

apaczka
by alsendo



Efektywne procesy wysyłkowe

Poradnik przedsiębiorcy

Wstęp

Imponująca dynamika wzrostu wartości branży e-commerce, którą odnotowujemy w Polsce co roku, zachęca kolejnych przedsiębiorców do rozpoczęcia sprzedaży w sieci. Mimo tego, rynek wciąż nie jest nasycony – pozostaje na nim sporo miejsca do zagospodarowania. I nie jest ono zarezerwowane wyłącznie dla największych graczy. Sklep internetowy, platformy e-commerce'owe, media społecznościowe – kanałów sprzedaży nie brakuje. Mogą one być zarówno znakomitym uzupełnieniem działalności prowadzonej stacjonarnie, jak i sposobem na rozwijanie biznesu opartego wyłącznie o sieć.

Przedsiębiorcy, którzy chcą spróbować swoich sił w e-commerce, nie zawsze wiedzą, od czego zacząć. Dostępnych narzędzi jest wiele, ale z których warto skorzystać? Z myślą o czytelnikach, którzy znajdują się na początku swojej e-commerce'owej drogi, opracowaliśmy niniejszy poradnik dotyczący skutecznej sprzedaży w sieci. Jeśli wahasz się, czy wkroczyć do tej branży lub dopiero stawiasz w niej pierwsze kroki, nasz e-book może Ci pomóc w rozwianiu wielu wątpliwości.

Platforma Apaczka.pl, która jest częścią grupy Alsendo, istnieje na rynku od prawie 15 lat i specjalizuje się w skutecznych oraz niskokosztowych dostawach zamówień. Przez te lata, doradzając wielu małym, średnim i dużym przedsiębiorstwom, poznaliśmy nie tylko specyfikę rynku e-commerce w Polsce, ale również najciekawsze sposoby na rozwój biznesu online. Czerpiąc z tego doświadczenia, opracowaliśmy także szereg rozwiązań dla klientów biznesowych, które mają za zadanie uprościć procesy na ostatniej mili – w tym e-booku przybliżamy część z nich.



Barbara Bochenek
Content Manager
Alsendo



Adrianna Koperwas
Content Manager
Fabryka Marketingu

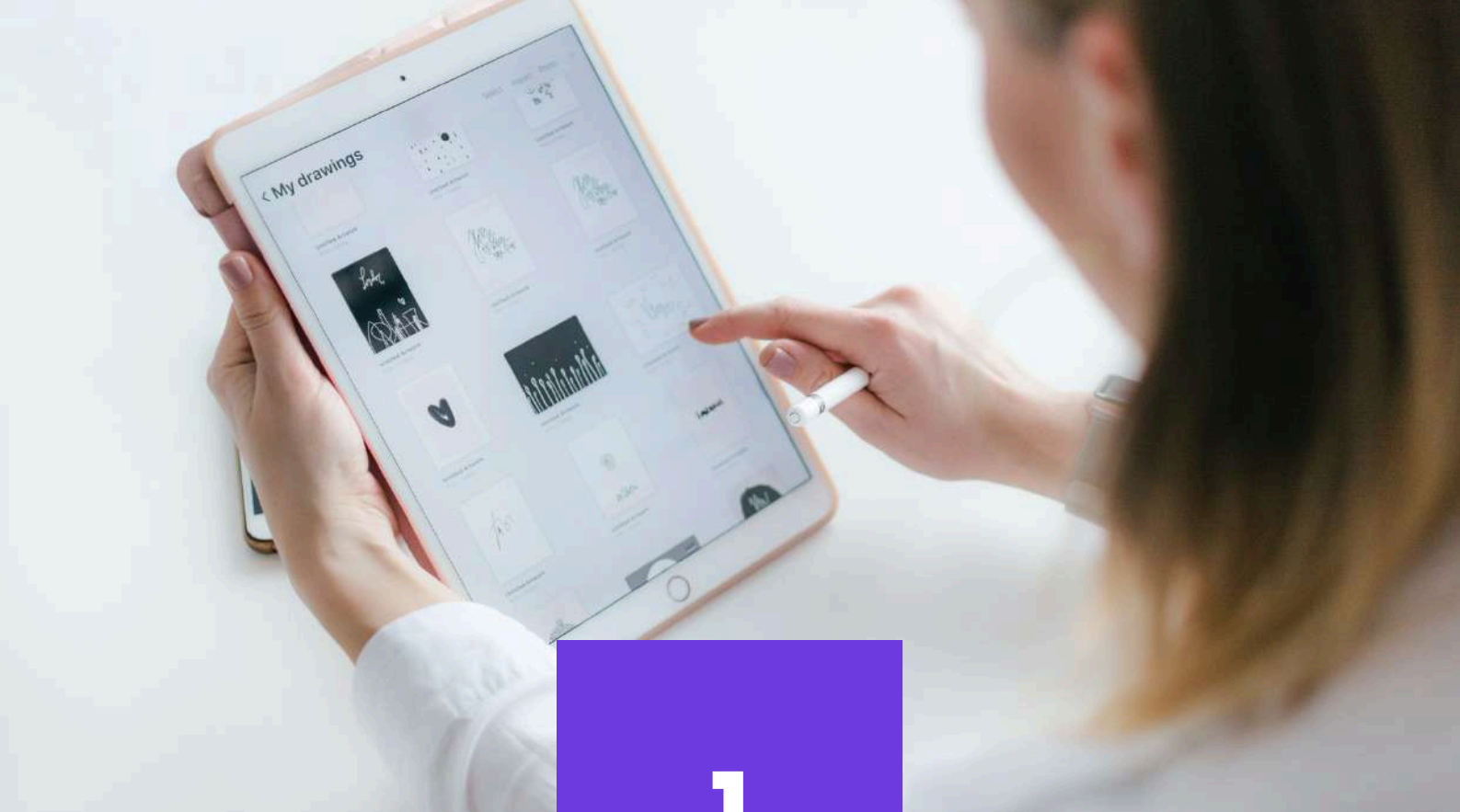


Marta Iwaniuk
Graphic Designer
Alsendo



Spis treści

- 1** Dlaczego warto prowadzić sprzedaż internetową w wielu kanałach zgodnie z modelem omnichannel?
- 2** Jak zintegrować swoją platformę sprzedażową z serwisem Apaczka.pl, żeby przyspieszyć i uprościć wysyłkę towaru do klientów?
- 3** Dlaczego opłaca się prowadzić sprzedaż na platformach marketplaces?
Które platformy są w Polsce najpopularniejsze?
- 4** Jakie metody dostawy towaru warto zaoferować klientom sklepu internetowego?
- 5** W jaki sposób narzędzia Apaczka PRO wspierają rozwój biznesu online?
- 6** Jak koszt dostawy towaru wpływa na decyzje zakupowe podejmowane przez klientów?



1

Dlaczego warto prowadzić sprzedaż w wielu kanałach?

Efektywne procesy wysyłkowe. Poradnik przedsiębiorcy.

Czym są kanały sprzedaży?

Według szacunków wartość rynku e-commerce w Polsce zbliża się do 100 miliardów złotych. Zdaniem PwC sprzedaż internetowa generowała w 2021 roku 92 miliardy złotych, jednak już w 2027 roku wartość tego sektora gospodarki osiągnie aż 187 miliardów złotych. Stabilna dynamika rozwoju handlu online zachęca kolejnych przedsiębiorców do rozpoczęcia działania na nim, co przekłada się na rosnącą konkurencyjność rynku. Czy nowicjusze mają jednak jakąkolwiek szansę w starciu z weteranami e-commerce'u? W jaki sposób można wykroić sobie satysfakcjonujący kawałek handlowego tortu?

Jest tutaj kilka szkół. Ekspansja na rynki zagraniczne, rozwijanie nowych produktów, dropshipping... Ale jeśli dopiero zaczynasz, w Twoim biznesie prawdopodobnie sprawdzi się sprzedaż prowadzona w wielu kanałach jednocześnie, czyli podejście multichannel.

Kanały sprzedaży bywają utożsamiane z kanałami dystrybucji. Wedle tej szerszej definicji kanał sprzedaży jest formą składania zamówień i dostarczania produktu lub usługi do nabywcy. Współcześnie jednak częściej używamy tego wyrażenia w kontekście branży e-commerce, gdzie kanały sprzedaży to platformy internetowe, które pozwalają na kupowanie i sprzedawanie produktów bądź usług.

Jeśli korzystasz z wielu kanałów sprzedaży, które wzajemnie się zazębiają, a Twoi klienci dzięki temu mogą korzystać z wyjątkowych doświadczeń zakupowych na każdej z platform, to oznacza, że działasz w modelu omnichannel, który jest popularnym rozwiązaniem.

Takie podejście wymaga jednak sporych nakładów pracy, aby skutecznie obsłużyć klientów w każdym kanale. Czy istnieje sposób na automatyzację niektórych powtarzalnych zadań, jak np. zamawianie przesyłek? Owszem – przekonaj się, w jaki sposób skutecznie prowadzić sprzedaż w wielu kanałach, sprawnie obsługiwać dostawy do klientów i zminimalizować ilość pracy.

Przez wiele lat kanały sprzedaży dzieliły się na stacjonarne oraz zdalne. Pojawienie się internetu bardzo namieszało w tej klasyfikacji. Na potrzeby naszego poradnika skierujemy uwagę przede wszystkim w stronę branży e-commerce, czyli najpopularniejszych kanałów sprzedaży internetowej.

5 najważniejszych kanałów, które pomogą Ci więcej sprzedawać

1. Sprzedaż bezpośrednia – w tej kategorii mieszczą się wszystkie formy handlu stacjonarnego, w którym klient najczęściej udaje się do punktu handlowego i może fizycznie zapoznać się z produktem, a następnie dokonać zakupu i zabrać go ze sobą lub poprosić o dostarczenie pod wskazany adres.

2. Sklep internetowy – w polskiej branży e-commerce prym wiodą rodzime sklepy internetowe. Do korzystania z ich oferty przyznaje się 75% internautów. Jednocześnie 30% użytkowników internetu dokonuje zakupów w zagranicznych e-sklepach¹.

3. Marketplace – od momentu, gdy w Polsce pojawiły się platformy marketplace, każdy użytkownik może stać się internetowym sprzedawcą. W tym kanale sprzedaży dominuje Allegro, z którego korzysta ponad 86% kupujących w sieci². Każdy z nich spędza na przeglądaniu ofert średnio ponad 1,5 godziny. Do tej kategorii zalicza się niekiedy również porównywarki cenowe.

