POLSKI KOSZYK

DELIKATESY INTERNETOWE

WWW.POLSKIKOSZYK.PL

Polskikoszyk.pl – jak to się zaczęło?

XII. 2014 r. – zderzenie pomysłów i doświadczeń

- **Piotra Kondraciuka**
  Znajomość rynku FMCG w tym w szczególności produktów lokalnych, ekologicznych

- **Roberta Chojnackiego**
  wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu i analizie finansowej

- **Macieja Dymkowskiego**
  Projektowanie rozwiązań IT oraz serwisów www

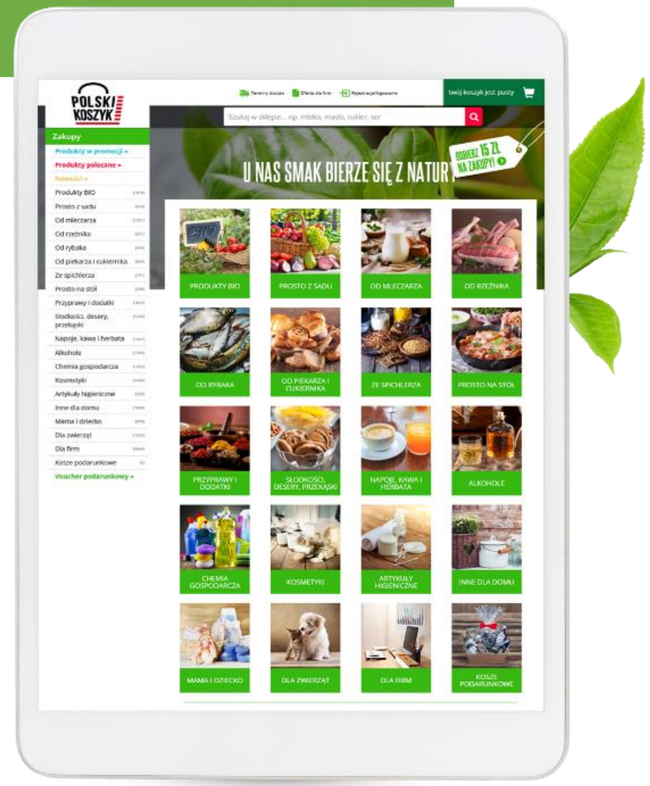
III.2015 r. – Stworzenie głównej koncepcji sklepu polskikoszyk.pl opartej na

- Nowatorskich rozwiązaniach w zakresie zarządzania asortymentem sklepu

- Ocenie potrzeb klientów w zakresie dostępności szerokiego wyboru produktów, w tym ekologicznych i lokalnych

- Ocenie trendów w zakresie korzystania z Internetu, a w szczególności zakupów online

IV.2016 r.
START SERWISU



Kamienie milowe

XII.2018 – pierwszy miesiąc
z pozytywnym wynikiem finansowym

IX.2018 – wdrożenie narzędzi do
aktywnego zarządzania cenami

IV.2018 r. – 22 tys. produktów
w dostępnej ofercie

IV.2017 r. – zamówienie nr 10 000

XII.2016 r. – 16 tys. produktów
w dostępnej ofercie

11.05.2016 r. – pierwsza dostawa kurierska (Jasło)

