

## Pomorska droga do e-commerce



DAMIAN WISZOWATY

założyciel oraz Prezes Zarządu, Gonito

Gdynska firma Gonito oparła swój biznes na Amazon – największej wirtualnej platformie handlowej na świecie. Wysokospecjalistyczna wiedza dotycząca tego serwisu pozwoliła jej zaistnieć na polskim rynku i z sukcesem wchodzić na rynki zagraniczne. W jaki sposób pomorskiemu przedsiębiorstwu udało się znaleźć niszę na tej potężnej platformie? Dlaczego handel na Amazon jest uznawany za e-commerce'owy crossfit? Jakie perspektywy stoją dziś przed polską branżą e-handlu?

Rozmowę prowadzi Marcin Wandałowski – redaktor prowadzący „Pomorskiego Przeglądu Gospodarczego”.

### **W jakim stopniu jest dziś rozwinięty rynek e-commerce w Polsce?**

Nie przytoczę tu konkretnych liczb, ale z pewnością jest jednym z większych w Europie. Słyszałem, że jest sześciokrotnie mniejszy niż niemiecki, co – mając na uwadze dysproporcje jeśli chodzi o liczbę ludności, potencjały gospodarek czy nasze zapóźnienie rozwojowe związane z pozostawaniem przez niemal pół wieku pod jarzmem komunizmu – uważam za naprawdę dobry wynik. Dość powiedzieć, że nasze Allegro jest szóstą największą platformą sprzedażową w całej Europie – i to, podkreślam, w kraju, gdzie liczba ludności znacząco odbiega od Niemiec, Francji, Wielkiej Brytanii czy Włoch.

### **Nasz e-commerce'owy rynek ma podobny charakter do rynków zachodnioeuropejskich czy widać jednak między nimi istotne różnice?**

Polski rynek, choć wykazuje wiele podobieństw względem rynków Europy Zachodniej, w skali europejskiej jest pewnym ewenementem. Choć tak jak w wielu innych państwach, również u nas jest jeden hegemon – Allegro – który odpowiada za około połowę handlu w sieci, jednak popularność zyskał u nas inny niż na Zachodzie model sprzedaży. Wynika to z aukcyjnego charakteru platformy Allegro, którą można porównać do internetowego bazaru, gdzie klienci mogą nie tylko kupować towary za określoną kwotę, ale też je licytować, sprzedawcami są nie tylko rozpoznawalne, uznane firmy, ale

i osoby prywatne, które wystawiają używane auto czy wieżę stereo. Zgoła odmienny charakter ma natomiast popularny na wielu rynkach zachodnioeuropejskich Amazon, który wygląda bardziej jak galeria handlowa, w której swoje boksy czy sklepy mają wyłącznie certyfikowani sprzedawcy.

**Czy nie jest jednak tak, że Allegro traci udziały na polskim rynku na rzecz małych sklepików internetowych, które rosną jak grzyby po deszczu?**

Choć takich sklepów faktycznie przybywa, udział Allegro jest niezmienny, a nawet odrobinę wzrasta – ciągle oscyluje w granicach 50% rynku. To imponujący wynik, mając na uwadze wciąż rosnącą popularność e-commerce, wynikającą z postępującej cyfryzacji, coraz większej dostępności do internetu.

**Polacy nie boją się już kupować przez internet? Pamiętam, że w erze modemów handel internetowy cieszył się raczej złą sławą – przestrzegano przed nieuczciwymi sprzedawcami, przed wadliwymi produktami itp.**

Polski rynek bez wątpienia się ucywilizował. Duża w tym zasługa „metod wychowawczych” Allegro, czyli pewnego rodzaju rygorów, wymogów względem sprzedawców – są one wyraźnie bardziej wyśrubowane niż jeszcze kilka lat temu, choć swoją drogą nadal znacznie „lżejsze” niż np. na Amazon. Wpływa to na poprawę standardów obsługi, jakości sprzedawanych towarów oraz generalnie – na markę polskiego e-commerce’u. Kupowanie przez internet przestało się już kojarzyć z nabywaniem rzeczy o niskiej jakości, a wręcz przeciwnie – często to właśnie przez sieć najłatwiej kupić nawet towary luksusowe.

“ **Polski rynek e-commerce w ostatnich latach się ucywilizował. Kupowanie przez internet przestało się już kojarzyć z nabywaniem rzeczy o niskiej jakości, a wręcz przeciwnie – często to właśnie przez sieć najłatwiej kupić nawet towary luksusowe.**

**Chcąc sprzedawać swoje produkty przez internet, lepiej założyć konto na platformie typu Allegro czy raczej otworzyć własny sklep internetowy?**

Wszystko zależy od charakterystyki biznesu, od rodzaju sprzedawanego towaru – nie ma jednej, uniwersalnej metody. Jeśli miałbym sprzedawać farby i lakiery, otworzyłbym platformę dla hurtowników. Jeśli chciałbym handlować wytworzonym przez siebie rękodziełem, celowałbym w tzw. *omnichannel*, czyli w wejście w różnego rodzaju kanały: Amazon, Allegro, własny sklep internetowy, eBay, Etsy itd. Starałbym się pokazać klientowi wszędzie, gdzie się da. W obecnym stadium rozwoju przedsiębiorczości stworzenie własnej marki na bazie e-commerce jest dużo łatwiejsze niż kiedykolwiek – z kolei trudniej niż kiedykolwiek się przebić.

