

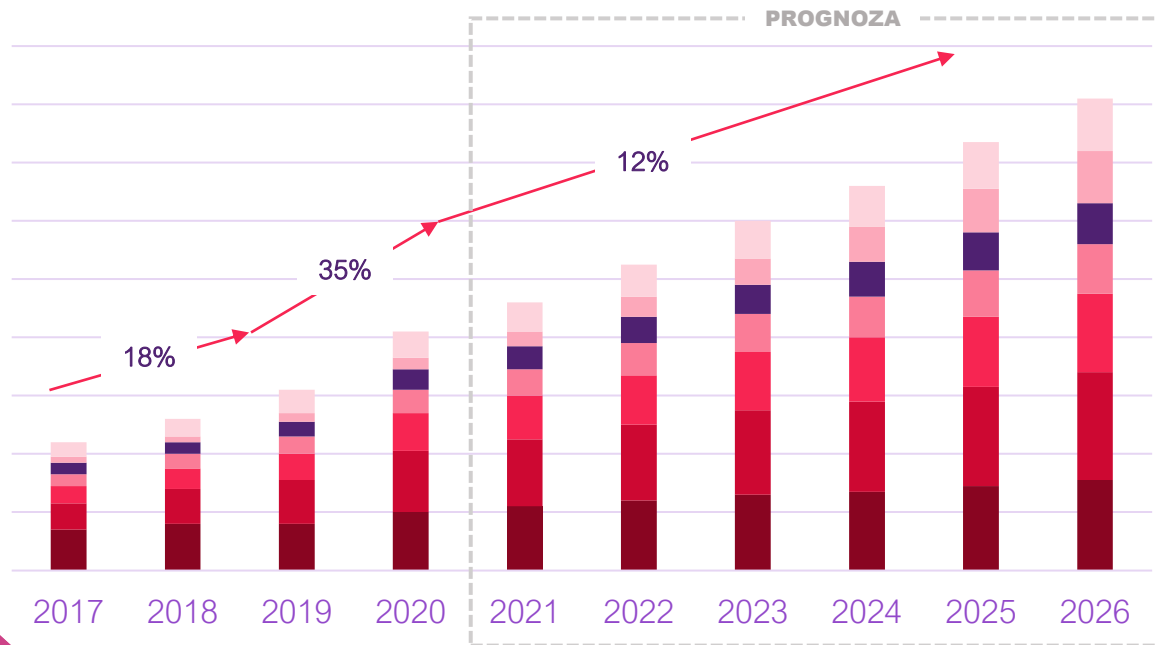
Kosmetyki w Internecie

**potencjał e-commerce,
perspektywy dla rozwoju rynku i
narzędzia wspierające sprzedaż.**

Rynek e-Commerce

...ma się bardzo dobrze

WARTOŚĆ BRUTTO SPRZEDAŻY DÓBR ONLINE W POLSCE, 2017-2026 (mld PLN)