04.05.2016 r. – pierwsza dostawa transportem własnym

30.04.2016 r. – start sklepu

Model biznesowy

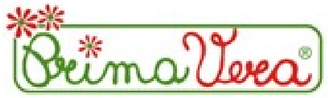
Szeroka i zróżnicowana oferta produktowa	Obecnie 23 tys. produktów w systematycznie rosnącej ofercie, w tym najszersza na rynku e-grocery oferta polskich producentów razem ze znaczącym udziałem produktów ekologicznych i lokalnych
Dostawa w modelu hybrydowym	• Dostawa na terenie Warszawy i okolic transportem firmowym • W Polsce i innych krajach świata we współpracy z wybranymi firmami kurierskimi • Dostawa wyłącznie do klienta (transport własny plus firmy kurierskie) bez dostawy np. click-and-collect jako efekt świadomej strategii wygody klientów i ich oczekiwań
Model just-in-time	Współpraca z szeroką grupą dostawców w modelu ‚just-in-time' zapewnia nie tylko szerokość oferty, ale również pozwala ograniczyć koszty oraz zaangażowanie kapitału w majątek obrotowy
Oferta produktowa dla klientów B2C i B2B	• B2C, czyli konsument mieszkający w Polsce i zagranicą (Polacy obcokrajowcy), który kupuje produkty na potrzeby swoje lub osób bliskich (często w innych miejscowościach); • B2B, czyli firmy w Polsce i zagranicą, kupujące na potrzeby własne lub ewentualnie do dalszej odsprzedaży;
Liczna grupa dostawców	Współpraca z dostawcami, zaopatrującymi zarówno tzw. handel tradycyjny, jak i nowoczesny – zapewnia dostęp do produktów i ofert specjalnych kierowanych do tych dwóch kanałów dystrybucji
Elastyczna polityka cenowa	Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom informatycznym i szerokiej grupie dostawców (brak zależności od jakiejkolwiek grupy handlowej) zdolność do szybkiej reakcji na politykę cenową konkurentów oraz wykorzystywania okazji cenowych

Nasze przewagi na tle konkurencji

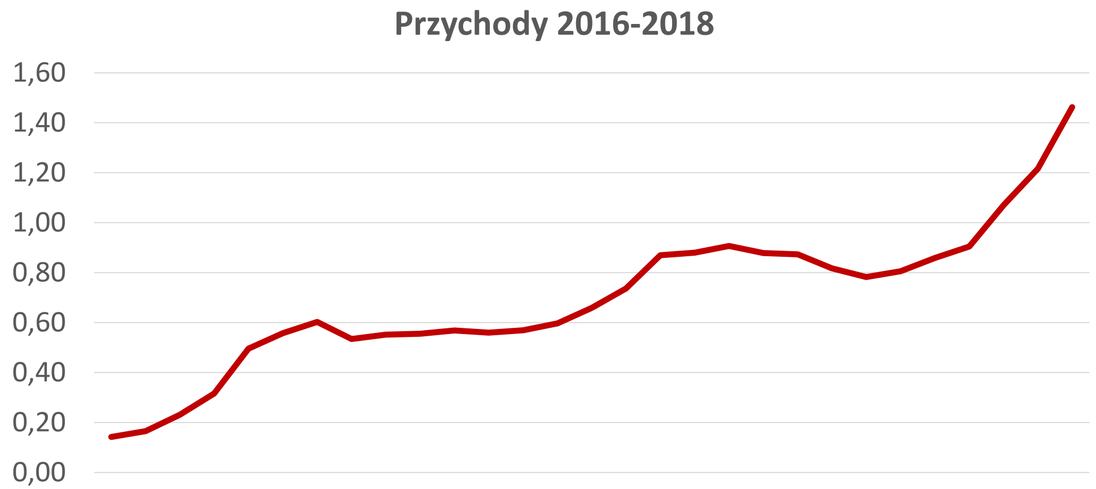
polskikoszyk.pl	Konkurencja
Obecnie stale dostępne 23 tys. produktów, od 2021 roku >50 tys. produktów	3-6 tys. w sklepie dyskontowym 12 – 14 tys. w sklepach www z produktami FMCG 17 – 19 tys. w sklepach wielkopowierzchniowych
Powyżej 3 tysięcy produktów ekologicznych	1 – 1,5 tys. w dużych sklepach www lub sklepach wielkopowierzchniowych
Produkty od małych lokalnych dostawców dostępne w stałej ofercie	1) Specjalistyczne sklepy w których brak jest wielu produktów codziennego użytku; 2) Specjalne akcje z produktami od lokalnych dostawców – dostępność ograniczona w czasie;
Szerokość oferty polskich producentów – standardowo wszystkie dostępne aktualnie w sprzedaży produkty	Top-sellers od danego producenta
Własne, dostosowane do potrzeb rozwiązania IT – stale modyfikowane, aby być stale najlepiej dopasowanym do realiów rynkowych	Niejednokrotnie droższe oprogramowanie „z półki”, mające ograniczenia w dynamicznym dostosowywaniu się do zmieniającego e-commerce

