

## Ranking sklepów internetowych 2008 Money.pl i tygodnika Wprost

**Autorzy:**

Anna Anagnostopulu, Magdalena Górnicka, Marta Smaga, Anna Sulej, Paweł Szygulski, Aleksandra Wiącek, Bartłomiej Dwornik

**Redaktorzy:**

Marta Smaga, Bartłomiej Dwornik

**Money.pl**

Wrocław, październik 2008

# Raport Money.pl

**Money.pl i Wprost oceniły największe i najpopularniejsze e-sklepy w Polsce. Zobacz, gdzie warto wybrać się na wirtualne zakupy.**

Ponad 5 milionów Polaków przynajmniej raz w ciągu ubiegłego roku zrobiło zakupy w internetowym sklepie. Liczba e-klientów wzrosła w tym czasie o milion osób.

Do zakupów w internecie - jak wynika z badania TNS OBOP - zachęca przede wszystkim cena. Aż 61 proc. klientów ten właśnie aspekt wskazuje jako najważniejszy. Fakt, że zakupy można zrobić nie wychodząc z domu chwali 58 proc. badanych, a możliwość kupowania przez całą dobę - 42 procent ankietowanych.

Portal **Money.pl** i tygodnik **Wprost** już trzeci raz wspólnie oceniały jakość e-sklepów w Polsce. Porównywaliśmy je w siedmiu kategoriach, uwzględniając podział, jaki stosowany jest w największych badaniach polskiego internetu - Megapanel PBI/Gemius.

## Co kupują mężczyźni...

1. książki - 42%
2. sprzęt komputerowy - 42%
3. AGD i RTV - 41%

## ...a co kobiety

1. odzież i obuwie - 58%
2. książki - 45%
3. AGD i RTV - 30%

*TNS OBOP dla UOKiK*

W porównaniu z poprzednimi rankingami wyraźnie widać, że czołówka e-sklepów się wyrównuje. Do tego stopnia, że o miejscu w pierwszej trójce poszczególnych kategorii decydowały ułamki punktów, wśród sklepów wielobranżowych palmę pierwszeństwa dzierżą dwa sklepy, a wśród księgarni na podium zmieściły się aż cztery z nich.

To cieszy, ale trzeba przyznać, że branży internetowego handlu do ideału ciągle wiele brakuje. Choćby z tak prozaicznej przyczyny jak ta, że nie we wszystkich sklepach można zapłacić kartą kredytową. Do tego ogólna jakość obsługi, może tylko za wyjątkiem księgarni - nadaje się do poprawki. Odpowiedź na maila w ciągu 24 godzin nie jest regułą, fachowość informacji uzyskiwanych na infoliniach nie zawsze jest na odpowiednim poziomie.

Sprzedawcy nie mają zaufania do Poczty Polskiej. Do tego stopnia, że czasem nie dają nawet możliwości wybrania dostawy za jej

pośrednictwem. Zapewne powodem były strajki w tym i ubiegłym roku i nie jest to może wielki minus, ale przy drobnych zamówieniach taka forma przesyłki bywa korzystna ze względu na cenę.

Dużo większym zawodem jest fakt, że wciąż jeszcze nieliczne tylko sklepy pozwalają klientowi na śledzenie przesyłki z zamówionym towarem.

Warto odnotować natomiast postęp technologiczny, Czołowe sklepy internetowe w Polsce działają z wszystkimi najważniejszymi przeglądarkami. Problemy, które zdarzają się sporadycznie, dotyczą najczęściej Opery lub starszych wersji Firefoxa. Szkoda jednak, że w rodzimym e-biznesie do rzadkości należy udostępnianie kanałów RSS.

Ten rok dla sklepów internetowych jest wyjątkowy. Nie tylko ze względu na strajk poczty, który - jak skarżyła się w czerwcu cała branża - dał się większości sklepów mocno we znaki. Latem i na początku jesieni przestały działać tak uznane witryny jak Ulubiony.pl, Vivid.pl czy Hoopla.pl. Każda z nich mieściła się w pierwszej dziesiątce swojej kategorii. Okazało się, że również w internecie znane i duże sklepy mogą nie wytrzymać konkurencji. Oby tylko z korzyścią dla nas, klientów.

## AGD, RTV i sprzęt fotograficzny

Asortyment sklepów jest porównywalny. Podobnie jak jakość informacji na temat poszczególnych produktów w ofercie. Na plus trzeba zaliczyć możliwość zakupów na raty, którą oferują niemal wszystkie sklepy z pierwszej dziesiątki. W większości przypadków brakuje natomiast bardzo przydatnej funkcji - śledzenia przesyłki z zamówionym towarem.