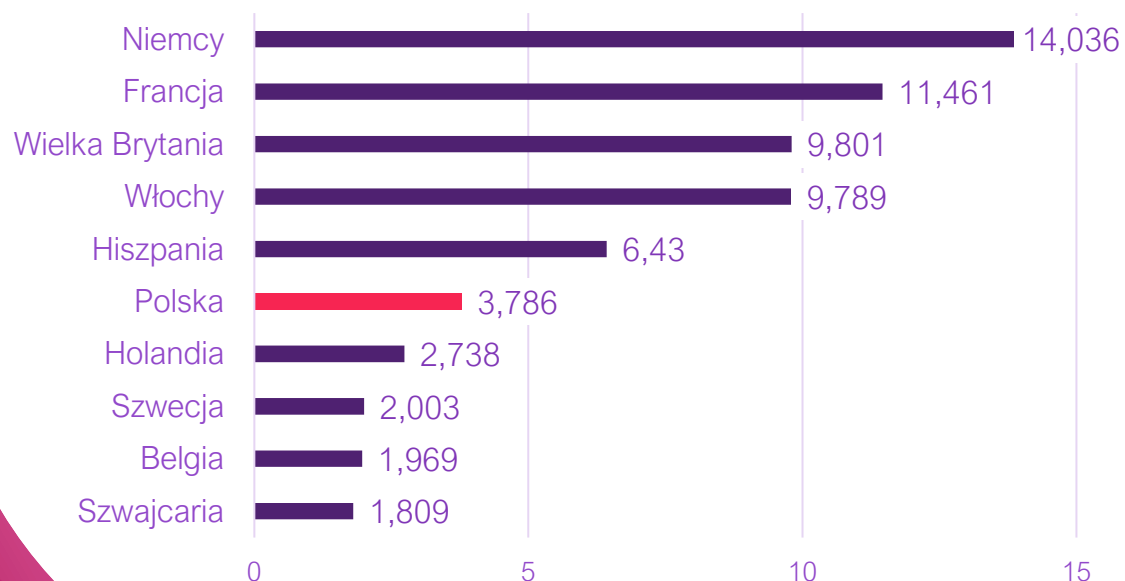


	CAGR%		
	17-19	19-20	20-26
Auta i inne	17,6	15,7	12,2
Produkty spożywcze	15,2	57,5	28,7
Zdrowie i Uroda	15,0	38,2	12,5
Zabawki i Dziecko	18,3	39,4	14,0
Odzież i Obuwie	25,0	46,1	12,3
Dom i Ogród	26,3	42,6	9,7
Elektronika i Media	9,1	24,3	7,1

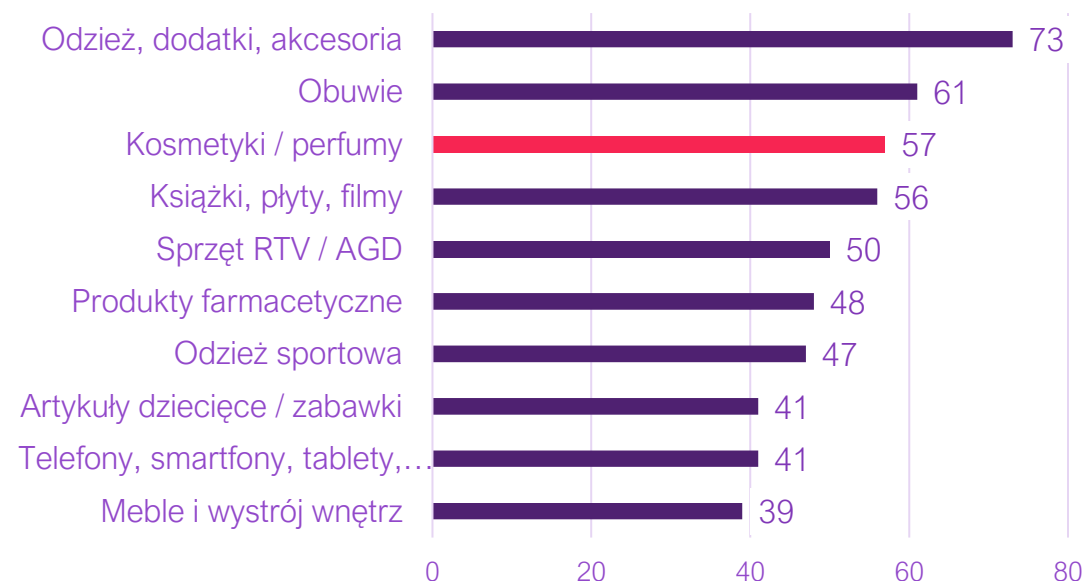
eCommerce Beauty

... i jego potencjał

WARTOŚĆ KONSUMPCJI W KATEGORII „COSMETICS AND PERSONAL CARE” W EUROPIE 2020 (MLD EUR)



