

## Właściciele sklepów internetowych o systemach płatności online



# Płatności Online przyszłością każdego e-sklepu

**Więcej przelewów, mniej gotówki – klienci sklepów internetowych coraz częściej zastępują tradycyjne formy zapłaty za towary nowoczesnymi i błyskawicznymi metodami płatności online. Potwierdzają to wyniki z pierwszego kwartału 2015 roku sklepów Shoper.**

Z badań przeprowadzonych na naszej platformie wynika, że blisko 70% transakcji dokonywanych w pierwszym kwartale 2015 roku w sklepach internetowych przebiegało w kanale online, czyli za pośrednictwem przelewów oraz popularnych systemów płatności. Bo dla klienta, sklep internetowy bez szybkich płatności online jest jak supermarket bez obsługi kart płatniczych. Czyli dawno temu i nieprawda. Klienci coraz chętniej korzystają z nowoczesnych paymentów przede wszystkim przez wgląd na wygodę i dostępność usługi – nie martwią się o stan gotówki w portfelu, mogą zapłacić za zakupy w dowolnym czasie i na każdym urządzeniu. Wybierają też niezawodność. Popularne systemy płatności online wymagają jedynie wypełnienia odpowiedniego formularza, cała reszta dzieje się poza użytkownikiem i zapewnia niezawodność usługi. Istotna jest też szybkość transakcji – „im szybciej zapłacę za towar, tym szybciej ten do mnie trafi” – mówią. No i bezpieczeństwo – dziś już wszyscy najwięksi dostawcy płatności online dbają, by transakcje były w stu procentach bezpieczne.

Z kolei na pytanie postawione w drugą stronę – dlaczego każdy sklep powinien posiadać integrację z płatnościami online – najlepiej odpowiedzieć jednym słowem: konkurencyjność. W nim zawierają się wszystkie powody przemawiające za integracją. Chcąc prowadzić nowoczesny sklep internetowy, nadążający za zmieniającymi się potrzebami rynku e-commerce i rosnącymi wymaganiami klientów, wybór płatności online jest już dzisiaj koniecznością.

Czy nowoczesny system płatności stanowi o przewadze konkurencyjnej sklepu? Które z elementów takiej usługi wpływają na decyzję o wyborze rozwiązania do twojego sklepu? Te i inne pytania na temat wykorzystywanych systemów płatności zadaliśmy właścicielom e-sklepów. Badanie zostało przeprowadzone w dniach 31.07-07.08.2015 roku. Wyniki prezentujemy w niniejszym opracowaniu. Przyjemnej analizy.

# Właściciele sklepów Shoper o szybkich płatnościach

Czy gdy sam kupujesz w sklepach internetowych zwracasz uwagę na dostępność szybkich płatności?



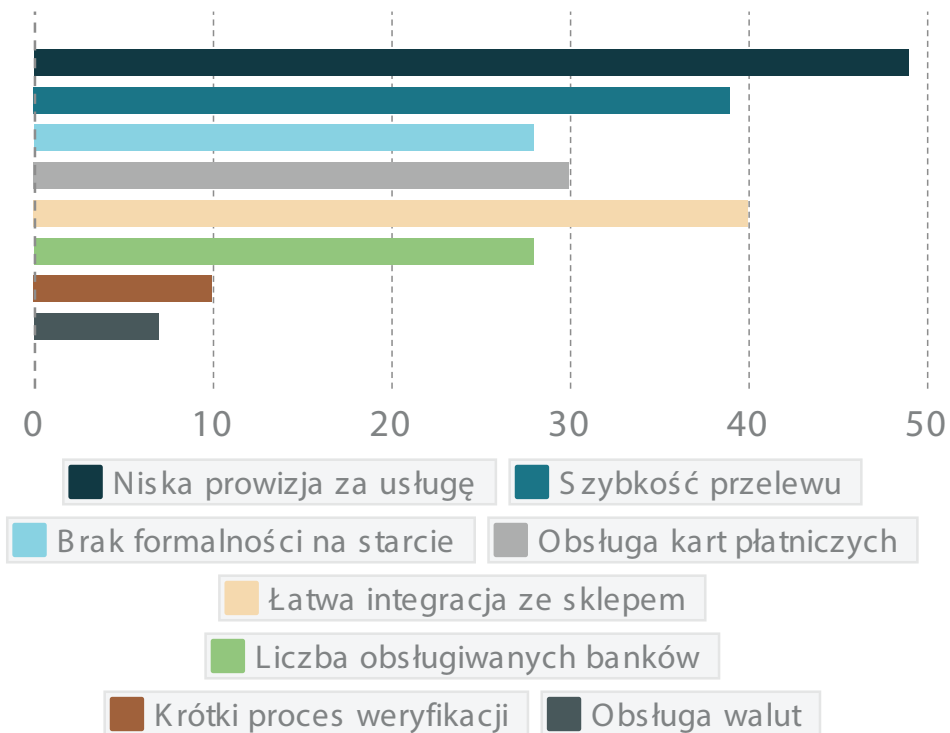
Tak (77%) Nie (15%) Nie mam zdania (8%)

