

## RAPORT PŁATNOŚCI ONLINE BM

### W polskim e-commerce cena ciągle najważniejsza

*12 października 2015, Sopot.* **Decydując się na zakupy przez internet oprócz dostępności produktów najczęściej bierzemy pod uwagę ich cenę oraz wiarygodność samego sklepu. Co czwarty Polak zrezygnował z zakupu w sklepie internetowym z powodu braku dogodnej dla siebie formy płatności – wynika z badania ICAN Research dla Płatności Online BM.**

Cena produktu jest decydująca przy wyborze sklepu dla 68 proc. badanych, zaś wiarygodność sklepu - dla 56 proc. Co trzeci respondent wskazał, że chętniej korzysta ze sklepów internetowych, które umożliwiają – najlepiej łatwo i za darmo – zwrot zakupionych towarów.

Przy wyborze sklepu internetowego klienci biorą pod uwagę także dostępne formy płatności. Wiarygodność firmy obsługującej płatności online istotna jest dla 23 proc. respondentów, zaś dostępność preferowanej formy płatności – dla 22 proc.

Konsumenci chcą, by płatności za zakupy internetowe były przede wszystkim wygodne i bezpieczne. Z drugiej strony samodzielne wykonywanie przelewów jest nadal ulubioną formą płatności klientów sklepów internetowych – wskazało na nią 32 proc. ankietowanych – mimo że do wygodnych i szybkich form wcale nie należy. Dokonując samodzielnego przelewu klienci mogą jednak często oszczędzić na zakupach.

*- Tradycyjny przelew długo jeszcze będzie obecny w polskim e-commerce z prostej przyczyny – jest po prostu najtańszy dla sklepów. Dotyczy to zwłaszcza sklepów o niskomargowej sprzedaży, gdzie każdy 1% prowizji ma olbrzymie znaczenie. Klasycznym przykładem jest zakup laptopa. Ten sam laptop przy płatności przelewem sklep sprzedaje za 3000 zł, a przy wykorzystaniu płatności online za 3030 zł. Nic dziwnego, że konsumenci wolą kupić taniej, mimo że zrobienie przelewu jest mniej wygodne niż np. szybka płatność automatyczna – zauważa Krystian Wesołowski z firmy Blue Media, operatora Płatności Online BM.*

#### **Płatność wąskim gardłem ścieżki sprzedażowej?**

Choć dostępność różnych rodzajów płatności nie gra kluczowej roli w podejmowaniu decyzji zakupowych, to z powodu braku dogodnej formy płatności z zakupów w danym e-sklepie zrezygnował aż co czwarty badany – wynika z badania ICAN Research dla Płatności Online BM.

*- Z jednej więc strony o sposobie płatności nie myślimy planując czy robiąc zakupy w internecie, z drugiej jednak strony brak preferowanej formy płatności może nas skutecznie*

*zniechęć do sfinalizowania transakcji. Jak się okazuje płatność bywa wąskim gardłem ścieżki sprzedażowej – zauważa Krystian Wesołowski.*

Najczęściej wykorzystywaną przez e-konsumentów formą płatności za zakupy internetowe są systemy płatności elektronicznych (automatyczne, jak i te w których trzeba wypełnić dane) – korzysta z nich 71 proc. badanych. Na samodzielne wykonywanie przelewów na konto sklepu decyduje się 60 proc. badanych. Połowa respondentów płaci przy odbiorze przesyłki, zaś 37 proc. korzysta z płatności kartą.

Z kolei jako swoje ulubione formy płatności klienci sklepów internetowych wskazywali kolejno: samodzielne wykonywanie przelewów (32 proc.), płatności elektroniczne (30 proc.) oraz za pobraniem (20 proc.). Wśród płatności online e-konsumenci preferują przelewy automatyczne, przy których nie trzeba dodatkowo wypełniać danych.

**Metodologia:**

Badanie zrealizowane metodą CATI. Przeprowadzono łącznie 1000 wywiadów telefonicznych na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej. Na pytania dotyczące płatności internetowych odpowiadało 676 osób, które robią zakupy online.

## **O Blue Media**

Firma Blue Media jest dostawcą rozwiązań do obsługi transakcji elektronicznych i wsparcia sprzedaży online – od automatyzacji domowych płatności po kompleksowe, szyte na miarę systemy dla bankowości elektronicznej, rozwiązania dla wystawców faktur oraz e-handlu.

Blue Media w oparciu o zgodę NBP prowadzi działalność rozliczeniową i rozrachunkową. Firma jest licencjonowaną przez KNF krajową instytucją płatniczą oraz członkiem Forum Technologii Bankowych przy Związku Banków Polskich.

[www.bluedmedia.pl](http://www.bluedmedia.pl)

## **Kontakt dla mediów**

Zuzanna Szybisty  
[zuza@profeina.pl](mailto:zuza@profeina.pl)  
663 728 472