Polskikoszyk.pl to połączenie wielu nowatorskich i innowacyjnych rozwiązań technologicznych z niespotykaną na rynku szerokością oferty i zasięgiem dostawy

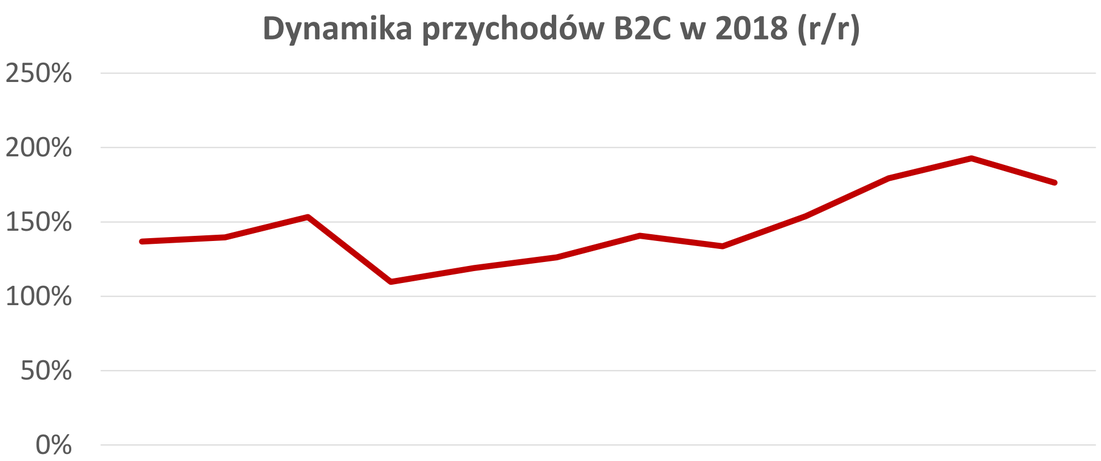
Marki w naszym sklepie

	Marki krajowe	Marki zagraniczne
Znane marki		
Lokalni producenci		

Dynamiczny rozwój



*3 miesięczna krocząca



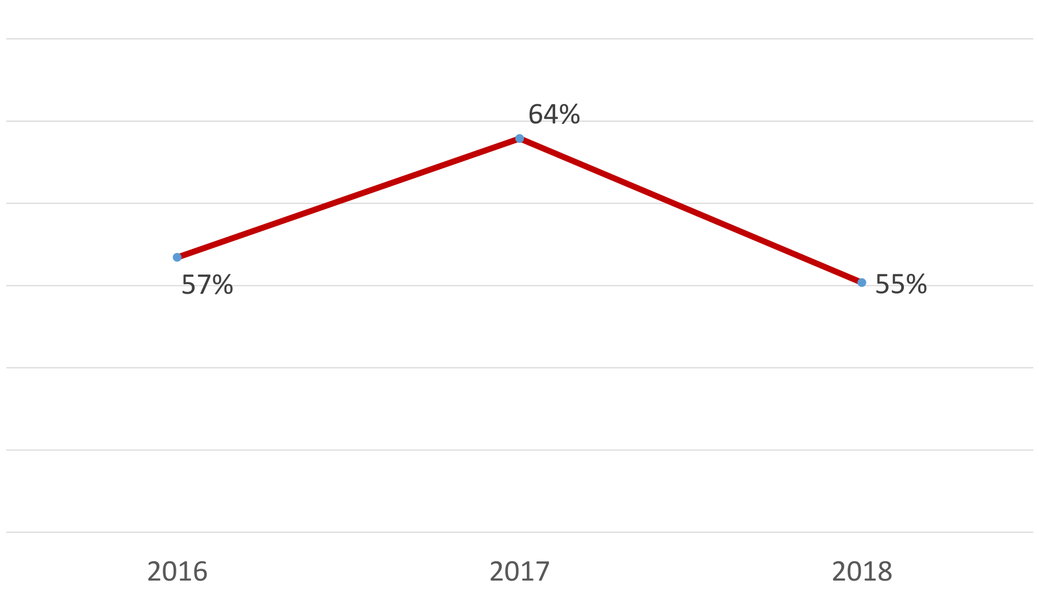
- Od początku działalności polskikoszyk.pl dynamicznie zwiększa skalę działalności
- W 2018 roku nie było miesiąca w segmencie B2C z dynamiką przychodów mniejszą niż 100% (r/r)
- Rosnące znaczenie sprzedaży eksportowej, która staję się jednym z „driverów” wzrostu
- Wzrosty notujemy zarówno w segmencie B2C i B2B, transporcie własnym i segmencie kurierskim
- Pierwsze miesiące 2019 roku pozwalają z optymizmem patrzeć na wyniki za cały bieżący rok