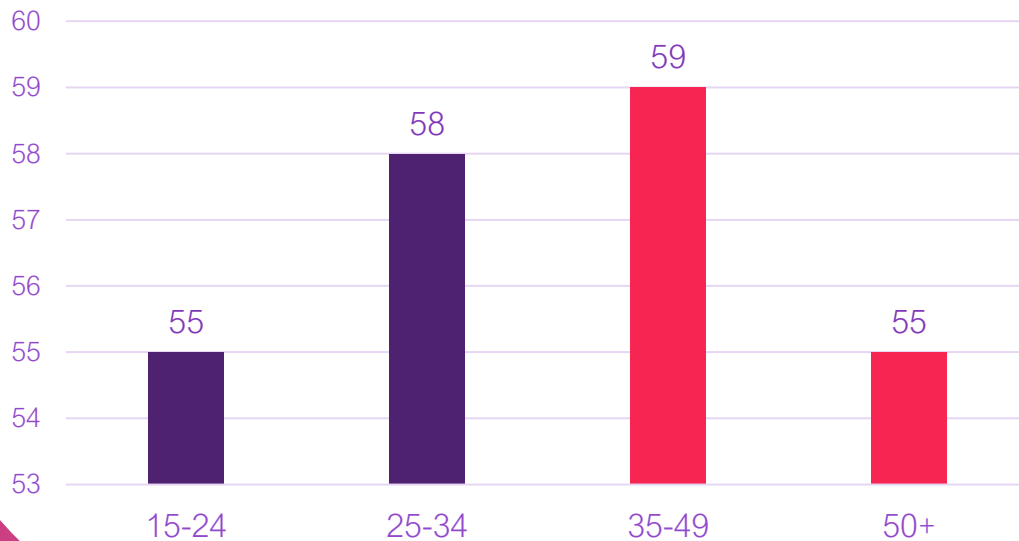
ODSETEK OSÓB W POLSCE DOKONUJĄCYCH ZAKUPÓW W CIĄGU OSTATNICH 12 MIESIĘCY



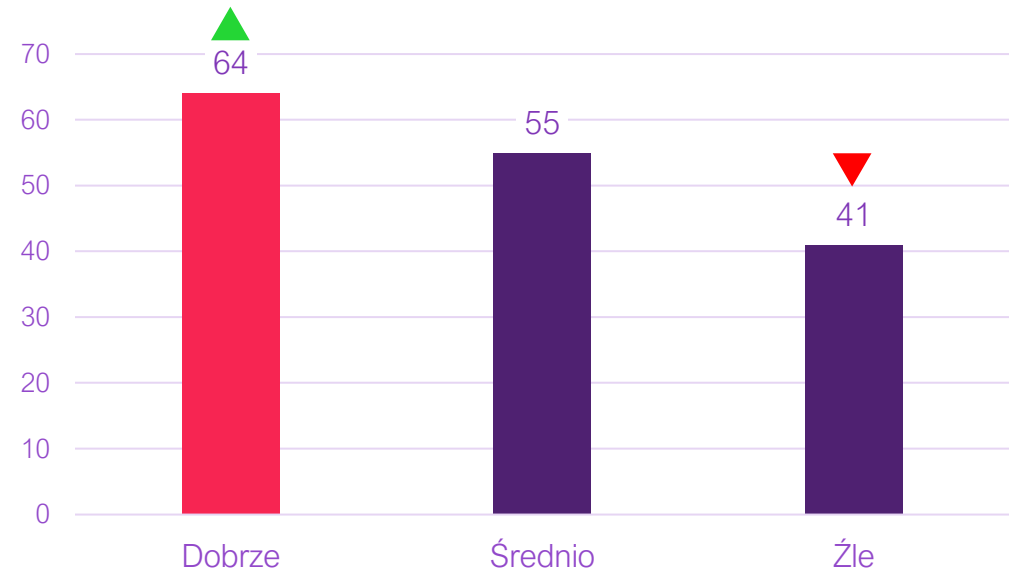
eCommerce Beauty

...co wpływa na wzrost

ODSETEK OSÓB W POLSCE DOKONUJĄCYCH ZAKUPÓW W KATEGORII KOSMETYKI I PERFUMY, W CIĄGU OSTATNICH 12 MIESIĘCY, WDLUG WIEKU



ODSETEK OSÓB W POLSCE DOKONUJĄCYCH ZAKUPÓW W KATEGORII KOSMETYKI I PERFUMY, W CIĄGU OSTATNICH 12 MIESIĘCY, WDLUG SYTUACJI METARIALEJ



