

RANKING

SKLEPÓW INTERNETOWYCH



Raport zrealizowany
przez niezależny serwis **Opineo.pl**

Raport
2015

PATRONI MEDIALNI



Onet



Newsweek



Biznes.pl



SMEbusiness.pl



Evigo



Ceo.com.pl



Biznes Benchmark



Twójbiznes24.pl



e-biznes.pl



QBusiness.pl



FP20



retail360.pl



Retail Trends Polska



Komercyjnie.com



Informacje Handlowe



Inwestycje.pl



Web-news.pl



InformacjeBranzowe.pl



AGDRTV24.pl



Trendz.pl



MarketingKobiet.pl



Marketinglink.pl



SprawnyMarketing.pl



Videotesty



Na1miejscu.pl



Biznes2Biznes.com



GazetaMSP



Modern Technology

PARTNERZY



RedCart.pl



KIR



ZUMI



Skąpiec.pl



IAI S.A.



Rzetelna Firma



Loopa.eu

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
O rankingu	6
Metodologia	6
Praca nad reputacją przynosi efekty	7
Czego pragną klienci?	9
Co mówią dane?	11
Użytkownik pod lupą	11
Ranking Mega-sklepów	14
Ranking Sklepów Średniej Wielkości	17
Ranking Młodych Wilków	20
Ich core businessem jest oryginalność	24
Ranking Sklepów z Kategorii Specjalistycznych	28
Komentarze ekspertów	71
Opineo w liczbach	81
Redakcja	82



SZANOWNI PAŃSTWO

Handel internetowy rośnie w siłę! Według agencji Centre for Retail Research, jesteśmy wśród liderów rynku e-commerce na świecie. Polskie sklepy internetowe mają na siebie pomysł. Czy zasłużyły na laury?

Ubiegły rok był dla sklepów internetowych przede wszystkim rokiem contentu, SEO i zmian legislacyjnych. Eksperti w naszym raporcie prognozują (od str.71), że 2015 rok upłynie sklepom pod znakiem responsywności, mobilności i personalizacji. Coraz większą rolę będzie odgrywać Customer Experience Management. Już dziś sprzedaż w Internecie bez odpowiednich narzędzi do zarządzania doświadczeniem klienta przypomina dryfowanie bez wiosół przez ocean. A przecież CX to nie tylko skuteczny

sposób budowania długofalowych relacji. To także narzędzie do budowania długoterminowej konwersji!

W miłości liczy się pierwsze wrażenie. W e-handlu – ostatnie. Problemem przestaje być już dzisiaj pozyskanie klienta. Kluczowe staje się to, żeby wrócił na kolejne zakupy i żeby zawsze już wracał. Im lepsze będą jego wspomnienia potransakcyjne, tym wyższy będzie wskaźnik Net Promoter Score sklepu i tym większa będzie szansa, że poleci on sklep znajomym.

Oddajemy w Państwa ręce siódmą już edycję Rankingu Sklepów Internetowych Opineo.pl. To nie my, lecz właśnie klient jest głównym autorem tego projektu. Każdy sklep zawdzięcza swoje miejsce w Rankingu konsumenckim opiniom potransakcyjnym. Zapraszam Państwa w podróż po mapie najlepiej ocenianych i najchętniej polecanych przez klientów sklepów internetowych. Wierzę, że podobnie jak w ubiegłych latach, będzie ona dla Państwa emocjonującą przygodą.



Katarzyna
Maciaszczyk-Sobolewska
PR & Marketing Manager w Opineo.pl

METODOLOGIA

Ranking Opineo.pl opiera się na po-transakcyjnych opiniach konsumentów, czyli opiniach, wystawionych przez klientów sklepów internetowych po dokonanych zakupach.

Spośród tysięcy e-sklepów branych pod uwagę, do finału zakwalifikowało się blisko 250 spełniających najwyższe kryteria obsługi klienta.

Opracowując ranking, uwzględniliśmy liczbę recenzji zdobytą przez e-sklep w 2014 roku, liczbę opinii zdobytą w całej historii sklepu internetowego w Opineo.pl, ogólną ocenę na dzień na dzień 31.12. 2014 (godz. 23:59:59), punkty za każde 100 opinii i łączną ocenę klientów.

Wystawiając opinię, konsumenci oceniają:

- szybkość realizacji zamówienia.
- poziom obsługi klienta,
- jakość zapakowania przesyłki
- oraz deklarują, czy poleciliby ten sklep internetowy swoim znajomym.

O RANKINGU

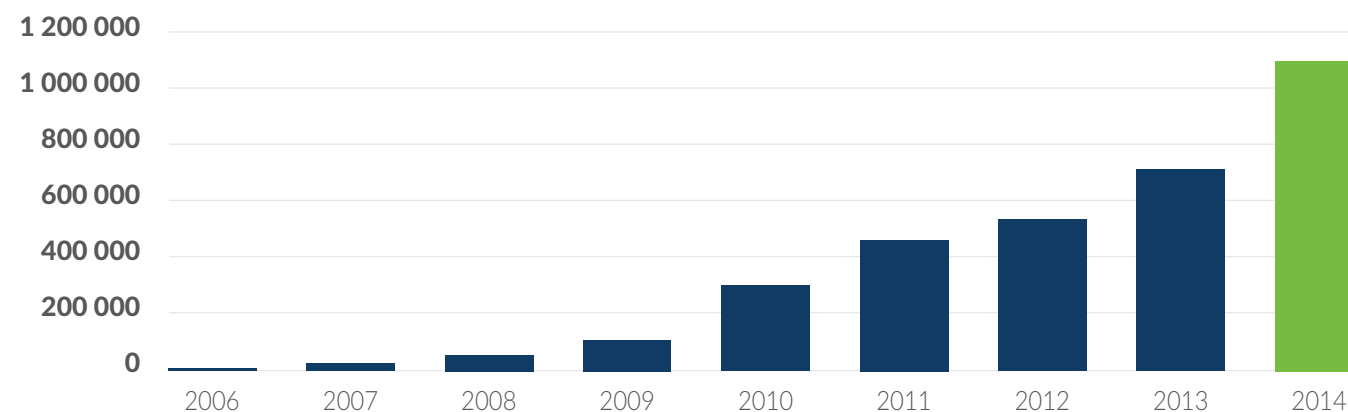
W ubiegłorocznym Rankingu Sklepów Internetowych prognozowaliśmy, że wraz z końcem 2014 r. liczba recenzji konsumentów w Opineo przekroczy 4,5 miliona. Nie spodziewaliśmy się wówczas, że rok zamknie się liczbą 5 288 950 ocen!

W 2014 roku konsumenci wystawili 1.080.418 opinii o sklepach internetowych. To niemal cztery razy więcej niż w 2010 r. i ponad 43 razy więcej niż 2007 roku. Rośnie już nie tylko liczba osób kupujących w sklepach internetowych, ale też świadomość samych konsumentów, którzy rozumieją, że wystawiając opinię, mogą aktywnie uczestniczyć w rozwoju rynku e-commerce w Polsce.

A jak bardzo silny i zróżnicowany jest to rynek, pokazuje obecne zestawienie. Na liście najchętniej polecanych i najwyższej ocenianych przez konsumentów sprzedawców znaleźli się zarówno giganci rynku, królowie mainstreamu, jak i mniejsi gracze z oryginalnym asortymentem i własną grupą lojalnych klientów.

Rywalizacja była zacięta, bo zwycięstwo w Rankingu Sklepów Internetowych Opineo 2015 to ukoronowanie całorocznych wysiłków włożonych w obsługę klienta i pracę nad jakością oferowanych usług. Rankingowy laur to dowód nie tylko na to, że sklep zbiera najwyższe oceny, ale też aktywnie słucha swoich klientów.

Liczba opinii o sklepach internetowych dodawanych przez konsumentów z każdym rokiem



Źródło: Opineo.pl

PRACA NAD REPUTACJĄ PRZYNOŚI EFEKTY

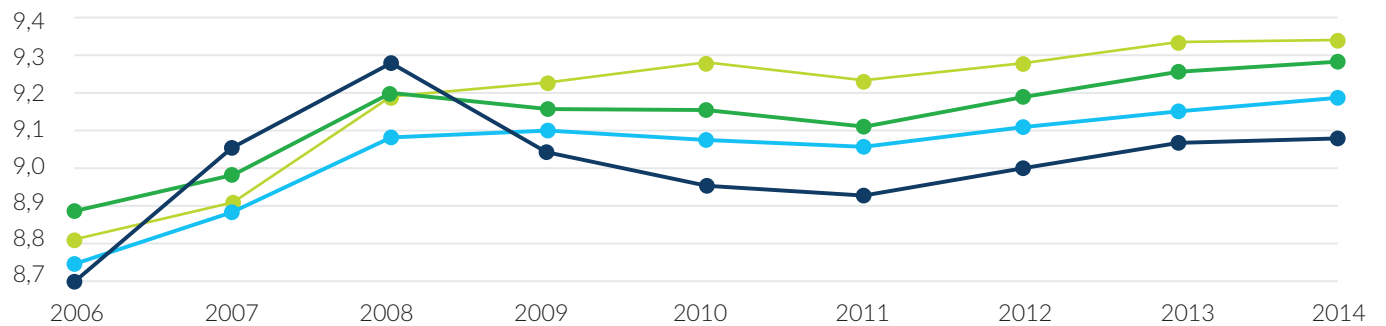
Sklepy internetowe notują coraz wyższe oceny konsumenckie. Poprawa widoczna jest nie tylko w obszarze punktów styku z klientem (touchpoints) i szybkości realizacji zamówienia, ale też w zakresie zarządzania doświadczeniem klienta. Inwestowanie w Customer Experience przynosi efekty w postaci rosnących wskaźników NPS.

Najwięcej punktów od klientów sklepy internetowe dostają za szybkość realizacji zamówienia, a najmniej za jakość pakowania przesyłek.

W ciągu 9 lat widoczny skok w ocenach konsumenckich dokonał się w kategorii poziomu obsługi klienta.

Od 2006 r. do dziś znacznie wzrosła też wśród klientów internetowych potrzeba rekomendacji. Chętniej deklarują oni, że poleciliby dany sklep znajomym.

Średnie oceny cząstkowe sklepów internetowych wystawione przez konsumentów w latach 2006-2014



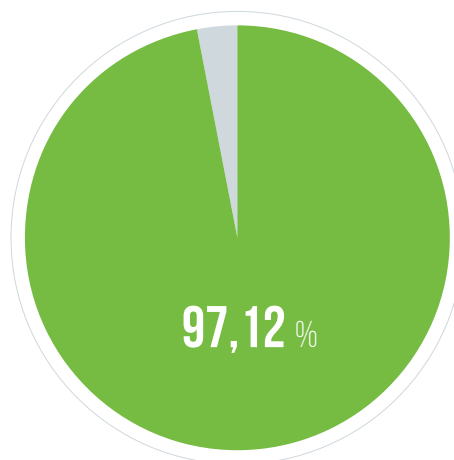
Źródło: Opineo.pl

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
■ Szybkość realizacji zamówienia	8,9	9,0	9,2	9,2	9,1	9,1	9,2	9,3	9,3
■ Poziom obsługi klienta	8,7	8,9	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,2	9,2
■ Jakość zapakowania przesyłki	8,7	9,1	9,3	9,0	9,0	8,9	9,0	9,1	9,1
■ Polecił(a)bym ten sklep znajomym	8,8	8,9	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,3	9,3

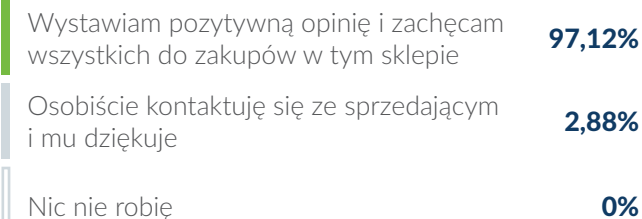
Rekomendacja jest reklamą i magnesem przyciągającym klienta do sklepu internetowego. Ale żeby klient chciał wrócić na kolejną transakcję, musi mieć pozytywne doświadczenia zakupowe. Tylko wtedy ponownie wyda w sklepie pieniądze i wystawi mu pochlebną opinię.

97% respondentów Opineo przyznaje, że gdy transakcja spełnia ich oczekiwania, wystawiają sklepowi internetowemu pozytywną opinię i namawiają innych do zakupów w nim (Ankieta przeprowadzona wśród użytkowników serwisu www.opineo.pl w okresie 11.08.2014-11.09.2014 na próbie 1000 osób)

(wykres 1)



Co najczęściej robisz, gdy transakcja w e-sklepie spełni Twoje oczekiwania?

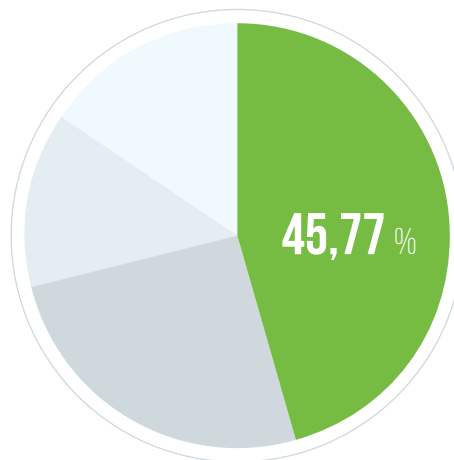


Wykres 1

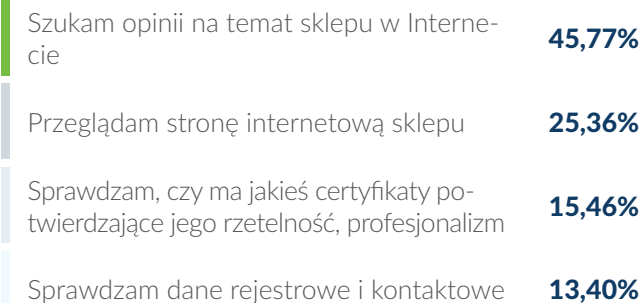
Pozytywne opinie kształtują w świadomości klienta obraz wiarygodności e-sklepu. Ponad 45% użytkowników Opineo przyznaje, że sprawdzając wiarygodność sklepu internetowego w pierwszej kolejności szuka o nim opinii.

(wykres 2)

Podobne wnioski płyną z badania Rzetelnej Firmy, która w 2013 r. spytała przedsiębiorców o to, co wzbudza ich zaufanie do sklepu internetowego. Okazuje się, że zaufanie takie wzbudzają właśnie rekomendacje klientów – 46%.



Jak sprawdzasz wiarygodność sklepu internetowego?



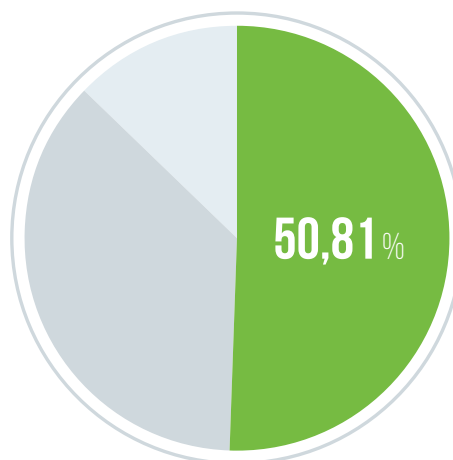
Wykres 2

CZEGO PRAGNĄ KLIENCI?

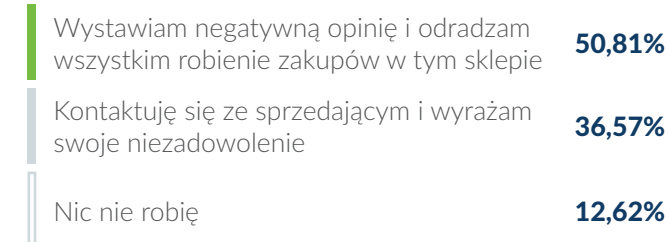
Klienci coraz odważniej oceniają e-sklepy i coraz dobitniej formułują swoje żądania. Od sklepów internetowych oczekują przede wszystkim spersonalizowanej obsługi i nie wahają się zrezygnować z zakupów pod wpływem negatywnych opinii.

W ankiecie, jaką serwis Opineo.pl przeprowadził w ubiegłym roku wśród swoich użytkowników, na pytanie „Czego oczekujesz od sklepu internetowego w ramach rekompensaty za niedogodności, jakie Cię spotkały z jego strony?” zaledwie 11,36% odpowiedziało, że ma nadzieję na gratis/prezent, 20,19% – liczy, że otrzyma rabat na kolejne zakupy, a blisko 30% badanych przyznało, że przede wszystkim oczekuje przeprosin.

Blisko 88% konsumentów, którym Opineo.pl zadało pytanie: „Co robisz, gdy transakcja w e-sklepie nie spełni Twoich oczekiwań?”, podejmuje konkretne działanie. Ponad połowa ankietowanych kontaktuje się ze sprzedającym, by wyrazić swoje niezadowolenie, a 36,57% wystawia sklepowi negatywną opinię i odradza innym zakupy w nim. **(wykres 3)**



Co najczęściej robisz, gdy transakcja w e-sklepie nie spełnia Twoich oczekiwań?



