

## Polski e-commerce rośnie najszybciej w Europie - raport zanox

2,5 miliona transakcji na rynku handlu elektronicznego, przy trzykrotnym wzroście sprzedaży, to wyniki z ostatnich 12 miesięcy. Największe udziały w nich miał sektor telekomunikacyjny, serwisy zakupów grupowych oraz sprzedawcy biletów lotniczych. Więcej istotnych dla rynku reklamy internetowej oraz e-commerce danych można znaleźć w najnowszym raporcie zanox.

Analiza zanox pokazuje preferencje zakupowe Polaków z ostatnich 12 miesięcy. Wynika z niej, że najwięcej transakcji generował sektor telekomunikacyjny - 260 tysięcy transakcji, a szczyt przypadał na okres od listopada 2011 do lutego 2012. Dużym zainteresowaniem cieszyły się zakupy grupowe z 250 tysiącami transakcjami. Największy wolumen obrotów wygenerowała natomiast sprzedaż biletów lotniczych, których zakupiono 200 tysięcy, z największą liczbą transakcji w styczniu bieżącego roku. Z opracowania wynika także, że reklama w modelu "płać za efekt" sprawdza się z powodzeniem przy sprzedaży kredytów gotówkowych i hipotecznych. Znalazło to potwierdzenie w podpisaniu ponad 10 tysięcy umów kredytowych.

Duże wzrosty w zanox  
zyski dla klientów

Zainteresowanie marketingiem afiliacyjnym rośnie w bardzo szybkim tempie. Z podsumowania ostatnich 12 miesięcy działalności nowego biura zanox wynika, że liczba wygenerowanych transakcji w Polsce rosła w trzykrotnym tempie, w porównaniu do analogicznego okresu w roku ubiegłym. To ważny sygnał dla branży reklamowej oraz klientów, którzy do tej pory z pewną rezerwą podchodzili do marketingu wydajnościowego. Teraz mamy twarde dane udowadniające, że również w Polsce to rozwiązanie się sprawdza i przynosi realne zyski dla reklamodawców mówi Jakub Maj, dyrektor regionalny na Europę Centralną i Wschodnią w zanox. Europejski lider marketingu wydajnościowego zwraca również uwagę na rosnące zainteresowanie tą formą reklamy wśród wydawców, którzy coraz chętniej publikują ją w swoich serwisach.

Najchętniej kupujemy na  
początku tygodnia

zanox przedstawiając swoje wyniki, zwrócił również uwagę na to, kiedy Polacy najczęściej kupują w sieci. Z przedstawionych danych wynika, że najwięcej transakcji dokonywanych jest od poniedziałku do środy, później ta liczba spada, by z ponownie wzrosnąć w niedzielę.

Czołowe marki stawiają na efekty

W ostatnich 12 miesiącach

zanox rozpoczął współpracę z czołowymi firmami i markami z różnych branż.

Do programów firmy dołączyły przedsiębiorstwa z sektora telekomunikacyjnego, m.in.: Orange oraz jego marka Neostrada, a także UPC i Netia.

Swoje reklamy powierzyły także serwisy e-commerce, takie jak: Groupon, ASOS, Gruper, Douglas, Limango

czy nowe na polskim rynku Sarenza, Enamora. Do sieci zanox

dołączyli również klienci z branży finansów i ubezpieczeń: AXA, CitiBank, Expander, Santander, Getin, Raiffeisen i BGŻ.

Jak będzie wyglądał

e-commerce w drugiej połowie 2012?

Mimo zastoju w branży

reklamowej, marketing efektywnościowy przeżywa rozkwit. - Polska jest najszybciej rozwijającym się rynkiem zanox w Europie od 2 lat. Obecna skala napawa ogromnym optymizmem reklama afiliacyjna dla wielu naszych partnerów jest głównym kanałem pozyskiwania klientów i generowania sprzedaży w internecie. Ten stan nie powinien ulec zmianie w ciągu następnych 6 miesięcy mówi Jakub Maj z zanox.