eCommerce Beauty

jeden z wyższych wartości koszyków



199

zł/miesiąc

**ODZIEŻ, AKCESORIA
I DODATKI**



201

zł/miesiąc

OBUWIE



136

zł/miesiąc

**KOSMETYKI
I PERFUMY**



188

zł/miesiąc

**ARTYKUŁY
SPOŻYWCZE**



119

zł/miesiąc

**PRODUKTY
FARMACEUTYCZNE**



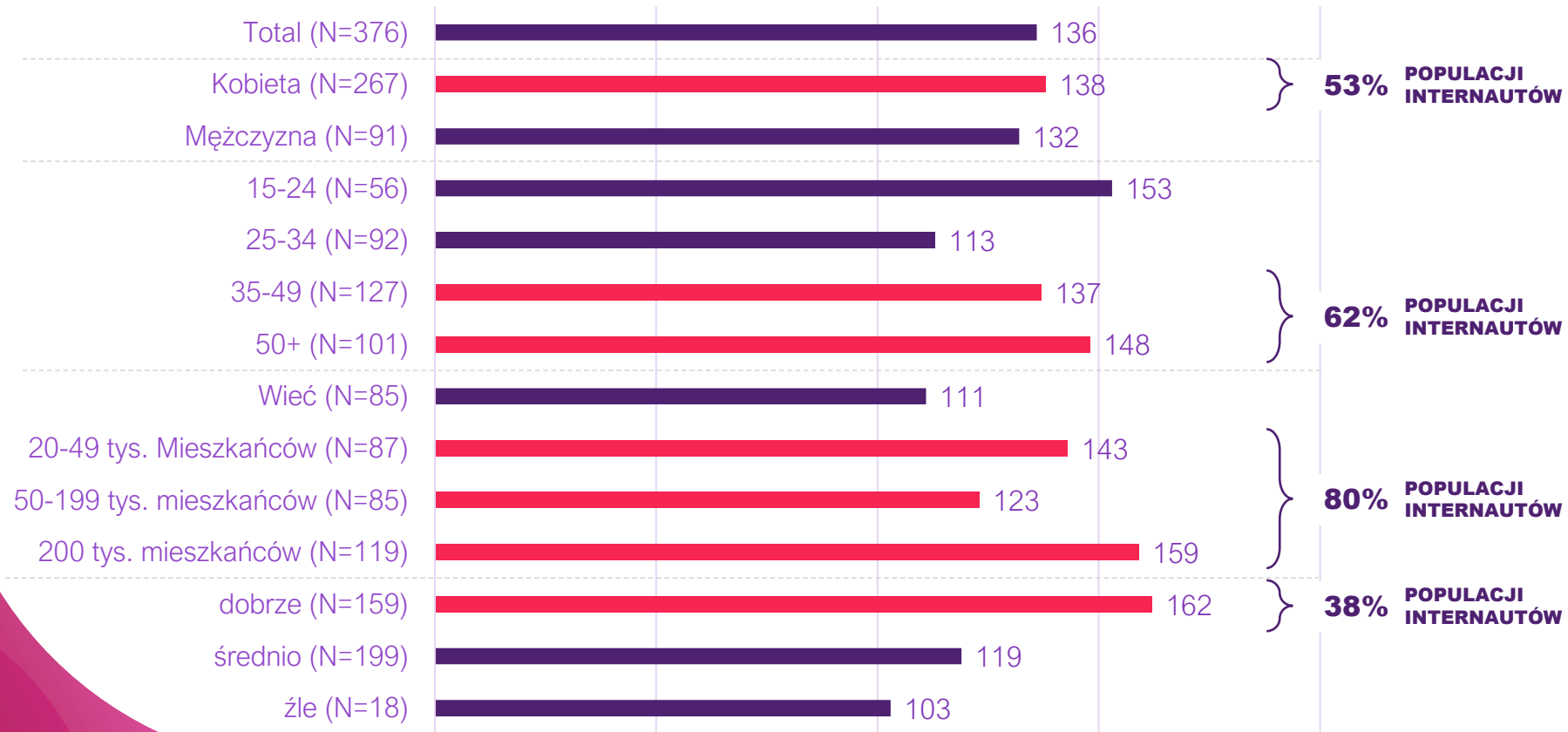
91

zł/miesiąc

**KSIĄŻKI, PŁYTY
I FILMY**

eCommerce Beauty

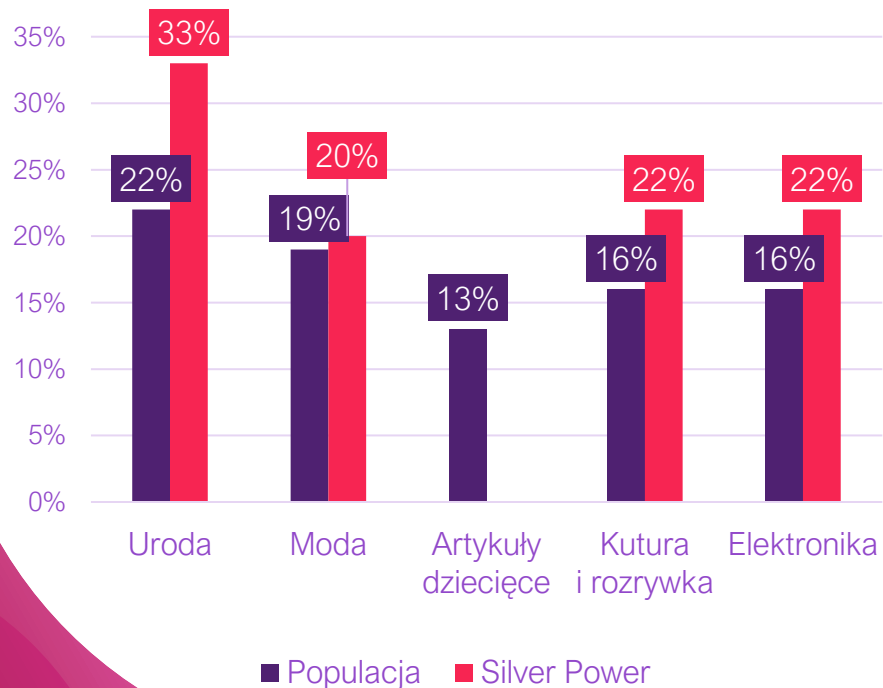
... potencjał biznesowy konsumentów online



