

# Allegro najlepiej rozpoznawnym serwisem zakupowym w polskiej sieci



**Już blisko połowa Polaków korzysta z wygody, jaką dają zakupy online, a konkurencja pomiędzy poszczególnymi markami e-commerce jest coraz większa. Gemius sprawdził, które z nich są najbardziej rozpoznawalne przez polskich internautów.**

Według najnowszego raportu „E-commerce w Polsce 2016. Gemius dla e-Commerce Polska” Polacy chętnie kupują przez internet. W rankingu rozpoznawalności serwisów zakupowych w polskiej sieci niekwestionowanym liderem jest platforma Allegro.pl (69 proc.). Marka ta dominuje nie tylko w ogólnej kategorii zakupów online, ale też w wielu poszczególnych kategoriach produktów (np. odzież czy sprzęt RTV/AGD). Drugi w rankingu rozpoznawalności jest serwis OLX.pl (28 proc.). Widoczna różnica wskazań pomiędzy tymi domenami, z ogromną przewagą Allegro.pl, potwierdza silną pozycję tej marki w świadomości polskich e-konsumentów.

- Dominująca pozycja Allegro absolutnie nie dziwi. Marka ta przez wiele lat działalności wypracowała sobie bardzo solidną pozycję, na tyle mocną by skutecznie walczyć ze światowymi liderami jak choćby eBay'em. W przypadku tej platformy możemy nawet powiedzieć, że tak jak Google jest synonimem wyszukiwania w sieci, tak Allegro jest w Polsce synonimem e-commerce - mówi Marek Molicki, ekspert Gemiusa. W porównaniu do ubiegłorocznego raportu zmiany w czołówce są niewielkie - z grona najbardziej rozpoznawanych e-sklepów wypadł m.in. Merlin, co aż tak bardzo nie zaskakuje, oraz Amazon, co już może nieco dziwić. Mimo że w tegorocznej edycji raportu lider czyli Allegro ma nieco słabszy wynik, to i tak różnica między miejscem pierwszym a drugim jest na tyle duża, że musiałoby wydarzyć się coś naprawdę spektakularnego, żeby za rok sytuacja diametralnie się zmieniła. Co pewien czas słychać również głosy, że zagrożeniem dla Allegro może być Aliexpress. Patrząc jednak na wyniki badania możemy zdecydowanie powiedzieć, że są to głosy dziś zupełnie nieuzasadnione - dodaje Molicki.

- Sukces Allegro.pl jest w pełni zasłużony. Choć serwis powstał jako klon idei amerykańskiego eBaya, to konsekwentnie rozwijał się i budował swoją przewagę konkurencyjną, a także własne, autorskie rozwiązania i narzędzia - tłumaczy prof. Dariusz Jemielniak z Akademii Leona Koźmińskiego. Co prawda eBay przegrał tę konkurencję na własne życzenie, latami nie wchodząc na rynek polski, a następnie robiąc to w sposób amatorski. Allegro zbudowało w międzyczasie prawdziwą, trudną do podrobienia wartość dodaną, którą doceniają klienci całego regionu. Co ciekawe, Allegro skutecznie wypracowało sobie model hybrydowy - sprzedaży zarówno towarów z drugiej ręki od osób prywatnych, jak i po prostu sprzedaży towarów od drobnych przedsiębiorców, którym bardziej opłaca się polegać na infrastrukturze i systemie zaufania Allegro, niż budowanie własnego e-sklepu. Ciekawe, czy Allegro zdecyduje się kiedyś na eksternalizację systemu zaufania, czyli na posługiwanie się ich gwiazdkami na innych serwisach internetowych - odpowiedź poznamy zapewne dopiero, gdy nowy nabywca Allegro, które jest aktualnie na sprzedaż, określi swoją strategię - mówi Jemielniak.

Użytkownicy sieci zostali zapytani o nazwy serwisów i stron WWW, które kojarzą im się ze sprzedażą poszczególnych grup produktów. Najbardziej rozpoznawalną marką sprzedającą produkty spożywcze jest Tesco.pl (wymienione przez 18 proc. respondentów), a z zakupami w aptece internetowej kojarzy się Dbam o Zdrowie - Doz.pl (7 proc.). W kontekście zakupów drogowych w sieci (w tym perfum) najczęściej wymienianą marką jest Rossmann.pl (10 proc.). Z serwisem internetowym, sprzedającym multimedia w formie elektronicznej (aplikacje, e-booki itp.), najczęściej kojarzy się Empik.com (17 proc.), który osiągnął także najwyższy wynik wskazań (32 proc.) wśród serwisów sprzedających multimedia w formie tradycyjnej (książki, płyty itp.).

Źródło: Gemius

Zdjęcie: Photogenica