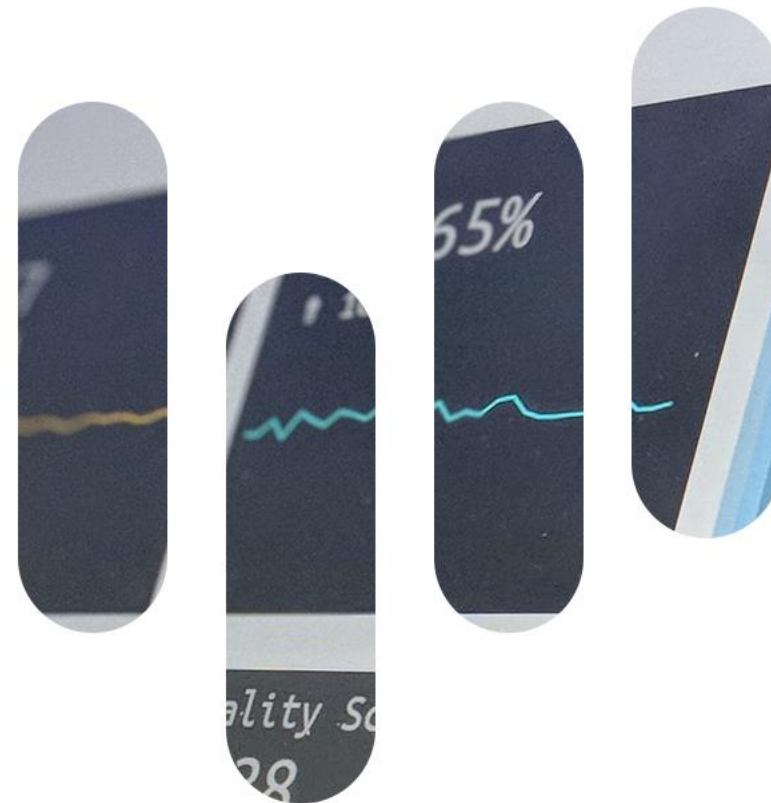


# Analiza

## Statystyki ruchu w branży ecommerce w czasach COVID-19

KWIECIEŃ/MAJ 2020



Specjaliści Revhuntera, wzięli pod lupę kilka segmentów ecommerce, wybierając te, w których dynamika zmian jest największa i przyjrzeni się statystykom, porównując kluczowe dla ecommerce wskaźniki. Nasze dane pochodzą ze statystyk udostępnionych nam przez klientów oraz przeprowadzonych przez nas kampanii retargetingowych, dzięki czemu są wiarygodnym oraz miarodajnym źródłem informacji.

