

Sectorul e-commerce din România a crescut cu 30% în 2020; estimările pentru 2021 arata o majorare de 20-30% (analiza)

Sectorul de e-commerce din România a crescut cu 30%, anul trecut fata de 2019, iar pentru anul 2021 se preconizeaza o crestere între 20% si 30%, reiese dintr-o analiza de piata realizata de o companie specializata în solutii de comert integrat.

Conform VTEX, prin comparatie, vânzarile traditionale cu amanuntul au scazut, iar retailerii offline au înțeles ca online-ul a devenit o necesitate pentru a securiza un comert modern functional.

Astfel, concepte precum omnichannel, multichannel, marketplace, mobile shopping, social shopping sunt noile puncte de interes pe harta retailului românesc, toate acestea urmând a fi dezbătute si radiografiate pe data de 12 mai, în cadrul European Digital Commerce, eveniment organizat de VTEX, ajuns la a doua editie.

"Ponderea vânzării online din totalul vânzării din retail a fost în jur de 10% în 2020, iar în 2021 va creste spre 15%, sustinuta de cresterea accelerata a vânzării online, dar si de stagnarea si incertitudinea din offline. Pandemia a dat un nou imbold pietei de ecommerce, fortând retailerii sa-si regândeasca modelele de business si sa fie acolo unde consumatorii au migrat, în online. Însa lucrul acesta nu a venit de la sine, a presupus energie, înțelegere, resurse importante financiare, implicarea unor specialisti de top, care sa îi ajute sa înțeleaga o piata extrem de dinamica si efervescenta", a explicat Cristi Movila, growth leader Eastern Europe VTEX.

Potrivit sursei citate, tot în cadrul European Digital Commerce (EDC) vor fi prezentate concluziile unui prim studiu B2B din e-commerce, realizat de iSense Solutions si VTEX România.

"Atât pe plan national, cât si global, comertul electronic este la un nivel record. Blocările granitelor, interdicțiile de calatorie si închiderile magazinelor fizice au împins consumatorul în online. Totodata, si cei mai mari retailerii au fost obligati sa aplice pentru prima data comertul electronic. Dar nu toti nou venitii în ecommerce au avut infrastructura la dispozitie, pentru a oferi experienta necesara clientilor. În ceea ce priveste modul în care retailerii au gestionat provocarile generate de contextul pandemic, potrivit Luizei Novac, fiecare jucator a cautat sa accelereze eforturile în directia optimizării, fie ca a fost vorba de investitii în infrastructura digitala, de consolidarea lantului de aprovizionare sau de îmbunatatirea experientelor oferite online consumatorilor", sustin realizatorii cercetării de specialitate.

VTEX este o solutie de comert end-to-end la nivel global, complet integrata, cu marketplace nativ si capacitati OMS. Compania are colaborari cu Sony, Walmart, Whirlpool, Coca-Cola, Stanley Black & Decker, Nestle si de peste 2.500 de magazine online din 32 de tari.