Niewiele sklepów udostępnia kanał RSS, do rzadkości - niestety - należy też możliwość kontaktu przez czat czy komunikator internetowy. Tylko połowa ocenianych sklepów odpowiedziała na maila w ciągu 24 godzin. W naszej ocenie sklepy - z nielicznymi wyjątkami - powinny też poprawić jakość obsługi klientów przez pracowników infolinii.

AGD, RTV i sprzęt fotograficzny		
poz.	sklep	ocena
1	<b>Megamedia.pl</b> www.megamedia.pl	70
2	<b>E-Cyfrowe.pl</b> www.e-cyfrowe.pl	67,5
3	<b>Neo24.pl</b> www.neo24.pl	63
4	<b>Zadowolenie.pl</b> www.zadowolenie.pl	60
5	<b>EURO RTV AGD</b> www.euro.com.pl	58,5
6	<b>Agito.pl</b> www.agito.pl	57
	<b>Torres.pl</b> www.torres.pl	57
8	<b>FotoExpert</b> www.fotoexpert.pl	55
9	<b>Medialider.pl</b> www.medialider.pl	52
10	<b>Max24</b> www.max24.pl	51

## Komputery i oprogramowanie

Po branży komputerowej można by oczekiwać najbardziej profesjonalnego podejścia do internetowego klienta. Przeważnie tak właśnie jest, ale nawet wśród najpopularniejszych sklepów można znaleźć przykłady stron chaotycznych i nieczytelnych. Trzeba jednak podkreślić jedno - sklepy bez wątpienia wiedzą o tym, że przeglądarki internetowe to nie tylko Internet Explorer czy Firefox.

Zdecydowanie na plus oceniamy ofertę i jakość materiałów informacyjnych oraz wyszukiwarek i narzędzi, pozwalających na wybór odpowiednich akcesoriów i oprogramowania.

Większość sklepów umożliwia również kontakt przez czat albo komunikator internetowy. W przekroju całej branży jakość i fachowość obsługi klienta jest wyraźnie lepsza niż w pozostałych grupach, ale maksymalnej liczby punktów również tutaj nie przyznaliśmy.

Komputery i oprogramowanie		
poz.	sklep	ocena
1	<b>Morele.net</b> www.morele.net	69,5
2	<b>3Kropki.pl</b> www.3kropki.pl	68
3	<b>ProLine</b> www.proline.pl	66,5
4	<b>Ultima.pl</b> www.ultima.pl	66
5	<b>eMarket</b> www.emarket.pl	64
6	<b>Notebooki.pl</b> www.notebooki.pl	61
7	<b>Acris.pl</b> www.acris.pl	59
8	<b>1klik.pl</b> www.1klik.pl	58
9	<b>Sirius.pl</b> www.sirius.pl	57
10	<b>Gral</b> www.gral.pl	56

# Raport Money.pl

## Książki

W tej kategorii poziom jest najbardziej wyrównany. Zwycięzca wyprzedził trzy kolejne księgarnie o dwa punkty, a na podium zmieściły się aż cztery sklepy.

Sprzedawcy książek, na tle wszystkich ocenianych branż przykładają największą uwagę do jakości opisów oferowanych towarów. Wysoko oceniliśmy też jakość obsługi klienta - błyskawiczne odpowiedzi na maile i fachowe odpowiedzi na infoliniach.

Warto też dodać, że księgarnie w większości przypadków dbają o stałych klientów za pomocą programów lojalnościowych i bonusów przy dużych zamówieniach.

poz.	Książki sklep	ocena
1	<b>Gandalf</b> www.gandalf.com.pl	78
2	<b>Inbook.pl</b> www.inbook.pl	76
	<b>Lideria.pl</b> www.lideria.pl	76
	<b>Świat Książki</b> www.swiatksiazki.pl	76
5	<b>Złote Myśli</b> www.zlotemysli.pl	68
6	<b>Empik.com</b> www.empik.com	66,5
7	<b>Merlin.pl</b> www.merlin.pl	64
8	<b>Poczytaj.pl</b> www.poczytaj.pl	61
9	<b>KDC.pl</b> www.kdc.pl	59
10	<b>Mareno.pl</b> www.mareno.pl	58

## Odzież

Najlepsza branża pod względem urody stron internetowych. W ogólnym ujęciu to właśnie te sklepy odzieżowe uzyskały najwięcej punktów za wygląd. Wrażenie trochę psuje jakość opisów produktów - w większości sklepów pozostawiają niedosyt.