Czy nowoczesny system płatności stanowi o przewadze konkurencyjnej sklepu?

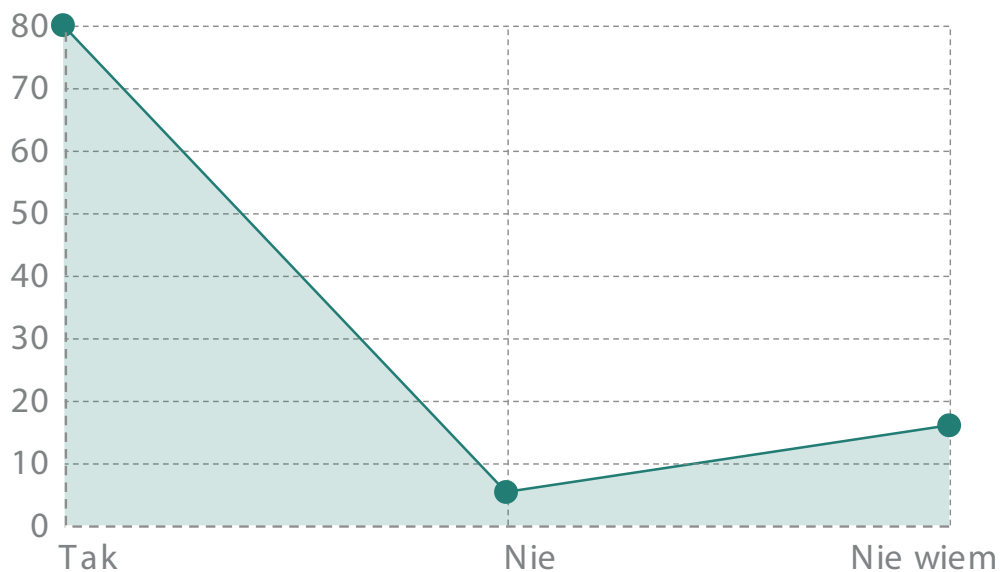


Tak (75%) Nie (13%) Nie mam zdania (12%)

Które z elementów systemu płatności wpływają na decyzję o wyborze rozwiązania do twojego sklepu?