Wykres 3

Z analiz opinii konsumenckich wynika też, że największe grzechy internetowych sprzedawców to:

1. Utrudniony kontakt.
2. Fatalna obsługa.
3. Uszkodzony towar.
4. Spóźniona przesyłka.
5. Towar, który okazał się podróbką.
6. Towar niezgodny z opisem lub inny niż zamówiony.
7. Anulowanie zamówienia przez e-sklep.
8. Brak możliwości wyboru kuriera.
9. Niedotrzymanie słowa przez e-sprzedawcę.
10. Problemy z uznaniem reklamacji.

Do poprawy wciąż pozostaje kwestia jakości pakowania przesyłek, za którą konsumenci wystawiają sklepom internetowym najniższe oceny.

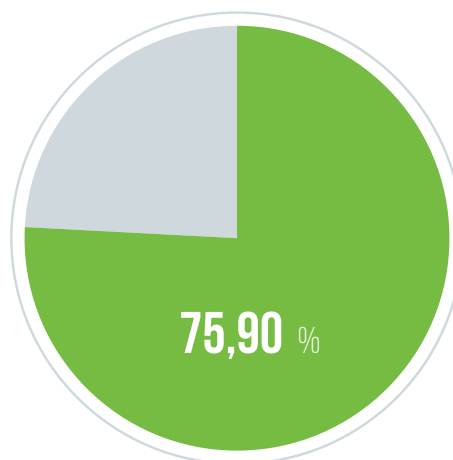
Co prawda z roku na rok poziom pakowania przesyłek rośnie, jednak wciąż jest to najstabsze ogniwo polskich e-sklepów (ocena na poziomie 9,1 w stosunku do szybkości realizacji zamówienia: 9,3 – Opineo, 2014).

Chcąc zatrzymać negatywny trend, sklepy internetowe powinny zacząć z większą uwagą traktować te aspekty logistyczne lub – wzorem zachodnich sprzedawców – aktywniej korzystać z usług dostawców fulfillment, by móc spokojnie skupić się na rozwijaniu własnego biznesu.

Sklepy, które słuchają swoich klientów, mogą się od nich dowiedzieć wielu ciekawych rzeczy. Na przykład takich, że dla konsumentów obsługa jest ważniejsza niż cena. Jak wynika z analizy treści ubiegłorocznych opinii o sklepach internetowych – obsługa klienta była najczęściej komentowaną i ocenianą przez konsumentów kwestią (ten temat został poruszony 404 704 razy). Nieco mniej, bo jedna trzecia opinii, dotyczyła kontaktu (340 405 razy), a w zaledwie jednej czwartej wszyst-

kich opinii poruszany został temat cen oferowanych przez sklep internetowy (275 561).

Z danych Opineo.pl wynika, że 40% sklepów internetowych ocenionych przez klientów przynajmniej raz otrzymało od nich negatywną opinię. A na pytanie „Czy zdarzyło Ci się zrezygnować z zakupu w sklepie internetowym po tym, jak poznałeś negatywne opinie na jego temat?” aż trzy czwarte ankietowanych użytkowników serwisu odpowiedziało, że tak. **(wykres 4)**



Czy zdarzyło Ci się zrezygnować z zakupu w sklepie internetowym po tym, jak poznałeś negatywne opinie na jego temat?



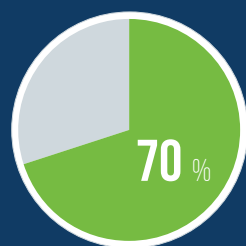
Wykres 4

CO MÓWIĄ DANE?

Serwis Opineo miesięcznie odwiedza 1,3 miliona użytkowników, którzy generują ponad 3,1 miliona odsłon. Jedna piąta z nich korzysta w tym celu z urządzeń mobilnych. Przeważająca większość OpiUserów to – według Google Analytics – osoby w wieku 25-34 lata.

Ok. 70% z nich trafia do serwisu po to, by zapoznać się z opinią o sklepie, produkcie lub firmie, a 30% – by opublikować recenzję. Wielu z nich zostawia jedną, dwie, czasem trzy opinie. Ale są też tacy, którzy opiniują lojalnie, od wielu lat.

Procentowy udział aktywności użytkowników Opineo



- Użytkownicy czytający **70%**
- Użytkownicy opiniujący **30%**

UŻYTKOWNIK POD LUPĄ



AKTYWNY GRACZ

Rekordzista jest w serwisie od niedawna, ale zdołał już wystawić na Opineo ponad 170 opinii o blisko 40 e-sklepach. Ocenie poddawał przede wszystkim sklepy sportowe i komputerowe. Wśród ocenianych produktów znalazły się suplementy budujące masę mięśniową, akcesoria do treningu, gry i części do komputera.

MIŁOŚNICZKA ZDROWIA I URODY

Druga na liście rekordzistów OpiUserka w ciągu czterech lat wystawiła w serwisie 130 recenzji o 45 sklepach. Były to głównie opinie o sklepach sportowych i sklepach z odzieżą, ale wśród ocenianych znalazły się także drogerie internetowe i e-apteki. Kupowała przede wszystkim: perfumy, ubrania, kosmetyki, suplementy diety.



DOMOWA ZŁOTA RĄCZKA

Trzeci spośród najbardziej opiniotwórczych konsumentów jest w Opineo najdłużej, bo od 2009 roku. Ma na koncie 116 recenzji o 30 e-sklepach. Oceniał przede wszystkim sklepy elektryczne i z narzędziami, z asortymentem AGD/RTV i wyposażeniem wnętrz. Wśród zakupionych przez niego produktów znalazły się kinkiety, gniazdko, baterie umywalkowe czy sprzęt domowego użytku.

SZYBKE PŁATNOŚCI ON-LINE POMAGAJĄ E-SKLEPOM W UZYSKANIU PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ

Kupując produkty przez Internet możemy zwykle wybierać spośród kilku różnych form płatności. Od - wciąż najpopularniejszego - tradycyjnego przelewu bankowego, przez płatność gotówką lub kartą przy odbiorze, po tzw. szybkie płatności on-line (z ang. pay-by-link), które z roku na rok zyskują coraz więcej zwolenników.

Jednym z udostępnianych w Polsce systemów płatności internetowych jest Paybynet, obsługiwany przez KIR. To rozwiązanie umożliwia bezpośrednio i szybkie przekazywanie pieniędzy pomiędzy kupującymi a e-sklepami. Klienci banków, którzy korzystają z systemu Paybynet, mają możliwość opłacania zakupów dokonywanych on-line o każdej porze dnia i nocy, także w weekendy, a sklepy internetowe otrzymują szereg udogodnień, usprawniających codzienną obsługę procesu sprzedaży.

Dla kupujących w Internecie, jednym z najważniejszych kryteriów wyboru danego sklepu, jest czas oczekiwania

na realizację zamówienia. Kluczowym elementem tego procesu jest dokonywanie płatności. W przypadku standardowych płatności pay-by-link, pieniądze kupującego wędrują najpierw na konto bankowe firmy rozliczającej, a ta w kolejnym kroku przekazuje je na rachunek sklepu. Pod względem mechanizmu rozliczania płatności Paybynet jest systemem wyjątkowym - jako jedyny z dostępnych zapewnia bezpośrednią realizację przelewu, a złożona dyspozycja jest nieodwoływalna. Dzięki temu, korzystając z bezpośrednich płatności internetowych, można mieć pewność, że sprzedawca niezwłocznie rozpocznie realizację zamówienia, a czas

oczekiwania na dostarczenie produktu skróci się do minimum. Paybynet nie wymaga zaangażowania pośrednika, ponieważ transakcja dokonywana jest bezpośrednio pomiędzy kupującym a sklepem. Ten właśnie prosty mechanizm, przekłada się wprost na szybkość otrzymania zapłaty przez sklep.

Korzystanie z tej usługi przynosi też wymierne korzyści dla e-sklepu. Dzięki temu, że Paybynet obsługuje każdą transakcję indywidualnie, sklep oszczędza czas potrzebny w przypadku innych systemów płatności na rozksięgowywanie zbiorczych przelewów i przyporządkowywanie płatności do zamówień. Ponieważ łatwiej jest zidentyfikować konkretnego klienta i transakcję, znacznie szybciej przebiega nie tylko realizacja zamówienia, ale również proces obsługi reklamacji i zwrotów, a to z kolei zmniejsza koszty. Ze względu na fakt, że konkurencja pomiędzy e-sklepami zaostrza się coraz bardziej, usługi pay-by-link stają się istotnym czynnikiem ułatwiającym uzyskanie przewagi konkurencyjnej.

KIR. Paybynet

sklep on-line



Bezpośrednie płatności internetowe dla e-sklepu

Paybynet jest jedynym w Polsce systemem umożliwiającym realizację płatności bezpośrednio z konta bankowego klienta na konto bankowe sklepu. System pozwala na błyskawiczną finalizację transakcji dzięki przesyłanej **on-line**, **przez 24 godziny na dobę**, informacji o zatwierdzeniu płatności.

Przelew odbywa się w schemacie 1:1 – płatności wpływają na konto bankowe sklepu pojedynczo i w pełnej wysokości. Paybynet eliminuje konieczność rozksięgowywania przelewów zbiorczych i dopasowywania płatności do konkretnych zamówień.



www.paybynet.pl

RANKING MEGA-SKLEPÓW

Mega-sklepy to szczególna kategoria. Stanowią ją weterani internetowego biznesu. Działają od wielu lat, od dawna gromadzą opinie, obsługują mnóstwo klientów i realizują tysiące zamówień.

Oferują przebogaty asortyment: od komputerów, sprzętu AGD/RTV i foto po multimedia, rozrywkę i kulturę. Skuteczność, rzetelność, wiarygodność i najwyższe oceny konsumenckie – to znaki rozpoznawcze Mega-sklepów.

By dostać się do finału, wszystkie Mega-sklepy musiały spełnić następujące warunki: łączna ocena nie mogła być niższa niż 11,0 pkt, ocena za ubiegły rok – powyżej 8,0, liczba opinii zgromadzonych w 2014 r. musiała wynosić powyżej 2000, a liczba ocen w całej historii istnienia w Opineo – powyżej 10.000. Pierwsza trójka najmocniejszych sprzedawców to: Morele.net, Mall.pl i Empik.com.

Absolutny zwycięzca Mega-sklepów – Morele.net – zgromadził 26.851 opinii oraz uzyskał zawrotną ocenę 35,81 pkt, spełniając tym samym kilkakrotnie założone kryteria i zajmując po raz kolejny pozycję lidera.

Ale w obecnym zestawieniu na szczególną uwagę zasługuje jeszcze jeden sklep. W jego przypadku powiedzenie „Last but not least” to za mało. Bo choć OleOle.pl zajmuje ostatnią pozycję w kategorii Mega-sklepów, to awansował do niej z pozycji sklepu średniej wielkości. Awanse są możliwe, ale spadki z piedestału też, a wszystko za sprawą opinii i ocen konsumenckich.



1

PIERWSZA TRÓJKA MEGA-SKLEPÓW



MORELE.NET

 Łączna ocena **35,81**

Morele.net obronił pozycję lidera z poprzedniego Rankingu Opineo, i tak jak rok temu – otwiera aktualne zestawienie najlepiej ocenianych e-sklepów. Zwycięzca kategorii Mega-sklepów to ekspert w sprzedaży elektroniki użytkowej. Za jego sukcesami stoi 15 lat doświadczenia i filozofia, która głosi: „Pozytywna opinia zadowolonego klienta jest dla nas najlepszą reklamą”.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

26 851

 Ocena
w 2014 r.

9,0

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

26,9

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

84 418


MALL.PL

 Łączna ocena **26,15**

Dla wicelidera Mega-sklepów – Mall.pl – najwyższą wartością i inspiracją jest klient. Motto sklepu brzmi: „Obsługujemy klienta tak, jakbyśmy sami chcieli być obsługiwani”. To właśnie dla klienta sklep postanowił zmienić model sprzedaży sprzętu elektronicznego w Internecie z tzw. sprzedaży katalogowej na pełnowartościowy proces zakupów z pełnym systemem informacji i całościową obsługą.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

17 101

 Ocena
w 2014 r.

9,1

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

17,1

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

26 883


EMPIK.COM

 Łączna ocena **19,22**

Empik.com to nie tylko platforma e-commerce, ale również wirtualny salon kulturalny z recenzjami książek, płyt i filmów. Sukcesywnie poszerza asortyment o nowe produkty. W swojej ofercie, oprócz książek i multimedialnych, ma także elektronikę, zabawki, akcesoria sportowe. Jak twierdzą jego twórcy: pomagają się zrelaksować, zapewniają zabawę i rozrywkę, wzbogacają życie i czynią je ciekawszym.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

10 107

 Ocena
w 2014 r.

9,1

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

10,1

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

23 854

RANKING MEGA-SKLEPÓW

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Morele.net	26 851	9,0	26,9	35,81	84 418
2	Mall.pl	17 101	9,1	17,1	26,15	26 883
3	Empik.com	10 107	9,1	10,1	19,22	23 854
4	Merlin.pl	8 868	8,9	8,9	17,77	14 865
5	Euro.com.pl	5 318	9,1	5,3	14,36	30 839
6	Agito.pl	4 694	9,1	4,7	13,76	41 635
7	Redcoon.pl	4 519	8,6	4,5	13,12	34 481
8	Electro.pl	3 937	9,1	3,9	13,04	66 974
9	Mixmedia.pl	3 523	9,2	3,5	12,71	20 593
10	OleOle.pl	2 686	8,7	2,7	11,39	13 194

RANKING SKLEPÓW ŚREDNIEJ WIELKOŚCI

W obecnej edycji Rankingu nie dzielimy już Sklepów Średniej Wielkości na te oferujące asortyment AGD/RTV, Komputery, Fotografia. Wytypowaliśmy piętnastkę najmocniejszych, najlepiej ocenianych e-sklepów.

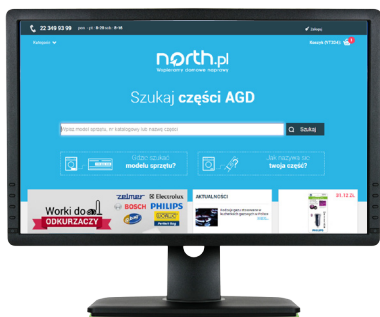
By dostać się do finału, sklepy musiały spełnić następujące warunki: łączna ocena nie mogła być niższa niż 9,0 pkt, ocena za ubiegły rok – powyżej 8,0, liczba opinii zgromadzonych w 2014 r. musiała wynosić powyżej 1000, podobnie jak liczba recenzji w całej historii istnienia sklepu w Opineo. Wysoko podniesiona poprzeczka nie przeszkodziła sprzedawcom w zajmowaniu najlepszych lokat Rankingu. Aż 8 z nich to sklepy, które dzięki wspaniałym ocenom awansowały do tej ligi z dużo niższych pozycji.

Pierwszą trójkę zamykają: North.pl, Drukuj24.pl i Centrumdruku.com.pl, choć w zestawieniu znalazły się też tacy gracze jak Mediamarkt.pl i Saturn.pl. Oba sklepy wciąż jednak defensywnie i z dużą ostrożnością podchodzą do e-konsumentów. Ich oczkiem w głowie bez wątpienia są wielkopowierzchniowe salony w największych polskich miastach. Proces zdobywania tortu e-zakupów odbywa się powoli, być może zamierzenie.



2

PIERWSZA TRÓJKA SKLEPÓW ŚREDNIEJ WIELKOŚCI



NORTH.PL

Łączna ocena

14,56

Zwycięzca w kategorii sklepów średniej wielkości — North.pl — świadczy kompleksowe usługi w zakresie sprzedaży nowych części AGD i RTV. Obok oferowania części do blenderów, pralek, piekarników, doradza też na swoim blogu, jak dobrać dysze do kuchenek gazowych, który odkurzacz będzie najlepszy oraz czego nie wkładać do zmywarki. Hasło firmy: „Wspieramy domowe naprawy” wydaje się więc w pełni uzasadnione.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

5 243

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

5,2

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

21 950


DRUKUJ24.PL

Łączna ocena

13,17

Twórcy sklepu Drukuj24.pl doskonale zdają sobie sprawę z tego, że zakup tuszu lub tonera nie jest przyjemnością, ale raczej smutną koniecznością. Postanowili więc umilić klientom to zadanie, sprzedając materiały eksploatacyjne do drukarek w atrakcyjnych cenach. Mają też coś, czego nie ma konkurencja: wewnętrzną walutę — dln (drekker-złote), za którą można nabyć ciekawe prezenty.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

3 705

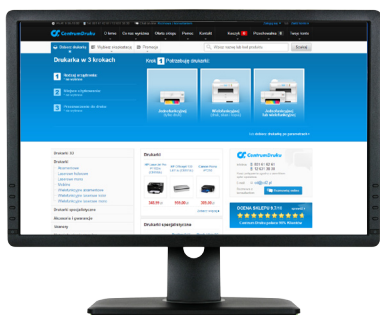
 Ocena
w 2014 r.