Podobnie jak w tradycyjnych sklepach, również te internetowe organizują wyprzedaże. To duży plus. Brakuje natomiast możliwości funkcjonalności dodawania opinii na temat produktów przez klientów. Tym bardziej, że niewiele sklepów z tej kategorii zdecydowało się na dodanie swojej oferty do internetowych porównywarek.

Odzież		
poz.	sklep	ocena
1	<b>E-lady</b> www.e-lady.pl	72
2	<b>Intymna.pl</b> www.intymna.pl	65
3	<b>Butik</b> www.butik.net.pl	64
4	<b>Jeans-online</b> www.jeans-online.pl	59,5
5	<b>Dyskretna.pl</b> www.dyskretna.pl	59
6	<b>Koszulki.com</b> www.koszulki.com	58
7	<b>Lulu.pl</b> www.lulu.pl	57
8	<b>Kontri.pl</b> www.kontri.pl	55
9	<b>Garderoba.pl</b> www.garderoba.pl	54
10	<b>Bon Prix</b> www.bonprix.pl	52
	<b>Kisskiss.pl</b> www.kisskiss.pl	52

## Sklepy specjalistyczne

Kategoria najobszerniejsza i najbardziej zróżnicowana. W ogólnej ocenie godne podkreślenia jest to, że w swojej specjalności sklepy oferują pełną paletę produktów. Prawie wszystkie dostały maksymalną liczbę punktów za oferowany asortyment.

Wysoko oceniliśmy też poziom opisów poszczególnych towarów i łatwość wyszukiwania produktów w ofercie sklepów.

Brakuje jednak bardzo często możliwości pobrania katalogu produktów, czego od sklepów specjalistycznych można by oczekiwać. Do rzadkości należy też opcja śledzenia przesyłki.

Sklepy specjalistyczne		
poz.	sklep	ocena
1	<b>Iperfumy.pl</b> www.iperfumy.pl	78
2	<b>Opony.com</b> www.opony.com	74
3	<b>Medbook</b> www.medbook.com.pl	73
4	<b>Militaria.pl</b> www.militaria.pl	72
5	<b>Poczta Kwiatowa</b> www.pocztakwiatowa.pl	69
6	<b>Skate-europe.com</b> www.skate-europe.com	69
7	<b>Animalia</b> www.animalia.pl	66
8	<b>Vitanea</b> www.vitanea.pl	65,5
9	<b>Broń.pl</b> www.bron.pl	65
10	<b>Dyskrecja</b> www.dyskrecja.pl	62



## Sklepy wielobranżowe

Czołówka sklepów wielobranżowych prezentuje bardzo zbliżony poziom. Warto podkreślić, że pomimo szerokiego asortymentu, nawigacja i wyszukiwanie interesujących klienta produktów jest w zasadzie bez zarzutu.

Brakuje niestety możliwości śledzenia przesyłki z zamówionym towarem, a obsługa klienta w ogólnej ocenie wypada przeciętnie. Zarówno jeśli chodzi o kontakt mailowy, jak i infolinie.

Zaletą sklepów wielobranżowych jest natomiast dobrze rozwinięty system bonusów, programów lojalnościowych i partnerskich.

Sklepy wielobranżowe		
poz.	sklep	ocena
1	<b>Electro.pl</b> www.electro.pl	70
	<b>Multisort.pl</b> www.multisort.pl	70
3	<b>Multizakupy.pl</b> www.multizakupy.pl	69
4	<b>Toys4Boys.pl</b> www.toys4boys.pl	68
5	<b>2future.pl</b> www.2future.pl	62
	<b>Fide.pl</b> www.fide.pl	62
7	<b>Zentrada.pl</b> www.zentrada.pl	54
8	<b>Mango Media</b> www.mango.pl	53
9	<b>Quelle</b> www.quelle.pl	52
10	<b>Hipernet24.pl</b> www.hipernet24.pl / www.hipernet24.pl	46

## Turystyka

Sklepy w tej kategorii mogły maksymalnie zdobyć 89 punktów - z oczywistych względów nie punktowaliśmy dostawy do klienta i wszystkich pochodnych tego faktu. Stąd osiągnięcia punktowe poszczególnych serwisów są nieco niższe niż w pozostałych kategoriach.