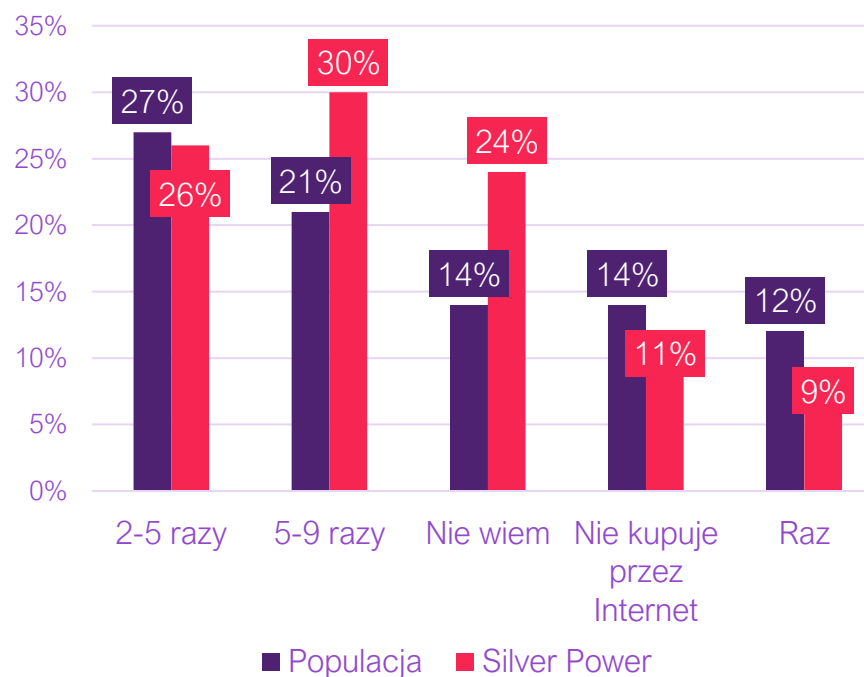
Pokolenie Silver Power

... rośnie w siłę

W JAKICH KATEGORIACH POKOLENIE SILVER POWER KUPUJE NAJCZĘŚCIEJ PRZEZ INTERNET



JAK CZĘSTO POKOLENIE SILVER POWER KUPUJE W INTERNECIE W CIAGU OSTATNIH 6 MIESIĘCY



97%

OSÓB POKOLENIA SILVER POWER DEKLARUJE ZAKUPY PRZY WYKORZYSTANIU MARKETPLACÓW (NP.: ALLEGRO)