9,5

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

3,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

17 363


CENTRUMDRUKU.COM.PL

Łączna ocena

11,93

Trzeci z liderów sklepów średniej wielkości specjalizuje się w sprzedaży urządzeń drukujących dla domu i biura. Oprócz własnego magazynu, sklep Centrumdruku.com.pl posiada też Serwis Urządzeń Drukujących, który świadczy usługi napraw pogwarancyjnych drukarek, urządzeń wielofunkcyjnych i skanerów. A także służy radą i pomocą w załatwianiu reklamacji gwarancyjnych.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

2 525

 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

2,5

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

6 605

RANKING SKLEPÓW ŚREDNIEJ WIELKOŚCI

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	North.pl	5 243	9,3	5,2	14,56	21 950
2	Drukuj24.pl	3 705	9,5	3,7	13,17	17 363
3	Centrumdruku.com.pl	2 525	9,4	2,5	11,93	6 605
4	Inexus.pl	1 862	9,6	1,9	11,50	4 769
5	Mediamarkt.pl	1 912	9,3	1,9	11,20	3 859
6	Sklep.doktortusz.pl	1 567	9,3	1,6	10,85	2 258
7	Proline.pl	1 476	9,1	1,5	10,61	4 842
8	Swiatbaterii.pl	1 342	9,3	1,3	10,59	1 570
9	i-sklep.com.pl	1 245	9,3	1,2	10,54	1 630
10	itpromo.pl	1 199	9,2	1,2	10,43	1 415
11	Mediasklep24.pl	1 025	9,3	1,0	10,35	1 745
12	Saturn.pl	1 143	9,2	1,1	10,35	2 340
13	Sklep.RMS.pl	1 019	9,2	1,0	10,25	2 041
14	Bitcomputer.pl	1 122	9,0	1,1	10,12	1 723
15	Abcgps.pl	1 011	9,0	1,0	9,97	3 646

RANKING MŁODYCH WILKÓW

Grono Młodych wilków tworzą bardzo wysoko oceniane sklepy, choć liczbą opinii i zasięgiem nie mogą one jeszcze konkurować z Mega-sklepami.

Ich znakiem rozpoznawczym jest wyraźnie sprecyzowany obszar działania w konkretnej niszy produktowej. Obca jest im idea sklepu: szwarc, mydło i powidło. To eksperci w ściśle określonych kategoriach produktowych. Jak na razie taka taktyka przynosi im wymierne efekty.

Ligę Młodych wilków tworzą sklepy, których łączna ocena nie mogła być niższa niż 9,0 pkt, podobnie jak ocena za ubiegły rok. Natomiast liczba opinii zgromadzonych w 2014 r. to co najmniej 500 recenzji, tak jak i liczba ocen w całej historii istnienia sklepu w Opineo. Pierwszą trójkę zestawienia otwierają sklepy [Omegasoft.pl](#), [Kuzniewski.pl](#) i [Dellowo.pl](#).



3

PIERWSZA TRÓJKA MŁODYCH WILKÓW



OMEGASOFT.PL

 Łączna ocena **10,60**

Lider Młodych wilków – sklep Omegasoft.pl – specjalizuje się w sprzedaży oprogramowania komputerowego, oferując zarówno najnowsze dostępne na rynku aplikacje, jak i starsze wersje programów pochodzące z wyprzedaży. Twórcy sklepu doradzają też, jak wybrać program antywirusowy, jak odnowić licencję oraz w które programy warto zainwestować.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

687

 Ocena
w 2014 r.

9,9

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

0,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

6 072


KUZNIEWSKI.PL

 Łączna ocena **10,39**

Podczas gdy większość firm dostarczających sprzęt i oprogramowanie ogranicza swą ofertę do klientów indywidualnych, w sklepie Kuzniewski.pl zadbano o klientów biznesowych i instytucjonalnych. W swej ofercie ma on: laptopy, tablety, komputery stacjonarne i akcesoria. Kluczem do sukcesu tego e-sklepu jest ścisła specjalizacja oraz nastawienie na jakość i indywidualną opiekę nad klientem.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

5 770

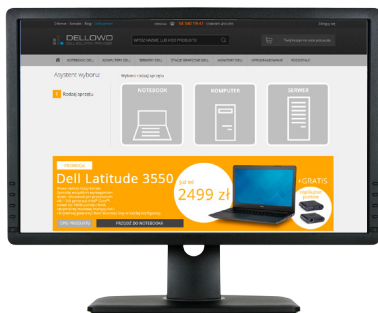
 Ocena
w 2014 r.

9,8

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

0,6

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

2 344


DELLOWO.PL

 Łączna ocena **10,39**

Trzeci z Młodych wilków, sklep Dellowo.pl również kieruje swą ofertą do małych i średnich firm, urzędów i instytucji. Sklep posiada status Partnera Autoryzowanego firmy Dell i 90% asortymentu w jego ofercie to właśnie sprzęt tego producenta. Oprócz sprzedaży sprzętu komputerowego, firma zapewnia też usługi w zakresie infrastruktury IT i wdrażania nowych technologii w oparciu o rozwiązania firmy Dell.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

654

 Ocena
w 2014 r.

9,7

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

0,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

775

RANKING MŁODYCH WILKÓW

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Omegasoft.pl	687	9,9	0,7	10,60	6 072
2	Kuzniewski.pl	645	9,8	0,6	10,39	2 344
3	Dellowo.pl	654	9,7	0,7	10,39	775
4	Satysfakcja.pl	931	9,3	0,9	10,26	1 220
5	Mediaarena.pl	802	9,4	0,8	10,22	2 054
6	Tomsoft.pl	801	9,4	0,8	10,22	908
7	Sferis.pl	548	9,6	0,5	10,15	1 444
8	Portone.pl	991	9,2	1,0	10,14	8 538
9	Cyfrowe.pl	823	9,3	0,8	10,12	4 881
10	Vertis.pl	626	9,4	0,6	10,05	2 301
11	Konektor5000.pl	587	9,4	0,6	10,02	1 204
12	Ajkomp.pl	965	9,1	1,0	10,02	1 613
13	Tuszmarkt.pl	526	9,5	0,5	9,99	3 326
14	Taniodrukuje.pl	615	9,4	0,6	9,97	935
15	TME.pl	591	9,4	0,6	9,97	701

PROWADZISZ SKLEP INTERNETOWY?

Dołącz do Programu



i zbieraj



Uwiarygodnij swój sklep
w oczach klientów

- ✓ Skorzystaj z wygodnego systemu ankietowania
- ✓ Śledź statystyki i raporty o swoim sklepie
- ✓ Dodawaj komentarze do wybranych opinii

ZACZNIJ KORZYSTAĆ

System Wiarygodne Opinie to system zbierania opinii potransakcyjnych, a więc takich, które klienci wystawiają po dokonanej transakcji w sklepie internetowym. Dzięki temu, że opinia pochodzi od osoby, która rzeczywiście dokonała zakupów w Twoim sklepie, masz pewność, że jest autentyczna. Wejdź na www.opineo.pl. Zapytaj o szczegóły naszego doradcy: bok@opineo.pl.

ICH CORE BUSINESSSEM JEST ORYGINALNOŚĆ

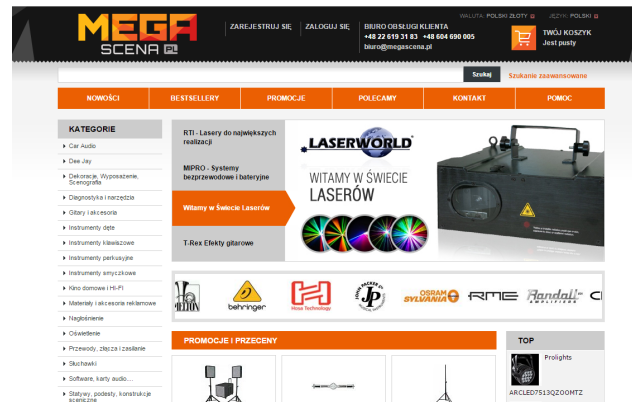
Połowa sukcesu w e-biznesie to pomysł na to, CO warto sprzedawać. Druga połowa to pomysł na to – JAK sprzedawać. Przyjrzelśmy się sklepom internetowym, których głównym wyróżnikiem na rynku jest oryginalny asortyment i specjalistyczna wiedza o oferowanym produkcie.

HEADBEAT.PL



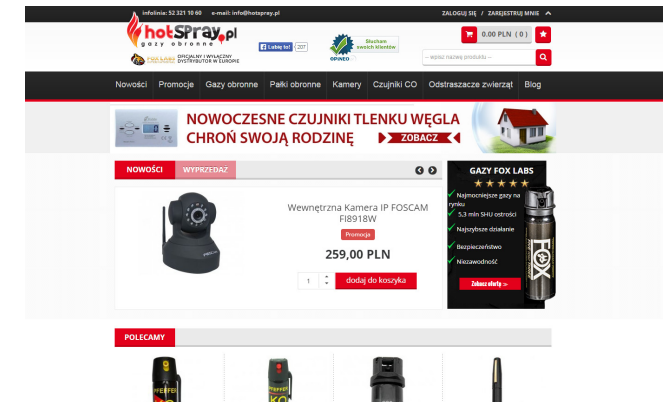
Co wyniknie z połączenia specjalistycznej wiedzy na temat przenośnego sprzętu audio, pracowitości oraz pasji do dźwięku i muzyki? Sprawdzili to twórcy sklepu **Headbeat.pl**. Udowodnili, że podstawą dobrze prosperującego biznesu może być nawet tak niszowy produkt jak słuchawki, które przez większość sklepów internetowych upychane są zazwyczaj w zakładce „Akcesoria”.

MEGASCENA.PL



Skoro już jesteśmy przy muzyce – wiadomo, że bez niej nie odbędzie się żadna impreza. Tak jak bez nagłośnienia, oświetlenia, niezliczonej ilości kabli czy wytwornic efektów. To wszystko i dużo więcej oferuje sklep **Megascena.pl**. A jak się okazuje, dystrybucja profesjonalnego sprzętu to zaledwie ułamek tego, co w zakresie technologii sceny zapewnia przedsiębiorstwo TEEL.

HOTSPRAY.PL



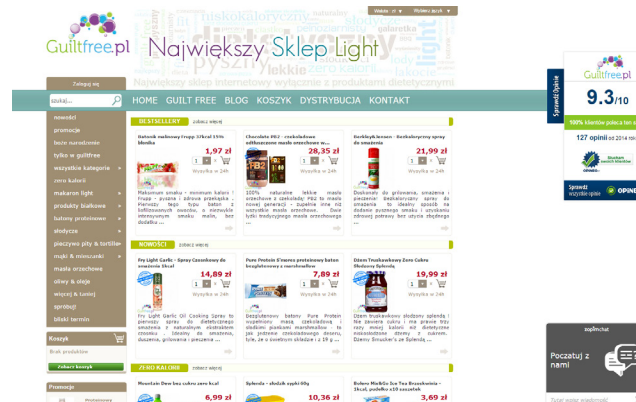
Bardzo nietypowy asortyment oferuje bydgoski sklep **HotSpray.pl** – dystrybutor gazów obronnych, czujników tlenków węgla i odstraszaczy zwierząt. Jak przyznają twórcy sklepu: bezpieczeństwo jest jedną z naczelnych potrzeb każdego człowieka, dlatego oprócz sprzedaży akcesoriów obronnych, sklep publikuje też na stronie cenne porady i wskazówki związane z bezpieczeństwem własnym i najbliższych.

TOYKA.PL



Oryginalności nie można też odmówić producentowi toalet przenośnych TOYKA Poland. W swoim sklepie internetowym Toyka.pl oferuje toalety turystyczne, autobusowe oraz preparaty eksploatacyjne, prowadzi również sprzedaż części zamiennych i serwis naprawczy. Swą ofertę kieruje do firm, właścicieli kempingów i działek rekreacyjnych – słowem: do wszystkich, dla których ważne są odpowiednie warunki sanitarne.

GUILTFREE.PL



Zero kalorii, zero cukru, zero tłuszczu... – takich opisów produktów najczęściej szukają klienci na stronie sklepu **Guiltfree.pl**. A można tam znaleźć dostawnie wszystko: od owocowych galaretek, przez azjatyckie makarony, dietetyczne gorące czekolady, pełnoziarniste ciasteczka i batoniki o obniżonej zawartości tłuszczu, po zdrowe chipsy z niskim IG. Niewinnie i bez wyrzutów sumienia.

MIXIT.PL



Wyrzutów sumienia nie mają też klienci **Mixit.pl** – miłośnicy wszelakich płatków, ziaren, suszonych owoców i orzechów. Możliwość skomponowania własnej mieszanki musli to nie tylko dobra zabawa, ale też zdrowa przygoda. Każde skomponowane zamówienie dodatkowo zawiera informację o wartości odżywczej mieszanki. Dla leniwych twórcy sklepu przewidzieli gotowe produkty w eleganckich opakowaniach.

POZNAJ NOWE NARZĘDZIA, DZIĘKI KTÓRYM ULEPSZYSZ SWÓJ E-BIZNES W 2015 ROKU

Pierwszy e-sklep na świecie datuje się na 1994 rok, kiedy to Jeff Bezos zakłada księgarnię online, by rok później zmienić go w największy sklep internetowy na świecie pod nazwą Amazon. Choć od tego czasu mija już 21 lat, nie zapowiada się, aby serwis miał zwolnić tempo.

To sprawia, że dla właścicieli e-sklepów istnieje dodatkowa szansa na rozwój biznesu i zwiększenie sprzedaży! Upór, konsekwencja, dobry zamysł, umiejętności, dokładna analiza wybranej branży. Pomimo trudności w zaistnieniu w e-commerce, istnieją odpowiednie narzędzia, dzięki którym można osiągnąć sukces.

Do zwiększenia wpływów w sklepach online może przyczynić się platforma Amazon. Możliwość sprzedaży i do-

tarcie do ogromnej liczby potencjalnych Klientów może odbywać się na pięciu europejskich zintegrowanych Marketplace'ach, m.in.: niemieckim, brytyjskim, francuskim, włoskim lub hiszpańskim. Dzięki integracji sklepu internetowego z Amazon za pomocą kilku kliknięć jest możliwe wystawienie produktu, systematyczna synchronizacja stanów magazynowych, odbieranie zamówień w czasie rzeczywistym, ustalanie cen w walucie euro z uwzględnieniem marży dla Amazon, a także wybór rynku sprzedażowego.

Przed dokonaniem integracji należy pamiętać również o warunkach, jakie Amazon stworzył dla sprzedawców, a także o przekalkulowaniu opłacalności inwestycji.

Co jednak z początkującymi sklepami, które chciałyby rozwinąć sprzedaż bez dodatkowych nakładów finansowych? Rozwiązaniem staje się uruchomienie sklepu w modelu dropshipping, który opiera się na przeniesieniu obowiązku kompletowania zamówienia i wysyłce towaru na dostawcę towaru, czyli hurtownie. Sklep w tym przypadku zajmuje się promocją, zdobywaniem ruchu i obsługą Klienta.

Milion produktów na wyciągnięcie ręki – tyle wynosi łączna oferta wszystkich hurtowni dropshipping zintegrowanych z platformą **RedCart.pl**. Małe ryzyko finansowe i niskie koszty wejścia ze względu na brak inwestycji w towar przy jednoczesnym zróżnicowaniu oferty – to najczęściej wymieniane korzyści wśród początkujących sklepów online.



fb.com/RedCartpl

NOWOCZESNE SKLEPY INTERNETOWE

Sprzedawaj na

Korzystaj z integracji
Dropshipping

WYPRÓBUJ TERAZ





RANKING SKLEPÓW Z KATEGORII SPECJALISTYCZNYCH

Sklepy internetowe, które specjalizują się w konkretnych obszarach tematycznych, bardzo często kierują swą ofertą nie tylko do klientów indywidualnych, ale również biznesowych.

Prezentujemy zestawienie najlepiej ocenianych sklepów w 14 kategoriach specjalistycznych: Dla dzieci, Zdrowie i uroda, Zegarki i biżuteria, Sport, Odzież i obuwie, Mo-

toryzacja, Artykuły medyczne, Ogród i narzędzia, Dom i wnętrze, Artykuły zoologiczne, Militaria i survival, Gry, gadżety, prezenty, Książki i edukacja oraz Żywność.



4

RANKING DLA DZIECI

Internetowe zakupy parentingowe sprawiają mnóstwo radości, ale mogą być też źródłem rozterek, jeśli trafi się na nieuczciwego sprzedawcę lub fełerny produkt.

Rowerki, kojce, łóżeczka, huśtawki muszą być nie tylko ładne i komfortowe, ale przede wszystkim bezpieczne, do tego – posiadać odpowiednie atesty i pochodzić z zaufanego źródła. Sprawdziliśmy TOP5 najpopularniejszych produktów z kategorii dla Dzieci.

Pierwszą trójkę darzonych zaufaniem i najchętniej polecanych internetowych sklepów z produktami dla dzieci tworzą: Smyk.com, Renax.pl i Coocoo.pl.