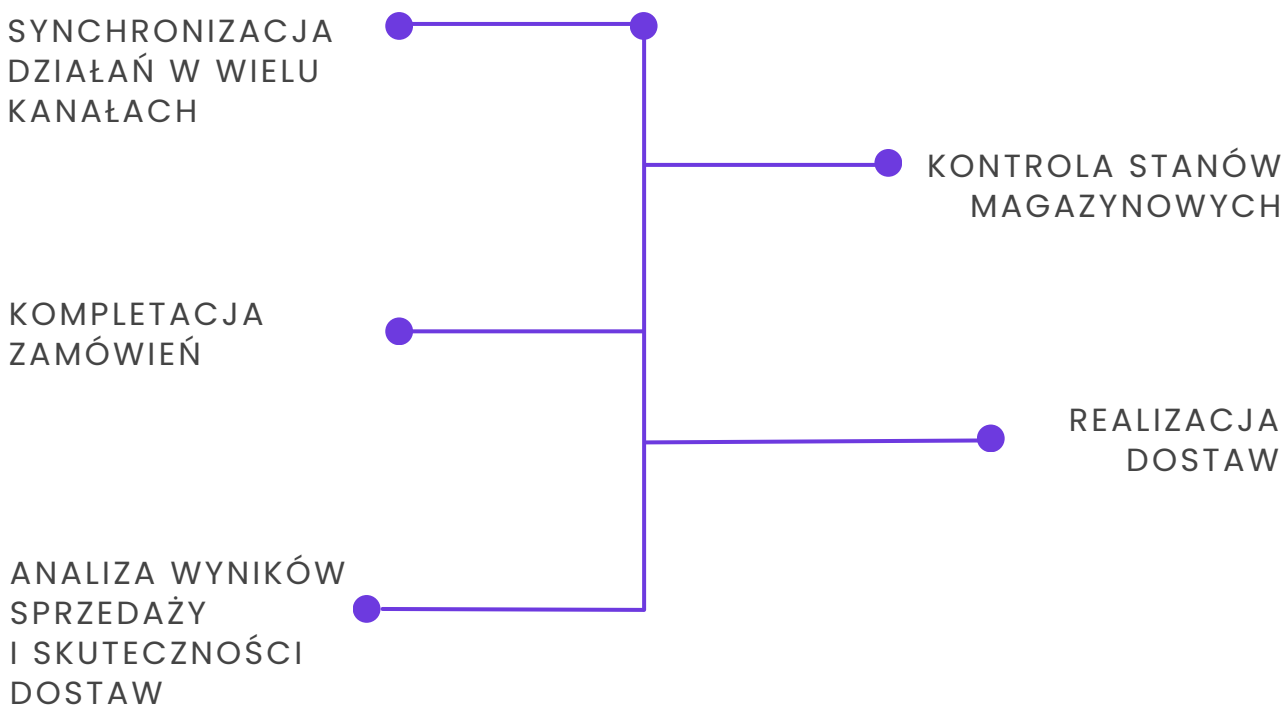
4. Aplikacje mobilne – ten kanał sprzedaży, czyli mobile commerce (m-commerce), jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się. Już w 2020 r. 70% internautów kupowało przez aplikacje mobilne³. Warto jednak pamiętać, że zazwyczaj sprzedaż przez aplikacje stanowi uzupełnienie kanałów takich jak sklepy internetowe i platformy marketplace.

5. Media społecznościowe – popularność mediów społecznościowych i związane z nią duże zasięgi przyczyniły się do rozwoju kolejnego kanału sprzedaży, jakim stało się social commerce. Z ofert dostępnych w mediach społecznościowych korzysta 24% kupujących online – przede wszystkim na Facebooku⁴.




Poznaj prosty sposób na sprzedaż wielokanałową

Czy Twój biznes wykorzystuje potencjał dostępnych kanałów sprzedaży? Jeśli nie, prawdopodobnie powodem są bariery napotymane przez wielu sprzedających w sieci. Synchronizacja kanałów sprzedaży może stanowić spore wyzwanie, szczególnie pod względem kontroli stanów magazynowych i przygotowywania zamówień. Obsługa poszczególnych kanałów może być czasochłonna czy kosztowna, szczególnie jeśli odpowiadają za nią zatrudnieni przez naszą firmę pracownicy. Problemem bywa również analiza statystyk sprzedaży i dostaw.



Nie chodzi o to, aby być wszędzie. Warto być przede wszystkim tam, gdzie są nasi klienci. Aby rozpocząć sprzedaż w modelu omnichannel, musisz wybrać kanały, gdzie znajdują się odbiorcy zainteresowani Twoimi produktami. Tam, gdzie to możliwe, korzystaj z automatyzacji procesów. W ten sposób zaoszczędzisz sporo czasu, a także lepiej zoptymalizujesz pracę swoją i swoich pracowników.

Dodatkowo zbadaj potencjał mediów społecznościowych i aplikacji mobilnych. Jeśli prowadzisz sprzedaż również stacjonarnie, pozwól na odbiór zamówień w punkcie sprzedaży. Przy okazji potraktuj to jako szansę na up-selling – być może klienta przychodzącego po zamówienie przekonasz do kolejnych zakupów.



6 kroków do skutecznej sprzedaży w modelu omnichannel

- 1. Zdefiniuj kanały sprzedaży,** w których Twoja oferta ma wysoki potencjał.
- 2. Wybierz narzędzie,** które połączy bazę produktów ze wszystkimi kanałami sprzedaży.
- 3. Zachowaj spójną ofertę** we wszystkich kanałach sprzedaży – ceny i promocje.
- 4. Zautomatyzuj proces** przygotowywania zamówień i wysyłki towaru.
- 5. Mierz wyniki sprzedaży** i terminowość dostaw, szukając słabych punktów.
- 6. Stosuj wielokanałową komunikację** z konsumentami.

Jak zorganizować wysyłkę z wielu kanałów?

Wybrany przez Ciebie system ERP pozwoli na bieżąco koordynować stan bazy produktów i zasobów magazynowych z poszczególnymi kanałami sprzedaży. Kolejny krok stanowi wysyłka zamówionego towaru do klientów. W tym pomoże Ci serwis Apaczka.pl.

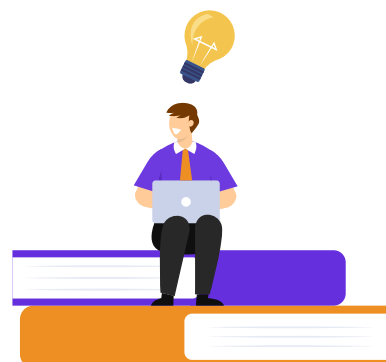
O funkcjonalności serwisu decyduje słowo klucz – integracja. Apaczka.pl to platforma technologiczna udostępniająca narzędzia, dzięki którym w prosty sposób zintegrujesz swój e-sklep ze wszystkimi popularnymi platformami sprzedażowymi.

Integracje oraz szybkie importy zleceń z poziomu naszego panelu wysyłkowego przeniosą Twój biznes na wyższy poziom. Zyskasz dostęp do wszystkich zamówień swoich klientów w jednym panelu, a po ich skompletowaniu nadasz przesyłkę jednym kliknięciem.

- Zbierasz zamówienia wszystkich kanałów sprzedaży w jednym miejscu – panelu Apaczka.pl
- Korzystasz z automatyzacji procesów i nadajesz przesyłki jednym kliknięciem.
- Analizujesz terminowość dostaw na podstawie raportów generowanych w usłudze PRO Dashboard.

Z kolei narzędzia Apaczka PRO pomogą Ci w następujących procesach:

- rozwiną Twój sklep internetowy,
- dadzą Ci możliwość analizowania terminowości dostaw za sprawą czytelnych raportów,
- umożliwią personalizację komunikacji z Twoimi klientami.



Justyna Szakoła

Dyrektor działu sprzedaży
w Alsendo



“

Wypowiedź Ekspertki

Zwracamy dużą uwagę na to, w jaki sposób klienci korzystają z usług kurierskich i z jakimi wyzwaniami biznesowymi się mierzą. Współpracujemy z niewielkimi firmami, jak i z największymi platformami sprzedaży online. Przedstawiciele obu grup zgodnie wskazują, że szukają wsparcia w zrozumieniu skomplikowanych regulaminów firm kurierskich, obniżeniu kosztów dostaw, udostępnieniu szerokiego spektrum serwisów kurierskich, ale także w optymalizacji procesów wysyłkowych, gdzie potrzeby mogą zmieniać się wraz z rozwojem firmy czy zmianami w preferencjach klientów końcowych.

Nasze rozwiązania technologiczne, ale także opieka ze strony dedykowanych opiekunów klienta pozwalają zrealizować te oczekiwania. Dla większości naszych klientów sprzedaż wielokanałowa to chleb powszedni, a zarządzanie przesyłkami z jednego miejsca pozwala oszczędzić czas oraz umożliwia dokładną kontrolę procesów wysyłkowych. Dzięki możliwości integracji z API platform e-commerce, czy funkcji importu plików XLS większość czynności jest zautomatyzowana. Dzięki temu nasi klienci mogą poświęcić czas na rozwój swojej oferty, a nie kontrolę łańcucha dostaw.

”



2

Jak wysyłać zamówienia ze sklepu szybko i wygodnie?

Efektywne procesy wysyłkowe. Poradnik przedsiębiorcy.

Czym jest integracja?

Zwiększenie sprzedaży jest często jednym z głównych celów, jakie stawiają sobie właściciele sklepów. Duża liczba transakcji cieszy każdego sprzedawcę, ale wiąże się również z obsługą większej liczby zamówień. W takich przypadkach warto sprawdzić możliwości automatyzacji i usprawnienia niektórych procesów. Pomocne tutaj mogą być m.in. integracje powszechnie dostępne w systemach czy na platformach e-commerce'owych.

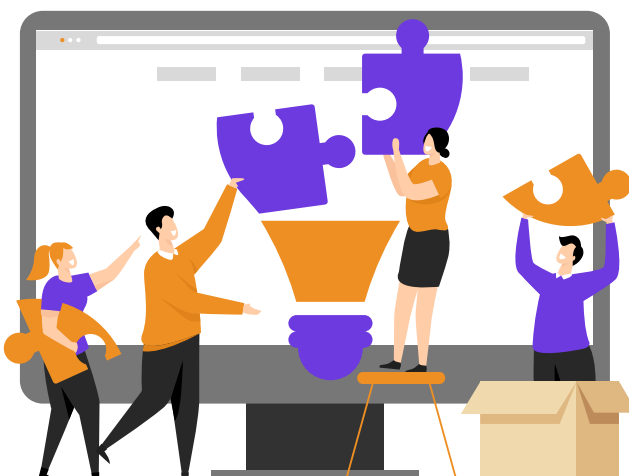
Integracja to nic innego jak zautomatyzowane przesyłanie danych między różnymi systemami. Na rynku dostępnych jest wiele narzędzi, które mogą Cię wesprzeć na każdym etapie działalności: zarządzania zamówieniami, sprzedażą, księgowością, kontaktem z klientami, aż po zarządzanie produkcją i magazynem.

Każde z nich można wykorzystać do automatyzacji poszczególnych procesów w sklepach internetowych. Ale współpraca z wieloma narzędziami naraz może być czasochłonna, szczególnie jeśli część ich funkcjonalności zazębia się ze sobą. Dzięki integracjom możesz połączyć oprogramowanie i technologie wykorzystywane przez Twoją firmę, aby płynnie ze sobą współpracowały.

Apaczka.pl udostępnia integrację z ponad 50 platformami, z których możesz bezpłatnie korzystać, aby usprawnić wysyłkę zamówień.

W naszej ofercie znajdziesz integracje z:

- platformami sklepowymi,
- platformami integracyjnymi,
- platformami ERP i WMS,
- marketplace'ami.



Platformy sklepowe

Platforma sklepowa to oprogramowanie, które upraszcza sprzedaż w Internecie.

Decydując się na wybór platformy sklepu internetowego, warto wiedzieć, że tego rodzaju rozwiązania dostępne są w dwóch modelach: open source oraz SaaS.

Oprogramowanie open source

To oprogramowanie, którego oryginalny kod źródłowy jest udostępniany bezpłatnie i może być rozpowszechniany oraz modyfikowany bez żadnych opłat. W praktyce wygląda to tak, że otrzymujesz dostęp do kodu źródłowego i możliwość jego samodzielnego rozwoju. Przykładem platform korzystających z tego rozwiązania są Woocommerce czy Prestashop*.

* Ten rodzaj integracji wymaga od użytkownika większego zaangażowania i posiadania specjalistycznej wiedzy technicznej.

Oprogramowanie typu SaaS

To metoda dostarczania oprogramowania oparta na chmurze. Zazwyczaj dostępna jest w ramach subskrypcji, co oznacza, że możliwość korzystania z narzędzia wykupujemy na pewien określony czas.