W naszej opinii serwisy turystyczne - z nielicznymi wyjątkami - powinny popracować nad jakością opisów w swojej ofercie. Pozostawiają niedosyt. Braki rekompensują pomocne komentarze i opinie innych użytkowników, ale nie wszystkie serwisy pamiętały o tej przydatnej funkcji.

W ofercie całej branży zdecydowanie brakuje możliwości płacenia w ratach, którą często oferują *stacjonarne* biura podróży. Najstąbiej wśród wszystkich ocenianych sklepów prezentuje się też obsługa klienta. Plusem na pewno są za to rozbudowane wyszukiwarki i poprawna współpraca ze wszystkimi wiodącymi przeglądarkami internetowymi.

Turystyka		
poz.	sklep	ocena
1	<b>Travelplanet.pl</b> www.travelplanet.pl	63
2	<b>Wakacje.pl</b> www.wakacje.pl	59
3	<b>Easygo.pl</b> www.easygo.pl	53,5
4	<b>Booking.com</b> www.booking.com	52
5	<b>Travelone.pl</b> www.travelone.pl	50
6	<b>Odysei</b> www.odyssei.pl / www.odyssei.com	45
7	<b>Eholiday.pl</b> www.eholiday.pl	40
8	<b>Nocowanie.pl</b> www.nocowanie.pl	39,5
9	<b>Noclegiw.pl</b> www.noclegiw.pl	38
10	<b>Przewodnik po Polsce</b> www.przewodniki.turystyka.pl	37

## Jak ocenialiśmy

Warunkiem uczestnictwa w rankingu była w tym roku popularność sklepu wśród internautów. Z każdej kategorii, monitorowanej stale w ramach Megapanelu (**E-commerce/Sklepy**) wybraliśmy po 15 sklepów, które w ciągu roku poprzedzającego badanie odwiedziła największa liczba osób.

Tam, gdzie Megapanel uwzględniał wyniki mniej niż 15 sklepów, połączyliśmy kategorie: sprzęt fotograficzny przypisaliliśmy do AGD i RTV, oprogramowanie do sklepów komputerowych, a akcesoria erotyczne do sklepów specjalistycznych.

Witryny, które przeszły przez pierwsze sito, od czerwca do września poddaliśmy surowej ocenie testerów. W rankingu prezentujemy najlepsze 10 sklepów w każdej kategorii.

Sklepy ocenialiśmy na podstawie 60 kryteriów, podzielonych na 10 grup:

- **asortyment** - liczba produktów w sklepie, podział tematyczny, narzędzia i funkcje ułatwiające poznanie oferty
- **informacje o produkcie** - opisy towarów, opinie, dostępność, narzędzia pomagające podjąć decyzje o zakupie
- **procedura zamawiania i dostawa zakupów** - funkcjonowanie i przejrzystość formularzy zamówień, możliwości korekty, reklamacje, czas realizacji, śledzenie przesyłki
- **sposoby płatności** - dostępne formy, raty, bezpieczeństwo
- **interakcja z klientem** - kanały kontaktu, subskrypcje informacji
- **jakość obsługi** - czas reakcji na maila, obsługa infolinii, fachowość udzielanych informacji
- **łatwość dotarcia do informacji** - wyszukiwarki, mapy serwisów, regulaminy, faq
- **przejrzystość i budowa strony** - estetyka, czytelność, współpraca z różnymi przeglądarkami i systemami operacyjnymi
- **bonusy** - wyprzedaże, programy lojalnościowe i partnerskie, możliwość negocjacji ceny
- **pozostałe** - obecność w porównywarkach cen, opinie internautów o sklepie, unikalne narzędzia dla klientów.

Maksymalnie w naszym badaniu sklep mógł uzyskać 100 punktów. Jedynym wyjątkiem była branża turystyczna, gdzie z oczywistych względów nie dało się ocenić dostawy zakupów do klienta i związanych z tym kryteriów. W tej jednej kategorii maksymalna liczba punktów wynosiła 89.

Badanie przeprowadzone zostało  
w okresie czerwiec - wrzesień 2008

# POLACY NIE LUBIĄ ROZMAWIAĆ O PIENIĄDZACH?



## NIE U NAS.

Już **2 miliony Polaków** czyta i rozmawia o pieniądzach  
w największym portalu finansowym - Money.pl.

**Money.pl**

Portal finansowy nr 1

Money.pl Sp. z o.o.

ul. Kościuszki 29, 50-011 Wrocław  
tel. +48 (71) 3374-260, faks +48 (71) 3374-270  
firma@money.pl, www.firma.money.pl

NIP 897-16-52-608, REGON 005983438