TOP5 najpopularniejszych produktów

	Produkt
1	Baby Maxi Rowerek trójkołowy
2	Pampers Pampers Activebaby
3	Topgal Chilli CHI 186 E
4	Baby Maxi Łóżeczko-kojec
5	Rebel Dobble



PIERWSZA TRÓJKA DLA DZIECI



SMYK.COM

Łączna ocena

12,00

Lider kategorii Dla dzieci po raz kolejny sięga po zwycięski laur w Rankingu Opineo. Smyk.com jest częścią Grupy SMYK, wzbogacając jej portfolio o internetową sprzedaż zabawek, artykułów szkolnych, akcesoriów dla niemowląt oraz odzieży i obuwia dla dzieci – oferowanych w sklepach stacjonarnych. Smyk.com to także porady ekspertów odnośnie wyprawki, świadczeń rodzinnych czy prawidłowego żywienia dziecka.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

2 744

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

2,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

6 087


RENAX.PL

Łączna ocena

10,14

Wicelider kategorii – internetowy sklep Renax.pl – oferuje szeroki asortyment produktów dla dzieci, takich jak klocki konstrukcyjne, lalki, zabawki edukacyjne. Kupującym zapewnia wiele udogodnień: np. żeby złożyć zamówienie nie trzeba zakładać konta, wybrany produkt można zamówić SMS-owo, a zamówioną w e-sklepie przesyłkę można odebrać w Paczkomacie.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

730

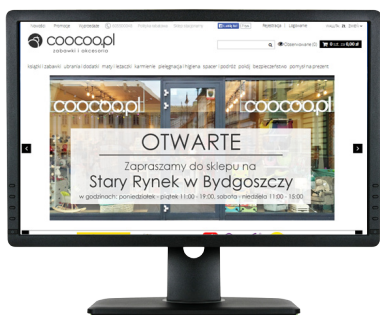
 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

0,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

1 038


COOCOO.PL

Łączna ocena

10,10

Internetowy butik Coooco.pl oferuje produkty z obszaru mody dziecięcej oraz kreatywne i bezpieczne zabawki dla dzieci. Znajdziemy tu estetyczne ubranka o unikatowym designie oraz niezbędne akcesoria: naczynia dla dzieci, leżaczki dla niemowląt, organizery na pieluszki. E-sklep stosuje atrakcyjną politykę rabatową dla stałych klientów oraz zapewnia odbiór osobisty w Bydgoszczy.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

667

 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

0,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

1 234

DLA DZIECI

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Smyk.com	2744	9,3	2,7	12,00	6 087
2	Renax.pl	730	9,4	0,7	10,14	1 038
3	Coocoo.pl	667	9,4	0,7	10,09	1 234
4	Scandinavianbaby.pl	495	9,6	0,5	10,08	1 477
5	Krolestwodzieci.pl	613	9,4	0,6	10,04	4 579
6	ToysPlanet.pl	785	9,2	0,8	9,94	880
7	Bamadoo.pl	251	9,7	0,3	9,93	279
8	Endo.pl	618	9,3	0,6	9,92	893
9	Nasze-zabawki.pl	181	9,7	0,2	9,85	816
10	DlaDzieciaczka.pl	431	9,4	0,4	9,78	4 987
11	Worldtoys.pl	171	9,6	0,2	9,75	174
12	Bebito.pl	536	9,2	0,5	9,71	902
13	Bawibobas.pl	101	9,6	0,1	9,71	253
14	Mamaplus.pl	218	9,5	0,2	9,68	316
15	Zakupy.linkbaby.pl	593	9,1	0,6	9,67	1 871

RANKING ZDROWIE I URODA

Perfumy i kosmetyki to jedna z ulubionych kategorii kobiecych. Zdaniem Eweliny Kitlińskiej z redakcji MarketingKobiet.pl, panie stanowią 60% klientów nabywających kosmetyki.

Nie tylko lubią kupować, ale też zaopatrują w te produkty wszystkich domowników. W e-sklepach sprzedających kosmetyki to kobiety spędzą więcej czasu od mężczyzn. Jednorazowa wartość koszyka damskiego jest wyższa od męskiego, a dodatkowo panie poświęcają więcej czasu na czytanie opisów produktów czy opinii o produktach.

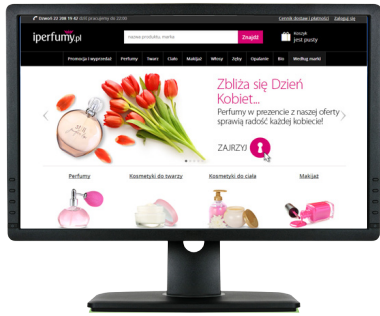
„Błyskawiczna wysyłka, dostownie nawet 24 godziny nie minęły od zamówienia a perfumy były u mnie!!! Bardzo polecam sprzedającego, produkt jak najbardziej oryginalny, super pomysły i sympatyczne opakowanie. Już się przymierzam do kolejnych zakupów!” (Ania, grudzień 2014) (Ania, grudzień 2014)

Analiza opinii pokazuje, że niepodważalną zaletą e-sklepów z kosmetykami, perfumami i produktami zdrowotnymi są atrakcyjne ceny, szybkość i wygoda zakupów oraz szeroki asortyment.

Pierwsze trzy miejsca w obecnym Rankingu należą do sklepów: lperfumy.pl, Sklep.sfd.pl, E-glamour.pl.



PIERWSZA TRÓJKA ZDROWIE I URODA



IPERFUMY.PL

 Łączna ocena **33,31**

Zwycięski sklep w kategorii Zdrowie i uroda obronił pozycję lidera z poprzedniego Rankingu Opineo. Sklep Iperfumy.pl działa od 2004 roku i należy do Internet Shop s.r.o. – właściciela największej sieci perfumerii internetowych w Europie Środkowej (prowadzącej e-sklepy w Polsce, Czechach, na Węgrzech i na Słowacji). Oferuje perfumy, kosmetyki do pielęgnacji ciała i włosów oraz produkty bio dla alergików.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

24 069

 Ocena
w 2014 r.

9,2

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

24,1

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

74 746


SKLEP.SFD.PL

 Łączna ocena **22,69**

Wicelider kategorii Zdrowie i uroda też jest spokojny o swoją pozycję, bo aktualne zestawienie jest dla niego potwierdzeniem sukcesów osiągniętych w poprzednim Rankingu Opineo. Sklep.sfd.pl to ekspert z dziedziny profesjonalnej suplementacji. W swojej ofercie ma odżywki białkowe, kosmetyki, witaminy i minerały. Twórcy sklepu przekonują, że najwyższą wartością jest zdrowie, a bez niego, jak wiadomo, trudno dbać o urodę.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

13 364

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

13,4

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

25 524


E-GLAMOUR.PL

 Łączna ocena **22,69**

Zamykający trójkę najlepiej ocenianych e-sklepów z kategorii Zdrowie i uroda – E-glamour.pl – jest również wiceliderem Rankingu Perfumerii i Drogerii Internetowych Opineo 2014. Sklep zajmuje się sprzedażą perfum i kosmetyków od 2006 roku. Z biegiem czasu zrezygnował z handlu hurtowego na rzecz sprzedaży detalicznej. Oferuje 438 tys. produktów 380 światowych marek.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

13 217

 Ocena
w 2014 r.

9,5

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

13,2

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

24 604

ZDROWIE I URODA

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	lperfumy.pl	24 069	9,2	24,1	33,31	74 746
2	Sklep.sfd.pl	13 364	9,3	13,4	22,69	25 524
3	E-glamour.pl	13 217	9,5	13,2	22,69	24 604
4	Perfumesco.pl	11 522	9,4	11,5	20,95	22 996
5	Ezebra.pl	7 413	9,1	7,4	16,47	9 133
6	Perfumeria-euforia.pl	6 223	9,5	6,2	15,76	15 856
7	Hairstore.pl	6 358	9,4	6,4	15,74	14 950
8	Perfumeria.pl	5 339	9,6	5,3	14,93	18 170
9	Mintishop.pl	5 380	9,5	5,4	14,92	6 731
10	Perfumy-Perfumeria.pl	4 669	9,5	4,7	14,15	10 551
11	PerfumeriaAnna.pl	3 246	9,8	3,2	13,04	4 716
12	Kulturystyka.sklep.pl	2 868	9,5	2,9	12,34	3 930
13	Xperfume.pl	2 971	9,1	3,0	12,09	5 945
14	Estyl.pl	1 789	9,4	1,8	11,14	5 912
15	Ladymakeup.pl	1 380	9,6	1,4	10,99	3 851

RANKING ZEGARKI I BIŻUTERIA

Akcesoria biżuteryjne, kryształy, półfabrykaty, elementy do tworzenia biżuterii, zegarki osobiste i zegary ściennie również mają sporą rzeszę entuzjastów, którzy lubią dokonywać zakupów on-line, a po skończonej transakcji chętnie wystawiają sklepowi opinię.

W pierwszej piątce najpopularniejszych produktów z tej kategorii znajdują się zarówno markowe zegarki, jak i gotowa biżuteria czy półfabrykaty do produkcji ozdób.

Pierwszą trójkę najlepiej ocenianych sklepów internetowych z tej kategorii stanowią, identycznie jak rok temu: Korallo.pl, Otozegarki.pl i Swiss.com.pl. Swój debiut w zestawieniu mają natomiast: Happytime.com.pl, Zegarkicentrum.pl i Aimor.pl.

TOP5 najpopularniejszych produktów

	Produkt
1	Zegarek Timex T49551
2	Toho koraliki
3	Galart półfabrykaty biżuteria
4	Zegarek Casio G-Shock GW-9200-1
5	Swarovski kryształy



PIERWSZA TRÓJKA ZEGARKI I BIŻUTERIA



KORALLO.PL

 Łączna ocena **12,93**

Masa perłowa, półfabrykaty, rzemienie, sznurki, gotowa biżuteria, kryształki, kamienie — w Korallo.pl znajdziemy to wszystko i o wiele więcej. Sklep po raz kolejny triumfuje w kategorii Zegarki i biżuteria, konsekwentnie gromadząc pozytywne opinie od zadowolonych klientów. Sukces tkwi w rzetelnym pakowaniu, dobrze zabezpieczonej przesyłce i skromnym gratisie, który dołączany jest do każdego zamówienia.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

3 597

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

3,6

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

6 598


OTOZEGARKI.PL

 Łączna ocena **11,71**

Otozegarki.pl to kilkanaście lat doświadczeń w handlu zegarkami i urządzeniami elektronicznymi, przeniesione w świat Internetu. Za sukcesami firmy stoi doświadczenie w branży zegarmistrzowskiej oraz profesjonalizm świadczonych usług. Jak twierdzą twórcy sklepu, ich priorytetem jest satysfakcja klientów, dlatego dbając o podnoszenie jakości usług, nie zapominają o obniżaniu cen oraz stwarzaniu dogodnych warunków zakupu.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

2 236

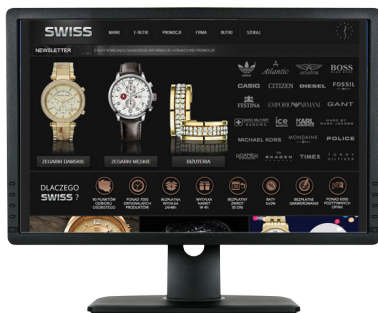
 Ocena
w 2014 r.

9,5

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

2,2

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

4 548


SWISS.COM.PL

 Łączna ocena **11,11**

Pasją twórców sklepu Swiss.com.pl są zegarki. Absolutnie wszystkie zegarki: poczynając od klasycznych, poprzez aktualnie modne, typowo sportowe, a kończąc na biżuterijnych. Ze stali szlachetnej, złote, plastikowe, a nawet wykorzystujące takie materiały jak masa perłowa czy drewno. Połączenie najwyższej jakości usług z profesjonalnym doradztwem sprawia, że wszystko tu działa jak w szwajcarskim zegarku.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 834

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

1,8

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

4 515

ZEGARKI I BIŻUTERIA

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	☰ Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Korallo.pl	3 597	9,3	3,6	12,93	6 598
2	Otozegarki.pl	2 236	9,5	2,2	11,71	4 548
3	Swiss.com.pl	1 834	9,3	1,8	11,11	4 515
4	Zegarek.net	1 333	9,4	1,3	10,77	4 114
5	Happytime.com.pl	1 096	9,3	1,1	10,44	1 349
6	Onyks.eu	1 056	9,4	1,1	10,42	3 317
7	Zegarekdlaciebie.pl	715	9,4	0,7	10,15	1 355
8	Zegarownia.pl	510	9,6	0,5	10,08	998
9	Zegarkicentrum.pl	590	9,4	0,6	10,01	683
10	Aimor.pl	450	9,5	0,5	9,99	717
11	Zegarmistrz.com	216	9,7	0,2	9,95	605
12	Kraina-czasu.pl	192	9,7	0,2	9,90	1 285
13	Zegarki24h.pl	149	9,7	0,1	9,87	548
14	Marmad.pl	340	9,5	0,3	9,85	556
15	Fugart.pl	189	9,7	0,2	9,84	189


RANKING SPORT

Jak przyznają eksperci Loopa.eu, dla internetowych sklepów sportowych duże znaczenie ma sezonowość: produkty z kategorii siłownia i fitness sprzedają się najlepiej od listopada do kwietnia.

Rowery kupujemy od marca do sierpnia, natomiast akcesoria turystyczne najchętniej nabywamy w maju i w grudniu. Zdaniem ekspertów IAI, sezonowości nie da się całkowicie wyeliminować, ale sklepy sportowe walczą z nią poprzez stosowanie różnych zabiegów Marketing Automation w połączeniu z inteligentnymi systemami rekomendacji.

Dzięki temu wiedzą, co klient kupuje i przegląda. Proponują mu produkty, którymi będzie zainteresowany i które mogą uzupełnić jego poprzednie zakupy.

Pierwsze trzy sklepy, które zdobyły najwyższe oceny konsumenckie, to znane z poprzednich rankingów: Hurtowniasportowa.net, Centrumrowerowe.pl i Runnersclub.pl.

 *Pełny profesjonalizm! Rakietka bardzo dobrze zapakowana, rewelacyjny kontakt na każdym etapie zakupu, perfekcyjne doradztwo, zakup w 100% udany - POLECAM!!!!" (Szymon, sierpień 2014)*



PIERWSZA TRÓJKA **SPORT**



HURTOWNIASPORTOWA.NET

Łączna ocena

14,43

„Sport to fenomenalne zjawisko, które kształtuje ludzi i budzi poczucie jedności z drugim człowiekiem” – uważa lider aktualnego zestawienia. Dlatego misją sklepu Hurtowniasportowa.net jest „propagowanie uprawiania sportu, gdyż wyzwala on pozytywne cechy, a sam w sobie jest czysty i szlachetny”. Sklep oferuje sprzęt treningowy, odzież, buty, akcesoria sportowe, a nawet urządzenia do rehabilitacji.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

4 958

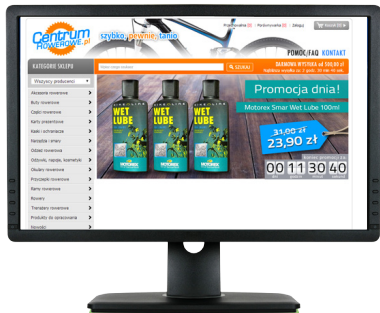
 Ocena
w 2014 r.

9,5

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

5,0

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

7 157


CENTRUMROWEROWE.PL

Łączna ocena

13,00

Dawno, dawno temu, w 2005 roku powstało Centrumrowerowe.pl. A było to jeszcze w czasach, kiedy rynek części rowerowych w Polsce dopiero raczkował. Za cel obrano sobie wówczas dostarczanie klientom interesujących ich części w możliwie atrakcyjnych cenach. Ten cel i ta misja przyświecają twórcom sklepu do dziś. A zadowolenie klientów przybiera formę pozytywnych opinii.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

4 303

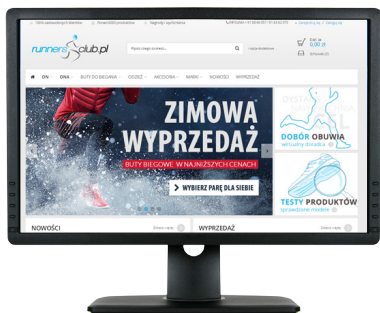
 Ocena
w 2014 r.