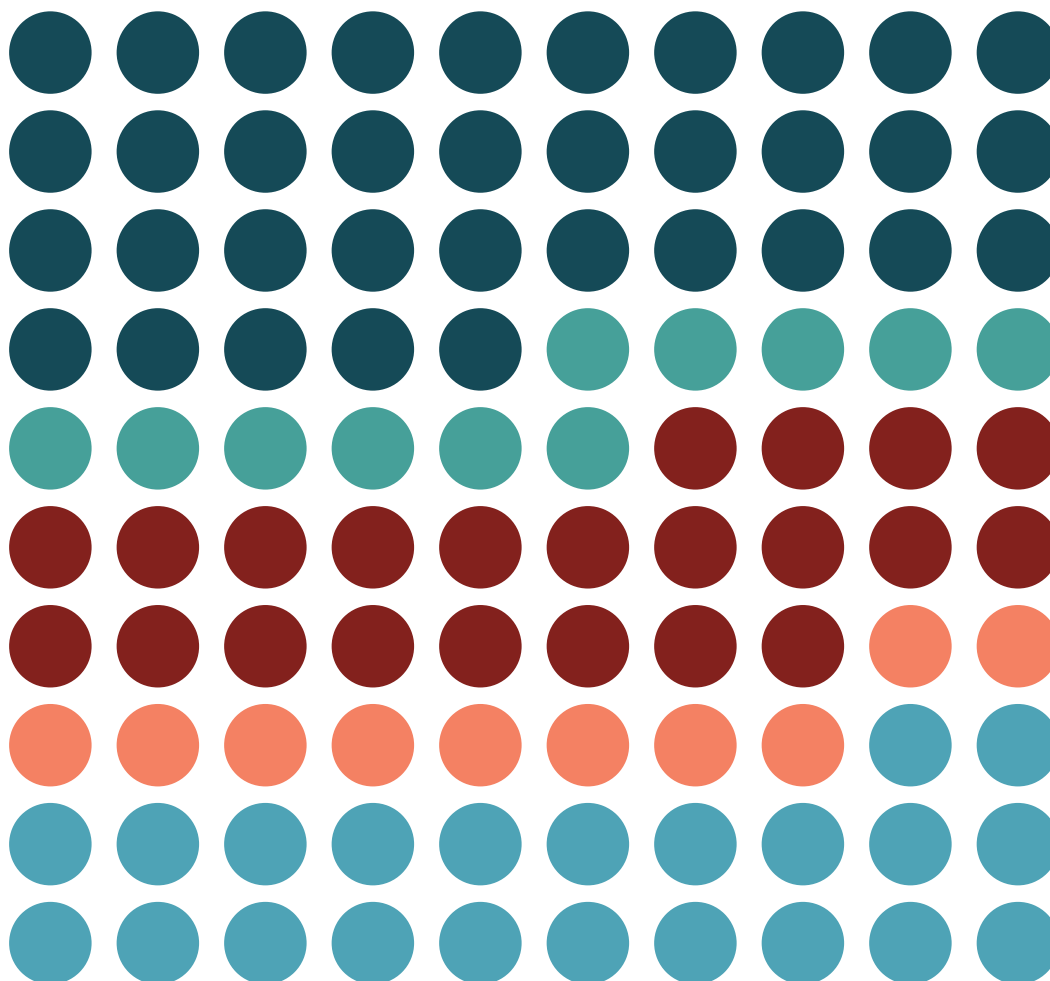
Czy poleciłbyś innym sklepom uruchomienie Płatności Shoper?



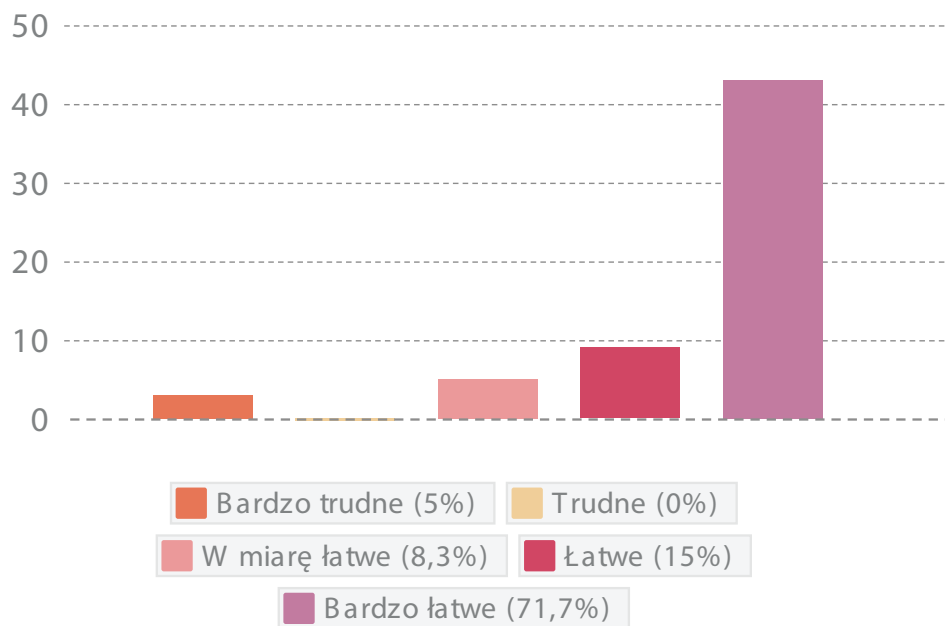
# W poszukiwaniu idealnego rozwiązania

Dlaczego zdecydowałeś się na uruchomienie Płatności Shoper?