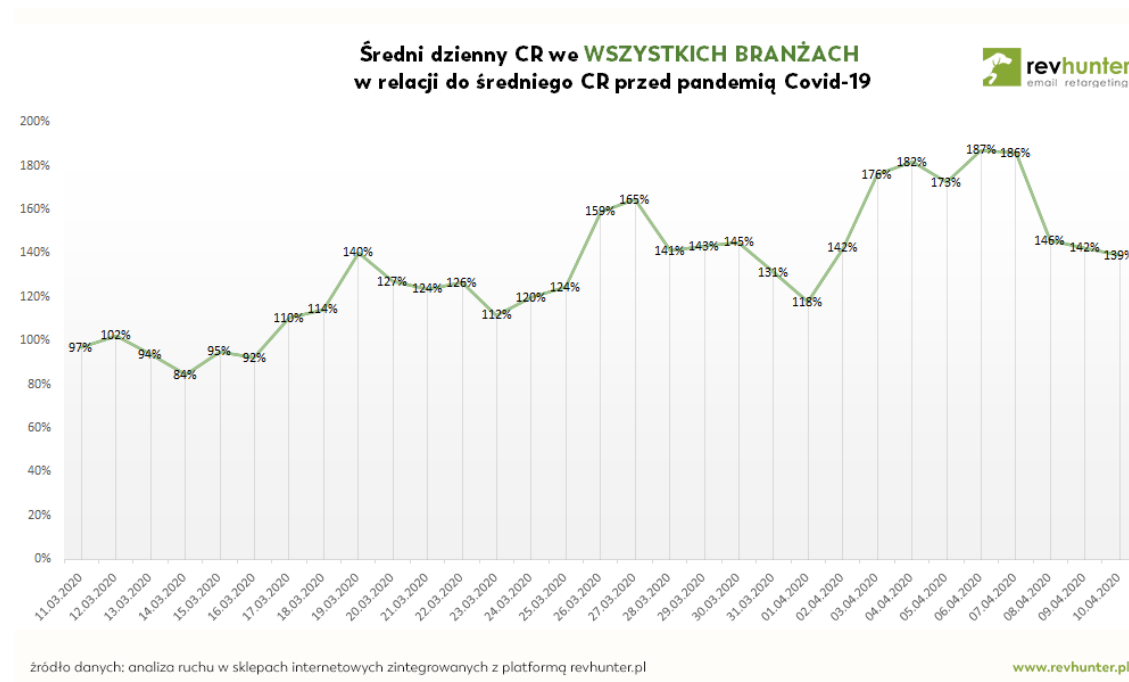


**revhunter**  
email retargeting

# Wstęp

Statystyki ruchu w branży ecommerce w czasach COVID-19

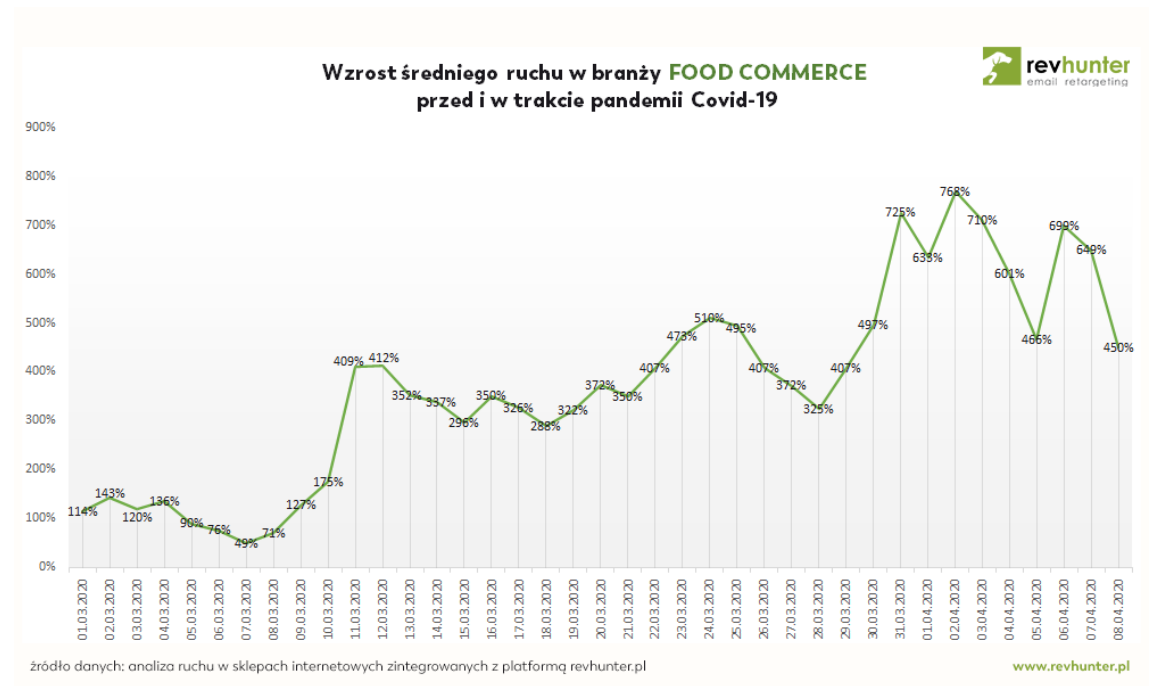
Pandemia choroby COVID-19 wywołanej przez koronawirus ma olbrzymi wpływ na aktualne zwyczaje zakupowe. Aktywności, które dotychczas zarezerwowane były dla sfery offline, w bardzo znacznej mierze musiały przenieść się do online. I choć popularność zakupów za pośrednictwem sieci notuje corocznie wysokie wzrosty i to bez nadzwyczajnych okoliczności, to przy obecnej sytuacji ilości unikalnych użytkowników odwiedzających sklepy, liczba konwersji i zamówień niejednokrotnie są o kilka razy wyższe niż tradycyjnie.



