

Co trzecia paczka, która jest obsługiwana przez Poczta Polską trafia do sieci Odbiór w Punkcie. W porównaniu do danych ubiegłorocznych w 2019 roku klienci państwowej spółki odebrali w sieci click&collect dwa razy więcej przesyłek. To pierwszy taki sezon w historii tej usługi.



Poczta Polska

Rewolucja technologiczna, jaka się dzieje wpływa na wszystkie aspekty naszego życia. Powoduje, że coraz chętniej sięgamy po rozwiązania, które ułatwią nam życie. Zamiast fatygować się do sklepu, szukać miejsca parkingowego i stać w kolejkach, wybieramy prostotę i wygodę. Korzystając z wolnej chwili w pracy, czy odpoczywając w domu odpalamy smartfon, komputer czy tablet i w poszukiwaniu potrzebnej rzeczy przeglądamy wirtualną sieć handlową. Jedno kliknięcie i zakupy zrobione.

Coraz więcej e-zakupów

Z raportu Poczty Polskiej pt. „Rozwój rynku przesyłek kurierskich, ekspresowych i paczkowych (KEP) w Polsce 2014 –2023” wynika, że w 2018 roku operatorzy KEP obsłużyli ponad 476 mln paczek, czyli o 75% więcej w porównaniu do danych z 2014 roku. Wartość rynku wyniosła 6,95 mld zł (wzrost o 60% w stosunku do 2014 roku). Prognozuje się, że w 2023 roku operatorzy KEP obsłużą prawie 850 mln paczek, czyli dwa razy więcej niż w 2017 roku. Oznacza to wzrost o 78% w stosunku do ubiegłego roku. Prognozowany średni

wskaźnik rocznego wzrostu w latach 2019–2023 wyniesie 11%. Decydujący wpływ na tak dynamiczny rozwój rynku KEP ma coraz powszechniejszy internet. Zgodnie z danymi GUS, w 2010 roku dostęp do netu w gospodarstwach domowych kształtował się na poziomie 63%, natomiast w 2014 roku było to już 75%. W ostatnich latach rośnie zainteresowanie e-zakupami, a konsekwencją każdej transakcji jest nowa przesyłka KEP. Tradycyjne zakupy, takie jak artykuły elektroniczne, odzież, książki czy też zabawki zostały uzupełnione o nowe artykuły, które wcześniej klienci kupowali w tradycyjnych sklepach. Coraz częściej w e-sklepach Polacy zamawiają lekarstwa, żywność czy też artykuły budowlane. Zostaje do wyboru tylko sposób, w jaki e-zakupy mają do nas trafić. Najbardziej tradycyjna metoda – czyli usługa kurierska tylko częściowo wypełnia potrzeby klienta. Coraz częściej nie mamy możliwości, by czekać cały dzień aż do naszych drzwi zapuka kurier z przesyłką. Wolimy sami decydować gdzie i o której odbierzemy swoje zakupy.

Klient w centrum zainteresowania

W 2017 roku Poczta Polska wspólnie z partnerami rozpoczęła budowę sieci Odbiór w Punkcie, którą obecnie tworzą placówki pocztowe, stacje PKN Orlen, sklepy Żabka oraz kioski i saloniki prasowe Ruchu, w sumie ok. 12 tys. miejsc. Główną zaletą tej usługi jest jej elastyczność. Klient sam podejmuje decyzję kiedy i gdzie odbierze swoją przesyłkę. Może to zrobić przy okazji tankowania samochodu, kupowania prasy, czy robiąc codzienne zakupy. 3/4 z tych punktów czynna jest do późnych godzin nocnych, część także przez całą dobę siedem dni w tygodniu. Na stronie <https://odbiorwpunkcie.poczta-polska.pl/> można obejrzeć aktualną mapę ze wszystkimi punktami. Opcja ta jest także udostępniana przez e-sklepy. Dzięki temu klienci robiąc zakupy mogą wskazać na jaki adres mają być dostarczone. Zamawiając paczkę do punktu odbioru klient ma 7 dni na odbiór przesyłki, jeśli zdecydował się na odbiór w automacie ma na to dwa dni. Po dostarczeniu przesyłki do punktu odbioru Poczta Polska przesyła sms i mail na adres klienta. W każdym miesiącu 2019 roku miliony przesyłek trafiały do sieci Odbiór w PUNKCIE. Ponad połowa z nich odbierana jest w placówkach pocztowych, pozostałe w punktach partnerskich. Na uwagę

zasługuje fakt, że spora część Polaków decyduje się na odbiór przesyłki w placówkach pocztowych. Aż 85% przesyłek odbierana jest w dniu dostarczenia jej do punktu. Coraz częściej korzystanie z usługi mierzone jest w sekundach, dla przykładu średni czas obsługi osoby odbierającej paczkę w sklepie Żabka wynosi zaledwie 35 sekund.

Automaty uzupełnieniem dla Punktów Odbioru

Jeszcze większą swobodę daje klientowi możliwość odebrania przesyłki w automacie paczkowym. Poczta udostępnia 200 tego typu maszyn, zlokalizowanych zarówno w wyodrębnionych strefach placówek pocztowych dostępnych przez 24 godziny na dobę, jak też w sklepach Biedronka. Możliwość odebrania przesyłki w automacie samoobsługowym jest trzecią najchętniej wybieraną formą odbioru po dostawie przez kuriera i odbiorze osobistym. Dane te potwierdza raport Gemius 2018 „Ecommerce w Polsce”, z którego wynika, że grupa osób aktywnie robiących zakupy online mieści się w przedziale wiekowym 15-49, z czego ponad połowa wskazuje automat samoobsługowy jako formę dostawy motywującą do robienia zakupów przez internet.