

Głuchowo, 19 stycznia 2024 r.

Informacja prasowa

Zwroty. Nowy trend w polskiej „kurierce”

Polacy coraz częściej zamawiają i... oddają produkty kupowane w sieci. Ten wzrastający trend w branży e-commerce jest bardzo zauważalny w branży logistycznej, która musi odpowiadać na potrzeby klientów. A te koncentrują się przede wszystkim na wygodzie związanej z procesem zwrotu zakupionych artykułów.

Już 70 proc. Polaków robiących zakupy w sieci przyznało, że w ostatnim roku skorzystało z możliwości zwrotu produktu kupionego przez internet, a 46 proc. zrobiło to aż kilka razy (Raport Polaków Portfel Własny 2023). Oznacza to, że znaczna część paczek, które funkcjonują w obiegu e-commerce, ponownie wraca do sprzedawców. Zarówno więc sklepy internetowe, jak i firmy logistyczne muszą szybko i elastycznie odpowiadać na potrzeby klientów, a tym zależy już nie tylko na dogodnych opcjach dostawy (49 proc. ankietowanych), ale i łatwym procesie zwrotu produktu (24 proc., Raport Polaków Portfel Własny 2022).

– *Sprawne i wygodne zwroty towaru zakupionego przez internet budują zaufanie do sklepu i podnoszą jego wiarygodność w oczach odbiorców. Dlatego, by przyciągnąć klientów, warto zadbać o odpowiednio przygotowaną politykę zwrotów oraz o sprawdzonego partnera, który taką usługę dla danego sklepu wykona* – mówi Anna Lason, Koordynator ds. projektów sprzedażowych z GLS.

O tym, jak ważna jest ta kwestia, mówią sami ankietowani. Co trzeci z nich przyznaje bowiem, że zdarzyło mu się, że produktu nie odesłał, mimo że nie był z niego zadowolony. Głównym powodem był brak ochoty na wypełnienie formalności związanych ze zwrotem. Inne to m.in. brak możliwości bezpłatnego zwrotu czy nieodpowiadająca im opcja darmowego zwrotu, np. przez kuriera.

– *W polityce zwrotów, którą reguluje prawo konsumenckie, bardzo ważny jest wybór odpowiedniej firmy realizującej dostawy i zwroty. Dziś klientom zależy przede wszystkim na elastyczności, którą zapewniają opcje zwrotu towaru zarówno przez kuriera, jak i w punktach partnerskich zlokalizowanych w sklepach czy supermarketach. Chcą mieć możliwość zwrotu paczki szybko, bez zbędnych formalności i w dowolnych godzinach – od rana do wieczora* – mówi Anna Lason. Jak dodaje, klient, który towaru w sklepie nie zwrócił właśnie z powodu

nieodpowiadającej mu lub zbyt skomplikowanej formy zwrotu, do sklepu internetowego już najprawdopodobniej nie wróci. – Sprawnie funkcjonujący proces oraz dobrze opracowana polityka zwrotów to wyróżniki świadczące o wysokiej jakości obsługi klienta, które w znaczący sposób zwiększają przywiązanie Klientów do sklepu. – podkreśla Anna Lasoń.

Jak wygląda szybki i wygodny zwrot produktów?

Klienci e-commerce, którzy głównie kupują w internecie odzież i dodatki, w 64 proc. zwracają towar ze względu na zły rozmiar, niską jakość czy uszkodzenie. Jednocześnie oczekują, że unikną wypełniania formularza zwrotu czy logowania się na swoim koncie. Chcą też zwrócić produkty bezpłatnie.

– Do tego oczywiście dochodzi jeszcze elastyczna możliwość zwrotu. W GLS klient może zwrócić artykuły za pośrednictwem kuriera i w punktach Szybkiej Paczki, który posiadamy już ponad 6 tys. w całej Polsce. Działamy też w całej Europie, co umożliwia szybkie zwroty do sklepów internetowych funkcjonujących poza granicami naszego kraju – mówi Anna Lasoń.

W ramach współpracy z GLS klienci mają wybór wśród takich usług jak **ShopReturnService** (zwrot towaru w wybranym punkcie Szybkiej Paczki), **Pick&ReturnService** (odbiór paczki ze wskazanego adresu i przekazanie ich do nadawcy) czy **Pick&ShipService** (odbiór paczki z każdego adresu i przekazanie jej pod inny). Dodatkową usługą, która sprawdza się zwłaszcza przy współpracy z firmami serwisującymi sprzęt, jest **ExchangeService** pozwalający na doręczenie paczki i jednoczesny odbiór towaru do zwrotu.

Małgorzata Markowska, GLS Poland
E-mail: malgorzata.markowska@glz-poland.com
Telefon: +48 695 354 791

Adriana Kondratowicz, PR Expert
E-mail: akondratowicz@prexpert.com.pl
Telefon: + 48 502 332 358

O Grupie GLS

Grupa GLS jest jednym z największych niezależnych dostawców usług kurierskich w Europie, z rozwiniętą aktywną obecnością w prawie wszystkich krajach kontynentu. W ramach sieci spółek zależnych, działa również w Kanadzie i na Zachodnim Wybrzeżu USA. Każdego dnia pozwala to GLS sprawnie dostarczać klientom i społecznościom miliony paczek i związanych z nimi historii. Swoją siecią GLS zarządza proaktywnie – rynki, na których działa, łączy w sposób elastyczny i zwinny, reagując na ich szybkie zmiany i dynamikę. Firma jest dumna z tego, że zapewnia swoim klientom wysokiej jakości usługi w ponad 40 krajach. Sieć GLS składa się z około 120 centrów



dystrybucyjnych, ponad 1,6 tys. filii, prawie 36 tys. pojazdów odpowiadających za ostatni etap dostawy i ponad 6,2 tys. samochodów liniowych. Gwarantuje to doskonałą elastyczność i zwiększony zasięg działania. W latach 2022/23 Grupa GLS wygenerowała rekordowe przychody w wysokości 5,4 miliardów euro, dostarczając 862 milionów paczek na wszystkich obsługiwanych rynkach. Więcej informacji na stronie gls-group.com.