# Food Commerce

Statystyki ruchu w branży ecommerce w czasach COVID-19

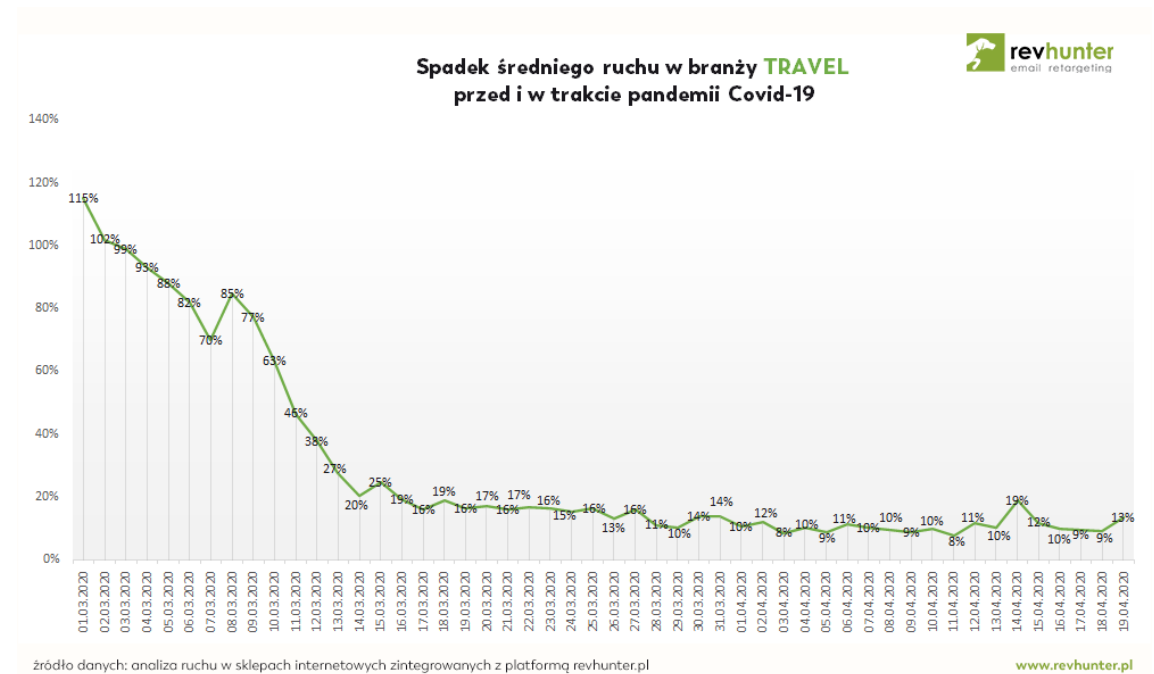
Branża food commerce jest zdecydowanie uprzywilejowana w obecnej sytuacji. Niemożność opuszczenia najbliższej okolicy miejsca zamieszkania mocno wpłynęła na zainteresowanie zakupami spożywczymi bez wychodzenia z domu. Na krótko przed ogłoszeniem restrykcji przez rząd, skala odwiedzin sklepów z tej branży wzrosła o ok. 300%, by w okresie przedświątecznym dochodzić momentami do ponad 750% średniego ruchu sprzed pandemii. Niewykluczone, że sytuacja wywołana koronawirusem przyczyni się do szybszego tempa rozwoju sektora food commerce, który dotychczas w Polsce rozwijał się w umiarkowanie spokojnym tempie.