Do korzystania z SaaS wystarczy dowolne urządzenie z połączeniem internetowym i przeglądarką. Przykładami platform korzystających z tych rozwiązań są: Shoper, Home czy RedCart*.

* Ten rodzaj integracji oferuje wiele gotowych rozwiązań, które przyspieszą rozwój Twojego e-sklepu, w tym regulaminy, płatności, moduły reklamowe.



Platformy sklepowe, które zintegrujesz z Apaczka.pl

WooCommerce

PrestaShop

IdoSell.

shoper

SkyShop

Magento[®]
An Adobe Company

Smartex

edirect
e-business solutions

SELL
INGO

strefa.pl
Powered by Interia

web market

opencart ..

PASEJO

BestSeller

Sklepicom

esklep
homs.pl

sStore.pl

REDCART[®]

shopGold

AWOLG
DESIGN

az

GO>>
SHOP

nazwa.pl



WooCommerce

WooCommerce to wtyczka do znanego systemu CMS – WordPress, która na zwykłej stronie dodaje funkcjonalności sklepu internetowego.

Dzięki temu witryny oparte na WordPressie możesz zintegrować z platformą Apaczka.pl.

Charakterystyka platformy: open source powiązany bezpośrednio z systemem WordPress.

Zalety:

- wysoka wydajność, co przekłada się na niskie wymagania sprzętowe serwera i możliwość sprzedaży praktycznie nieograniczonej ilości produktów,
- dostęp do kodu źródłowego oraz wielu gotowych wtyczek, co ogranicza konieczność korzystania ze wsparcia specjalistów,
- łatwe dostosowywanie podstron pod SEO,
- rozwinięta społeczność, a także obecność wielu specjalistów na rynku, którzy zajmują się wdrożeniem WooCommerce.

Platforma ta dobrze sprawdzi się w przypadku małych i średnich e-commerce'ów.

Zobacz, jak zintegrować z kontem Apaczka.pl stronę opartą na WordPress z zainstalowaną wtyczką WooCommerce: [kliknij tutaj](#).



To bardzo efektywna sprzedażowo polska platforma sklepowa. Oferta IdoSell skierowana jest zarówno do profesjonalnych e-sprzedawców, jak i tych, którzy dopiero zaczynają swoją przygodę z e-commerce. Możesz wypróbować jej możliwości przez 14 dni za darmo. Tylko w 2022 roku GMV (łączna wartość sprzedanych towarów) w e-sklepach IdoSell wyniosła ponad 15 mld zł.

Charakterystyka platformy: open SaaS

Zalety:

- Możliwość sprzedaży w Polsce i za granicę;
- Sprzedaż stacjonarna i Omnichannel;
- Setki możliwości dla Twojego sklepu w tym - Integracje z kurierami, systemami płatności, marketplaces i porównywarkami cen;
- Otwarty SaaS, który pozwala na dostosowanie sklepu do własnych potrzeb;
- Bezpieczne i wygodne wbudowane płatności Idopay;
- Darmowe szablony sklepu z możliwością customizacji;
- Stałe wsparcie ekspertów i dostęp do bazy wiedzy;
- Gotowe wzory regulaminów oraz polityki prywatności i cookies;
- Zaawansowane rozwiązania checkout zwiększające konwersję;
- Sprzedaż subskrypcyjna;
- Moduł obsługi zwrotów i reklamacji;
- System WMS i ERP;
- Fulfillment i Dropshipping.



Agata Bejnarowicz

Product Managerka w IdoSell



Wypowiedź Ekspertki

IdoSell oferuje dostęp do profesjonalnych narzędzi, funkcjonalności i integracji w jednym, skalowalnym i zawsze aktualnym systemie, dzięki którym można szybciej rozpocząć działalność w sieci. Integracja IdoSell z Apaczka.pl z kolei umożliwia klientom automatyzację procesów wysyłkowych.

Dzięki tej funkcjonalności, merchanci otrzymują dostęp do usług wielu firm kurierskich jednocześnie, bez konieczności zawierania dodatkowych umów z każdą z nich.

W związku z tym mogą zaoferować swoim klientom szerokie spektrum rozwiązań wysyłkowych i w szybki oraz prosty sposób rozpocząć wysyłkę swoich towarów. Dodatkową zaletą jest intuicyjny proces konfiguracji parametrów integracji.

Zobacz, jak zintegrować stronę w IdoSell z kontem Apaczka.pl:
[kliknij tutaj](#).



Shoper

Shoper to najpopularniejsza w Polsce platforma dla sklepów internetowych. Jest doskonałym wyborem zarówno dla startujących, jak i większych biznesów. Korzystają z niej również większe, znane marki.

Sprzedawcy na platformie Shoper mają do dyspozycji wszystkie narzędzia potrzebne do uruchomienia i rozwoju sprzedaży: od stale aktualizowanego oprogramowania (zgodnego m.in. z dyrektywą Omnibus czy Google Analytics 4), dostaw i płatności, przez integracje z marketplace'ami, po reklamę czy finansowanie biznesu.

Korzystają też z licznych dodatków, ogromnej bazy wiedzy oraz wsparcia technicznego, dostępnego nawet w trybie 24/7.

Shoper umożliwia połączenie z Apaczka.pl za pośrednictwem usługi Shoper Przesyłki. W jej ramach znajdziesz dziesiątki metod dostaw do drzwi i punktów odbioru czy ofertę przesyłek krajowych oraz zagranicznych.

Charakterystyka platformy: SaaS ze skalowalną infrastrukturą odpowiednią nawet dla najbardziej rozbudowanego e-sklepu, platforma all-in-one – wszystko w jednym miejscu.



Zalety:

- 14 dni darmowych testów, bez zobowiązań;
- łatwy start: wsparcie w konfiguracji, bezpłatny szablon graficzny;
- gwarancja dostępności platformy na poziomie 99,9%;
- prosta obsługa i przyjazny UX panelu administracyjnego sklepu, intuicyjne zarządzanie sprzedażą i wyglądem e-sklepu;
- wbudowane integracje wewnętrzne oraz zewnętrzne, m.in. z systemami płatności, obsługą przesyłek i zwrotów, obsługą zamówień opakowań i akcesoriów wysyłkowych, porównywarkami, systemami księgowo-magazynowymi;
- setki wbudowanych funkcjonalności, dodatków i rozszerzeń, np. program lojalnościowy, obsługa wielomagazynowości, wyszukiwarka odporna na literówki, wbudowana obsługa języków i walut;
- dziesiątki usług wspierających rozwój sprzedaży, m.in. kampanie reklamowe, pozycjonowanie sklepów, system rekomendacji;
- 200+ aplikacji dodatkowych (m.in. wykorzystujących AI) rozszerzających możliwości sklepu internetowego;
- dostęp do bezpłatnych baz wiedzy i darmowych warsztatów szkoleniowych oraz konsultacji online z ekspertami ds. e-commerce.

Zobacz, jak zintegrować stronę na Shoper z kontem Apaczka.pl:
[kliknij tutaj](#)



PrestaShop

Prowadząc sklep na PrestaShop, możesz łatwo importować zlecenia Twoich klientów do Panelu wysyłkowego Apaczka.pl.

Skonfiguruj import zamówień w kilku prostych krokach i zacznij nadawać z Apaczka.pl. W swoim sklepie możesz dodać także [mapę punktów](#), dzięki której Twój klient w wygodny sposób wybierze preferowany punkt odbioru przesyłki.

Charakterystyka platformy: open source

Zalety:

- możliwość modyfikacji kodu,
- skalowalność, wiele funkcji jest dostępnych domyślnie.

Platforma ta dobrze sprawdzi się w przypadku małych, średnich i dużych sklepów internetowych.

Zobacz, jak zintegrować stronę na PrestaShop z kontem Apaczka.pl:
[kliknij tutaj](#).





To Ciekawe!

API, czyli interfejs programowania aplikacji (ang. application programming interface) – to zestaw reguł i protokołów określających, jak oprogramowania lub ich komponenty powinny się komunikować ze sobą.

API jest „językiem”, którym komunikują się między sobą różne systemy informatyczne.

Od strony technicznej API jest po prostu kodem, który jest w stanie kontrolować punkty dostępowe na stronie www bądź też w aplikacji.

W świecie IT API odgrywa ogromną rolę jako narzędzie do upraszczania komunikacji między różnymi systemami. Przedsiębiorstwa mogą integrować wykorzystywane technologie z usługami innych firm bez konieczności opracowywania własnych rozwiązań od podstaw. To właśnie dzięki API możesz zintegrować swój sklep z rozwiązaniami oferowanymi przez Apaczka.pl.

Platformy integracyjne

Platformy integracyjne zostały zaprojektowane do obsługi rozwiązań chmurowych, a dokładniej, do zarządzania procesami integracji wykorzystującymi aplikacje chmurowe.

Zapewniają one łatwy dostęp do danych, procesów i usług z każdego miejsca w organizacji, a także poza nią, między innymi poprzez możliwość udostępniania części informacji zewnętrznym partnerom biznesowym.

Platformy integracyjne, które zintegrujesz z Apaczka.pl



Baselinker

Baselinker to system, dzięki któremu zintegrujesz swoją platformę e-commerce z innymi portalami czy narzędziami. Sprzedawcy chętnie wybierają BaseLinkera, aby korzystać z funkcji ułatwiających wystawianie ofert i zarządzanie sprzedażą.

Baselinker umożliwia:

- **obsługę wszystkich zamówień** ze sklepów internetowych i platform marketplace **w jednym miejscu**,
- **masowe wystawianie oraz edycję aukcji** i ofert na wielu platformach marketplace,
- **automatyczną synchronizację stanów magazynowych** i cen na kontach marketplace.

Mając zintegrowany sklep z BaseLinker, możesz łatwo połączyć go z naszą platformą technologiczną Apaczka.pl i zacząć nadawać przesyłki z poziomu swojego sklepu. Będziesz zaskoczony, jak prosty i szybki jest ten proces!

Zobacz, jak zintegrować BaseLinker z kontem Apaczka.pl:
[kliknij tutaj.](#)



Apilo

Apilo to system do automatyzacji sprzedaży wielokanałowej, a w nim: setki integracji, szybka aktualizacja danych, Autoresponder Allegro, obsługa hurtowni (w tym dropshipping), generator opisów produktów i ofert oparty o AI Chat GPT – i wiele więcej możliwości dla e-commerce, dostępnych z poziomu jednego, wygodnego panelu.

Z Apilo - nowoczesnym systemem do zarządzania e-commerce:

- realnie zaoszczędzisz czas na obsłudze każdego zamówienia,
- odkryjesz nowe kanały sprzedaży i rozwiniiesz biznes,
- obniżysz koszty zarządzania e-commerce,
- zapanujesz nad stanami magazynowymi i cenami,
- podepniesz nielimitowaną ilość sklepów i kont sprzedażowych.

Zaawansowane funkcje Apilo rozwijają sprzedaż, a kompleksowy support – ją ułatwia. Na sprzedawców chcących przetestować możliwości systemu czeka aż 21 dni darmowych testów.

Apaczka.pl x Apilo

Integrując sklep i inne kanały sprzedaży z Apaczka.pl w Apilo za pomocą kilku kliknięć masowo wygenerujesz etykiety, nadasz przesyłki czy zyskasz dostęp do raportu o opóźnionych dostawach, a to wciąż jedynie wstęp do możliwości systemu.