eCommerce Beauty

nie zapominajmy o odwróconym efekcie ROPO



39%

**SPRZĘT
RTV / AGD**



39%

OBUWIE



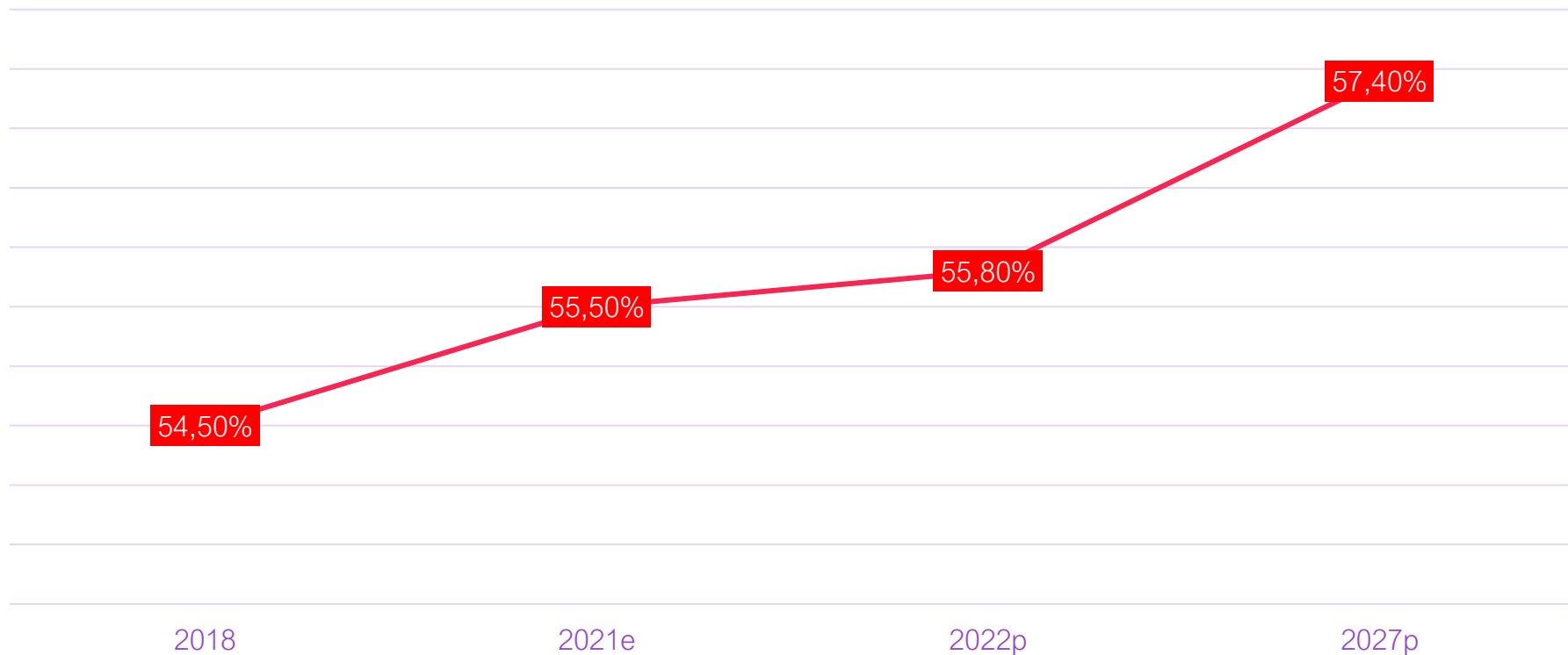