■ Niska prowizja (34%) ■ Obsługa płatności mobilnych (11%) ■ Szybkie przelewy (22%)  
■ Brak formalności przy starcie (10%) ■ Bezpieczeństwo transakcji (22%)



### Oceń łatwość uruchomienia Płatności Shoper



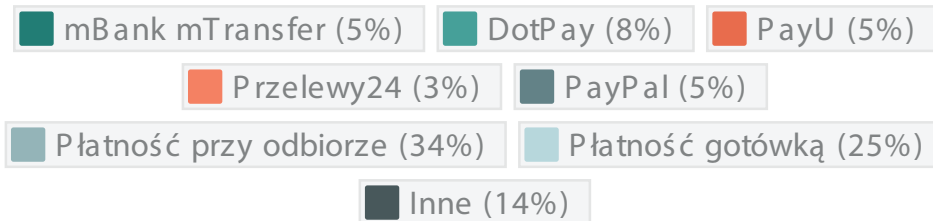
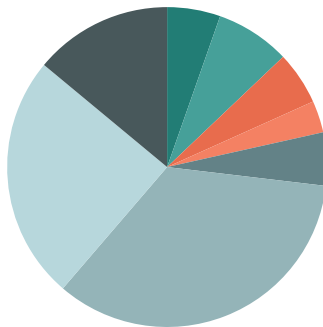
### Jakie korzyści z użytkowania Płatności Shoper zauważyłeś w swoim sklepie?



Jaki procent transakcji opłacanych jest w twoim sklepie za pomocą Shoper Płatności?



Jakie inne systemy płatności wykorzystywane są w twoim sklepie?



# Sprzedaj to dobrze

Początki polskiego rynku e-commerce sięgają końca lat 90. Pierwsze sklepy internetowe pojawiły się w 1999 roku, niedługo później powstała pierwsza platforma transakcyjna on-line. Dziś, tempo rozwoju tej branży jest jednym z najbardziej intensywnych w polskiej gospodarce. Według analityków, wartość rodzimego rynku e-commerce szacowana jest na 27 mld i stale rośnie. Dlatego ma on przed sobą szeroką perspektywę rozwoju – każdego dnia pojawiają się nowe sklepy internetowe, a wraz z nimi kolejne rozwiązania oraz usługi dedykowane sprzedaży online.

Do głosu dochodzi także pokolenie wychowane na nowych technologiach i zupełnie innych potrzebach w zakresie nabywania dóbr. A przede wszystkim pokolenie odmiennych oczekiwań wobec rynku. Ogromne znaczenie ma dla niego szybkość i wygoda, zarówno w dostępie do towarów i usług, jak i przeprowadzanych transakcji. Jak wynika z raportu firmy Gemius „E-Commerce w Polsce 2015”, ponad połowa internautów kupuje dziś w e-sklepach. W tym samym raporcie znajdujemy informację, że 60% z nich robi to głównie dlatego, że może za znalezione produkty i usługi płacić szybkim przelewem.

Nie dziwią więc dylematy merchantów rozpoczynających e-sprzedaż związane z doбором rozwiązań płatniczych dla swojego sklepu. Współczesny rynek dostarcza wielu możliwości, jednak nie jest łatwo wybrać już na starcie działalności rozwiązanie idealne, zwłaszcza że trudno już na samym początku przewidzieć np. poziom obrotów i zwrotu z inwestycji. W Polsce e-sklep to w końcu wciąż domena jednoosobowej działalności gospodarczej. A w takim modelu, przy uruchamianiu nowego biznesu zawsze ma miejsce sporo kalkulacji. Tym bardziej więc, dostawcy usług dla sklepów internetowych powinni starać się o ułatwienie startu nowym e-biznesom i skłaniać kolejnych przedsiębiorców do większego inwestowania w handel sieciowy. Bez tworzenia niepotrzebnych barier i ograniczania wielu ciekawym pomysłów możliwości rozwoju.