8,7

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

4,3

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

7 198


RUNNERSCLUB.PL

Łączna ocena

12,76

Jakie są rodzaje stóp? Stopa neutralna, supinująca i pronująca. Bez względu na to, jakie stopy posiadamy, w sklepie dla biegaczy Runnersclub.pl każda znajdzie dla siebie odpowiednie obuwie. Sklep uruchomił nawet specjalny program wsparcia, dzięki któremu zawodnicy, trenerzy i instruktorzy mogą korzystnie zaopatrzyć się w artykuły biegowe renomowanych marek, niezależnie od tego, czy trenują w mieście, w terenie czy na bieżni.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

3 402

 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów


3,4

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

6 306

SPORT

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	 Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Hurtowniasportowa.net	4 958	9,5	5,0	14,43	7 157
2	Centrumrowerowe.pl	4 303	8,7	4,3	13,00	7 198
3	Runnersclub.pl	3 402	9,4	3,4	12,76	6 306
4	R-GOL.com	3 126	9,5	3,1	12,61	4 428
5	Fitnessstrening.pl	2 627	9,4	2,6	12,05	5 635
6	Sportclub.com.pl	2 013	9,3	2,0	11,36	8 752
7	SquashTime.pl	1 561	9,4	1,6	10,96	3 243
8	Sklep-LUZ.pl	1 280	9,5	1,3	10,76	2 760
9	Sklep-presto.pl	1 594	8,9	1,6	10,53	9 659
10	Marionex.pl	1 008	9,5	1,0	10,46	1 599
11	Bikestacja.pl	1 159	9,2	1,2	10,37	1 628
12	Cyklotur.com	1 552	8,7	1,6	10,21	2 432
13	Snowsport.pl	861	9,4	0,9	10,21	2 235
14	Erakiety.com	689	9,5	0,7	10,16	1 097
15	Zumbasklep.pl	649	9,5	0,6	10,15	719


RANKING ODZIEŻ I OBUWIE

Internet jest drugim, po galerii handlowej, miejscem dokonywania zakupów odzieżowych i obuwniczych – wynika z badania ARC Rynek i Opinia z 2014 r.

Zakupy w sieci deklaruje 51% internautów w wieku 18-55 wydających na odzież i obuwie co najmniej 200 zł miesięcznie. Badanie, „E-konsumenci (Consumer Journey Online)” zrealizowane przez IAB Polska pokazuje, że spośród asortymentu odzieżowego najczęściej nabywamy w Internecie ubrania (78%), obuwie (71%) i bieliznę (53%). Konsumenci chwalą e-sklepy odzieżowe za dużą różnorodność towaru, limitowane edycje,

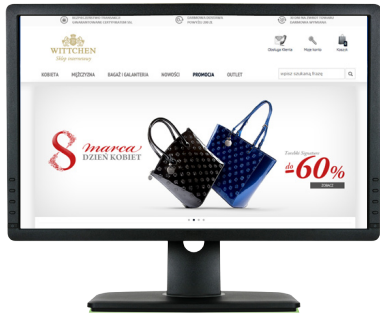
konkurencyjne ceny i atrakcyjne programy lojalnościowe. Doceniają dobrej jakości zdjęcia, które umożliwiają im dokładne obejrzenie każdego detalu produktu, porady stylisty (np. formie LiveChatu) i proponowanie całych zestawów stroju (np. w formie automatycznych silników rekomendacji).

Najlepiej oceniana trójka z tej kategorii sklepów to: Sklep.Wittchen.com, Eobuwie.pl i Unhuman.pl.

 *Szybka i profesjonalna obsługa. Jakość butów naprawdę świetna. Już od dawna zamawiam buty dla całej rodziny tylko w tym sklepie. Polecam” (Monika, październik 2014)*



PIERWSZA TRÓJKA ODZIEŻ I OBUWIE



SKLEP.WITTCHEN.COM

 Łączna ocena **23,25**

Główną misją firmy Wittchen jest umiłowanie piękna tworzenie wyjątkowo eleganckich rzeczy. To producent damskiej i męskiej galanterii skórzanej oraz dodatków. W ofercie ma m.in.: odzież, obuwie, rękawiczki, paski, portfele, torebki, krawaty czy apaszki. Na rynku sprzedaży detalicznej działa od 1990 roku. Lider aktualnego zestawienia to również zwycięzca Rankingu Internetowych Sklepów Odzieżowych 2014.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

13 839

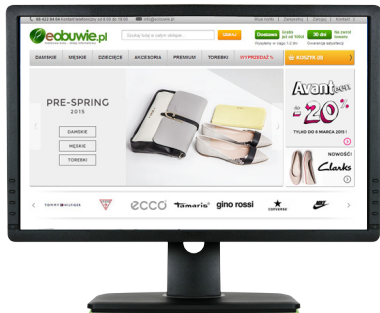
 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

13,8

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

18 063


EOBUWIE.PL

 Łączna ocena **20,16**

Eobuwie.pl to firma rodzinna z 20-letnim doświadczeniem na rynku. To także jeden z największych w Polsce sklepów internetowych specjalizujących się w sprzedaży obuwia i akcesoriów. I choć twórcy sklepu szczerzą się wieloma nagrodami, to najważniejsze i najcenniejsze dla nich są pozytywne opinie konsumenckie. Sklep doradza również, jak dobrać rozmiar obuwia, jak kupować i jak pielęgnować buty.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

10 730

 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

10,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

21 614


UNHUMAN.PL

 Łączna ocena **15,35**

Sklep internetowy Unhuman.pl oferuje wysokiej jakości odzież, obuwie i akcesoria polskich i zagranicznych marek streetwear'owych. Wspólnie z organizacją Unhuman Familia od lat wspiera artystów oraz współorganizuje koncerty i wydarzenia na polskiej scenie muzycznej. Tu moda i muzyka są ze sobą nierozdzielnie związane. Ten pasjonujący związek zaowocował szybkim awansem w rankingu ocen i opinii konsumenckich.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

5 895

 Ocena
w 2014 r.

9,5

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

5,9

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

6 308

ODZIEŻ I OBUWIE

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	☰ Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Sklep.Wittchen.com	13 839	9,4	13,8	23,25	18 063
2	Eobuwie.pl	10 730	9,4	10,7	20,16	21 614
3	Unhuman.pl	5 895	9,5	5,9	15,35	6 308
4	Butyjana.pl	4 596	9,4	4,6	13,99	16 503
5	4fsklep.pl (Dawniej Outhorn.pl)	3 641	9,4	3,6	13,04	6 936
6	Gorteks.com.pl	3 360	9,5	3,4	12,87	7 784
7	Mivo.pl	3 179	9,5	3,2	12,65	4 418
8	Eastend.pl	2 874	9,3	2,9	12,20	6 428
9	Rockmetalshop.pl	2 474	9,3	2,5	11,81	23 449
10	Ekskluzywna.pl	2 464	9,3	2,5	11,76	3 314
11	Netmoda.pl	2 227	9,1	2,2	11,36	2 501
12	LoveitShop.pl	1 572	9,7	1,6	11,30	2 034
13	TheAvenue.pl	1 639	9,7	1,6	11,23	1 944
14	Answear.com	1 511	9,6	1,5	11,08	6 335
15	ButyRaj.pl	1 494	9,4	1,5	10,86	3 566

RANKING MOTORYZACJA

Skoro na konkretną część samochodową zamówioną w stacjonarnym sklepie motoryzacyjnym czy w ASO i tak nierzadko trzeba czekać kilka dni lub tygodni, lepiej od razu zaopatrzyć się w sklepie internetowym.

Ceny części samochodowych w sieci bywają dużo tańsze, a możliwość porównania różnych ofert i sprawdzenia opinii o danym produkcie w połączeniu z wygodą zamówienia przez Internet, sprawiają, że zakupy on-line stanowią atrakcyjną alternatywę dla tradycyjnych motozakupów.

Najlepiej i najchętniej ocenianą marką produktów motoryzacyjnych w Opineo są opony Dębica. Natomiast pierwszą trójkę najwyżej ocenianych e-sklepów motoryzacyjnych stanowią: Oponeo.pl, Felgeo.pl, iParts.pl. Wśród debiutantów obecnego zestawienia jest aż pięć świetnie ocenianych sklepów.

ee *Bardzo fachowa obsługa, szybka wysyłka, bieżące informacje na temat przesyłki, przyjemny w obsłudze interfejs, łatwość wyszukiwania żądanych części" (Pielichl, lipiec 2014)*



PIERWSZA TRÓJKA **MOTORYZACJA**



OPONEO.PL

Łączna ocena

13,41

Opony to część samochodu, która ma największy wpływ na bezpieczeństwo podróżowania. Lider aktualnego zestawienia w kategorii Motoryzacja po raz kolejny sięga po laur. W swojej ofercie ma opony letnie i zimowe różnych marek, klas i przeznaczenia. Ale Oponeo.pl to nie tylko jeden z pierwszych polskich sklepów internetowych z oponami, to także największa w Europie baza informacji na temat opon samochodowych.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

4 094

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

4,1

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

22 009


FELGEO.PL

Łączna ocena

11,33

Wicelider zestawienia – Felgeo.pl – oferuje kompleksowe rozwiązania dla każdego serwisu, począwszy od felg, poprzez śruby do nich, opony, zawory, sensory TPMS możliwe do zaprogramowania pod każde auto, aż na kompleksowym zaopatrzeniu serwisu oponiarskiego kończąc. Profesjonalne doradztwo i wysoka jakość obsługi znajdują odzwierciedlenie w pozytywnych opiniach klientów detalicznych oraz hurtowych.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 984

 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

2,0

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

2 852


IPARTS.PL

Łączna ocena

11,01

Jak twierdzą twórcy iParts.pl każda opinia konsumencka pomaga im się rozwijać i dostosowywać ofertę do potrzeb klientów, wszystkie są wnikliwie analizowane i poddawane wewnętrznej dyskusji. Sklep oferuje ponad 2 miliony produktów pochodzących od zaufanych producentów części do aut osobowych, terenowych, sportowych i dostawczych, a także oleje, płyny i akcesoria.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 767

 Ocena
w 2014 r.

9,2

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

1,8

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

3 648

MOTORYZACJA

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Oponeo.pl	4 094	9,3	4,1	13,41	22 009
2	Felgeo.pl	1 984	9,4	2,0	11,33	2 852
3	iParts.pl	1 767	9,2	1,8	11,01	3 648
4	E-wycieraczki.pl	1 609	9,4	1,6	10,99	2 521
5	E-autoparts.pl	1 379	9,2	1,4	10,55	2 921
6	4cars.pl	1 389	9,1	1,4	10,53	3 331
7	Motoneo.pl	1 211	9,2	1,2	10,41	3 938
8	Gmoto.pl	1 335	9,0	1,3	10,36	1 627
9	InOpony.pl	1 557	8,6	1,6	10,14	2 523
10	24opony.pl	1 354	8,8	1,4	10,12	4 111
11	Farmexpert.pl	635	9,4	0,6	10,02	1 584
12	RallyShop.pl	129	9,7	0,1	9,87	1 126
13	Opona.pl	704	9,2	0,7	9,86	4 543
14	Sklepmartec.pl	596	9,3	0,6	9,86	1 101
15	Sprzeglo.com.pl	216	9,6	0,2	9,83	349

RANKING ARTYKUŁY MEDYCZNE

To kategoria zdominowana przez apteki internetowe. Pierwszą trójkę stanowią: Aptekagemini.pl, Apteka-melissa.pl i Cefarm24.pl. Oprócz e-apteek w zestawieniu znalazły się też e-salony optyczne jak Szkla.com czy Optiva.pl oraz klinika internetowa Euroclinux.pl.

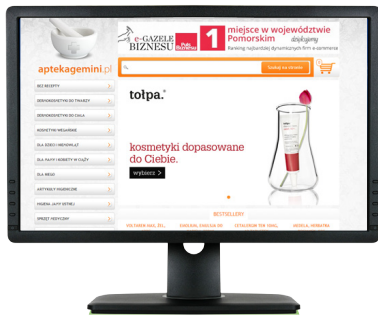
Co ciekawe najczęściej ocenianymi przez konsumentów artykułami medycznymi w Opineo są soczewki kontaktowe. Oprócz soczewek w Internecie nabywamy też chętnie szczoteczki do zębów, ciśnieniomierze, preparaty witaminowo-mineralne, preparaty medycyny niekonwencjonalnej i preparaty do kontroli wag. Absolutną zaletą e-sklepów z artykułami medycznymi są ceny, zwłaszcza w przypadku pełnopłatnych leków, suplementów diety i dermokosmetyków.

TOP3 najpopularniejszych marek

	Marka
1	Johnson & Johnson
2	Ciba Vision
3	Bausch & Lomb



PIERWSZA TRÓJKA ARTYKUŁY MEDYCZNE



APTEKAGEMINI.PL

 Łączna ocena **68,54**

Aptekagemini.pl oferuje: artykuły higieniczne, dermokosmetyki, leki bez recepty oraz preparaty dla dzieci i niemowląt. Jest częścią pomorskiej sieci aptek. Ma 19 placówek detalicznych i zatrudnia ponad 170 farmaceutów. Gromadzi opinie konsumenckie od ponad czterech lat. Klienci cenią w niej przede wszystkim jakość zapakowania przesyłki i wysoki poziom obsługi.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

59 370

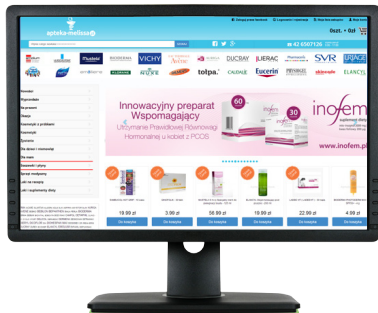
 Ocena
w 2014 r.

9,2

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

59,4

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

69 742


APTEKA-MELISSA.PL

 Łączna ocena **24,23**

Łódzka Apteka-melissa.pl cieszy się uznaniem konsumentów, którzy chwalą jej bogaty asortyment i konkurencyjne ceny. Można tutaj również znaleźć pomysły na prezenty dla całej rodziny, skorzystać z oferty na bezpłatne próbki czy kupić zestawy kosmetyków z dodatkami. Apteka na bieżąco odpowiada na potrzeby klientów, wciąż poszerzając ofertę tanich leków.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

15 210

 Ocena
w 2014 r.

9,0

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

15,2

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

31 855


CEFARM24.PL

 Łączna ocena **17,74**

Ostatni z pierwszej trójki najlepiej ocenianych e-sklepów z artykułami medycznymi działa w oparciu o istniejącą aptekę w Białymstoku należącą do grupy Farmacol S.A. z siedzibą w Katowicach. To jedna z najstarszych aptek internetowych na polskim rynku. Klienci chwalą ją za szybką realizację zamówień i fachowe doradztwo. Kontakt z farmaceutą możliwy jest poprzez infolinię, e-mail, Gadu-Gadu i Skype.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

8 428

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

8,4

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

33 800

ARTYKUŁY MEDYCZNE

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Aptekagemini.pl	59 370	9,2	59,4	68,54	69 742
2	Apteka-melissa.pl	15 210	9,0	15,2	24,23	31 855
3	Cefarm24.pl	8 428	9,3	8,4	17,74	33 800
4	Wapteka.pl	5 944	9,1	5,9	15,04	7 654
5	Aptekazawiszy.pl	5 619	9,4	5,6	14,98	10 726
6	Nowafarmacja.pl	4 709	9,3	4,7	14,01	7 117
7	Aptekaslonik.pl	4 391	9,3	4,4	13,72	19 299
8	Aptekaolmed.pl	4 317	8,8	4,3	13,15	5 064
9	Szklacom	3 108	9,5	3,1	12,65	31 994
10	Optiva.pl	2 681	9,4	2,7	12,10	10 210
11	Tanie-leczenie.pl	2 392	9,2	2,4	11,63	16 381
12	Euroclinux.pl	2 098	9,5	2,1	11,63	2 852
13	Allecco.pl	1 600	9,2	1,6	10,82	8 011
14	Aptekaprima24.pl	1 332	9,4	1,3	10,72	1 598
15	Aptekadziecka.pl	1 295	9,4	1,3	10,67	2 628

RANKING OGRÓD I NARZĘDZIA

W kategorii ze sklepami oferującymi narzędzia, akcesoria elektryczne, produkty do ogrodu, materiały do budowy i remontu oraz części do maszyn rolniczych pierwszą trójkę stanowią: Rolmarket.pl, Folnet.pl i Elektronarzedzia24.pl.

Liczba opinii i wysokie oceny e-sklepów ogrodniczo-narzędziowych dowodzą, że kupowanie przez Internet wielkogabarytowych produktów takich jak ogrodzenia, ławki, kosiarki, okna, altany, pawilony, spawarki i wiele innych – nie stanowi żadnego problemu. Kluczem jest specjalistyczna obsługa nastawiona na doradztwo i indywidualne podejście do potrzeb klienta. Ogromne znaczenie odgrywa też transport, pakowanie, a niekiedy i montaż w siedzibie klienta.

TOP3 najpopularniejszych marek

	Marka
1	Kärcher
2	Stihl
3	Bosch



PIERWSZA TRÓJKA **OGRÓD I NARZĘDZIA**



ROLMARKET.PL

 Łączna ocena **10,49**

Sklep internetowy Rolmarket.pl jest częścią działalności firmy Rolmarket/Pasz-Mix i zaczynał jako firma rodzinna. Obecnie jest uznaną marką w branży ogrodniczej, rolniczej i hodowlanej. Laur zwycięstwa w kategorii Ogród i narzędzia to efekt najwyższego uznania od zadowolonych klientów – zarówno pasjonatów ogrodnictwa, firm zakładających ogrody, jak i właścicieli sklepów branżowych.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 549

 Ocena
w 2014 r.

