

## Studiu: 20% dintre retaileri au început să vândă online în 2020

12 May 2021 | de Simona Popa



[1]

Studiul „Piața de e-commerce din perspectiva comercianților” realizat de compania de cercetare iSense Solutions în colaborare cu VTEX arată că 20% dintre retailerii chestionați au afirmat că au început să vândă și online anul trecut, în timp ce 46% au confirmat faptul că au vândut mai mult online în 2020 față de 2019.

Efectele pandemiei COVID-19 au avut impact direct la nivelul businessurilor din retail, care au trebuit să-și adapteze strategiile, investițiile și așteptările la contextul actual. Astfel, potrivit studiului realizat de VTEX - soluție de comerț end-to-end la nivel global, complet integrată, cu marketplace nativ și capacități OMS, și iSense Solutions, 46% dintre acestea au raportat o creștere a vânzărilor în online, 24% dintre companii și-au reorientat businessul către e-commerce, în timp ce 5% dintre respondenți și-au mutat exclusiv vânzările în online.

„În lumea post-COVID-19, creșterea rapidă a companiilor de e-commerce probabil a schimbat decisiv modul în care comerțul funcționează. Încă o dată avem confirmarea că există o cerință mare pe piață pentru o experiență de cumpărare completă nu doar offline. Ne bucurăm că din ce în ce mai multe businessuri, înțeleg importanța unei platforme de e-commerce integrate, flexibile și care este operată de o echipă de specialiști cu know-how solid. De asemenea, au ajuns la concluzia că nu trebuie totul realizat intern, ci pot avea încredere într-un partener care să le furnizeze scalabilitate imediată și care poate să se adapteze rapid oricărei schimbări a strategiei de business”, a declarat Cristi Movilă, Growth Leader, Eastern Europe al VTEX, în cadrul evenimentului European Digital Commerce.

În condițiile în care incidența celor care fac cumpărături online lunar, în rândul persoanelor din mediul urban cu acces la internet, a crescut de la 56% în 2019, la 61% în 2020, investițiile în marketing și promovare au fost strategia de business abordată de 50% dintre retailerii chestionați. Pe de altă parte, 36% dintre ei au ales să dezvolte soluții și produse noi, adaptate la noul context de piață.

Programele de loializare a clienților s-au numărat printre soluțiile respondenților la dinamica nouă a pieței, 23% dintre companii investind în programe de loializare.

În ceea ce privește adaptarea echipelor la noul climat, 4% dintre comercianți și-au crescut numărul de angajați în anul pandemic 2020.

### **Livrările și instabilitatea traficului de cumpărare, principalele probleme**

Cât despre principalele probleme indicate de companii în legătură cu activitatea de e-commerce, acestea țin de trafic, respectiv livrări. Astfel, 32% dintre respondenți sunt nemulțumiți de instabilitatea traficului de cumpărare în mediul online, iar 30% de întârzierile în livrarea comenzilor. Alte sincope menționate de retailerii țin de lipsa stocurilor (26%), neîncrederea consumatorilor finali în metodele de plată online (18%) sau dificultățile întâmpinate la expedierea produselor (18%). Doar 10% din totalul retailerilor intervievați și care sunt prezenți online s-au declarat nemulțumiți de performanța platformei de e-commerce utilizate.

Când vine vorba despre cele mai importante criterii atunci când aleg

---

platforma de e-commerce, funcționalitățile, nevoia de a fi user friendly, costurile aferente, posibilitatea de a integra toate activitățile de vânzare în platformă, flexibilitatea platformei de e-commerce și, nu în ultimul rând, o bună reputație în piață sunt primele enumerate.

La ora actuală, per total, retailerii români se declară mulțumiți și complet mulțumiți în urma interacțiunii cu platformele de e-commerce, atingând un grad al satisfacției generale de 60%. Primele trei motive de satisfacție indicate de companii în ceea ce privește platforma utilizată sunt managementul ușor - 59%, costurile scăzute de întreținere - 38%, respectiv disponibilitate 24/24 h - 35%.

La polul opus, managementul dificil, lipsa scalabilității sau gradul scăzut de usability sunt printre principalele motive de nemulțumire față de platformele de e-commerce utilizate.

Întrebați despre cum își imaginează platforma de e-commerce a viitorului, deși majoritatea recunosc că nu s-au gândit încă la acest aspect, vizionarii o văd fiind user friendly, cu funcții multiple, precum „un mall virtual”.

Studiul „Piața de e-commerce din perspectiva comercianților” a fost realizat pe un eșantion de 219 companii din zona de comerț, dintre care 163 active digital.

## Articole Asemănătoare

**Source URL:** <https://revistaprogresiv.ro/articole/studiu-20-dintre-retaileri-au-inceput-sa-vanda-online-2020>

### Legături

[1] [https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/online\\_shopping\\_shutterstock\\_1578853621\\_1.png](https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/online_shopping_shutterstock_1578853621_1.png)