**Polska najszybciej rosnącym rynkiem kuponowym w Europie**

**Polska jest najszybciej rozwijającym się rynkiem kuponowym dla Flipit.com w Europie. Ta globalna webowa platforma dostarcza darmowe kupony, które można wykorzystać w wielu Polskich i zagranicznych sklepach internetowych. Szacuje się, że wartość polskiego rynku e-commerce wzrośnie o 21,4% w 2013 roku i osiągnie poziom 26,1 mld złotych (Interaktywnie.com).**

*"Kiedy rozważaliśmy kraje w których chcieliśmy uruchomić Flipit, zadecydowaliśmy, że rozpoczniemy od najlepszych rynków wschodzących zamiast od największych rynków rozwiniętych. Dziesięć lat temu rynek handlu elektronicznego w Polsce był wart tylko 300 milionów brutto. To tylko 1,5% z 21,5 mld złotych, które rynek e-commerce zarobił w 2012 roku. Potencjał wzrostu w Polsce jest ogromny i to właśnie Polska jest obecnie dla nas najbardziej ekscytującym krajem w Europie."* - Jochem Vroom, założyciel Flipit.com.

Obecnie 67% polskich gospodarstw domowych posiada dostęp do Internetu, według badań przeprowadzonych przez UPC Polska "Diagnozy Społecznej 2013". Spośród tych respondentów z dostępem do internetu, aż 70% robiło zakupy w sklepach internetowych. Ponadto, aż 38% wszystkich zamówień pochodziło od zagranicznych sklepów. Polskie firmy i sklepy muszą teraz coraz częściej konkurować nie tylko na lokalnym rynku, ale także na poziomie międzynarodowym (a przynajmniej europejskim). I choć rynek e-commerce w Polsce dojrzewa, to wciąż jest jeszcze wiele do zdobycia dla polskich firm internetowych.

W ciągu ostatnich sześciu lat ilość polskich witryn e-commerce wzrosła ponad czterokrotnie do poziomu ponad 12,000 sklepów. Nasycenie rynku handlu elektronicznego sprawia, że właściciele sklepów internetowych poszukują nowych i innowacyjnych metod promocji, na przykład na stronach takich jak Flipit.com. Badanie "eCommerce Polska 2012" pokazuje, że promocje, takie jak rabaty i kupony są istotnym bodźcem skłaniającym klientów do dokonania zakupu. Stąd, aby zwiększyć przychody i obroty, właściciele sklepów internetowych coraz częściej wybierają reklamę efektywnościową (z ang. Performance marketing). Obecnie już co dziesiąty sklep internetowy w Polsce korzysta z reklamy efektywnościowej, a według Zanox, pozostanie to w tendencji wzrostowej, o czym wyraźnie świadczy ubiegłoroczny 313% wzrost przychodów, wygenerowany w sieci Zanox za pomocą urządzeń mobilnych.

Informacje dla redaktorów: W przypadku chęci przeprowadzenia wywiadu z Jochemem Vroomem (założycielem Flipit.com) bądź jakikolwiek pytań odnośnie powyższej informacji prasowej proszę śmiało pisać na jacek@flipit.com.