Polskikoszyk.pl to powracający klienci

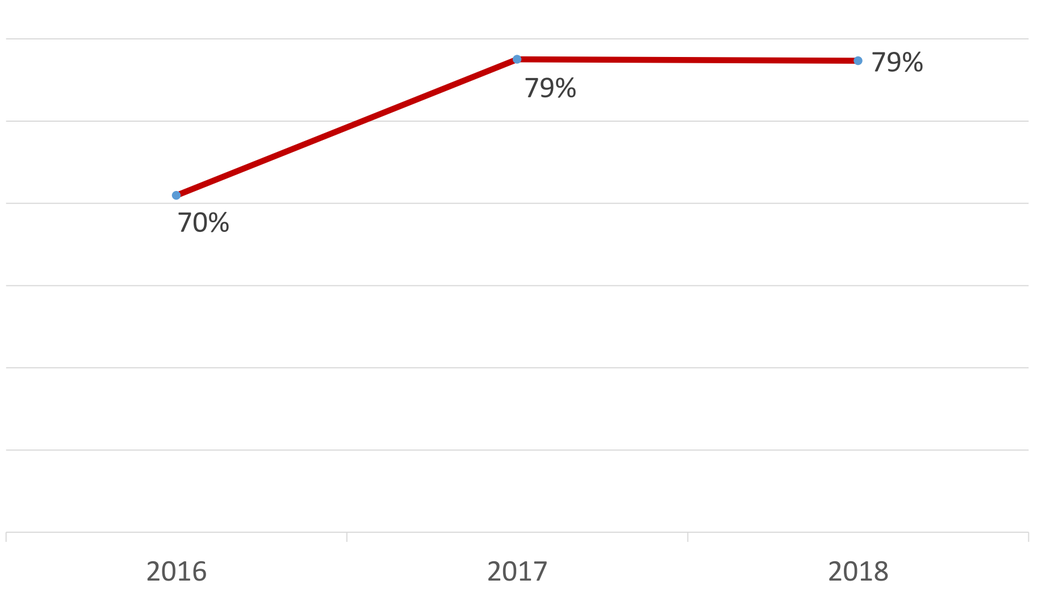
Nasi powracający klienci* odpowiadają za blisko 80% sprzedaży w segmencie transportu własnego (Warszawa i okolice)

Spadek udziału w przychodach ogółem w 2018 to efekt szybko rosnącej sprzedaży kurierskiej i pozyskiwania nowych klientów