Zobacz, jak łatwo zintegrować Apilo z kontem Apaczka.pl:
[kliknij tutaj.](#)



Platformy ERP i WMS

System ERP pozwala na bieżąco koordynować stan bazy produktów i zasobów magazynowe z poszczególnymi kanałami sprzedaży. W automatyzacji wysyłki zamówionych towarów do klientów może z kolei pomóc serwis Apaczka.pl. W jaki sposób? Dzięki integracji!

System ERP (ang. Enterprise Resource Planning)

służy do planowania zasobów całego przedsiębiorstwa.

Umożliwia on kompleksowe zarządzanie przedsiębiorstwem w różnych aspektach: sprzedaż, księgowość, kontakty z klientami aż po zarządzanie produkcją czy magazynem.

System WMS (ang. Warehouse Management System)

wspiera zarządzanie bieżącymi operacjami w magazynie oraz ich kontrolę. Za jego pomocą optymalizowana jest m.in. komplectacja i wysyłka zamówień. WMS może być samodzielną aplikacją lub częścią systemu planowania zasobów przedsiębiorstwa – ERP.

Platformy ERP i WMS, które zintegrujesz z Apaczka.pl.



Anteoo WMS

System Anteoo WMS skutecznie zautomatyzuje i przyspieszy procesy logistyczne w Twojej firmie. Dodatkowo, zintegrowanie go z systemami wspomagającymi działalność firmy – ERP czy platformy e-commerce – umożliwi swobodną komunikację pomiędzy nimi. Automatyzacja obniży koszty firmy oraz umożliwi zaoszczędzenie czasu, który w efekcie będziesz mógł przeznaczyć na rozwój firmy.

Moduł Anteoo WMS pozwala wykorzystywać potencjał największej platformy usług logistycznych w Polsce – Apaczka.pl, uzupełniając funkcjonalność systemu o dostępne integracje z wieloma firmami kurierskimi jednocześnie.

Zobacz, jak zintegrować Anteoo WMS z kontem Apaczka.pl:
[kliknij tutaj](#).

Marketplaces

Sprzedaż prowadzona w marketplaces jest biznesem skalowalnym. W momencie, gdy sklep zaczyna odnosić sukces, jego obsługa staje się niezwykle czasochłonna ze względu na dużą liczbę transakcji. Wyzwania dotyczą przede wszystkim organizacji wysyłek.

Platformy marketplace, które zintegrujesz z Apaczka.pl.

allegro

pakamera.pl

one  bid

dellegro

mar Sell24.eu



Allegro

Allegro to największa i najpopularniejsza platforma sprzedażowa w Polsce. Funkcjonalność importu z Allegro do Apaczka.pl zawiera szereg funkcjonalności, które ułatwią obsługę aukcji. Wszystkie opisujemy niżej.

Szybsze i wygodniejsze nadawanie przesyłek przez formularz Apaczka.pl to dla nas priorytet. W ramach importu możesz skorzystać z dodatkowego pakietu Apaczka PRO SMART.

Zobacz, jak zintegrować Allegro z kontem Apaczka.pl:
[kliknij tutaj](#).

Funkcja import, jej rola w obsłudze zamówień i korzyści

Zaimportuj zlecenia do naszego systemu i w prosty sposób zlecaj wysyłkę paczek.

Import pozwala na sprowadzanie zamówień (i ich obsługę) z platformy sklepu do Apaczka.pl.

Dzięki importowi zleceń zyskujesz:

- **dostęp do wszystkich metod dostaw** i usług dodatkowych dostępnych na Apaczka.pl,
- **możliwość dodania wielu źródeł importu** z najpopularniejszych platform sprzedażowych,
- **czytelny i funkcjonalny koszyk zleceń.**



Korzyści z integracji e-sklepu z Apaczka.pl

Dzięki platformie Apaczka.pl klienci wysyłają średnio 2,5 mln przesyłek miesięcznie! Oferta Apaczka.pl jest skierowana do wszystkich przedsiębiorców – także tych, którzy zaczynają swoją działalność. Oferowane rozwiązania są dedykowane branży e-commerce, zarówno segmentowi B2B, jak i B2C.

Integracja z [Apaczka.pl](https://apaczka.pl) pozwoli Ci na:

- składanie zamówień z poziomu Twojego sklepu;
- zamawianie kuriera po odbiór paczek;
- pobieranie listów przewozowych dla nadanych przesyłek;
- anulowanie zleceń.

Co zyskujesz?

- prosty i wygodny sposób zarządzania zamówieniami;
- wzrost sprzedaży;
- oszczędność czasu i optymalizację kosztów;
- satysfakcję klienta końcowego.

Wejdź na [Apaczka.pl](https://apaczka.pl) i wybierz idealne rozwiązanie dla swojego biznesu. Tutaj dowiesz się, jak krok po kroku zintegrować swój sklep z naszą platformą: [kliknij tutaj](#).

Jesteś naszym klientem i potrzebujesz wsparcia?
Możesz liczyć na pomoc ekspertów. Skontaktuj się z nami,
dobierzemy rozwiązania idealnie dopasowane do Twojego biznesu!

Aby to zrobić, napisz do nas: enterprise@apaczka.pl





3

Dlaczego warto prowadzić sprzedaż na marketplaces?

Efektywne procesy wysyłkowe. Poradnik przedsiębiorcy.

Korzyści ze sprzedaży w marketplaces

Sprzedaż prowadzona na platformach marketplaces na całym świecie odpowiada za około 62% globalnego rynku e-commerce. Marketplaces mają się świetnie również w naszym kraju. W badaniu „E-commerce w Polsce 2023” przygotowanym przez Gemius, aż 86% respondentów wykazało się spontaniczną znajomością serwisu Allegro, 39% wskazało na serwis OLX, 20% wspomniało o platformie Amazon, a 15% o Aliexpress⁵.

Wszystko to sprawia, że platformy marketplace mogą stanowić ważny kanał sprzedaży w podejściu omnichannel lub pomóc w rozpoczęciu Twojej działalności e-commerce.

Sprzedaż prowadzona na nich ma swoje unikalne zalety.

Na czym one polegają? Które marketplaces są w Polsce popularne? W jaki sposób serwis Apaczka.pl pomaga w sprawnej wysyłce sprzedanego w marketplace towaru?

Marketplace to miejsce, w którym początkujący gracze spotykają się z liderami branży e-commerce i wcale nie stoją w tej rywalizacji na straconej pozycji. Wystarczy, że oferta początkujących sprzedawców jest konkurencyjna i ma szansę w równym stopniu dotrzeć do potencjalnych klientów. Pozostałe kanały sprzedaży wymagają kosztownych aktywności promocyjnych. Na tym nie kończą się jednak zalety marketplaces.



Atuty sprzedaży w marketplaces:

- 1. Niski próg wejścia** – rozpoczęcie sprzedaży, nie wymaga budowy strony www, opłat abonamentowych związanych z platformą sprzedażową i hostingiem, kosztownego pozycjonowania sklepu czy zakupu oprogramowania. Rozliczenie z marketplaces odbywa się w zróżnicowany sposób, na przykład na zasadzie prowizji od transakcji lub od wystawienia oferty.
- 2. Nieograniczona baza klientów** – marketplaces pozwalają trafić do milionów klientów – użytkowników tych platform. Jeśli oferta jest atrakcyjna jakościowo lub cenowo, powinna znaleźć swoich odbiorców i szybko przynieść sprzedającemu zyski.
- 3. Zaufanie konsumentów** – wielu potencjalnych klientów uznaje zakupy na marketplaces za mniej ryzykowne niż w sklepach internetowych. O bezpieczeństwo transakcji i rzetelność sprzedawcy dbają regulamin oraz mechanizmy kontrolne samej platformy marketplace. Większość z nich jest dobrze znana i cieszy się dobrą opinią.
- 4. Krok w kierunku cross-border commerce** – marketplaces znakomicie nadają się do ekspansji zagranicznej. Sprzedaż poza Polską w oparciu o platformę marketplace można potraktować jako test, który bez ponoszenia wysokich kosztów umożliwi zbadanie potencjału Twojej oferty na zagranicznych rynkach.
- 5. Prosta obsługa** – dla początkującego sprzedawcy prowadzenie biznesu na platformach marketplaces jest zdecydowanie łatwiejsze od tworzenia własnego sklepu internetowego.
- 6. Wiele kategorii sprzedażowych** – platformach marketplace można sprzedawać praktycznie wszystko – od odzieży, przez elektronikę, po sprzęt sportowy i pojazdy. Na niektórych platformach pojawiają się także oferty dotyczące usług, co daje takim przedsiębiorcom szansę na promocję swojej oferty poza lokalnym rynkiem.

Marketplace to kanał sprzedaży, o którym warto pomyśleć właściwie na każdym etapie prowadzenia biznesu w branży e-commerce. Serwisy tego typu mogą stanowić dla Ciebie główny rynek zbytu albo mieć charakter uzupełniający wobec sklepu internetowego lub stacjonarnego.

Najpopularniejsze marketplaces w Polsce

Każda platforma marketplace charakteryzuje się nieco inną specyfiką. Niektóre spośród nich są zorientowane na sprzedaż lokalną, podczas gdy inne pozwalają w równym stopniu docierać do klientów z całego kraju. W Polsce popularnością cieszą się także serwisy zagraniczne.

W badaniu „Marketplaces – przegląd rynku i perspektywy rozwoju” przygotowanym przez redakcję Wiadomości Handlowych oraz agencję badawczą Inquiry zapytano kupujących w sieci, na których marketplaces dokonali zakupów przynajmniej raz. Ich odpowiedzi mogą stanowić dla Ciebie ważną podpowiedź, gdzie warto rozpocząć sprzedaż w sieci⁶.

Najczęściej odwiedzane przez polskich klientów platformy marketplace:

- Allegro – 89% kupujących w sieci
- OLX – 54%
- Empik.com – 48%
- AliExpress – 39%
- Amazon – 15%
- eBay – 10%



Allegro

Serwis powstał już w 1999 roku, gdy powszechny dostęp do internetu w naszym kraju dopiero raczkował. Dziś jest zdecydowanym liderem wśród platform marketplace, posiadając ponad 18 mln użytkowników, a wśród nich 135 tys. sprzedających firm. Allegro pobiera od sprzedających prowizję wynoszącą od 3% do 20%, zależnie od kategorii produktu.

OLX

Międzynarodowy serwis, który działa w Polsce od 2014 roku. Systematycznie pokonywał drogę od tablicy ogłoszeń lokalnych do typowej platformy marketplace. Obecnie stanowi drugą siłę na rodzimym rynku, a prowizja pobierana po dokonaniu transakcji sięga najwyżej 10%.

Amazon

Amazon to amerykański gigant handlu elektronicznego istniejący od 1994 roku. Sprzedawcy w Polsce mogą za jego pośrednictwem trafiać zarówno do krajowych, jak i zagranicznych klientów – szczególnie podczas Prime Day, dorocznego święta sprzedaży organizowanego przez platformę.

Aliexpress

Ten chiński gigant działający od 2010 roku bardziej interesuje polskich kupujących niż sprzedawców. Użytkownicy poszukują tam przede wszystkim atrakcyjnych cenowo towarów z Chińskiej Republiki Ludowej.

EmpikPlace

Czym jest EmpikPlace?

EmpikPlace to Marketplace działający w ramach platformy empik.com

Naszemu Sprzedawcom oferujemy: dostęp do ponad 10 milionów lojalnych klientów, przejrzysty model współpracy oparty o atrakcyjne stawki prowizyjne, integracje ze wszystkimi topowymi platformami oraz wsparcie techniczne i komercyjne.

Popularność platformy EmpikPlace wśród Kupujących oraz Sprzedawców potwierdzają liczby:

- ponad 10 000 zarejestrowanych Sprzedawców,
- ponad 8 000 000 ofert sprzedażowych.

Co Nas wyróżnia?