# Travel

Statystyki ruchu w branży ecommerce w czasach COVID-19

Jak nie trudno się domyślić, spadek ruchu w branży Travel spowodowany jest ogólnym kryzysem turystyki, wywołanym przez koronawirusa. Jeszcze w początkowych dniach marca, przed wykryciem pierwszego przypadku zakażenia w Polsce, ruch na stronach związanych z turystyką wyglądał całkiem obiecująco, by już po kilku dniach zacząć notować spadki, aż do prawie całkowitego załamania, tuż po wprowadzeniu kwarantanny. Przez większą część analizowanego okresu, wskazania ruchu pokazują, że średnia liczba codziennych odwiedzin utrzymuje się zaledwie na poziomie od 10 do maksymalnie kilkunastu procent ruchu sprzed pandemii.

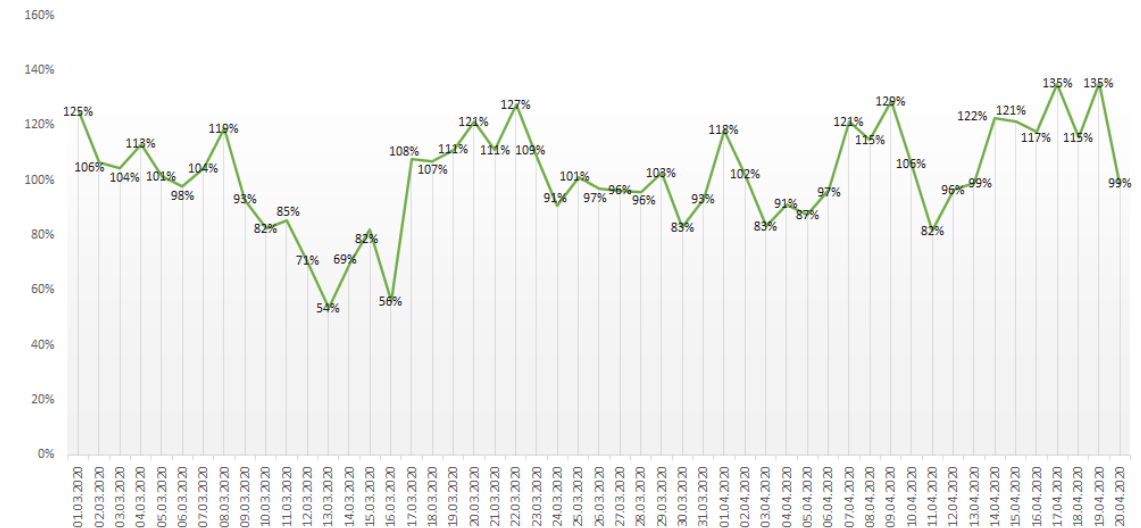


# Fashion

Statystyki ruchu w branży ecommerce w czasach COVID-19

Statystyki wskazują, że branża odzieżowa wychodzi z kryzysu obronną ręką – przynajmniej w kanale ecommerce. Po początkowym, względnie łagodnym spadku, statystyki odwiedzin wróciły do normalnego poziomu już kilka dni po Wielkanocy. Jak się okazuje, nadal traktujemy odzież, jako jeden z produktów, których zakupu nie wstrzymujemy nawet w czasie kryzysu. Zapewne kilka dni z cieplejszą temperaturą oraz zapowiedź łagodzenia restrykcji, dotyczących wychodzenia z domu spowodowały, że w ecommerce branża fashion zaczęła odrabiać straty. Jednakowoż, konieczność szybkiego wejścia w ecommerce dla wielu firm odzieżowych, które dotychczas pozostawały offline, może być dobrym początkiem na rozwijanie równoległe sprzedaży także w internecie.