Weźmy pod dyskusję przykład związany z płatnościami online. Uruchomienie takiego systemu w sklepie internetowym przebiega zwykle w kilku etapach, ale często proces jest mocno rozbudowany już na poziomie wstępnej weryfikacji. Od właściciela wielokrotnie wymagane jest dostarczenie dostawcy wielu dokumentów, co nie tylko wydłuża całą procedurę, ale przede wszystkim wielu skutecznie zniechęca do podjęcia dalszych kroków. Jak tego potencjalnego klienta, który zostawił dość jasny komentarz na jednym z internetowych forów:



*„Cholerna biurokracja (co chwilę chcą jakieś potwierdzenia, papiery itd...)”*  
- autor: krzysiuus, <http://www.forum.optymalizacja.com> \*

Wspomniany pierwszy krok może trwać od kilku godzin do nawet kilkunastu dni. Wpływa na to nie tylko kwestia przedłożenia wymaganych dokumentów, ale także poprawność wypełnienia formularza oraz... dokonanie opłaty weryfikacyjnej. No właśnie, opłata weryfikacyjna. Czy jest ona rzeczywiście konieczna? Obecnie koszt aktywowania usługi jest różny – od kilku złotych (1,5-10 zł) po niemal kilkaset (199 zł).



*„200 zł opłaty aktywacyjnej i 2,5% prowizji? Za dużo”*  
- autor: semperfidelis, <http://www.wykop.pl/>

Dlaczego zatem uruchomienie takiej usługi, jaką są szybkie płatności online, w wielu przypadkach nie jest darmowe? Przecież w interesie każdego operatora powinna leżeć łatwa dostępność i jak największy zasięg oferowanego przez nich produktu. Inna problematyczna kwestia, która także poruszana jest w dyskusjach użytkowników, to sprawa kompatybilności danego systemu płatności z oprogramowaniem sklepu. W jej przypadku także można się niemiłe zaskoczyć. Jak choćby autor poniższego wpisu:





*„...Spytaj ich czy będą dobrze obsługiwać szablon Twojego sklepu, bo to jest najważniejsze...  
Albo zapytaj twórcę sklepu na jakim silniku robi sklep i mając tę informację, zapytaj w firmach  
obsługujących płatności czy będzie system działał”*

- autor: **Dariusz**, <http://www.sklepolandia.pl>

Użytkownicy zauważają, że idealny system płatności to ten wbudowany w sklep internetowy, dzięki czemu ani proces uruchamiania, ani tym bardziej użytkowania go nie jest niczym zagrożony (np. aktualizacją oprogramowania, zmianami po stronie operatora płatności itp.). Kolejna rzecz różnicująca dostępne na rynku systemy płatności to prowizja od przeprowadzonych transakcji. W oficjalnych cennikach widać rozpiętość stawki od 1,69% do ponad 3%. Część operatorów proponuje też wyjątkowe warunki dla rozpoczynających działalność, np. zwolnienie z opłaty prowizyjnej przez pierwsze miesiące działalności. To dobre podejście, tylko co dalej? Potem każdy właściciel e-sklepu może walczyć o niższą prowizję, negocjować, ale pod warunkiem, że obroty sklepu są odpowiednio wysokie. Jednak na etapie doboru rozwiązania nikt takiej wiedzy nie posiada. Dodatkowo, sporą część rynku stanowią sklepy, które działają w sezonowych branżach i „chude” miesiące mogą być w ich przypadku bardzo odczuwalne, dlatego optymalnym rozwiązaniem będzie dla nich usługa ze stałymi opłatami, dzięki której będą mogły spokojnie prognozować koszty prowadzonej działalności.



*“Niestety mimo zniżki jaką otrzymałam, to nadal wysoka prowizja. Czy orientujecie się, jaki system płatności oferuje najniższe prowizje?”*

- autor: **semperfidelis**, <http://www.wykop.pl/>

Ale prowizja to nie wszystko. Oprócz niej warto zwrócić także uwagę na opłaty dodatkowe - jak np. koszt wypłaty środków. Niektórzy operatorzy ustawiają limit dla bezpłatnych transakcji – przykładowo dla jednej dziennie (kolejna to koszt 2 zł) lub maksymalnie czterech w miesiącu (więcej oznacza dodatkowe koszty). A jasnym przecież powinno być, że każdy właściciel ma prawo posiadać niczym nieograniczony dostęp do swoich środków i w dowolnym momencie móc z nich skorzystać, bez konieczności ponoszenia innych opłat. Z opłat za przelewy może się w końcu zbierać pokaźna kwota na koniec miesiąca.

Inna kwestia to czas oczekiwania na taki przelew. Część operatorów dokonuje ich na bieżąco lub następnego dnia roboczego, ale niektórzy gracze na rynku każą czekać na wypłatę środków nawet do kilku dni.