- Silna Marka z wieloletnim doświadczeniem na polskim rynku.
- Omnikanalowość, zasięgi, program Empik Premium.
- Nasi Sprzedawcy i nasza oferta dla nich.
- Możliwość promocji jakich nie oferuje żadna inna platforma sprzedażowa w Polsce.

Chcesz mieć dostęp do kilku milionów klientów Empiku?
Dołącz do EmpikPlace – jednej z najszybciej rozwijających się platform e-commerce w Polsce!

eBay

Kolejna globalna marka, która działa w naszym kraju od 2005 roku, założona została dekadę wcześniej w Stanach Zjednoczonych. Przez pierwszych kilka lat swojej działalności w naszym kraju eBay nie pobierał prowizji za sprzedaż, dzięki czemu popularnością ustępował jedynie Allegro. Obecnie prowizja od sprzedaży dla większości kategorii to 11% dla części całkowitej kwoty sprzedaży do 4600 zł i 2% dla części całkowitej kwoty sprzedaży powyżej 4600 zł.

Jak zorganizować wysyłki z Apaczką, sprzedając na marketplaces?

Sprzedaż prowadzona na marketplaces jest biznesem skalowalnym. W momencie, gdy sklep zaczyna odnosić sukces, jego obsługa staje się niezwykle czasochłonna ze względu na dużą liczbę transakcji. Wyzwania dotyczą przede wszystkim organizacji wysyłek.

Serwis Apaczka.pl przychodzi z pomocą użytkownikom prowadzącym sprzedaż na marketplaces. Oferuje on możliwość wgrania do swojego panelu pliku XLS ze wszystkimi zamówieniami. Dzięki temu możesz łatwo nadać hurtem dużą liczbę przesyłek z panelu serwisu Apaczka.pl. To idealne rozwiązanie, gdy do nadania masz jednorazowo dużą liczbę przesyłek (powyżej dziesięciu) z jednego miejsca odbioru.

Wśród kilkudziesięciu oferowanych przez Apaczkę integracji znajduje się również integracja z najpopularniejszym w Polsce serwisem Allegro pozwalająca na automatyzację wysyłek. Jednak to nie wszystko. Wybór Apaczki jako partnera logistycznego dla biznesu prowadzonego w oparciu o marketplaces przynosi użytkownikom dodatkowe korzyści.



Wsparcie Apaczka.pl dla sprzedających na marketplaces:

- 1. Dostęp do wszystkich wiodących przewoźników** działających w Polsce i zagranicą w jednym miejscu.
- 2. Koszty dostawy zdecydowanie niższe** od cennikowych i wygodne rozliczenie na fakturze zbiorczej.
- 3. Zaawansowane śledzenie przesyłek** dla sprzedawcy i kupującego.
- 4. Przyjazna obsługa zwrotów** dokonywanych przez klientów.
- 5. Integracja konta na platformie Allegro z serwisem Apaczka.pl** w celu automatyzacji wysyłek.
- 6. Wysyłki Allegro Smart** dostępne w ramach narzędzia Apaczka PRO.

Perfekcyjna logistyka towarzysząca sprzedaży na marketplaces jest równie istotna, jak w sklepie internetowym, a serwis Apaczka.pl ją zapewnia!

Mateusz Grzywnowicz,

Head of Selium



“

Wypowiedź Eksperta

W Selium obserwujemy rozwój klientów z różnorodnych branż. Generalizując, najskuteczniejsza droga do sukcesu w e-commerce wiedzie przez zrównoważony rozwój oferty we własnym sklepie i poprzez marketplaces. Własny sklep daje szansę na większe marże i mniejsze koszty, ale marketplaces dają szansę na szybsze wejście na rynek. Pozwalają też na szybsze skalowanie biznesu, także za granicą. Allegro umożliwia wejście na rynek czeski jednym kliknięciem, Kaufland.de rozszerzył się na rynek czeski i słowacki, a na Amazon od wielu lat możemy bez przeszkód zacząć sprzedawać na całym świecie. Próg wejścia jest znacznie obniżony – możemy zacząć sprzedawać wszystko i niemal natychmiast.

Klienci ufają marketplace'om – więc wydają swoje środki chętnie i szybko. Marketplaces inwestują w reklamę. Świadomi sprzedawcy z dobrze przygotowanymi produktami doskonale się tutaj odnajdą. Marketplaces są też niezastąpioną kopalnią danych i szansą na zaistnienie marki na rynku. Natomiast ze względu na globalną konkurencję, wchodząc na marketplaces – zwłaszcza globalne – potrzebujesz dobrego i świadomego przewodnika.

Właśnie tak myślimy o sobie w Selium – jesteśmy przewodnikami po gąszczu marketplace'ów, którzy przeprowadzą Cię przez niego szczęśliwie i bezpiecznie.

”



4

Jakie metody dostaw powinien oferować Twój sklep?

Efektywne procesy wysyłkowe. Poradnik przedsiębiorcy.

Dlaczego dostawa odgrywa tak dużą rolę w procesie sprzedaży?

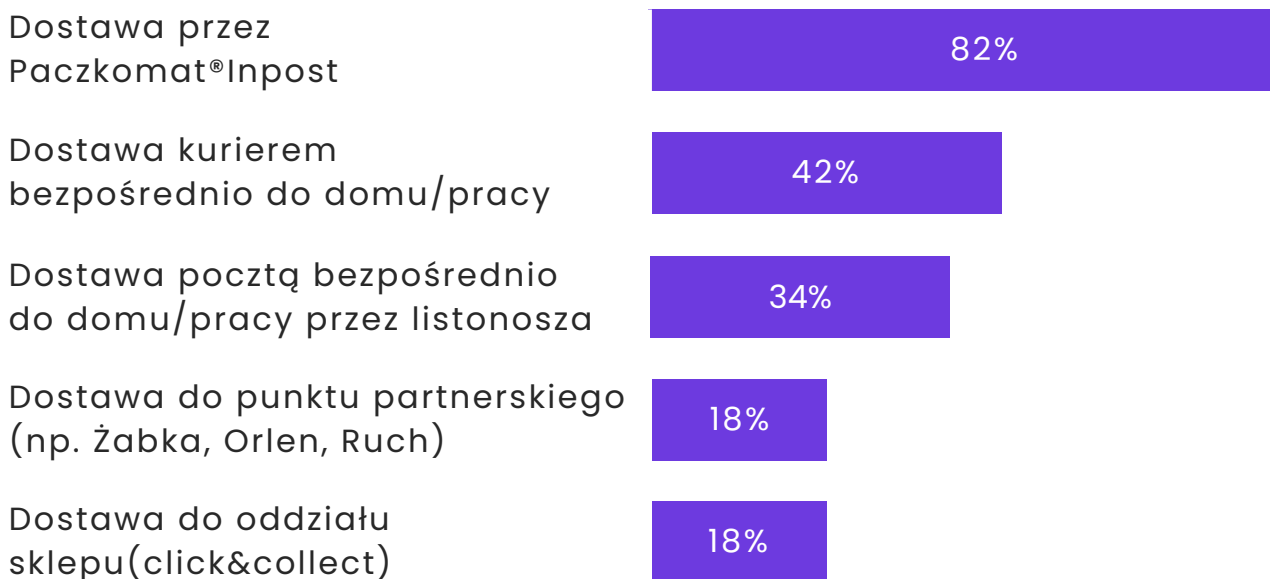
O tym, jak Twój sklep będzie postrzegany przez potencjalnych kupujących, decyduje to, jak będą się w nim czuć. Pozytywne doświadczenie zakupowe zwiększa prawdopodobieństwo dokonania kolejnej transakcji. W dodatku istnieje szansa, że zadowolony konsument poleci Twoją platformę rodzinie i znajomym.

W dobie intensywnego rozwoju e-commerce i rosnącej konkurencji coraz ważniejszą rolę odgrywa dostawa. Ostatnie lata przyspieszyły transformację kanałów zakupowych i zmieniły postrzeganie usług kurierskich. Konsumenci chcą otrzymywać towary w możliwie najkrótszym czasie i w najwygodniejszy dla nich sposób. Dziś to konsument decyduje, gdzie, kiedy i jak odbierze swoją przesyłkę. Sprawdź, których form dostawy zamówień nie powinno zabraknąć w Twoim biznesie.

Świetnym źródłem wiedzy na temat wyborów dokonywanych przez klientów kupujących w sieci jest raport „E-commerce w Polsce 2023” przygotowany przez Gemius. Przy jego tworzeniu zapytano respondentów wprost o to, jakie formy dostawy towaru motywują ich do zakupów przez internet. Badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź. Jak prezentuje się pierwsza piątka?



5 najpopularniejszych metod dostawy wśród klientów



źródło: Raport " E-commerce w Polsce 2023", <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/id-79-internautow-kupuje-online-raport-e-commerce-w-polsce-2023-juz-dostepny.html>

Dostawa przez Paczkomat®

Aż 82% ankietowanych odpowiedziało, że właśnie tę metodę dostawy wybiera najczęściej. Liderem branży jest InPost. Polacy pokochali wygodny odbiór zakupów o dowolnej porze oraz łatwy sposób nadania przesyłek. Możliwość odbioru przesyłki z automatu Paczkomat® jest argumentem, który najbardziej motywuje do zakupów w porównaniu z innymi metodami dostawy. By nie stracić potencjalnych klientów, zapewnij im taką możliwość odbioru przesyłki. Na rynku istnieje coraz więcej przewoźników, którzy budują własne sieci punktów odbioru, więc powinna być to coraz powszechniejsza forma dostawy.



Dostawa kurierem bezpośrednio do domu lub pracy

Na drugim miejscu, pod względem popularności znalazła się dostawa kurierska do domu (42%). Wielu kupujących ceni sobie możliwość wniesienia zakupionego towaru przez kuriera. Przy wyborze kuriera, który będzie dostarczał przesyłki do Twoich klientów, warto zwrócić uwagę na ceny, możliwość śledzenia przesyłek czy integrację danego przewoźnika z systemem sklepowym.

Dostawa pocztą

Kolejną pozycję zajmuje dostawa pocztą (34%). Realizowana jest przez Poczta Polską i, jak widać, cieszy się również dużą popularnością. Oferowane przez nią usługi w ostatnim czasie są naprawdę szerokie i wciąż chętnie wybierane przez klientów. Dlatego właśnie nie powinno jej zabraknąć w ofercie doręczeń Twojego sklepu.

Dostawa do punktów partnerskich

Na trzecim miejscu (18%) znalazła się dostawa do punktów partnerskich. Klienci chętnie korzystają z dostawy przesyłki do wybranego punktu partnerskiego, którym najczęściej jest sklep Żabka, kiosk Ruchu czy sieć Orlen. Ta metoda dostawy daje klientowi możliwość odebrania paczki w wybranym momencie – ograniczeniem są tu jednak godziny otwarcia danej placówki.

Dostawa do oddziału sklepu, tzw. click & collect

Z usługi zwanej również „kliknij i odbierz”, czyli po prostu „kupuj online, odbieraj stacjonarnie” korzysta 18% ankietowanych. Poza sklepem internetowym prowadzisz też sprzedaż w sklepie stacjonarnym? Zaproponuj klientom możliwość odbioru osobistego. Największą zaletą wdrożenia funkcji click & collect jest to, że nic ona nie kosztuje, a co więcej, może zachęcić klientów do kupienia czegoś w Twoim sklepie w momencie odbierania przesyłki.



To Ciekawe!

Raport Instytutu Badawczego Gemius „E-commerce w Polsce 2023”

Znajdziesz w nim aktualne dane i statystyki na temat zachowań i przyzwyczajzeń konsumentów w zakresie zakupów online.

