach internetowych dla ING - 4p research 2018

# imoje – jak to działa

imoje  
Jak zwiększyć  
sprzedaż w sklepie  
internetowym?



płacę online  
**imoje**

**Pierwsze i jedyne na polskim rynku płatności online dla sklepów internetowych oferowane przez bank.**

Nowe możliwości dla klientów:

**T** **twisto**    **Opcja „kup teraz, zapłać za 21 dni”.**



Wszystkie najpopularniejsze metody płatności – przelewy natychmiastowe, BLIK, karty.



Wygodne zakupy na smartfonie.



Bezpieczeństwo.

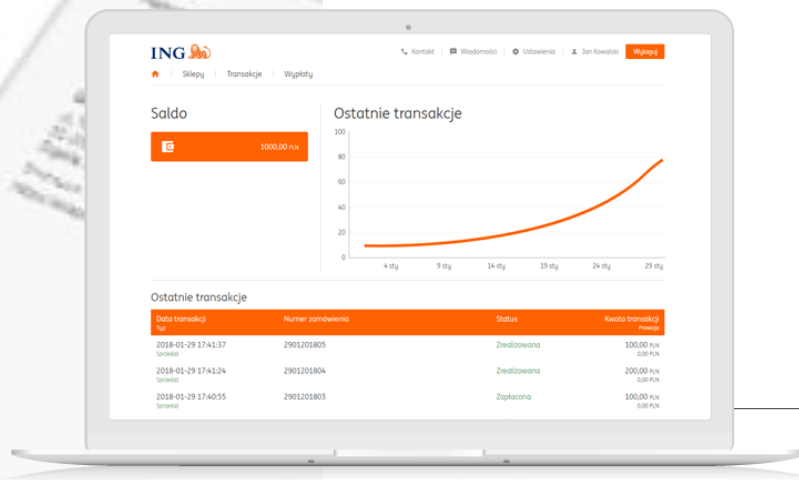


Procesowanie płatności z innych banków.

płacę online  
**imoje**

## Nowe możliwości dla sklepów:

- opcja późniejszej płatności – Twoja przewaga konkurencyjna!
- 100% utargu następnego dnia roboczego na koncie
- bankowy standard bezpieczeństwa płatności i rozliczeń
- atrakcyjne i transparentne opłaty
- nowoczesny i mobilny panel administracyjny
- łatwa obsługa płatności z tytułu zwrotów



# **twisto** - doświadczenia rynku czeskiego



**25-35%** wyższa  
konwersja mobile



**+15%** większa  
wartość koszyka



**17% mniej** płatności  
za pobraniem



**Utrzymanie poziomu sprzedaży**  
na przestrzeni miesiąca

płacę online  
**imoje**

## imoje – w liczbach



**1,5 miesiąca**  
aktywnej sprzedaży



**200 umów**  
podpisanych ze sklepami

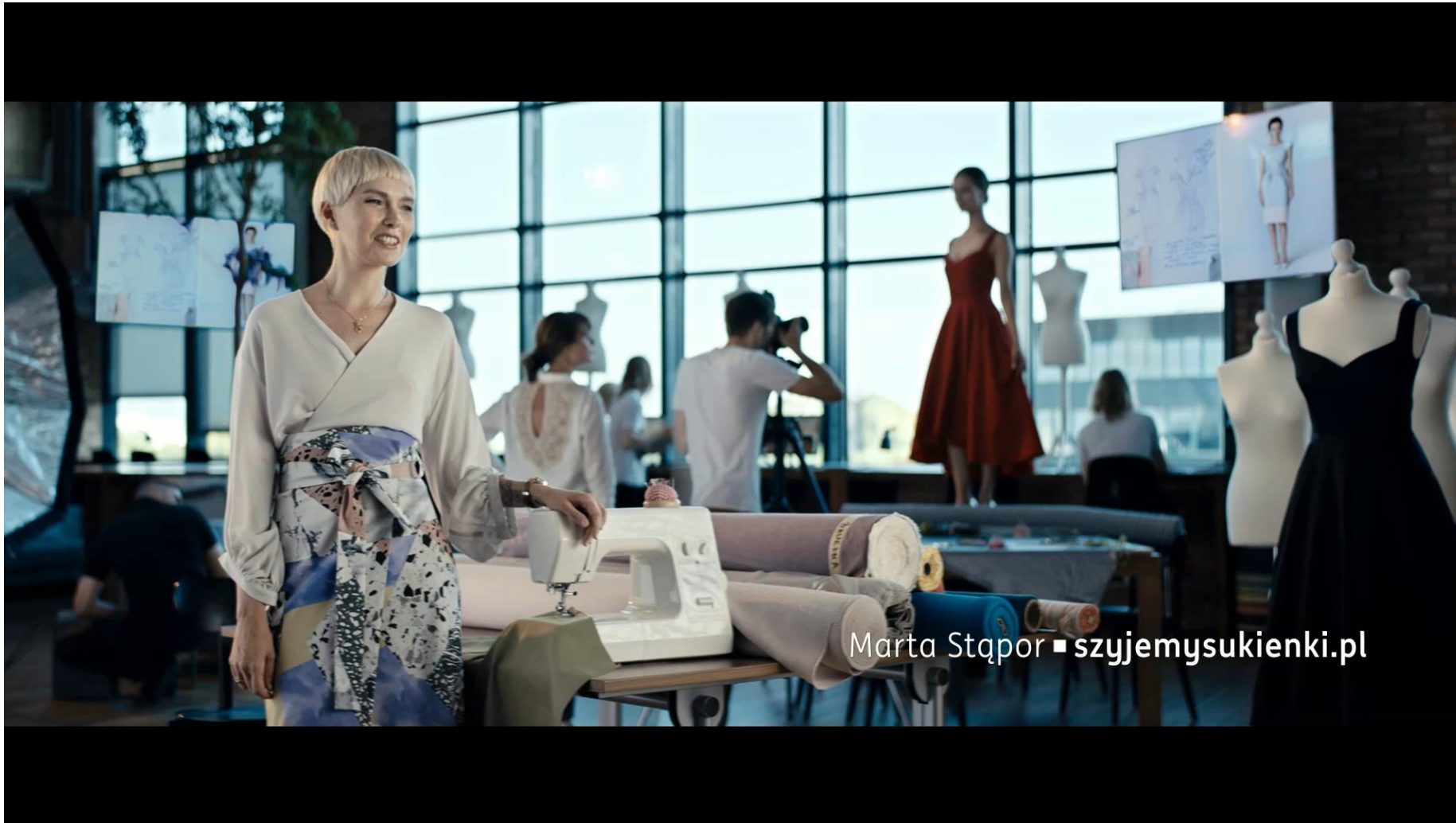


**80 wdrożeń**  
w sklepach internetowych



**120 firm**  
w trakcie boardingu

# Kampania „Jak mieć więcej klientów”



<https://www.ingbank.pl/lp/wiecej-klientow-w-firmie>



Dziękujemy