Udział w przychodach ogółem

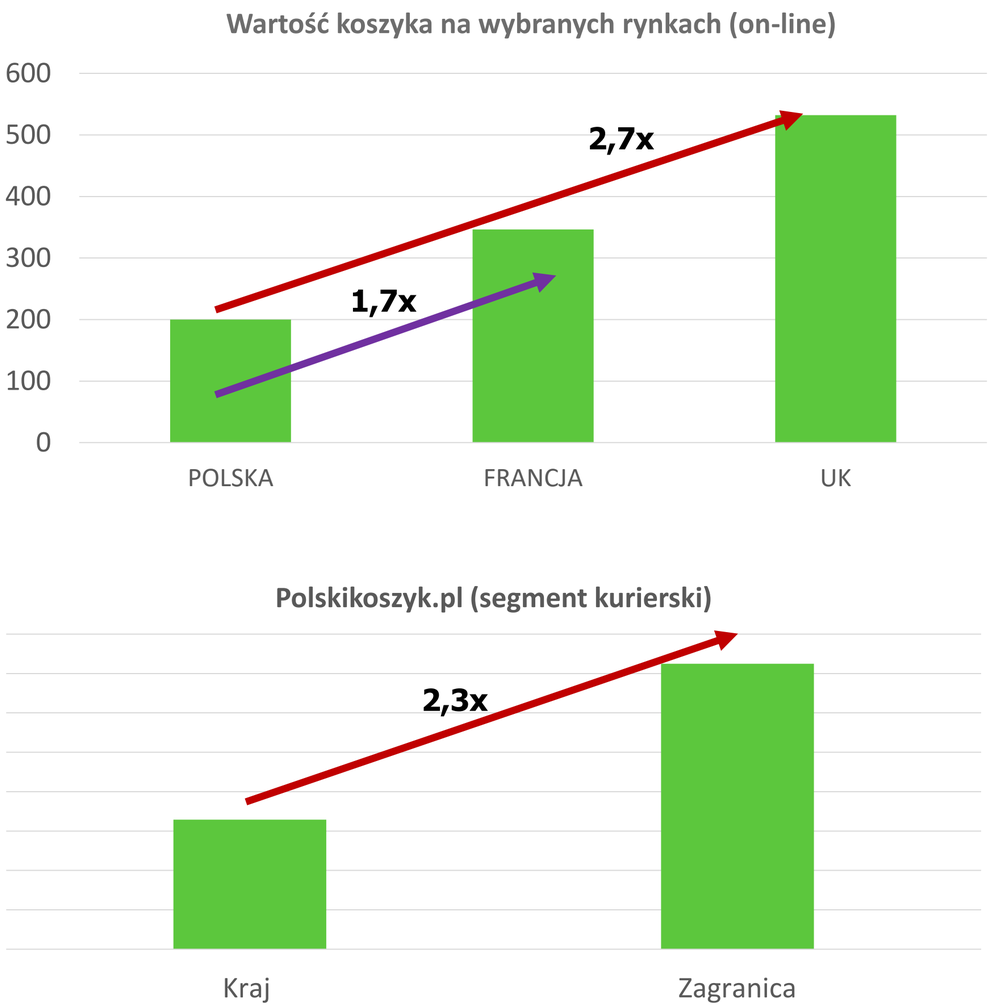


Udział w transporcie własnym



*klienci, którzy zrobili zakupy co najmniej 4 razy w danym roku

Dlaczego zagranica jest tak interesująca?