Wnioski z raportu to bezcenne źródło wiedzy dla każdego, kto prowadzi sklep internetowy.

Wiele form dostawy towaru, czyli „must have” sklepu internetowego

Polski rynek e-commerce od lat pozostaje nasycony, a więc bardzo konkurencyjny. Z tego powodu towar, jaki posiadasz w asortymencie, klienci prawdopodobnie znajdą również u innych sprzedawców.

Nawet w przypadku unikalnej oferty, na przykład rękodzieła, produktów customowych lub personalizowanych nadal istnieje możliwość, że konkurencyjny sklep udostępni konsumentom bardzo podobne towary.

Jakość, cena oraz niepowtarzalność Twoich produktów nie są jedynym kryterium, na podstawie którego konsumenci podejmują decyzje zakupowe. Każdy z nich ma swoje wyraźne preferencje dotyczące form dostawy towaru. Nie dając klientom Twojego sklepu wyboru w tym zakresie, tak naprawdę zachęcasz ich do dalszych poszukiwań.

Przykładowo klient, który niemal każdego dnia odwiedza sklep Żabka lub stację paliw Orlen, chętniej zamówi paczkę z odbiorem w tych punktach. Może za to nie mieć ochoty lub wystarczająco dużo wolnego czasu na wycieczkę do automatu paczkowego. A jeśli nie ma ochoty czekać na kuriera w domu, bezpośrednia dostawa również go nie przekona.

Wybieraj metody wysyłki, z których chcą korzystać Twoi klienci. Okaż postawę prokliencką, a dzięki temu zwiększysz szanse na to, że klient nie wybierze innego sklepu internetowego! Apaczka.pl to największa sieć kurierów w jednym miejscu!

Skorzystaj z naszej oferty i wysyłaj przesyłki do 150 krajów wszystkimi dostępnymi metodami. Twoi Klienci to docenią! Wybierając serwis Apaczka.pl, możesz dodatkowo zautomatyzować proces wysyłki i obniżyć koszty dostawy, co będzie kolejnym argumentem dla potencjalnych klientów, by skorzystali z oferty właśnie Twojego sklepu.

Wprowadź unikalną mapę punktów dostaw do swojego e-sklepu

Mapa z punktami odbioru to widget przygotowany z myślą o właścicielach e-commerce. Pozwala udostępnić klientom na jednej mapie wszystkie punkty odbioru przesyłki na etapie koszyka zakupowego.

Wdrożenie mapy pozwoli na łatwe porównanie cen dostaw oraz szybki wybór preferowanego punktu odbioru przesyłki. Korzystanie z widgetu mapy znacznie poprawia doświadczenie klienta oraz przyspiesza finalizację zakupu.



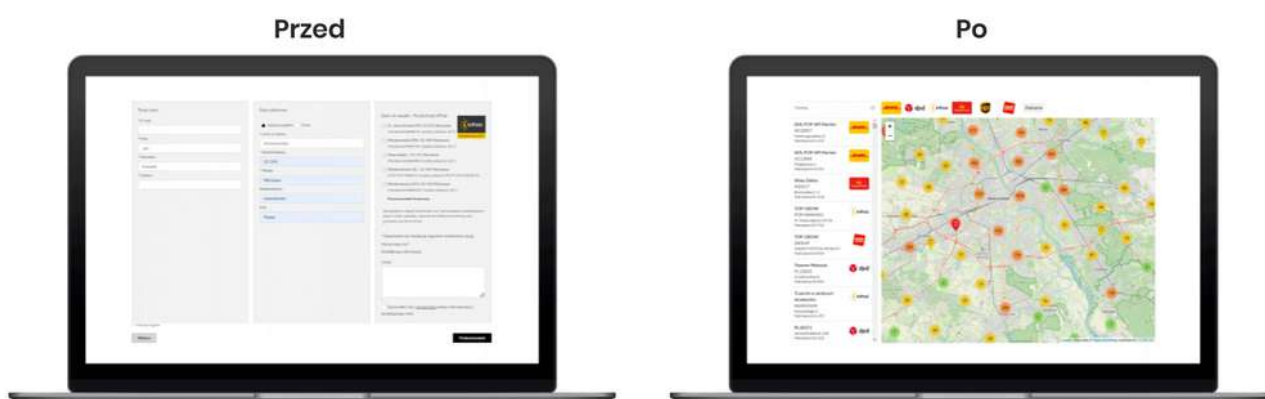
Dlaczego warto wdrożyć naszą mapę?

- Dostajesz dostęp do ponad 190 000 punktów odbioru w jednym miejscu, z możliwością dodawania własnych punktów.
- Upraszczasz ścieżkę zakupową w sklepie, skracasz proces zakupowy i zwiększasz szansę na konwersję w „koszyku”.
- Masz szczegółowe informacje o punktach odbioru (godziny otwarcia, adres).
- W ramach usługi PRO Brand masz możliwość personalizacji mapy przez dodanie własnego logotypu czy dostosowanie kolorystyki do swojej identyfikacji wizualnej.

Jeżeli nadajesz swoje przesyłki z Apaczka.pl, możesz korzystać z innowacyjnej mapy bezpłatnie! Nie jesteś naszym klientem, ale potrzebujesz widgetu mapy jako niezależnej usługi?

Skontaktuj się z nami: <https://www.apaczka.pl/kontakt/>.

Zobacz, jak będzie wyglądał koszyk zakupowy po integracji z narzędziami Apaczka.pl:



Wysyłaj przesyłki z Apaczka.pl i korzystaj z unikalnej mapy punktów odbioru za darmo!

Kamil Krzos

Project Manager w Alsendo



Wypowiedź Eksperta

W portfolio naszych usług posiadamy unikalny widget mapy. W prosty sposób można zaimplementować ją w koszyku e-sklepu i udostępnić punkty nadawczo-odbiorcze wszystkich przewoźników w jednym miejscu.

To ponad 190 tys. punktów w Polsce wszystkich wiodących firm kurierskich, takich jak InPost, DPD, DHL, Poczta Polska, etc. Można na niej również uwzględnić lokalizację sklepów stacjonarnych. Dzięki temu klienci nie muszą wypełniać dodatkowych pól w formularzu na etapie koszyka lub sprawdzać kilku oddzielnych mapek każdego przewoźnika osobno.

Kilkoma kliknięciami mogą podejrzeć punkty wszystkich firm kurierskich w jednym miejscu i wybrać najbliższy punkt odbioru przesyłki. Dla klientów korzystających z widgetu mapy udostępniamy możliwość jej obrandowania dzięki usłudze PRO Brand.





5

Jak możesz rozwinąć swój sklep dzięki Apaczka PRO?

Efektywne procesy wysyłkowe. Poradnik przedsiębiorcy.

Poznaj Apaczka PRO

Apaczka PRO to dodatkowe pakiety usług dla e-commerce, stworzone po to, aby rozwinąć Twój biznes, głównie na etapie procesów post-checkout. Co dla Ciebie przygotowaliśmy?

- **PRO Brand** – umożliwia reklamowanie Twojego biznesu w mailach ze statusem przesyłki, a także na stronie śledzenia paczki.
- **PRO Dashboard** – pozwala na analizowanie danych i kontrolę nad swoimi przesyłkami.
- **PRO Smart** – ułatwia nadawanie przesyłek Allegro Smart bez limitu.
- **PRO Self** – umożliwia nadawanie przesyłek na umowie własnej.
- **PRO Returns** – to automatyzacja procesu zwrotów przesyłek.
- **PRO Help** – to kompleksowa obsługa klientów na poziomie VIP.

Z Apaczka PRO zyskujesz:

- wszystkie zamówienia w jednym wygodnym miejscu,
- formalności dostępne online,
- pomoc w rozwiązaniu trudnych spraw,
- możliwość personalizacji komunikacji z Twoimi klientami,
- poprawę user experience,
- zadowolonych klientów z obsługi posprzedażowej,
- więcej czasu na rozwój swojego biznesu.



Czym jest pakiet PRO Brand?

W dzisiejszych czasach e-zakupy stały się powszechnym i normalnym zjawiskiem. Klienci chętnie ich dokonują, ale mają swoje wymagania, w szczególności związane z szybką dostawą. To oznacza, że chcą być na bieżąco z procesem realizacji dostawy. Chętnie sprawdzają, czy przesyłka została odebrana od nadawcy, czy jest już w magazynie, czy kurier przyjął ją do doręczenia lub czy można ją już odebrać z automatu paczkowego.

W praktyce wygląda to tak, że chcąc sprawdzić, gdzie aktualnie znajduje się przesyłka, za każdym razem otwierają maila ze statusem przesyłki i linkiem do strony śledzenia. To właśnie ta ciekawość klienta stwarza ogromne możliwości dla Ciebie jako sprzedawcy.

Dzięki usłudze PRO Brand możesz zareklamować swój sklep właśnie w takim mailu ze statusem przesyłki, a także na stronie śledzenia tej paczki. Masz możliwość dodania swojego logo, kolorystyki, a także banerów reklamowych. Dodatkowo możesz również umieścić linki do swoich mediów społecznościowych i dane kontaktowe.

Oto co zyskasz, wykorzystując pakiet PRO Brand w swoim e-biznesie:

- otrzymujesz narzędzie do budowania wizerunku marki e-sklepu,
- zwiększasz rozpoznawalność w procesie posprzedażowym,
- kreujesz pozytywne relacje z kupującymi,
- zwiększasz ruch w swoim e-sklepie,
- uspójniasz komunikację w trakcie całej customer journey.

W jaki sposób korzystanie PRO Brand wpłynie na zwiększenie sprzedaży? Konsument, który skorzystał z oferty e-sklepu, z dużym prawdopodobieństwem pozytywnie zareaguje na komunikację marketingową sprzedawcy.

Na etapie ostatniej mili możesz wykorzystać kupony rabatowe na kolejne zamówienia, przekazać informacje o nowych promocjach czy zachęcić do zaobserwowania mediów społecznościowych.



To Ciekawe!

Czy wiesz, że wiadomości e-mail z informacjami o statusie przesyłki są otwierane przez 85% kupujących? To doskonały wynik! Wykorzystaj ten potencjał! Umieść w mailach statusowych: swój logotyp, baner reklamowy, link do mediów społecznościowych oraz własną wiadomość powitalną i dotrzyj do jeszcze większego grona klientów. Jak to zrobić? Z pakietem PRO Brand!

Jak spersonalizować komunikację z klientami swojego e-sklepu z PRO Brand?

Nie ma dobrej obsługi, a tym samym pozytywnego doświadczenia zakupowego, bez odpowiedniej, spersonalizowanej komunikacji z klientem. Konsumenci oczekują obsługi skrojonej specjalnie dla nich, dlatego ta relacja jest tak ważna. To dotyczy również etapu posprzedażowego. Jako sprzedający z pewnością starasz się dotrzeć do klienta za pomocą newslettera czy informacji w mediach społecznościowych.

Czy zastanawiałeś się jednak nad wykorzystaniem przestrzeni reklamowej, jaką oferują informacje o statusie przesyłki?

Skoro prawie 9 na 10 kupujących je otwiera, to może warto to wykorzystać? Usługa PRO Brand jest narzędziem, które oferuje taką przestrzeń reklamową, jednocześnie pomagając w uspołnieniu komunikacji między różnymi kanałami sprzedaży.

Magdalena Hajduga

Head of Business Development
w Alsendo



Wypowiedź Ekspertki

Usługa PRO Brand w modelu SaaS powstała jako odpowiedź na potrzeby naszych klientów biznesowych. Wielu z nich zgłaszało potrzebę pokazania swojej marki w mailach o statusie przesyłki oraz na stronie śledzenia. Pakiet PRO Brand w 100% realizuje tę ideę. Nasi klienci, szczególnie właściciele e-sklepów, starają się wykorzystać każdy punkt styku ze swoimi klientami, aby zaprezentować aktualną ofertę promocyjną, podkreślić obecność swojej marki czy ułatwić kontakt ze sklepem.

