

# Wojna światów, czyli cała prawda o handlu online i offline

Przekrojowy raport o omnichannelingu w Polsce oraz Siła Nabywczą na E-commerce

Jesteśmy torpedowani informacjami na temat rozwoju i perspektyw handlu w Polsce. Często te informacje się wykluczają, a przynajmniej budzą konsternację wśród uważnych obserwatorów rynku.



Obecna komunikacja to chaos informacyjny, dlatego opracowaliśmy raport, który pozwala na:

- Uporządkowanie wiedzy o e-commerce w Polsce
- Zrozumienie cech wspólnych i rozbieżnych dla e-shopperów i shopperów, dla których handel wielokanałowy staje się standardem



W metodologii badania zastosowano wywiady bezpośrednie (N=2000) oraz pomiar pasywny Internetu.

## ZAKRES RAPORTU

- ➔ Perspektywy rozwoju e-commerce w Polsce
- ➔ Skala zjawiska, jakim są zakupy internetowe w odniesieniu do zakupów w kanałach stacjonarnych
- ➔ E-commerce a omnichannel – skala zjawiska
- ➔ Kim jest e-shopper?
- ➔ Pomiar pasywny ruchu w Internecie
- ➔ Siła nabywczą dla online określa wartość wydatków ponoszonych na zakupy on-line ponoszonych przez konsumentów w skali roku. Dane wyliczone dla każdego powiatu w Polsce.

Przekrojowy raport o omnichannelingu w Polsce

14 500 PLN + VAT

Opcja (5): Siła nabywczą dla handlu e-commerce w Powiatach

17 200 PLN + VAT