

Tomasz Michalski, Frisco.pl: Rośniemy szybciej niż cały warszawski rynek e-grocery

data aktualizacji: 2019.12.16



Nie ma wątpliwości, co do tego, że e-commerce jest przyszłością i w perspektywie kolejnych lat nadal będzie się rozwijać. Jak pokazują prognozy rynkowe, do 2025 roku wskaźnik rocznego wzrostu sektora e-grocery powinien osiągnąć 18,6 proc. podczas gdy rynek tradycyjny będzie rósł o jedyne 3,2 proc. - mówi serwisowi wiadomoscihandlowe.pl Tomasz Michalski, dyrektor ds. komercyjnych Frisco.pl.

Na rozwoju e-commerce zyskuje również Frisco.pl. Wartość sprzedaży w tym e-sklepie od 2012 roku rośnie średnio ponad 30 proc. rocznie, czyli dużo szybciej niż cały warszawski rynek e-grocery. - Naszą misją nie jest zaspokojenie wszystkich misji zakupowych. W naszym sklepie klienci robią duże zakupy, za średnio 250-300 zł. Z tej perspektywy, czyli wyłącznie tzw. misji stock-up'owej, udział wartości sprzedaży e-grocery w Warszawie i okolicach to już ponad 8 proc. - zaznacza Tomasz Michalski. - To pokazuje, że internet staje się miejscem do robienia dużych planowanych zakupów do domu - dodaje.

Konsumenci stale poszukują sprytnych rozwiązań, które pozwolą znaleźć im więcej czasu dla siebie w natłoku obowiązków, także tych przedświątecznych. - Branża e-commerce odpowiada na to

zapotrzebowanie i to jest przyczyną jej ciągłego rozwoju. Jako Frisco.pl wpisujemy się w ten trend, czego przykładem jest możliwość składania zamówień za pomocą Asystenta Głosowego Google czy obecność aplikacji Frisco.pl na inteligentnych lodówkach Samsung – wskazuje Michalski.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/tomasz-michalski-frisco-pl-rosniemy-szybciej-niz-c,59436>