Usługa PRO Brand wychodzi naprzeciw tym potrzebom, dając szereg możliwości do wykorzystania. Zamieszczenie banneru reklamowego w mailach o statusie przesyłki czy na stronie śledzenia, daje możliwość promocji produktów i umożliwia odesłanie klienta do wybranej strony, czy to w sklepie, czy w mediach społecznościowych. Klient końcowy, czekając na zamówioną przesyłkę, chętnie otwiera e-mail z informacją o tym, na jakim etapie dostawy znajduje się zamówiony towar. Szczególnie jeśli znajduje się w nim kupon rabatowy zachęcający do powrotu do e-sklepu, czy zachęta do odwiedzenia jego Instagramowego profilu.

Także najwięksi klienci typu enterprise, dla których przygotowujemy oferty szyte na miarę, zwracali uwagę na fakt, że oprócz szerokiej oferty firm kurierskich, prostej integracji po API z Apaczka.pl czy doradztwa w zakresie procesów wysyłkowych dla danej branży, szukają innowacyjnych form upsellingu. Jeśli masz już kontakt z osobą, która kupiła od Ciebie produkt lub usługę, skorzystanie z dodatkowej przestrzeni reklamowej na etapie sprawdzania statusu przesyłki może być bardzo efektywną metodą zachęcenia klienta do zajrzenia pod wskazany przez nas link.

Przykładowo, jeśli jesteśmy w środku upalnego lata, niezależnie od tego, co konsument zamówił, istnieje spore prawdopodobieństwo, że może być zainteresowany produktami związanymi z wysoką temperaturą, czy to okulary przeciwsłoneczne, czy wentylatory.

Odpowiedni banner w miejscu, które na pewno zostanie dostrzeżone przez klienta, może przełożyć się na niezwykle efektywny upselling. Z naszych obserwacji wynika, że procesy post-checkout realnie wpływają na wzrost ruchu powracającego. Mogą one zapewnić wzrost sprzedaży nawet efektywniej niż kampanie retargetingowe.

Daj się zauważyć! Promuj swoją markę z [PRO Brand!](#)



Czym jest usługa PRO Returns?

Zwrot towaru przez konsumenta to naturalna część procesu zakupowego. Jednak niejasne oraz przedłużające się formalności po stronie sklepu tylko zniechęcają klientów. Jak więc sprawić, aby obsługa zwrotów stała się atutem e-sklepu? Pomoże w tym usługa Apaczka PRO Returns.

Dzięki tej usłudze możesz zautomatyzować proces zwrotu produktów zakupionych w Twoim e-sklepie. Co istotne – automatyzacja przynosi korzyści zarówno sprzedawcy, (pozwala mu w pełni kontrolować wszystkie zwroty i eliminuje ręczną obsługę procesu), jak i kupującemu (możliwość zgłoszenia zwrotu online oraz śledzenia poszczególnych etapów jego realizacji).

Jak usprawnić obsługę zwrotów w e-sklepie z PRO Returns? Sprzedawca, który korzysta z pakietu PRO Returns, widzi wszystkie zwroty w swoim panelu klienta w serwisie Apaczka.pl. Tam też może nimi swobodnie zarządzać. Sam decyduje o koszcie, okresie zwrotu, a także dostępnych metodach wysyłki.

Korzyści dla sprzedawcy:

- zautomatyzowany proces zarządzania zwrotami,
- pełna kontrola nad ich realizacją,
- możliwość analizy czynników powodujących zwroty,
- gotowe powiadomienia wysyłane do klientów,
- możliwość akceptacji, odrzucania zgłoszeń oraz śledzenia ich statusów,
- najpopularniejsi przewoźnicy w jednym miejscu: InPost, DHL, UPS, Poczta Polska.



Dzięki pakietowi PRO Returns klient e-sklepu może zgłosić zwrot, klikając w link zamieszczony w e-mailu ze statusem doręczenia lub w dedykowanej wiadomości od sklepu powiadamiającej o utworzeniu zwrotu. Co ważne, kupujący nie musi zakładać konta w serwisie Apaczka.pl – wystarczy, że kliknie podany w e-mailu link i wypełni prosty formularz.

Korzyści dla klienta:

- łatwy proces zwrotu,
- krótki formularz do wypełnienia (bez konieczności zakładania konta),
- list przewozowy dla przesyłki zwrotnej, dołączony do wiadomości e-mail,
- poradnik pakowania przesyłek zwrotnych,
- powiadomienia o statusie zwrotu i możliwość śledzenia przesyłki zwrotnej.



To Ciekawe!

Czy wiesz, że najpopularniejszą formą zwrotu towaru do automatu paczkowego jest Paczkomat® InPost? Wybiera go, aż 95% osób robiących zakupy on-line!*

* źródło: Raport " E-commerce w Polsce 2023", <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/id-79-internautow-kupuje-online-raport-e-commerce-w-polsce-2023-juz-dostepny.html>

Szybkie i łatwe zwroty to jedna z najbardziej pożądaných przez klientów funkcjonalności e-sklepów. Usługa PRO Returns pozwoli Ci zbudować satysfakcję i lojalność wśród kupujących, a równocześnie zapewni oszczędność czasu dzięki automatyzacji procesu zwrotów.

Czym jest PRO Dashboard?

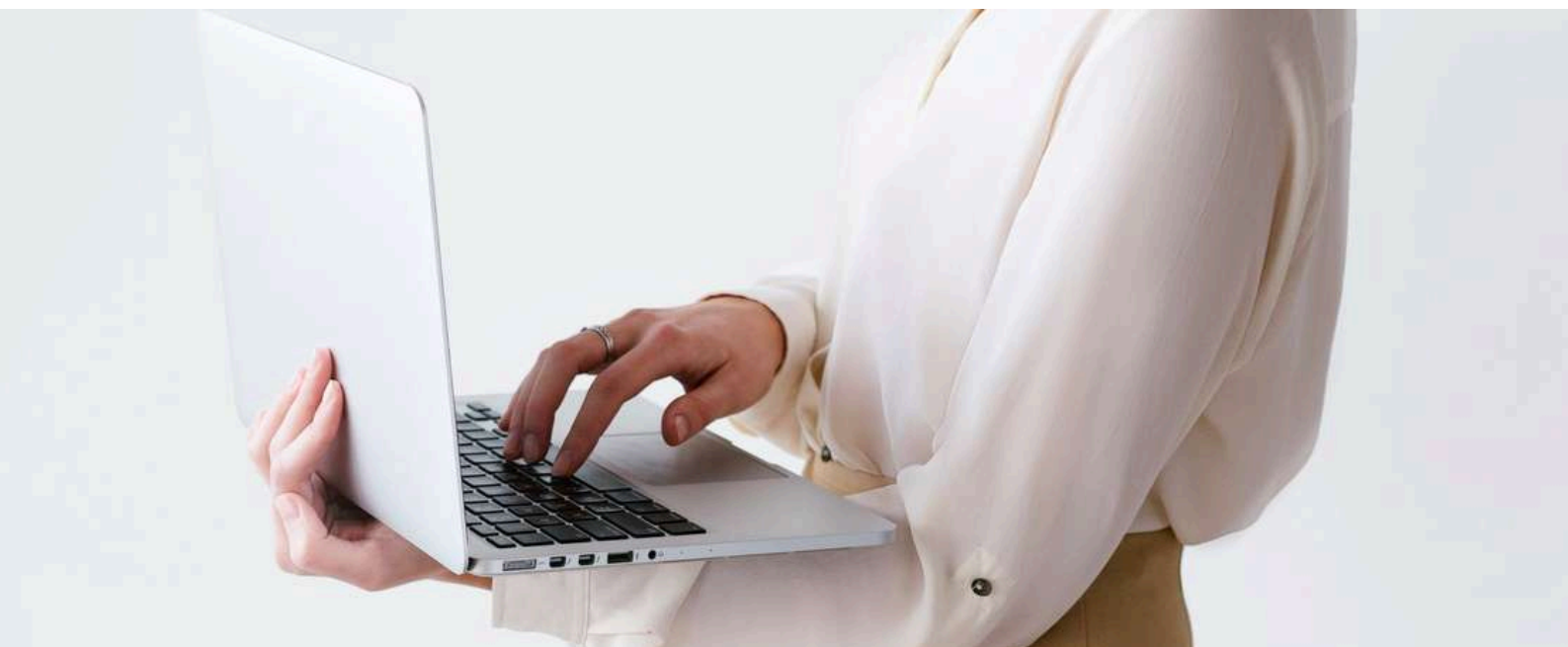
PRO Dashboard to panel zawierający zestaw danych analitycznych dotyczących efektywności procesów logistycznych.

Jak analizować dane i kontrolować swoje przesyłki z PRO Dashboard? Korzystanie z modułu analitycznego ułatwi Ci podejmowanie decyzji związanych z procesami wysyłkowymi, a także pozwoli na optymalizację kosztów. Apaczka.pl oferuje usługę PRO Dashboard, która to umożliwia.

Dzięki usłudze PRO Dashboard m.in.:

- sprawdzisz, ile Twoich przesyłek jest w przygotowaniu, w transporcie oraz w doręczeniu,
- szybko zidentyfikujesz problemy z dostawą,
- otrzymasz dostęp do statystyk stworzonych na podstawie wszystkich zrealizowanych zleceń na Apaczka.pl dotyczących średniego czasu zwrotu pobrania u konkretnego przewoźnika,
- otrzymasz możliwość analizowania terminowości dostaw za sprawą czytelnych raportów.

Apaczka PRO – sprawdź pozostałe usługi dla branży e-commerce i zwiększ sprzedaż w swoim sklepie!