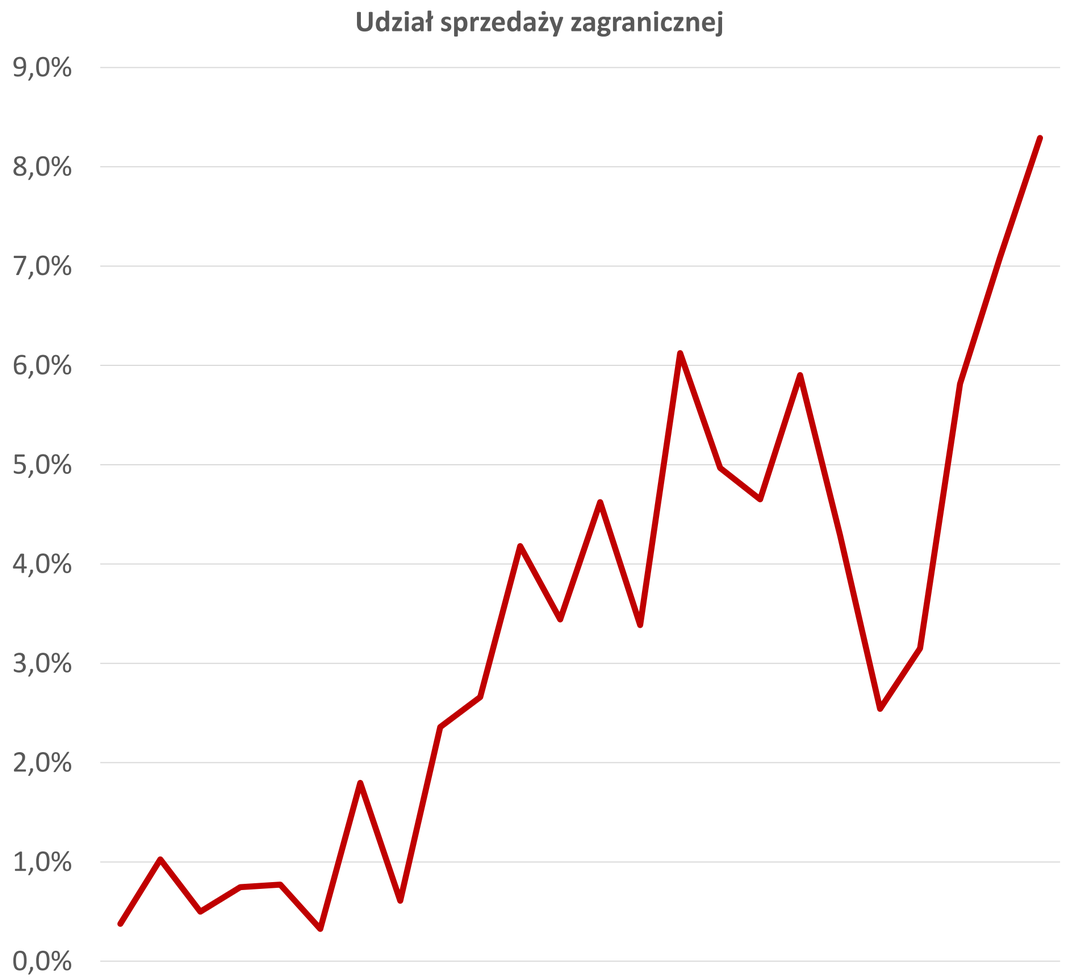
- Zakupy online produktów spożywczych na czterech największych rynkach europejskich to ok. 25 mld EUR

- W Europie udział zakupów online w rynku FMCG dochodzi nawet do 7% (UK). Dla porównania w Polsce ten udział szacowany jest na 0,7%

- Dużo wyższy dochód rozporządzalny potwierdzony średnią wartością paragonu

- Logistyka, w szczególności w Europie, nie jest już barierą dotarcia ani do klienta ani rozwoju na rynkach zagranicznych

Klienci zagraniczni



*lata 2017-2018, segment B2C

B2C

- w większości pochodzą z niedużych miejscowości rozsianych po całej Europie (Niedertrebra, Baños y Mendigo, Brain-sur-Allonnes, Laigueglia, Stoke on Trent);

