

Comertul online va creste cu cel putin 15% în România, în 2021 (analiza)

Comertul online din România va creste cu cel puțin 15% în acest an, în timp ce plata cu cardul se va afla pe un trend ascendent, de 39%, inclusiv în mediul rural, releva o analiza întocmita de catre dezvoltatorul local al unei solutii integrate de comert si marketplace.

Conform datelor centralizate de VTEX România, în acest context, se estimeaza ca numarul magazinelor online cu peste o mie de comenzi pe zi se va tripla în urmatorii trei ani, iar cele mai mari cresteri observate în 2021 vor fi în categoriile home & deco, pharma si fashion.

"În acest moment sunt maximum 100 de magazine online pe piata locala care primesc peste 1.000 de comenzi pe zi, dar în urmatorii 3 ani numarul acestora se va tripla pe fondul a cinci tendinte de transformare digitala, care vor defini comertul online local. Vom vedea o accelerare mai mare si o crestere puternica a investitiilor în digitalizare, tehnologie si servicii a jucatorilor consacratii din domeniu. Piata de e-commerce este încă la început de drum, la fel si serviciile si shift-ul catre inovatie sau experiente în offline, deci exista un potential urias. De asemenea, pe termen mediu, piata se va "aseza" si centra în jurul unor marketplace-uri, tendinta globala fiind de consolidare a cosului de cumparaturi într-un singur loc. Consumatorii vor avea destinatii preferate de shopping si vor dori sa faca toate achizitiile dintr-un singur loc", explica Cristi Movila, lider de expansiune pentru Europa de Est în cadrul VTEX.

În viziunea companiei, retailerii si mall-urile se vor orienta catre modele de business online si omnichannel pentru a sustine comertul afectat de pandemie si a asigura supravietuirea sectorului. Un exemplu în acest sens este Veranda Shop Online care își propune "atragerea a minimum 70 de chiriasi pe platforma, care nu sunt prezenti în mall-ul fizic, din zona antreprenoriala si a produselor de nisa, non mass-market".

Totodata, la capitolul platii, se va semnala o crestere la operatiunile cu cardul si mobile shopping. Astfel, rata de acoperire a serviciilor de Internet a crescut si va atrage un salt cu 33% a traficului de pe computerele conectate la retea si cu 12% pentru echipamentele mobile.

Mai mult, datele PayU indica o crestere a adoptiei platii cu cardul, odata cu introducerea masurilor suplimentare de securitate conform directivei PSD2, alaturi de alte solutii precum optiunea de retur a banilor "instant money back" în 30 de minute de la momentul confirmarii returului sau optiunea de plata în siguranta cu un singur click au crescut încrederea în aceasta metoda sigura de plata.

"Rata de penetrare a platii online a crescut cu 50% atingând 36% în 2020, cu un maxim raportat de unii comercianti de peste 50%. Pentru anul 2021 estimam o pondere de 39%. Acum, oamenii petrec mult timp online, iar cumparaturile online sunt mai la îndemâna. Unii utilizatori s-au mutat din orasele aglomerate catre zonele rurale, astfel ca ne asteptam sa vedem o crestere a platilor cu cardul inclusiv în zona rurala", afirma Elena Gheorghe, country manager PayU România.

Analiza Vtex România arata ca, tot pe zona digitalizarii, companiile vor investi în integrarea unor solutii de management al operatiunilor dotate cu Inteligenta Artificiala (AI), care permita optimizarea costurilor si a eforturilor logistice. "În practica, atunci când am aplicat modele de AI, am sesizat cresteri ale vânzarilor, deoarece clientii au ajuns mai usor la produse care l-au convins, generând o majorare a ratei de conversie de produse recomandate: pentru produse din gama Fashion am sesizat cresteri si de 250% sau o conversie generala de peste 2% pentru produsele cosmetice", sustine Alexandru Lapusan, CEO si co-fondator Zitec.

De asemenea, retelele sociale vor juca un rol important în dezvoltarea afacerilor din online. Specialistii din domeniu apreciaza ca aceasta metoda de shopping va fi mai valoroasa în special pentru produsele care sunt extrem

de nisate.

Nu în cele din urmă, segmentele home & deco, pharma și fashion vor fi vedetele anului 2021, iar comercianții se vor asocia în platforme de comerț colaborativ, în așa fel încât să acopere o gamă mai mare de nevoi și servicii.

VTEX este prima și singura soluție complet integrată de comerț, marketplace și Order Management System (OMS), din lume, care unifică experiențele utilizatorilor pe toate canalele, într-o singură soluție completă, destinată companiilor medii și mari.

Marci internaționale, inclusiv Sony, Walmart, Whirlpool, Coca-Cola, Stanley Black & Decker, Samsung, Carrefour și Nestle, alături de alți peste 3.000 de clienți activi în 50 de țări, au încredere că soluția integrată de comerț va accelera și va asigura transformarea comerțului lor.