6

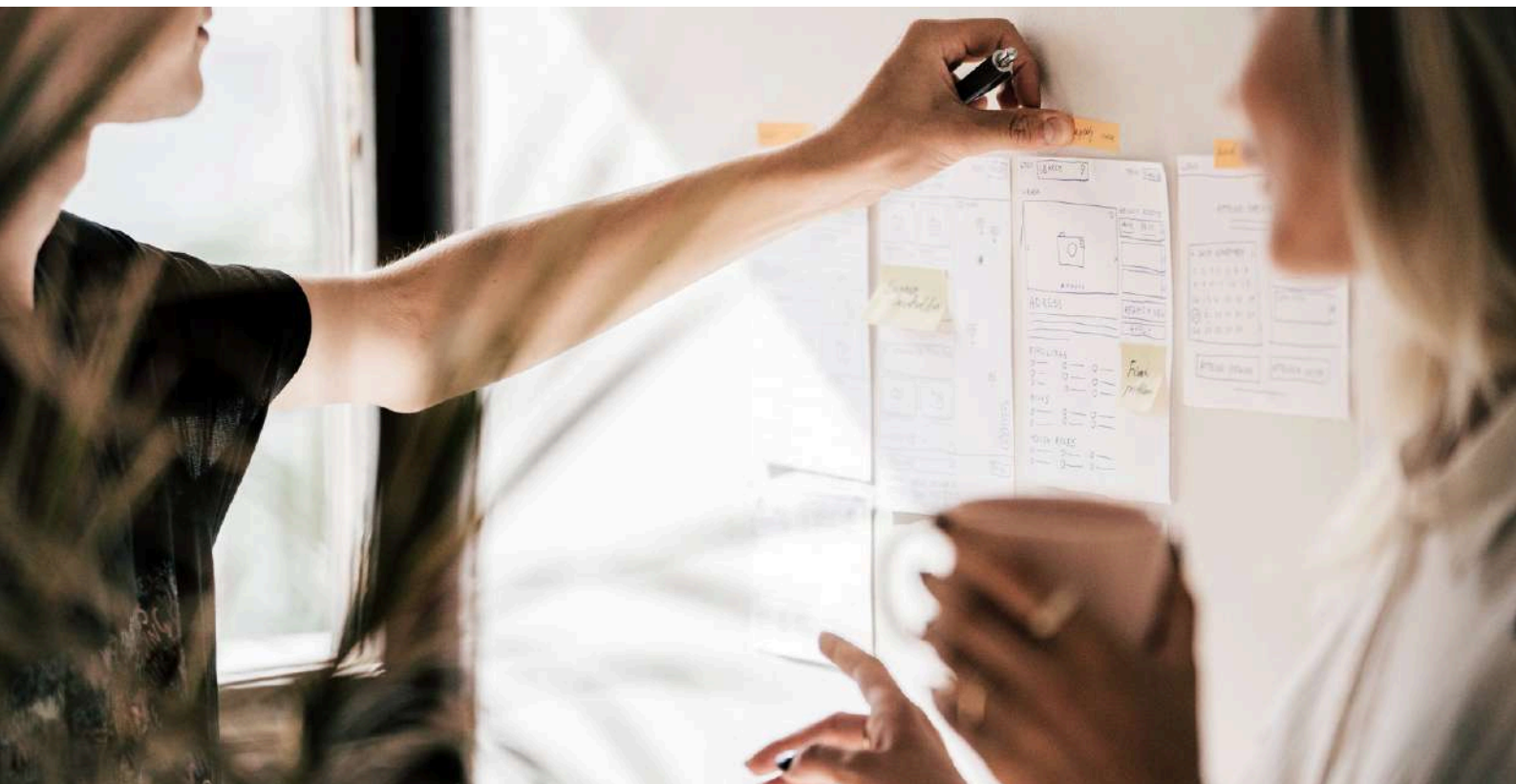
Jak koszt dostawy wpływa na decyzje zakupowe?

Sposoby na budowanie pozytywnych doświadczeń zakupowych

Joey Coleman, autor książki „Nigdy więcej nie trać klienta” zauważa, że utrzymanie dotychczasowego klienta jest średnio 6-7 razy tańsze od pozyskania nowego. Lojalni klienci to prawdziwy skarb, który gwarantuje sklepowi internetowemu stałe przychody.

Wysyłka towaru jest jednym z kluczowych elementów budowania pozytywnych doświadczeń zakupowych. Klient, który otrzyma dostawę na czas, chętniej wróci do Twojego sklepu. Jeśli na etapie wysyłki coś pójdzie nie tak, konsument następnym razem poszuka konkurencyjnych ofert i być może wystawi Twojemu sklepowi negatywną opinię.

Zaufanie konsumentów regularnie dokonujących zakupów w Twoim e-biznesie uzyskasz dzięki zapewnieniu im pozytywnych doświadczeń zakupowych, związanych między innymi z dostawą towaru. W dodatku przyjazna pod każdym względem ścieżka zakupowa pomoże wahającemu się klientowi w podjęciu decyzji o sfinalizowaniu transakcji.



Jak budować pozytywne doświadczenia zakupowe dzięki kontroli procesu wysyłki towaru:

- 1. Sprawdzeni partnerzy** – warto współpracować z kurierami, którzy przez lata zdobyli swoją rynkową pozycję. Apaczka.pl udostępnia wyłącznie oferty wiodących przewoźników, którzy posiadają infrastrukturę pozwalającą realizować dostawy na czas.
- 2. Prawidłowe pakowanie towaru** – Twój klient doceni, jeśli ich zakupy będą zapakowane w sposób bezpieczny, co ograniczy możliwość uszkodzenia w trakcie transportu. Stawiaj na oryginalne opakowania i skuteczne wypełniacze.
- 3. Ekologiczna wysyłka** – coraz więcej klientów ocenia dostawy pod względem ich wpływu na środowisko. Stosuj ekologiczne opakowania oraz wypełniacze. Dobieraj wielkość kartonu do wielkości przedmiotu.
- 4. Perfekcyjna komunikacja** – zadbaj o to, aby Twój klient był informowany o zmianie statusu zamówienia. Udostępnij możliwość zaawansowanego śledzenia przesyłki z poziomu strony Twojego sklepu. Wysyłaj do klientów wiadomości e-mail dotyczące statusu przesyłki. Usługa Apaczka PRO Brand pozwoli Ci robić to pod Twoją własną marką.
- 5. Rozwiązywanie problemów** – w przypadku kłopotów z dostawą, zaproponuj klientowi pomoc. Natychmiast udzielaj niezbędnych informacji i jako nadawca wyjaśniaj problemy bezpośrednio z przewoźnikiem.
- 6. Analityka** – stale analizuj terminowość dostaw w podziale na poszczególnych przewoźników i formy dostawy towaru. Do tego służy narzędzie Apaczka PRO Dashboard.

Czas, koszty i rodzaj dostawy – jak wpływają na konwersję?

Współczynnik konwersji w Twoim sklepie internetowym nie jest na zadowalającym poziomie? Być może problem tkwi właśnie w dostawie towaru. Klienci sklepów internetowych zwracają uwagę przede wszystkim na trzy kryteria:

- czas dostawy,
- formę dostawy,
- koszt dostawy.

Jeśli chodzi o czas dostawy, o ewentualnych rezerwach w tym zakresie przekonasz się, analizując raporty dotyczące skuteczności dostaw. Z kolei forma i koszt dostawy prawdopodobnie stanowią dla klientów barierę, jeżeli rezygnują oni z zamówienia już na etapie checkoutu, a więc porzucają koszyk.



Sposoby na porzucone koszyki.

Optymalizacja czasu i kosztu dostaw.

Trudno całkowicie pozbyć się porzuconych koszyków, handlując w sieci, jednak z pewnością możesz zredukować ich liczbę. W przypadku klientów rezygnujących ze sfinalizowania transakcji na etapie checkoutu, możesz wiele osiągnąć, optymalizując koszty i czas dostawy.

- Darmowa dostawa – według raportu „E-commerce w Polsce 2023” dostawa wraz z wniesieniem towaru do domu motywuje do dokonania zakupu aż 85% kupujących w sieci.
- Same-day delivery – kolejna ważna zachęta do dokonania zakupu w Twoim sklepie, na którą zwraca uwagę ponad 73% klientów.
- Dostawa w weekend – jest pozytywną motywacją dla aż 3/4 kupujących, a wielu wiodących przewoźników posiada tę opcję w ofercie.
- Obietnica szybkiej dostawy – na stronie sklepu warto umieścić licznik, który poinformuje kupującego o możliwości dostawy towaru na jutro, pod warunkiem finalizacji transakcji do określonej godziny.

Bezpłatne i przyspieszone dostawy obciążają finansowo Twój sklep lub portfel klienta, ale tylko w teorii. Współpracując z dobrym partnerem logistycznym, automatycznie zyskujesz rabaty na kosztach wysyłki.

Zaoszczędzone pieniądze możesz zainwestować w tańsze i szybsze dostawy, co zwiększy współczynnik konwersji i zredukuje liczbę porzuconych koszyków. Marża Twojego sklepu nie zmieni się, za to wolumen sprzedaży wzrośnie!



Od autorek

Jesteśmy pewne, że sprawne dostawy organizowane za pośrednictwem serwisu Apaczka.pl przyczynią się do rozwoju Twojego biznesu. Skoncentruj się na dopasowaniu oferty do oczekiwań klientów, a zespół Apaczka z przyjemnością wesprze Cię w dostawach i pomoże osiągnąć przewagę konkurencyjną.

Życzymy Ci powodzenia!

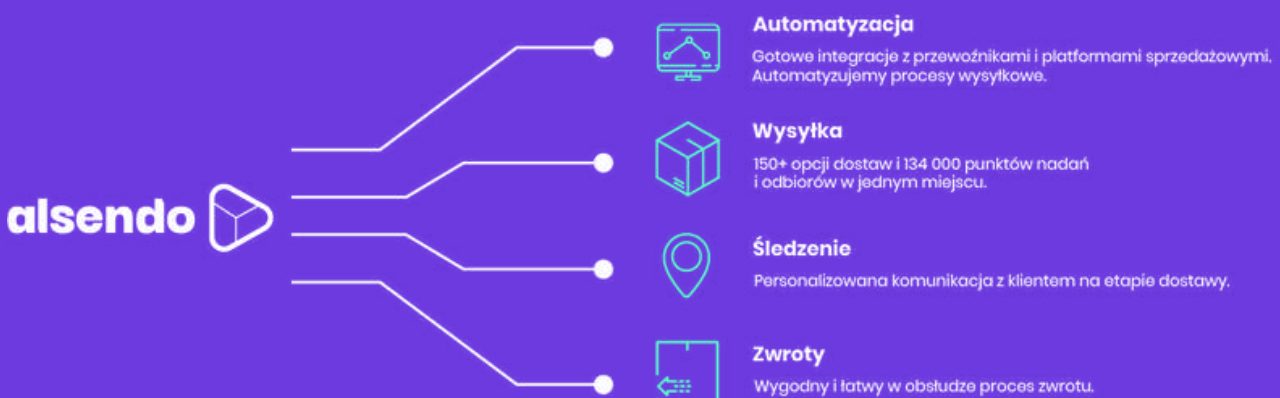


O nas

Oferujemy szeroki zakres rozwiązań technologicznych, usługi kurierskie oraz dedykowane usługi własne Apaczka PRO dla e-commerce. Konsekwentnie wspieramy firmy w rozwoju ich biznesu, udostępniając gotowe narzędzia ułatwiające codzienną logistykę.

Oferta Apaczka.pl jest skierowana do wszystkich przedsiębiorców, także tych, którzy dopiero zaczynają swoją działalność. Oferowane przez nas rozwiązania są wykorzystywane przez firmy z branży e-commerce, duże podmioty typu marketplace, ale również niewielkie firmy. Indywidualnie podchodzimy do potrzeb klientów, proponując także rozwiązania szyte na miarę, dostosowane do specyfiki i skali biznesu.

Funkcjonujemy na rynku od 2009r., a od 2022 r. należymy do międzynarodowej grupy Alsendo. Grupa Alsendo jest liderem w Europie Środkowo-Wschodniej w obszarze technologicznych rozwiązań wysyłkowych dostosowanych do potrzeb klientów biznesowych. Należą do niej serwisy wysyłkowe Apaczka.pl, Sendit.pl, Zaslát.cz, Ecolet.ro oraz platforma Innoship.com, która specjalizuje się w dostarczaniu oprogramowania do zarządzania i optymalizacji dostaw kurierskich głównie dla dużych podmiotów z sektora e-commerce oraz marketplace.



Przypisy

¹ <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/id-79-internautow-kupuje-online-raport-e-commerce-w-polsce-2023-juz-dostepny.html>

² <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/id-79-internautow-kupuje-online-raport-e-commerce-w-polsce-2023-juz-dostepny.html>

³ <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/id-79-internautow-kupuje-online-raport-e-commerce-w-polsce-2023-juz-dostepny.html>

⁴ <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/id-79-internautow-kupuje-online-raport-e-commerce-w-polsce-2023-juz-dostepny.html>

⁵ <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/id-79-internautow-kupuje-online-raport-e-commerce-w-polsce-2023-juz-dostepny.html>

⁶ <https://www.whmarket.pl/Marketplaces-przeglad-ryнку-i-perspektywy-rozwoju-p442306163>



www.apaczka.pl