*„Robią przelewy po kilku dnach. To jedyny minus”*

- autor: **SzlafRock**, <http://www.forum.optymalizacja.com/>

Prawda jednak jest taka, że klienci sklepu internetowego płacąc dziś za zakupy, oczekują jak najszybszej realizacji transakcji. Stąd istotne jest udostępnienie im odpowiednich metod. Nieważne, czy właściciel jest młodym sprzedawcą czy doświadczonym właścicielem dużego e-biznesu – na każdym kroku powinien szukać rozwiązań, które będą dla obu stron proste i wygodne, a dla klientów przede wszystkim bezpieczne. Sklep internetowy ma w końcu przyciągać i jak najwięcej sprzedawać.

\* Analiza źródeł na podstawie monitoringu mediów Brand24

# Najważniejsze są wartości dla użytkownika

Zapytaliśmy naszych klientów, czym kierują się przy wyborze systemu płatności dla swojego sklepu, co jest dla nich ważne. Niemal połowa badanych wskazała na niską prowizję za usługę jako kluczowy element przy podejmowaniu przez nich decyzji. A jak pokazuje polski rynek ecommerce, rozbieżności między poszczególnymi dostawcami paymentów są dość spore – niektóre transakcje wiążą się z pobieraniem prowizji rzędu 1,70%, inne zdecydowanie powyżej 2%.

Kolejną istotną kwestią okazała się szybkość w realizacji usługi – przygotowując rozwiązanie dla naszych klientów, obok badania ich potrzeb, zapoznaliśmy się także z dziesiątkami dyskusji toczonych przez merchantów na temat systemów płatności i analizowaliśmy ich argumentację. A ci akcentowali nie tylko niską prowizję jako wyznacznik powodzenia usługi, ale również inne elementy istotne z punktu widzenia korzystających z nowoczesnych systemów płatności – jak na przykład czas przelewu skrócony do minimum. Standardem jest już dziś księgowanie na koncie sklepu wpłat za zakupy internetowe następnego dnia roboczego, a informacja o płatności za sprzedaż musi zostać potwierdzana mailem w trybie niemal natychmiastowym (zgodnie z wynikami raportu operatora Płatności Shoper, firmy Blue Media – w ciągu mniej niż jednej minuty). Dla niemal co czwartego badanego jest to więcej niż ważne.

Dalej – maksymalne ograniczenie formalności. Niniejszy raport pokazał, że właściciele e-biznesów szukają systemów, które są integralną częścią oprogramowania sklepu, dzięki czemu zarówno ich uruchomienie, jak i praca z nimi, pozostają bardzo intuicyjne. Idealnym pozostaje to rozwiązanie, które wymaga jedynie logowania do panelu sprzedawcy i aktywacji usługi. Dodatkowe formalności, podpisywanie umów, wsparcie osób trzecich – tego rodzaju wymagania najczęściej odstraszały potencjalnych użytkowników usługi. Prostota, szybkość i niezawodność to w końcu obok atrakcyjnych opłat prowizyjnych najważniejsze czynniki przy wyborze nowoczesnych systemów płatności online.

A że warto w nie inwestować, najlepiej pokazują dane demograficzne: aktualnie 59% użytkowników korzystających z internetu za pośrednictwem urządzeń przenośnych jest w wieku 18-34 lat. A to oznacza, że rynek e-commerce będzie się w przyszłości rozwijał razem z nimi. Pokolenie to zapowiada wyparcie transakcji gotówkowych na rzecz szybkich płatności online (m.in. kartą), łatwo dostępnych z każdego urządzenia z dostępem do internetu. Widać to choćby po danych, którymi dzielą się niektórzy operatorzy paymentów – jeszcze kilka lat temu płatności mobilne osiągały poziom zaledwie 1% wszystkich transakcji dokonywanych w e-sprzedaży, w 2014 roku były to już liczby dwucyfrowe. Już nie możemy się doczekać, jakie wyniki przyjdzie nam obserwować w przyszłym roku.

# Nowoczesne i niezawodne Płatności **Shoper**<sup>®</sup>



3 miesiące bez prowizji  
dla nowych klientów



pełna obsługa  
płatności mobilnych



natychmiastowe  
przelewy środków



Dowiedz się więcej na [shoper.pl/platnosci](https://shoper.pl/platnosci)