38%

**KOSMETYKI I
PERFUMY**

eCommerce Beauty

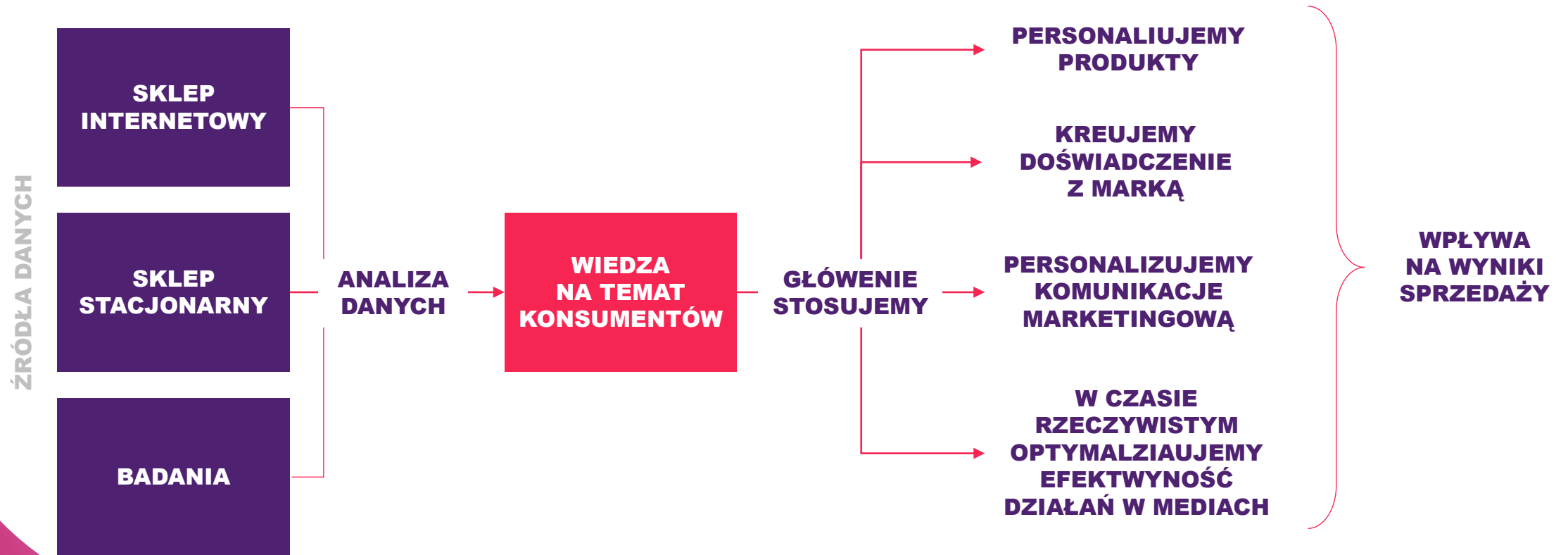
w najbliższych latach udział będzie rósł