8,9

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

1,5

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

2 594


FOLNET.PL

 Łączna ocena **10,38**

Folnet.pl to weteran Rankingów Opineo, zdobywca nagród i wyróżnień poprzednich edycji. Ten internetowy sklep budowlany oferuje produkty do budowy domu, począwszy od fundamentów, aż po sam dach. Jak twierdzą twórcy sklepu: czas to pieniądz, dlatego umożliwiają klientom składanie szybkich zamówień bez rejestracji, wybór płatności przy odbiorze i gwarantują, że dostępny towar wysyłają w dniu zamówienia.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 131

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

1,1

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

3 482


ELEKTRONARZEDZIA24.PL

 Łączna ocena **9,93**

Narzędzia budowlane, wiertarki, myjki ciśnieniowe, urządzenia spawalnicze, kosiarki, urządzenia pneumatyczne, pilarki, narzędzia do domu i ogrodu – to tylko część ogromnego asortymentu sklepu Elektronarzedzia24.pl. Aż dziw, że kiedyś firma zajmowała się hurtową sprzedażą zabawek. Współpraca z niemieckim producentem Asgatec pozwoliła jej wyspecjalizować się w sprzedaży całkowicie innych produktów.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

887

 Ocena
w 2014 r.

9,0

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów


0,9

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

1 801

OGRÓD I NARZĘDZIA


KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	 Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Rolmarket.pl	1 549	8,9	1,5	10,49	2 594
2	Folnet.pl	1 131	9,3	1,1	10,38	3 482
3	Elektronarzedzia24.pl	887	9,0	0,9	9,93	1 801
4	Oswietleniedladomu24.pl	730	9,1	0,7	9,85	1 094
5	Focusgarden.pl	674	9,2	0,7	9,83	934
6	Narzedzia.pl	707	9,1	0,7	9,79	721
7	Hydraulikasklep.pl	841	8,9	0,8	9,75	1 212
8	Hurtowniarolnicza.pl	428	9,3	0,4	9,71	871
9	Sklep-grene.pl	768	8,9	0,8	9,71	3 179
10	E-hak24.pl	134	9,6	0,1	9,68	184
11	Oregon.pl	116	9,5	0,1	9,64	360
12	Bankkabli.pl	376	9,2	0,4	9,60	1 214
13	Euroogrod.com.pl	242	9,3	0,2	9,58	262
14	Ezelazny.pl	284	9,3	0,3	9,56	476
15	Organizery.eu	189	9,4	0,2	9,56	685

RANKING **DOM I WNĘTRZE**

W nieco „lżejszej kategorii” Dom i wnętrze, pierwszą trójkę najlepiej ocenianych przez konsumentów e-sklepów stanowią: Garneczki.pl, Galeriaplakatu.com i Porcelana24.pl.

Podobnie jak przy kategorii Ogród i narzędzia, tutaj także ogromną rolę odgrywa rzetelnie zapakowana przesyłka. Tym razem jednak nie chodzi o gabaryty, ale o kruchość i delikatność produktów, które muszą dotrzeć do klienta w nienaruszonym stanie. Opinie takie jak poniższa nie należą do rzadkości:

 *Przedmiot bardzo dobrze zabezpieczony przed uszkodzeniami podczas transportu, w dobrej cenie, dostarczony błyskawicznie. Na pewno jeszcze skorzystam z usług sklepu (Ula, grudzień 2014)*

TOP3 najpopularniejszych marek

	Marka
1	Porcelana Lubiana
2	Materace Forte
3	Meble Koło



PIERWSZA TRÓJKA **DOM I WNĘTRZE**



GARNECKI.PL

 Łączna ocena **12,69**

Dzięki odpowiedniemu wyposażeniu kuchni gotowanie, pieczenie czy przygotowywanie rodzinnych posiłków może być prostsze i bardziej efektywne. Sklep Garnecki.pl jest właśnie miejscem, w którym znajdziemy pełne wyposażenie kuchni oraz jadalni. Od wszelkich naczyń kuchennych, takich jak: komplety garnków, patelnie, czajniki, po serwisy porcelanowe oraz sprzęt AGD, którego nie może zabraknąć w żadnym domu.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

3 561

 Ocena
w 2014 r.

9,1

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

3,6

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

5 921


GALERIAPLAKATU.COM

 Łączna ocena **12,32**

Z kuchni i jadalni przechodzimy do Galerii. Galeriaplakatu.com to miejsce, które wciąga w świat piękna. Oprócz gotowych plakatów, reprodukcji, fototapet i kalendarzy oferuje również klientom uwiecznienie ich własnego zdjęcia na folii samoprzylepnej, płótnie canvas, papierze matowym lub papierze fotograficznym. 50 000 zadowolonych klientów i 100 000 metrów kwadratowych udekorowanych ścian — robi wrażenie.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

2 897

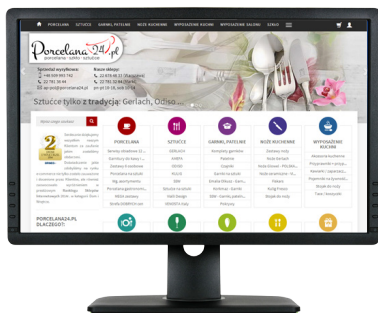
 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

2,9

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

5 178


PORCELANA24.PL

 Łączna ocena **11,33**

Bogaty wybór serwisów obiadowych i polskiej porcelany, ale też noże kuchenne i zestawy sztuczków stołowych — to z kolei oferta sklepu Porcelana24.pl. 13 lat doświadczenia w internetowej sprzedaży produktów kruchych i delikatnych pozwoliło firmie Ap-Pol na wypracowanie sprawdzonych metod zabezpieczenia produktów i pakowania ich z mistrzowską precyzją.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 758

 Ocena
w 2014 r.

9,6

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów


1,8

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

4 999

DOM I WNĘTRZE

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	 Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Garneczki.pl	3 561	9,1	3,6	12,69	5 921
2	Galeriaplakatu.com	2 897	9,4	2,9	12,32	5 178
3	Porcelana24.pl	1 758	9,6	1,8	11,33	4 999
4	Zapachdomu.pl	936	9,6	0,9	10,51	1 300
5	SuperWnetrze.pl	1 173	9,2	1,2	10,41	2 527
6	Karo.waw.pl	1 032	9,4	1,0	10,40	2 150
7	E-budujemy.pl	1 233	9,1	1,2	10,32	4 003
8	Nakrywamy.pl	1 002	9,2	1,0	10,24	1 752
9	Arte.pl	615	9,6	0,6	10,23	1 336
10	TwojeMeble.pl	1 051	9,1	1,1	10,17	2 707
11	Pewex.pl	676	9,5	0,7	10,17	771
12	Dekoria.pl	764	9,3	0,8	10,09	5 466
13	Sklep.dajar.pl	798	9,3	0,8	10,08	2 560
14	Emultimax.pl	607	9,5	0,6	10,08	1 109
15	Amadu.pl	186	9,9	0,2	10,06	274

RANKING ARTYKUŁY ZOOLOGICZNE

Niemniejsze oczekiwania klienci mają wobec sprzedawców artykułów zoologicznych. Zwycięzcy aktualnego Rankingu: Krakvet.pl, Telekarma.pl i Zooplus.pl wiedzą, jak bardzo wymagający bywają właściciele czworonogów.

prócz właściwie zapakowanej przesyłki oczekują oni od sklepu dobrej jakości produktów i bardzo szybkiej realizacji zamówienia, bo przecież ukochany pupil nie może czekać na karmę. Na szczęście nie brakuje opinii typu:

Od prawie trzech lat robię tu zakupy karmy dla mojego pieska. Zawsze jest to karma w bardzo dobrej konkurencyjnej cenie, sklep realizuje zamówienie szybko i solidnie (Katarzyna, grudzień 2014)

TOP3 najpopularniejszych marek

	Marka
1	Purina
2	Royal Canin
3	Bosch



PIERWSZA TRÓJKA ARTYKUŁY ZOOLOGICZNE



KRAKVET.PL

Łączna ocena

30,58

Krakvet.pl to efekt połączenia dwóch pasji: miłości do zwierząt i do informatyki. Kiedy 9 lat temu inżynier informatyki wraz z lekarzem weterynarii postanowili stworzyć sklep internetowy, przyświecał im cel: by klient w jednym miejscu mógł znaleźć wszystko, co potrzebne pupilowi do zdrowego i radosnego życia. Osiągnęli dużo więcej: zdobyli nie tylko uznanie polskich klientów, ale też weszli na zagraniczne rynki.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

21 824

 Ocena
w 2014 r.

8,8

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

21,8

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

44 039


TELEKARMA.PL

Łączna ocena

23,89

Obok przebogatej oferty produktów dla psów, kotów, gryzoni, ptaków i rybek, sklep Telekarma.pl udostępnia również centrum wiedzy dla właścicieli zwierząt, umożliwia zadanie pytania lekarzowi weterynarii i proponuje przypominać z zamówieniem karmy dla zapominalskich. Poszukiwacze informacji o pielęgnacji i żywieniu zwierząt domowych mogą też trafić na pasjonujący blog.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

14 506

 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

14,5

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

22 937


ZOOPLUS.PL

Łączna ocena

15,62

Ciekawostki, porady i zdrowie to także najczęstsze tematy podejmowane na blogu sklepu Zooplus.pl. Sklep obecny jest na polskim rynku już 8 lat i aktywnie skutecznia niemiecką perfekcję. Klienci mogą tu liczyć na bogatą ofertę karm, przysmaków, legowisk, akcesoriów oraz wysokie rabaty, ciekawe promocje i programy bonusowe, którymi sklep nagradza ich za lojalność.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

6 175

 Ocena
w 2014 r.

9,4

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

6,2

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

11 864

ARTYKUŁY ZOOLOGICZNE

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Krakvet.pl	21 824	8,8	21,8	30,58	44 039
2	Telekarma.pl	14 506	9,4	14,5	23,89	22 937
3	Zooplus.pl	6 175	9,4	6,2	15,62	11 864
4	Kar-Ma.pl	2 314	9,4	2,3	11,69	7 143
5	Keko.pl	2 345	9,0	2,3	11,36	6 338
6	E-sklep.kakadu.pl	1 104	9,3	1,1	10,36	1 444
7	Groomershop.pl	606	9,5	0,6	10,14	755
8	Apetete.pl	646	9,3	0,6	9,97	851
9	Merdam.pl	311	9,4	0,3	9,71	432
10	i-Zoologiczny.pl	360	9,3	0,4	9,70	482
11	bdkarma.pl	358	9,3	0,4	9,65	452
12	Sklep.mampsa.pl	107	9,4	0,1	9,52	289
13	Kiwizoo.pl	103	9,3	0,1	9,44	134
14	Naszeezo.pl	349	9,1	0,3	9,42	425
15	e-PetShop.pl	104	9,3	0,1	9,41	1 597

RANKING **MILITARIA I SURVIVAL**

W tej bardzo niszowej, specjalistycznej kategorii najwyższe miejsca okupują: GunFire.pl, Bron.pl i Kolba.pl.

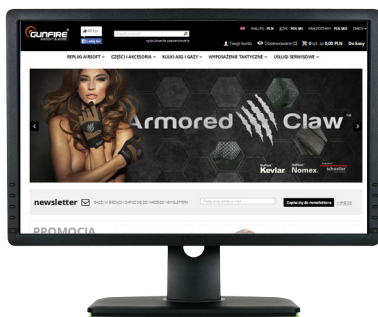
Jak przyznają w swoich opiniach konsumenci, tutaj liczy się fachowe doradztwo i profesjonalna obsługa. Od sklepów z militariami klienci oczekują konkretnej wiedzy i wyczerpujących informacji:



Bardzo dobry sklep z profesjonalnym podejściem do klienta. Świetna opcja live-chatu, w razie jakiegokolwiek problemu wszystko rozwiązane momentalnie. Towar super jakości w pełni spełniający moje oczekiwania. Na pewno dokonam tam jeszcze zakupów. Dodatkowym plusem jest, że sklep współpracuje z programem PAYBACK (Wiewioor1, sierpień 2014)



PIERWSZA TRÓJKA **MILITARIA I SURVIVAL**



GUNFIRE.PL

 Łączna ocena **12,61**

Twórcy sklepu GunFire.pl przyznają: sklep airsoftowy to nie tylko produkty – to ciągły rozwój i podnoszenie jakości obsługi klienta. Jeżeli jeszcze ktokolwiek utożsamiała airsoft wyłącznie z karabinami na kulki, oni z powodzeniem przekonają go, że to coś więcej: to sposób na życie, to pasja i świetna forma spędzania czasu. Właśnie dlatego ich motto brzmi: „Airsoft & more”.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

3 669

 Ocena
w 2014 r.

8,9

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

3,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

6 478


BRON.PL

 Łączna ocena **10,63**

Internetowy sklep Bron.pl należy do firmy Kolter, która zajmuje się dystrybucją artykułów strzeleckich i obronnych bez zezwoleń oraz oferuje sprzęt do uprawiania survivalu, airsoft, myślistwa. To także wydawca kwartalnika Broń.pl news i twórca telewizji e-commerce'owej Kolter.tv. Oprócz upowszechniania wiedzy i rozrywki, firma organizuje i sponsoruje turnieje oraz pomaga sportowcom w rozwoju kariery.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 331

 Ocena
w 2014 r.

9,3

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

1,3

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

3 488


KOLBA.PL

 Łączna ocena **10,42**

Myślistwo, militaria, outdoor – to obszary, w których specjalizuje się trzeci z grona najlepiej ocenianych e-sklepów – Kolba.pl. Oprócz sprzedaży profesjonalnego sprzętu, twórcy sklepu doradzają też, jak dobrać łuk, co jest niezbędne do przetrwania w trudnych warunkach, jak konserwować odzież, która wiatrówka oferuje najwyższą celność i jaki rodzaj odzieży przyda się podczas wędrówek na łonie natury.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 203

 Ocena
w 2014 r.

9,2

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

1,2

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

2 137

MILITARIA I SURVIVAL

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	GunFire.pl	3 669	8,9	3,7	12,61	6 478
2	Bron.pl	1 331	9,3	1,3	10,63	3 488
3	Kolba.pl	1 203	9,2	1,2	10,42	2 137
4	Sortmund.pl	784	9,3	0,8	10,10	3 922
5	Nestof.pl	496	9,4	0,5	9,88	666
6	Sklepogniowy.pl	198	9,6	0,2	9,83	809
7	Megaoutdoor.pl	295	9,5	0,3	9,75	577
8	Militaria.pl	705	9,0	0,7	9,71	1 201
9	Milworld.pl	255	9,2	0,3	9,4	255
10	Menua.pl	103	9,3	0,1	9,37	122
11	Sczoryki.net	518	8,8	0,5	9,36	1 131
12	AirSoftGuns.pl	180	9,1	0,2	9,24	706
13	Sztucer.pl	103	8,8	0,1	8,92	304
14	Wgl.pl	124	8,6	0,1	8,68	281

RANKING GRY, GADŻETY, PREZENTY

Pierwszą trójkę najlepiej ocenianych e-sklepów z kategorii Gry, gadżety, prezenty stanowią: Keye.pl, Rebel.pl i Mygiftdna.pl.

Asortyment sklepów z tej kategorii to spełnienie marzeń niejednego gracza. W tych sklepach znajdziemy gotowe przepisy na prezent, stylowe statuetki i nieszablonowe upominki. To także ulubiona kategoria hobbystów, miłośników rozrywki, fanów wszelakich gadżetów i... kreatywnych nauczycieli, którzy szukają w Internecie ciekawych pomysłów na zajęcia edukacyjne:



Odpowiadają na wszystkie pytania. Jeśli towar nie odpowiada, natychmiast przyjmują zwroty – zwracają pieniądze lub zapisują na poczet kolejnego zamówienia. Jeśli towar dostępny – przesyłka niemal natychmiast w rękę. Poleciłam sklep moim koleżankom nauczycielkom, gdyż mają szeroki asortyment gier oraz kości. Kości jakie się tylko chce – super do wykorzystania na zajęciach matematycznych z dziećmi (Mojas, październik 2014)



PIERWSZA TRÓJKA GRY, GADŻETY, PREZENTY



KEYE.PL

 Łączna ocena **15,33**

Zwycięzca obecnego zestawienia – Keye.pl – to sklep internetowy, który oferuje gry, klucze do gier, doładowania do telefonów i innego rodzaju produkty. Twórcy sklepu nagradzają lojalność, wprowadzając wirtualną walutę dla stałych klientów. Punkty rabatowe są dodawane jako bonus do każdego zakupu i można za nie kupić wszystkie kody dostępne w sklepie.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

5 779

 Ocena
w 2014 r.

9,6

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

5,8

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

9 257


REBEL.PL

 Łączna ocena **11,99**

Centrum gier Rebel.pl to nie tylko sklep internetowy, to także sklepy stacjonarne w Trójmieście, hurtownia i wydawnictwo specjalizujące się w nowoczesnych grach planszowych. Stali klienci mogą liczyć na PDKi, czyli Punkty Doświadczonego Klienta, które gwarantują konkretne bonusy i rabaty w zamian za dokonywanie zakupów, dodawanie komentarzy do produktów czy zdobywanie trofeów.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

2 417

 Ocena
w 2014 r.