Wzrost średniego ruchu w branży **FASHION** przed i w trakcie pandemii Covid-19



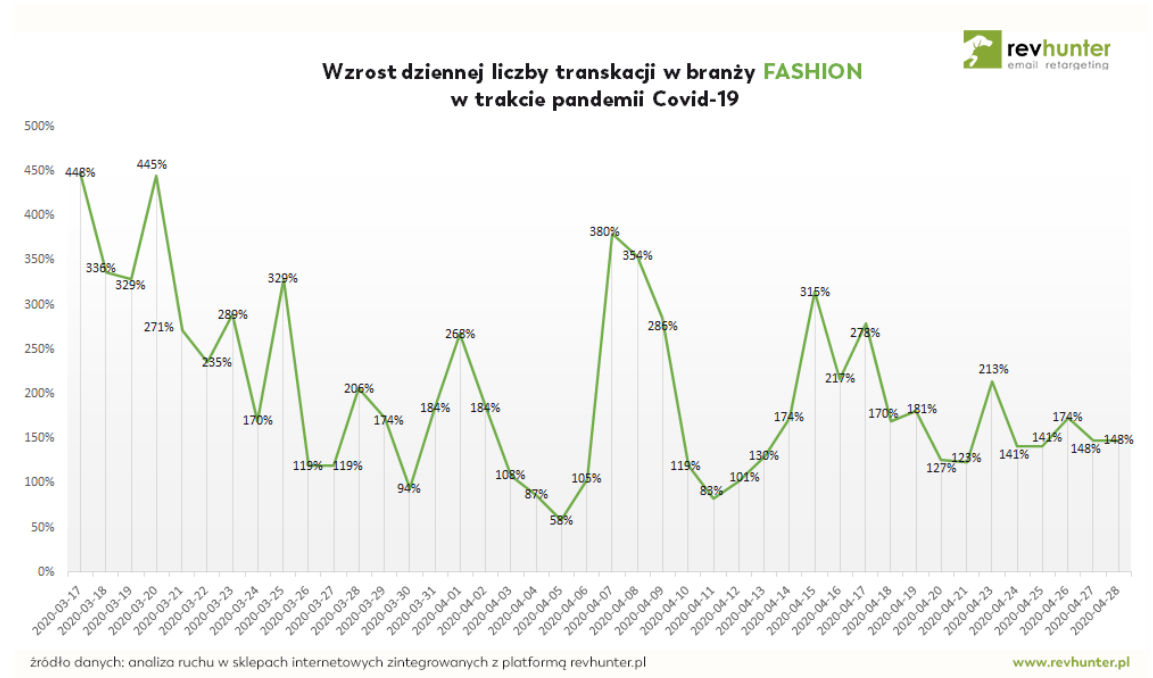
źródło danych: analiza ruchu w sklepach internetowych zintegrowanych z platformą revhunter.pl

[www.revhunter.pl](http://www.revhunter.pl)