**UDZIAŁ SPRZEDAŻY INTERNETOWEJ I W SKLEPACH STACJONARNYCH W RYNKU
ARTYKUŁÓW KOSMETYCZNYCH W POLSCE 2018-2027**



Jak wykorzystać potencjał eCommerce

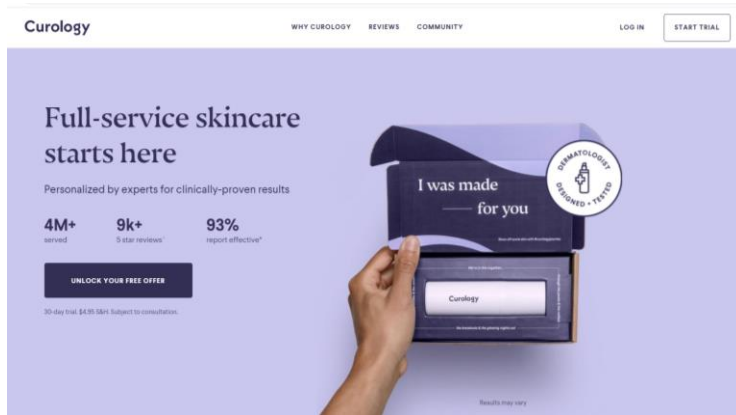
...dane, dane i jeszcze raz dane



Jak wykorzystać potencjał eCommerce

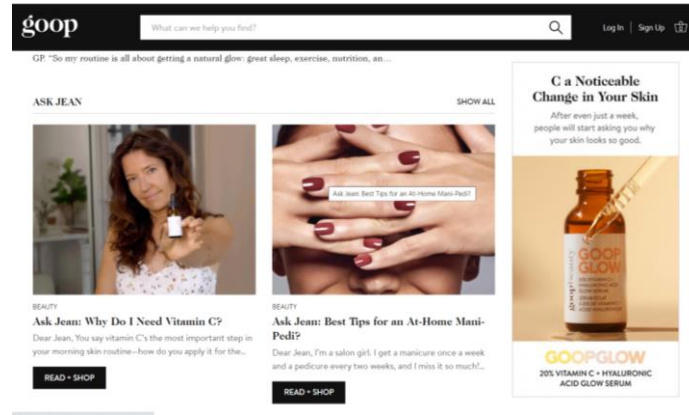
... jak dane przekładają się na działania liderów

1



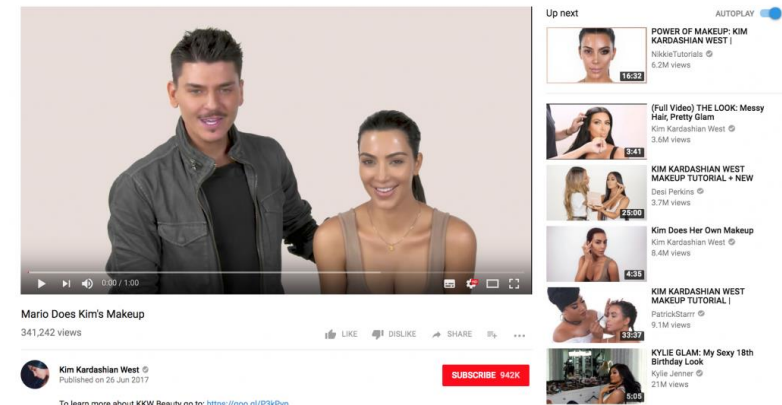
PRODUKTY SKROJONE NA MIARĘ BĘDĄ NAJWIĘKSZĄ DŹWIGNIĄ ECOMMERCE

2



DOPASOWANY KONTENT DO PREFERENCJI KONSUMENTÓW MAKSYMALIZUJĄ EFEKTYWNOŚĆ ECOMMERCE

3



KREOWANIE POTRZEB PRZEZ INFLUNCERÓW, WCIAŻ MAJĄ ZNACZĄCY WPŁYW NA MARKI I EFEKTYWNOŚĆ ECOMMERCE

Natomiast istnieje zagrożenie

... cookieless ?



CZEKOLADA TO **DANE**
W CIASTKU



CIASTECZKA
ZNIKNAŁ



OKOŁO
2023 R.

ZOSTANĄ
ZASTOPIONE

Id

USER ID

CO
DALEJ?



POTRZEBA NAM
DUŻO
CZEKOLADY,
CZYLI **DANYCH**

... A CIASTKA TO
NOŚNIK DANYCH

eCommerce Beauty

... to odzwierciedlenie trendów społecznych

4



WIĘCEJ NATURALNOŚCI

5



**WIĘCJE VIDEO,
W TYM TUTORIALI**

6



**OFENSYWA KOSMETYKÓW
DLA MĘŻCZYZN**



Dziękuję za uwagę

Tomasz Choroszewski

K2 PRECISE

tomasz.Choroszewski@k2precise.pl