9,6

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

2,4

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

10 431


MYGIFTDNA.PL

 Łączna ocena **10,53**

Najlepszy prezent to taki, który został stworzony z myślą o osobie, która zostanie nim obdarowana – uważają właściciele sklepu Mygiftdna.pl. Dlatego wszystkie oferowane tam prezenty są unikatowe, bo personalizowane. I tak, znajdziemy tu: stylowe portrety, drzewa genealogiczne, fototapety, kubki z nadrukiem, przedmioty grawerowane – a wszystko oczywiście sporządzone według indywidualnego projektu.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

1 045

 Ocena
w 2014 r.

9,5

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

1,0

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

1 260

GRY, GADŻETY, PREZENTY

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	 Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Keye.pl	5 779	9,6	5,8	15,33	9 257
2	Rebel.pl	2 417	9,6	2,4	11,99	10 431
3	Mygiftdna.pl	1 045	9,5	1,0	10,53	1 260
4	Fajkowo.pl	919	9,6	0,9	10,50	2 572
5	Kryształ3D.pl	687	9,7	0,7	10,34	1 448
6	GoHobby.pl	948	9,4	0,9	10,31	1 128
7	3trolle.pl	385	9,6	0,4	10,01	413
8	Dragonus.pl	383	9,6	0,4	9,98	560
9	Pioro.co	439	9,4	0,4	9,81	490
10	Congee.pl	393	9,4	0,4	9,79	808
11	AM76.pl	272	9,5	0,3	9,76	514
12	Gadzetyrajdowe.pl	374	9,4	0,4	9,73	900
13	Grawernia.pl	306	9,4	0,3	9,72	429
14	Bestprezenty.pl	611	9,1	0,6	9,68	611
15	Eprezenty.pl	224	9,4	0,2	9,61	247

RANKING KSIĄŻKI I EDUKACJA

Pozostając w temacie edukacji: Polacy chętnie nabywają w sieci książki tradycyjne i elektroniczne zarówno na własny użytek, jak i na prezent dla najbliższych.

Właśnie książki, obok markowej odzieży, płyt i elektroniki są hitami internetowych zakupów. Zdaniem analityków serwisu Skąpiec.pl, książki w sieci można kupić dużo taniej niż w tradycyjnej księgarni, a korzystając z internetowych porównywarek cen, można zaoszczędzić dodatkowe 15-19% ceny na książce.

Wśród zalet e-księgarń konsumenci najczęściej wymieniają indywidualne traktowanie klienta i wzorowo zapakowaną przesyłkę.

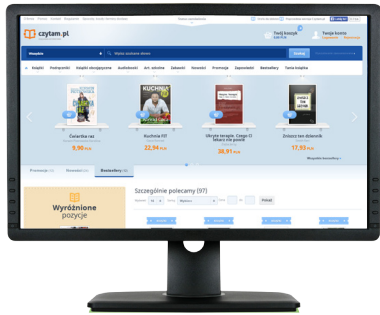
Pierwszą trójkę najlepiej ocenianych e-księgarń stanowią: Czytam.pl, Taniaksiążka.pl, Swiatksiazki.pl.



Natychmiastowe przyjęcie i wysłanie zamówienia, ponadto moja paczka była tak dobrze zabezpieczona, że aż się miło zrobiło :) Polecam! (Roza, grudzień 2014)



PIERWSZA TRÓJKA **KSIĄŻKI I EDUKACJA**



CZYTAM.PL

 Łączna ocena **14,68**

Jak przyznają twórcy sklepu – księgarnia internetowa Czytam.pl „zrodziła się z pasji do książek i marzeń kilku szalonych moli książkowych”. Oferuje kryminały, romanse, poradniki, literaturę naukową, techniczną, albumy, książki dla dzieci: w tym kolorowanki, podręczniki, filmy, a także gry i zabawki. W Czytam.pl każda książka i każdy produkt ma rabat, a koszty dostawy zaczynają się już od 3,99 zł.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

5 565

 Ocena
w 2014 r.

9,1

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

5,6

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

9 623


TANIAKSIĄZKA.PL

 Łączna ocena **13,39**

Właściciele i pracownicy sklepu Taniaksiążka.pl, mają cel: „sukcesywnie rozwijać się, czerpiąc z e-biznesu i konkurencji to, co najlepsze i tym samym powiększać imperium czytelników w Polsce”. Z każdego złożonego zamówienia przekazują część pieniędzy na rzecz Fundacji „Pomóż Im” prowadzącej Hospicjum dla Dzieci i konsekwentnie budują raj dla książkowych zapaleńców.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

4 341

 Ocena
w 2014 r.

9,1

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

4,3

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

6 638


SWIATKSIĄZKI.PL

 Łączna ocena **12,61**

To sklep, który potrafi doradzać. Sklep, w którym w intuicyjny sposób można przeglądać produkty w wielu kategoriach, zapoznać się ze zdaniem innych internautów na ich temat oraz szybko znaleźć poszukiwaną książkę, płytę czy grę. Sklep, który oferuje pełną informację o nowościach na rynku oraz listę bestsellerów w każdej z kategorii. Można powiedzieć – odrębny świat – Swiatksiazki.pl.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

3 584

 Ocena
w 2014 r.

9,0

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

3,6

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

9 880

KSIĄŻKI I EDUKACJA

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Czytam.pl	5 565	9,1	5,6	14,68	9 623
2	Taniaksiążka.pl	4 341	9,1	4,3	13,39	6 638
3	Swiatksiazki.pl	3 584	9,0	3,6	12,61	9 880
4	Taniepodreczniki.pl	2 711	9,4	2,7	12,09	4 266
5	Eksiegarnia.pl	1 420	9,2	1,4	10,58	4 744
6	Strefakursow.pl	1 011	9,4	1,0	10,44	2 104
7	Ministerstwoksiazki.pl	1 076	9,3	1,1	10,34	1 172
8	Bookcity.pl	851	9,5	0,9	10,32	4 696
9	Gandalf.com.pl	1 047	9,2	1,0	10,28	6 383
10	Fiskoteka.pl	489	9,6	0,5	10,07	1 596
11	Czarymary.pl	783	9,1	0,8	9,92	2 260
12	Kumiko.pl	373	9,5	0,4	9,90	1 652
13	Dobreksiazki.pl	614	9,2	0,6	9,82	2 007
14	Podreczniki24.pl	507	9,3	0,5	9,78	865
15	Ksiazki-medyczne.eu	582	9,2	0,6	9,75	2 057

RANKING ŻYWNOŚĆ

Z komentarzy potransakcyjnych na Opineo wynika, że żywność to segment produktów internetowych, w którym największą rolę odgrywają kwestie logistyczne: szybkość realizacji zamówienia, wysoka jakość dostaw, rzetelnie zapakowana przesyłka, świeży towar z optymalnym terminem przydatności do spożycia...

Przed sklepami internetowymi z takim asortymentem stoi niełatwe zadanie i ogromne wyzwanie. Mimo trudności, sklepy te z roku na rok zyskują coraz więcej klientów i pozytywnych opinii.

W obecnym rankingu pierwsze miejsce ponownie należy do Chocollissimo.pl, a tuż za nim na szczycie stawki uplasowały się: bdsklep.pl i Konesso.pl.

“ Sklep sprzedający kawy rzadko dostępne na półkach sklepowych. Kawy mają podaną datę palenia, zawsze świeże. Warto robić tutaj zakupy. **(Sylmata, sierpień 2014)**

“ Najszybszy sklep internetowy, jaki znam. Z szybszą dostawą się jeszcze nie spotkałam, a przy okazji, wspaniałe produkty, dobrze zabezpieczone w paczce i dobry kontakt. Robię tu duże zakupy co najmniej raz w miesiącu. Polecam **(Domi, listopad 2014)**



PIERWSZA TRÓJKA ŻYWNOSĆ



CHCOLLISSIMO.PL

 Łączna ocena **17,67**

Eksperymentują ze smakiem, odkrywają nowe receptury i łączą składniki. Twórcy marki Chocollissimo nie tylko produkują i sprzedają czekoladę. Cenią też opinie klientów i ich uwagi, wykorzystując je do ciągłego ulepszania swojej oferty. A oferta obejmuje 300 smaków ręcznie robionych pralinek, czekoladę do picia, rozmaite rodzaje truflii, owoce w czekoladzie i wiele innych przysmaków.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

8 197

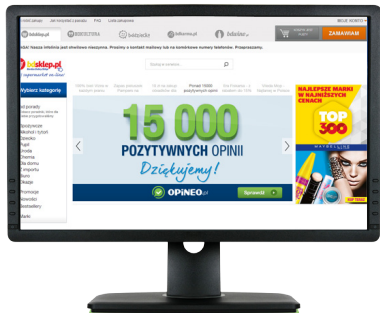
 Ocena
w 2014 r.

9,5

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

8,2

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

16 712


BDSKLEP.PL

 Łączna ocena **14,96**

Dla twórców tego internetowego supermarketu czas to towar, którego nie można kupić, a najważniejszą wartością jest satysfakcja klientów. Dlatego zamiast tracić czas na zakupy, lepiej spożytkować go na rzeczy naprawdę ważne. W bdsklep.pl najistotniejsze są więc szybkość i wygoda dostawy, oszczędność czasu klienta i najwyższa jakość produktów. To coś więcej niż sklep — to osobisty doradca w zakupach on-line.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

5 770

 Ocena
w 2014 r.

9,2

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów

5,8

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

14 822


KONESSO.PL

 Łączna ocena **12,23**

Aromatyczna kawa, doskonała czekolada na gorąco oraz wyśmienita herbata — to oferta sklepu Konesso.pl, występującego niegdyś pod nazwą KawyWloskie.pl. Sklep powstał z myślą o miłośnikach dobrego smaku, którzy znajdą tu również ekspresy oraz różnego rodzaju akcesoria do parzenia i podawania kawy. Rzetelność, sumienność i odpowiedzialność to zalety, dzięki którym sklep buduje swą pozytywną opinię.

 Liczba opinii
zdobyta w 2014 r.

2 722

 Ocena
w 2014 r.

9,5

 0,1 pkt za każde
100 opinii od Klientów


2,7

 Liczba opinii
w całej historii sklepu

4 997

ŻYWNOŚĆ

KATEGORIE SPECJALISTYCZNE

	 Sklep	Liczba opinii w 2014 r.	Ocena w 2014 r.	0,1 pkt za każde 100 opinii od klientów	Łączna ocena	Liczba opinii w całej historii sklepu w Opineo
1	Chocolissimo.pl	8 197	9,5	8,2	17,67	16 712
2	bdsklep.pl	5 770	9,2	5,8	14,96	14 822
3	Konesso.pl	2 722	9,5	2,7	12,23	4 997
4	SklepKawa.pl	2 631	9,5	2,6	12,10	4 759
5	CoffeeDesk.pl	754	9,6	0,8	10,37	1 033
6	Winezja.pl	778	9,6	0,8	10,33	2 429
7	Miodymanuka.pl	891	9,4	0,9	10,27	1 626
8	DrPelc.pl	720	9,5	0,7	10,26	906
9	KrainaHerbaty.pl	820	9,3	0,8	10,15	4 425
10	Palczkami.pl	518	9,6	0,5	10,07	727
11	BioSklep.com.pl	582	9,5	0,6	10,05	726
12	Straganzdrowia.pl	784	9,1	0,8	9,89	995
13	Caffegaleria.pl	257	9,6	0,3	9,88	305
14	Frisco.pl	861	9,0	0,9	9,85	1 350
15	Rajsmakosza.pl	349	9,5	0,3	9,83	794

KOMENTARZE EKSPERTÓW

Spytaliśmy ekspertów, co stoi za sukcesami sklepów internetowych, jakie są trendy na 2015 rok w branży e-commerce oraz co mogą zrobić sprzedawcy, by osiągnąć większą konkurencyjność na rynku.

Swoimi spostrzeżeniami dzielą się eksperci z Opineo, Biznes.pl, KIR, RedCart.pl, Rzetelnej Firmy, IAI S.A., Skąpiec.pl, Loopa.eu, VideoTesty.pl.



5



Paweł
Kucharzak

prezes zarządu Opineo.pl

LAURY ZA OPINIE

„Klienci mogą schodzić się tłumnie, ale satysfakcję odczuwają pojedynczo”. Parafrazując słowa George’a Schenka, sklepy mogą się szczycić wysoką liczbą pozytywnych opinii, ale dopiero lektura każdej z nich pozwala stwierdzić, z czego tak naprawdę zadowoleni są klienci, którzy zrobili zakupy w danym sklepie.

Każda z opinii jest czyjąś historią zakupową z dobrym lub złym zakończeniem. Każda jest dla sklepu cenną lekcją i wskazówką. Dlatego dopóki sklepy będą chciały zbierać opinie i słuchać swoich klientów, będą spokojny o przyszłość polskiego e-commerce.

Siądma edycja rocznych Rankingów Sklepów Internetowych Opineo dla sporej grupy sprzedawców internetowych nie jest zaskocze-

niem, ale potwierdzeniem ich silnej pozycji. Liderzy poszczególnych kategorii obecnego zestawienia: Morele.net, Smyk.com, Iperfumy.pl, Korallo.pl, Oponeo.pl, GunFire.pl i Chocollissimo.pl sięgnęli po zwycięski laur kolejny rok z rzędu.

Inni, jak np. Sklep.Wittchen.com, Hurtowniasportowa.net czy Aptekagemini.pl mogli poczuć przedsmak zwycięstwa w ubiegłym roku, kiedy to po raz pierwszy w historii publikowaliśmy nasze rankingi bran-

**Siądma edycja
rocznych Rankin-
gów Sklepów Interne-
towych Opineo dla sporej
grupy sprzedawców inter-
netowych nie jest zasko-
czeniem, ale potwier-
dzeniem ich silnej
pozycji.**

żowe. Już wtedy pokazali, że pod względem wysokich ocen konsumenckich nie mają sobie równych.

Są jednak sklepy internetowe, dla których obecność w aktualnym zestawieniu to udany debiut. Garneczki.pl nie tylko zakwalifikowały się do Rankingu, ale też objęły prowadzenie w swoich kategoriach.

Na uwagę zasługuje każdy z 250 e-sklepów w naszym Rankingu. Wszystkie one udowadniają, że zwrot z inwestycji w obsługę klienta i Customer Experience jest zarówno możliwy, jak i satysfakcjonujący.



Paweł
Strawiński

Biznes.pl

E-DŻUNGLA CORAZ GĘSTSZA

Z prognoz eMarketera z połowy zeszłego roku wynika, że wartość globalnego rynku e-commerce w 2015 roku sięgnie ok. 1,7 bln dolarów.

To ponad dwa razy więcej, niż wynosi wartość najdrożej firmy świata, Apple, i trzy razy więcej, niż wynosi polski PKB. Udział e-klientów wśród wszystkich internautów wzrośnie w tym roku w Ameryce Północnej do 75%, w Europie Zachodniej – 66%, a w Europie Środkowej i Wschodniej – do 44%. Polska, z co drugim internautą kupującym w sieci, wyróżnia się więc na tle regionu, ale dopiero goni Zachód. Jed-

Odsetek e-klientów wśród polskich internautów będzie rosnąć. A wartość rynku e-commerce w Polsce, obecnie szacowana na ponad 30 mld zł, w najbliższych latach sięgnie nieba.

nak w tym pościgu przyspieszamy coraz bardziej. Należy się spodziewać, że odsetek e-klientów wśród polskich internautów będzie rosnąć błyskawicznie. A wartość rynku e-commerce w Polsce, obecnie szacowana na ponad 30 mld zł, w najbliższych latach sięgnie nieba. Z kilku powodów. Po pierwsze, nowe prokonsumenckie przepisy powinny zachęcić internautów do zakupów w sieci. Klienci internetowi zyskali de facto szerszy wachlarz praw niż klienci sklepów

tradycyjnych. To szczególnie ważne dla starszego pokolenia, najmniej ufego wobec internetu. Po drugie, wciąż wiele e-sklepów w Polsce nie dostosowało swoich serwisów do urządzeń mobilnych. W epoce dyktatu przyklejonych do swoich smartfonów pokoleń Y i Z to ciężki grzech. Na szczęście m-commerce szybko zyskuje na sile. I po trzecie, polscy sprzedawcy wykazują się coraz większą pomysłowością. A jak powiedział kiedyś jeden z japońskich managerów: „W przyszłości zamiast kupować banany w sklepie, będziemy je zrywać z drzew w wirtualnej dżungli”.



Paulina
Szymańska

RedCart.pl

TRENDY W E-COMMERCE NA 2015 ROK

Wartość rynku e-commerce szacowana jest obecnie na 33 mld zł. Do roku 2020 ma ona wynosić nawet ponad 90 mld zł. Blisko trzykrotne zwiększenie udziału e-sklepów w branży to ogromne wyzwanie.

Zatem wokół jakich trendów sklepy internetowe powinny skupić się w roku 2015, aby zwiększyć sprzedaż i jednocześnie zatrzymać przy sobie klientów?

