



Strefa e-commerce: jak technologicznie dotrzymać tempa

2021-08-16

Dane pokazują, że obecnie ok. 150 tysięcy polskich przedsiębiorstw prowadzi sprzedaż produktów i usług za pomocą internetu, korzystając z różnych rozwiązań dostępnych na rynku. W porównaniu do Europy Zachodniej ta liczba w Polsce jest wciąż mała, jednak ma potencjał wzrostowy. Chcąc wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów Targi w Krakowie postanowiły na swoich wydarzeniach branżowych stworzyć strefę e-commerce dedykowaną rozwiązaniom z zakresu nowych technologii w sprzedaży w internecie.

Z przeprowadzonych na początku 2021 roku analiz wynika, że sprzedaż internetowa w Polsce kwitnie – w 2020 roku zakupy online stanowiły 14% udziału w wartości sprzedaży detalicznej w Polsce. Czynniki mającymi wpływ na ten stan rzeczy były m.in. pandemia i błyskawiczny rozwój w zakresie rozwiązań e-commerce. Przewiduje się, że w 2026 roku wartość polskiego rynku handlu online wyniesie 162 mld zł brutto, średnio 12% wzrostu rocznie. Badania konsumentów dowodzą, że ponad 74% Polaków po pandemii chce utrzymać poziom zakupów internetowych, a 10% zapowiada ich zwiększenie.

Proces powstaną specjalne strefy e-commerce. Będą to miejsca szkoleń i prezentacji nowych technologii, gdzie wymiana doświadczeń stanie się kluczowa w rozwiązywaniu takich aspektów sprzedaży online, jak: omnichannel, customer experience, aktywizacja i pozyskanie lojalnych klientów, czy logistyka i ciągłość dostaw.

Targi B2B są furtką do świata branży wydawniczej, hotelarskiej, gastronomicznej, przemysłowej, czy branży opakowań.

[Więcej o tym, przy jakich targach dostępne są strefy e-commerce tutaj.](#)

Dane treści artykułu pochodzą z raportu PwC Perspektywy rozwoju rynku e-commerce w Polsce 2021-2026 Luty 2021