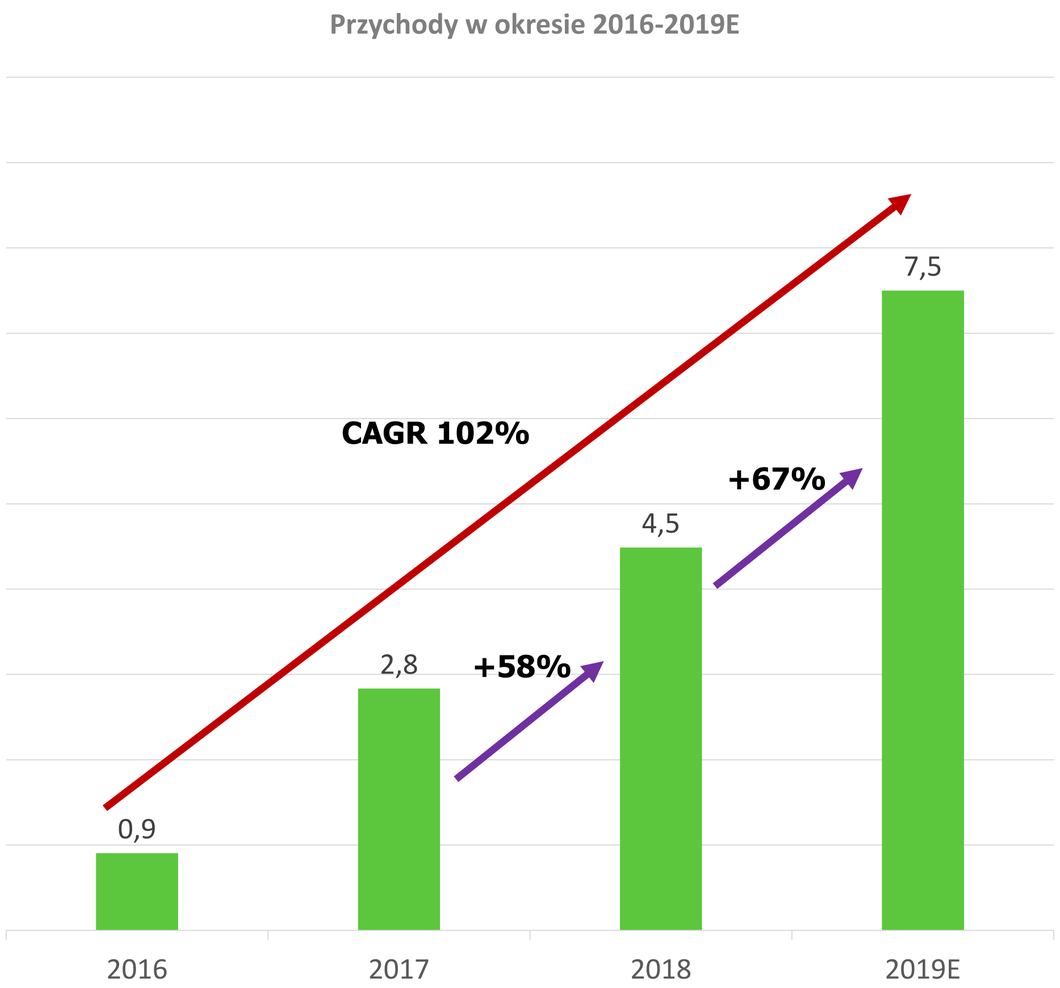
- są klientami którzy regularnie robią zakupy w naszym sklepie;

- polecają nasz sklep swoim znajomym mieszkającym w tych samych miejscowościach;

B2B

- kompletna oferta produktowa jest przewagą w obsłudze zagranicznych sklepów z polskimi produktami i zakładamy istotny udział części zagranicznej w całości segmentu B2B

Strategia i cele



2019

Udostępnienie oferty sklepu dla klientów w większości krajów świata

Poszerzenie oferty do 27 tys. produktów (koniec roku)

Wzmocnienie współpracy z lokalnymi producentami;

Szacowany wzrost przychodów o ponad 67% do 7,5 mln PLN

2020

Poszerzenie oferty do 50 tys. produktów (koniec roku)

Poszerzenie współpracy z lokalnymi producentami

Wprowadzenie nowych technologicznych rozwiązań „polskikoszyk.pl 2.0”

Możliwy debiut firmy na NewConnect

2021

Kilkukrotny wzrost sprzedaży versus 2018 rok

Pytania ?