Responsywność — łączy się już nie tylko z profesjonalnym wyglądem strony i łatwością użytkowania na tabletach i smartfonach. Według ostatnich badań przeprowadzonych przez Deloitte 2015 TMT Predictions, o ponad 1000% wzrosła sprzedaż przez urządzenia mobilne. To dla sklepów internetowych szansa na zwielokrotnienie zysków, a także większą widoczność w wynikach wyszukiwania. Od niedawna Google objęło również oficjalne stanowisko w kwestii obniżania widoczności stron niedostosowanych pod wy-

magania responsywności. Stąd Responsive Web Design staje się must have dla sklepów online.

Nic tak nie buduje lojalności klientów jak właściwa **personalizacja ofert i rekomendacji** w sklepie. Prawidłowe dopasowanie ofert według wcześniejszych decyzji zakupowych z pozycji klienta daje poczucie zrozumienia, a dla samego sklepu przyczynia się do zwiększenia sprzedaży i współczynnika konwersji. Rekomendacje wyświetlać można zarówno z poziomu sklepu podczas przeglądania oferty, jak i przy wykorzystaniu newslettera czy Live Chat'a na stronie.

Dropshipping to nowoczesny sposób sprzedaży i logistyki, który daje nowe możliwości właścicielom e-biznesów w odkrywaniu nowych obsza-

rów e-commerce. Brak inwestycji w towar, niskie koszty rozpoczęcia działalności, a także przeniesienie realizacji i wysyłki zamówienia na hurtownię to przewaga konkurencyjna i finansowa nad sklepami z tradycyjnym modelem sprzedaży.

Wciąż nowym trendem w polskim e-commerce jest **omnichannel**, który powoli zaczyna być doceniany przez sklepy internetowe. Co ciekawe to właśnie omnichannel, czyli wielokanałowe zakupy są połączeniem wyżej wymienionych trendów. Spójna oferta w desktopowej i mobilnej wersji sklepu, bezpośredni i spersonalizowany mailing, a także podkreślanie alternatyw w procesie transakcji — to elementy zintegrowanej strategii e-sklepu w 2015 roku.



Artur
Wojtczuk

dyrektor Linii biznesowej
płatności internetowe w KIR

PŁATNOŚCI ON-LINE TO KORZYŚCI I DLA SKLEPU I DLA KLIENTA

Rosnąca popularność e-handlu obserwowana jest praktycznie we wszystkich sektorach, począwszy od elektroniki, przez odzież, aż po branżę spożywczą.

Sklepy internetowe coraz częściej udostępniają swoim klientom narzędzia, które znacząco upraszczają dokonywanie płatności za zakupy, takie jak np. przelewy pay-by-link – w tym również obsługiwany przez KIR system Paybynet.

Kupowanie jest przyjemnością, ale płacenie już tylko obowiązkiem, dlatego lepiej by przebiegało łatwo, szybko i transparentnie. Proces ten powinien być możliwie intuicyjny i bezproblemowy. Płatność on-line musi być tak zaprojektowana, żeby zminimalizować liczbę kliknięć. Najlepiej by wybranie banku, z którego będzie realizowany przelew, było możliwe bezpośrednio na stronie sklepu. Nie tylko

zwiększa to zaufanie klienta do sprzedawcy, ale także znacząco upraszcza cały proces dokonywania zakupu. Mniej kliknięć to mniej błędów, łatwiejsze kupowanie, krótszy czas dokonywania transakcji. Przekłada się to także na większą chęć klienta do kolejnych zakupów – im łatwiej coś zrobić, tym chętniej to powtarzamy.

Również z punktu widzenia sprzedającego, płatności pay-by-link są źródłem istotnych korzyści. E-zakupy często są robione pod wpływem impulsu. Płatność zwykłym przelewem lub do-

Płatność on-line musi być tak zaprojektowana, żeby zminimalizować liczbę kliknięć. Najlepiej by wybranie banku, z którego będzie realizowany przelew, było możliwe bezpośrednio na stronie sklepu.

piero przy odbiorze wydłuża czas między decyzją o zakupie a płatnością. W efekcie rośnie prawdopodobieństwo, że klient się rozmyśli i zrezygnuje lub odeśle zamówiony już produkt. Natomiast płacąc on-line, mamy poczucie ostatecznego zamknięcia transakcji. Często zaprzestajemy poszukiwań, aby nie doświadczyć rozczarowania np. znajdując ten sam towar tańszy o kilka złotych. Zatem udostępnienie tego typu płatności może wpływać na wzrost liczby transakcji zakończonych sukcesem.



Sebastian
Muliński

wiceprezes IAI S.A.

SATYSFAKCJA KLIENTA MIERNIKIEM UDANYCH ZAKUPÓW

Podstawą udanych zakupów internetowych jest wygoda klienta. Priorytetem sklepów powinno być zatem maksymalizowanie tej wygody, stąd bardzo wiele uwagi e-sklepy będą przykładać do szybszego i taniego dostarczania przesyłek oraz organizowania zwrotów.

Nie bez znaczenia są w tej kwestii także ostatnie zmiany w prawie, które wymuszają nowe praktyki. Jednak otoczenie bardzo szybko się zmienia i choć dziś astronomicznie może wyglądać 14-dniowy termin zwrotu, już niedługo może to być nawet 100 dni. I nie będzie to wynikało ze zmian w prawie, tylko z prześcigania się sklepów w zapewnieniu komfortu swoim klientom.

Niższe koszty przesyłek to większa chęć dokonania zakupów i spora szansa na pozyskanie nowego klienta lub przekonanie

obecnych do kolejnych zakupów. Jeżeli porównamy to ze stale rosnącymi kosztami pozyskania ruchu do sklepu, to tak naprawdę obniżenie ceny przesyłki może okazać się tańszą formą pozyskiwania klientów. Jeżeli przesyłki będą kosztowały 6-7 złotych, klienci „na próbę” zaczną składać mniejsze zamówienia. Co więcej będzie można też znacznie obniżyć próg wartości zamówienia, od której przesyłka jest darmowa. Po takich zamówieniach już

Niższe koszty przesyłek to większa chęć dokonania zakupów i spora szansa na pozyskanie nowego klienta lub przekonanie obecnych do zakupów.

tylko od satysfakcji klienta oraz sprawnego marketingu sklepu, angażującego klienta w kolejne aktywności przez różne akcje promocyjne (nie tylko rabaty), zależeć będzie jak głęboko w ciągu kilku miesięcy, kwartałów lub lat sklep sięgnie do jego portfela.

A pewnie nikomu nie trzeba przypominać, że satysfakcja klientów z kolejnych sprawnych zakupów, to prosta droga do budowy silnej marki sklepu.



Waldemar
Sokołowski

prezes Rzetelnej Firmy

WIARYGODNOŚĆ W E-BIZNESIE — JAK JĄ BUDOWAĆ

Zakupy internetowe, mimo iż cieszą się coraz większą popularnością, niosą wciąż wiele obaw. Konsumenci boją się, że zostaną oszukani np. dostaną złej jakości produkt lub nie dostaną go wcale.

Dlatego budowanie zaufania i wiarygodności w tej branży jest koniecznością. Jeśli konsumenci mają u nas kupować, muszą nam przede wszystkim zaufać.

Uważam, że wprowadzenie ustawy o prawach konsumenta, mimo, że nakłada na przedsiębiorców nowe obowiązki oraz kosztowne konsekwencje ich nie dopełnienia, może znacząco poprawić wizerunek sprzedawcy internetowego i handlu w sieci. Dlatego warto traktować nowe prawo dotyczące handlu w In-

Budowanie zaufania i wiarygodności w tej branży jest koniecznością. Jeśli konsumenci mają u nas kupować, muszą nam przede wszystkim zaufać.

ternecie nie tylko jako dodatkowe uciążliwości dla e-sklepów, ale także szansę na nowych klientów i większy obrót. Bardziej szczerogłowe prawo może sprawić, że bezpieczeństwo zakupów przez Internet wzrośnie, a konsumenci poczują się lepiej chronieni przed nierzetelnymi praktykami.

Nie znaczy to jednak, że ustawodawca zrobił już wszystko. Właściciele sklepów internetowych prócz wypełnienia obowiązków płynących z ustawy muszą dodatkowymi sposobami bu-

dować swoją wiarygodność. Przede wszystkim powinni w każdej sytuacji postępować rzetelnie i uczciwie. Po drugie, w komunikacji do klientów (np. na stronie internetowej, w serwisach społecznościowych, czy w reklamach) warto wyraźnie zaznaczyć, że kupujący w ich sklepie mogą czuć się bezpiecznie, bo w swojej działalności kierują się wysokimi standardami etycznymi. Po trzecie, i zdaje się być najważniejsze, trzeba zachęcić by inni to potwierdzili... a potem sprawić by pozostali się o tym dowiedzieli. A pomoc niosą zarówno opinie od dotychczasowych klientów, jak i certyfikaty poświadczające rzetelność i wiarygodność.



Mariusz
Janiszewski

prezes zarządu Skąpiec.pl

ŚWIETNA CENA TO ZA MAŁO

Cena nie jest jedynym czynnikiem wpływającym na decyzję o zakupie. Mało tego – nie zawsze odgrywa kluczową rolę.

Konsumenci bowiem nie skupiają się na najtańszej ofercie, ale szukają tej najlepszej. Za ledwie co ósme kliknięcie w Skąpiec.pl, które przenosi użytkownika do sklepu internetowego, jest kliknięciem w najtańszą ofertę.

Ponadto, użytkownicy coraz chętniej klikają „Oferty promowane”. Dlaczego? Bo wolą przed zakupem porównać więcej ofert i sprawdzić promocje, by ocenić ich atrakcyjność.

Klienci są skłonni zapłacić za produkt więcej, jeśli mają pewność, że kupują go korzystniej. Obecnie nabywcy nie kupują wyłącznie produktów, ale też wartości dodane, jak na przykład jakość obsługi i warunki transakcji. Na ostateczną decyzję zakupową mają wpływ:

- Dobre, liczne i wiarygodne opinie;
- Marka sklepu;
- Niskie koszty dostawy;
- Szybka wysyłka;

- Możliwość zapłaty w ratach;
- Szybkie płatności;
- Gratysy do produktów.

Podczas jednej wizyty na stronie produktu, użytkownicy serwisu Skąpiec.pl najczęściej otwierają kilka najwyżej usytuowanych ofert. Ale nie wszyscy na tym poprzestają. Najbardziej wytrwali potrafią sprawdzić nawet bardzo nisko umieszczone oferty, gdy na przykład poszukują określonego wariantu kolorystycznego.



Piotr
Oracz

dyrektor ds. e-commerce
Loopa.eu

JAK ZACHĘCAĆ DO ZAKUPÓW W CZASIE RZECZYWIŚTYM

Personalizacja wyrasta na jedną z najskuteczniejszych metod zwiększania wyników sprzedażowych sklepów internetowych. Polega na dostosowywaniu prezentowanych komunikatów, czy ofert w zależności od zachowania odwiedzającego, czasu spędzonego na stronie, źródła odwiedzin, szukanych fraz czy nawet temperatury, jaka panuje w miejscu jego aktualnego pobytu.

Brzmi dość skomplikowanie, ale jak wykonać personalizację i sprawdzić czy rzeczywiście działa? Najprościej zacząć od sprawdzonych scenariuszy np.:

Zachęta na wejście — podstawowym błędem sklepów jest prezentowanie nowym odwiedzającym od razu zachęty w postaci „Zapisz się do newslettera”.

Dlaczego? Bo nowy, potencjalny klient nie wie, czy warto. Nie widział jeszcze nawet

Ważne, aby personalizacje konstruować z rozwagą, aby nie przytłaczały i nie zrażały do sklepu, a klientom, którzy przyszli kupić, nie należy specjalnie przeszkadzać i rozpraszać.

oferty. Znacznie skuteczniejsze jest najpierw prezentowanie komunikatu budującego poczucie bezpieczeństwa np.: nawiązujące do wysokiej, jakości asortymentu, obsługi, certyfikatów, polecenia przez klientów, łatwych zwrotów, bezpiecznych płatności itp. Taki przekaz można skonstruować graficznie czy tekstowo i zbadać, który wariant przynosi wyższą sprzedaż. Zachętę do newslettera zaoferujemy dopiero dla powracających użytkowników.

Oczywiście jest jeszcze dużo innych scenariuszy, które generują dodatkowe przychody dla sklepów i pozwalają budować przewagę konkurencyjną. Warto pomyśleć choćby o zachętach na zaangażowanie, na porzucenie strony, na porzucenie koszyka. Ważne, aby personalizacje konstruować z rozwagą, aby nie przytłaczały i nie zrażały do sklepu. Zachęty należy kierować przede wszystkim do nieprzekonanych klientów (można to ustalać na podstawie ich zachowania), a klientom, którzy przyszli kupić, nie należy specjalnie przeszkadzać i rozpraszać, bo efekt może być odwrotny.



Łukasz
Proszek

redaktor VideoTesty.pl

WIDEOPREZENTACJA W E-SKLEPIE ZAMIAST TRADYCYJNYCH OPISÓW PRODUKTÓW

E-handel nie jest łatwym zagadnieniem, ale przy dobrych pomysłach może znacząco zwiększyć sprzedaż asortymentu. W obecnych czasach, sam opis i jego zdjęcie, to za mało, by podbić rynek.

Wideoprezentacje mogą jednak to odmienić. Nawet króciutki filmik przedstawiający główne cechy produktu może okazać się dla potencjalnego klienta bardziej wartościowy niż kilka stron opisu. Jest do tego bardzo łatwy w przyswojeniu i może zapaść w pamięć.

Liczy się oczywiście sama forma takiej wideoprezentacji i główna charakterystyka

Nawet króciutki filmik przedstawiający główne cechy produktu może okazać się dla potencjalnego klienta bardziej wartościowy niż kilka stron opisu

produktu, ale wyniki mogą nas zadziwić. Warto iść w tym kierunku i najlepiej łączyć to ze słowem pisanim. Optymalnym rozwiązaniem wydaje się być połączenie tradycyjnej formy z tą nowatorską. Internauta obejrzy wideoprezentację, a gdy produkt wyda mu się atrakcyjny, będzie chciał się więcej o nim dowiedzieć. Wtedy dokładnie przeanalizuje specyfikację czy opis. Dobrze, jeżeli będzie miał jeszcze pod ręką szybki dostęp do aktualnych cen i opinie innych użytkowników.

Przyda się także link do jakiejś wartościowej recenzji.

Taki hybrydowy e-handel wymaga co prawda dobrych pomysłów i pracy, ale może okazać się znakomitym pomysłem na jak najlepszą prezentację produktu. Korzyści będą obustronne – potencjalny klient dowie się sporo o produkcie i obejrzy go bez wychodzenia z domu, a dany sklep dostarczy wszystkich niezbędnych informacji, jednocześnie wyróżniając się spośród konkurencji i zwiększając swoją renomę. Jedno jest pewne – e-handel może zrobić kolejny wielki krok w przód.

OPINEO W LICZBACH

Opineo.pl to największy w Polsce serwis gromadzący opinie konsumentów na temat sklepów internetowych, produktów i firm. Powstał w 2006 roku, by ułatwić klientom podejmowanie trafnych decyzji zakupowych. Jego misja to: „propagowanie bezpiecznych zakupów przez Internet poprzez wzajemną wymianę opinii i doświadczeń”.

Każdego miesiąca serwis Opineo.pl odwiedza 1,3 miliona unikalnych użytkowników. Weryfikują tu oni uczciwość i rzetelność sklepów internetowych oraz dzielą się z innymi własnym doświadczeniem zakupowym. Dzięki ich aktywności, Opineo.pl pobudza e-sklepy do ciągłego podnoszenia standardów obsługi.

Obok wiarygodnych recenzji potransakcyjnych, serwis udostępnia również podstawowe informacje o sprzedawcach internetowych oraz o asortymencie e-sklepów. Sklepy internetowe i firmy współpracujące z Opineo.pl otrzymują certyfikat Słucham Swoich Klientów. Te, które zdecydują się na stały monitoring poziomu obsługi, otrzymują Znak Jakości Usług Q. Zdobywcy najwyższych ocen konsumenckich kwalifikują się do udziału w prestiżowych rankingach Opineo.pl, od lat cieszących się zainteresowaniem konsumentów, mediów i całej branży.



REDAKCJA



Redakcja i nadzór merytoryczny:

Katarzyna Maciaszczyk-Sobolewska

k.maciaszczyk@opineo.pl

www.opineo.pl



Skład i opracowanie graficzne:

Artur Falgowski



Zdjęcia:

Fotolia

Screeny ze stron wyróżnionych sklepów internetowych

Opineo Sp. z o.o.

ul. Powstańców Śląskich 2-4,
VI piętro 53-333 Wrocław

KRS: 0000357466
Kapitał zakładowy: 20 000 PLN
NIP: 897-176-26-04
Regon: 021269036

Projekt zrealizowano na podstawie danych Opineo oraz informacji pochodzących od firm. © 2014 Opineo.pl - Wszelkie prawa zastrzeżone

Znajdziesz nas na:



ISSUU



Calameo



Pinterest



SlideShare



Google Plus



YouTube