# Fashion – liczba transakcji

Statystyki ruchu w branży ecommerce w czasach COVID-19

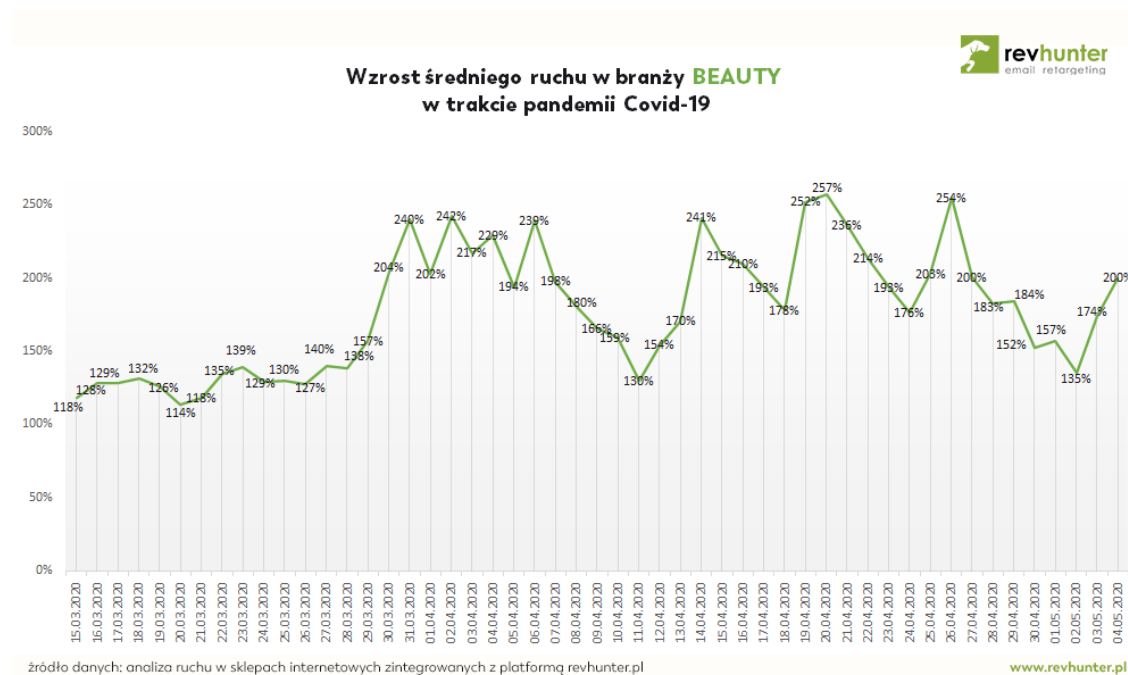
Liczba zawieranych transakcji uległa dość znacznemu zwiększeniu, względem okresu sprzed pandemii, co może sugerować, że kanał online, rekompensuje, chociaż częściowo straty, które branża modowa poniosła w związku z zamknięciem stacjonarnych punktów sprzedaży. Częściowe odmrażanie gospodarki, w tym planowane po weekendzie majowym przywrócenie działalności galerii handlowych, które to stanowią dla wielu firm ważną gałąź sprzedaży, zapewne początkowo nie wpłynie zbyt znacząco na proporcje pomiędzy online a offline, gdyż nadal klientom towarzyszyć może nadal lęk przed przebywaniem w zatłoczonych miejscach



# Beauty

Statystyki ruchu w branży ecommerce w czasach COVID-19

Niemal od początku pandemii salony kosmetyczne i fryzjerskie w całym kraju są zamknięte. Branża znalazła się w trudnej sytuacji, ponieważ Covid-19 zamknął nie tylko salony, ale także uniemożliwił świadczenie usług podczas wizyt domowych. Jak zatem branża beauty odnajduje się w nowej rzeczywistości? Sprzedaż internetowa produktów do pielęgnacji miała się całkiem dobrze, jeszcze na długo przed wybuchem epidemii. Jednakże obecnie, zainteresowanie tego typu produktami znacznie wzrosło. Konsumentki, odcięte od usług kosmetycznych czy fryzjerskich, zaczęły radzić sobie same, we własnych domach. Sprzedaż internetowa produktów służących do pielęgnacji twarzy, ciała czy paznokci notuje całkiem spory wzrost zainteresowania.





**rev**hunter  
email retargeting

Chcesz poznać więcej insightów i zobaczyć jak Twój ecommerce wypada na tle swojej branży? Załóż darmowe konto w Revhunter i zintegruj swój sklep!