**Ostatnio coraz większą popularność wśród polskich sprzedawców internetowych zyskuje Amazon – dlaczego?**

Polska znajduje się w konkretnej sytuacji geopolitycznej: leży w sercu Europy, jest członkiem Unii Europejskiej, ale nie w strefie euro, ma relatywnie niskie koszty pracy, magazynowania i logistyki, może dostarczać wysokiej jakości towary po cenach niższych niż na Zachodzie – wszystko to sprawia, że jest bardzo atrakcyjnym miejscem do sprzedaży towarów za granicę. Dlatego też wejście polskiego sprzedawcy na Amazon to po prostu logiczna, naturalna kolej rzeczy.

“ Polska leży w sercu Europy, jest członkiem Unii, ale nie w strefie euro, może dostarczać wysokiej jakości towary po cenach niższych niż na Zachodzie – wszystko to sprawia, że jest bardzo atrakcyjnym miejscem do sprzedaży towarów za granicę. Dlatego wejście polskiego sprzedawcy na Amazon to naturalna kolej rzeczy.

**Dlaczego więc polscy sprzedawcy dopiero teraz zaczęli dostrzegać potencjał Amazon – przecież jesteśmy w Unii nie od dziś, a kilka lat temu byliśmy jeszcze tańsi?**

Wydaje mi się, że polscy sprzedawcy musieli po prostu do tego dojrzeć. Nie tak dawno handlowali na Allegro masowo sprowadzanymi towarami z Chin. Nastąpił prawdziwy wysyp sprzedawców, rynek zaczął się nasycać – konkurencja była ogromna, drastycznie zmniejszyły się marże. Dopiero wtedy bardziej świadomi przedsiębiorcy zorientowali się, że nie tędy droga, i zaczęli się rozglądać za alternatywami. Najlepszym wyjściem okazały się rynki zachodnie. Śmiem twierdzić, że w tym całym procesie kluczowa jest nasza obecność w Unii – pozycjonuje to naszą gospodarkę i firmy jako bezpieczne, wiarygodne i przewidywalne. Nasza sytuacja więc diametralnie różni się od np. Ukrainy, która nie dość, że zmagą się z wojną w Donbasie i niepokojami geopolitycznymi, to nie jest zintegrowana gospodarczo z Unią. Warto wykorzystywać naszą sytuację.

**Właśnie wokół Amazon zbudowana została gdyńska firma Gonito, której jesteś twórcą. Na czym polega Wasz biznes i skąd zrodził się na niego pomysł?**

Kilka lat temu, będąc jeszcze na studiach prawniczych, zacząłem się interesować platformą Amazon pod kątem prowadzenia oraz obsługi sprzedaży. Można powiedzieć, że razem ze współnikiem poznaliśmy go od podszewki, nauczyliśmy się, jak działa. W międzyczasie, czysto hobbystycznie, mieliśmy okazję pomagać kilku sklepom w prowadzeniu ich kont na Amazon. Efekty naszej pracy były dobre, czego najbardziej obrazowym przykładem jest sklep obuwniczy z Gdyni, którego obroty wzrosły dwukrotnie po tym, jak wprowadziliśmy go na platformę i zaczęliśmy prowadzić tam jego konto. Wówczas zrodził się pomysł, by wykorzystać nasze umiejętności do prowadzenia działalności biznesowej.

W kwietniu 2016 r. powstało Gonito. Byliśmy pierwszym w Polsce podmiotem wyspecjalizowanym w obsłudze handlu na Amazon. Od tego czasu oferujemy naszym klientom pełen wachlarz usług,

które skupiają się przede wszystkim na wprowadzaniu firm na tę platformę, bieżącym utrzymaniu konta sprzedażowego, zapewnieniu jego bezpieczeństwa i wysokiej efektywności. Zajmujemy się kompleksową obsługą, obejmującą zarówno kwestie księgowo, praw własności intelektualnej, operacyjne, integracyjne, logistyczne czy nawet marketingowe.

**Z całym szacunkiem – brzmi to jednak dość banalnie. Przedsiębiorca nie może się zająć sam obsługą konta na Amazon – czy to osobiście, czy za pośrednictwem swojego działu handlowego czy marketingowego?**

Wielu ludziom wydaje się, że Amazon to takie globalne Allegro, z którego przecież bardzo łatwo się korzysta. To założenie jest jednak błędne z jednej podstawowej przyczyny. Allegro jest platformą aukcyjną, na której można handlować czy licytować. Z kolei Amazon to przede wszystkim nie tyle platforma sprzedażowa, ile platforma transferu pieniędzy – to jest *core business*, a prowadzenie handlu to jedynie nakładka, która generuje przepływ pieniędzy. Platforma sprzedażowa pozwala firmie Amazon na gromadzenie pieniędzy, podczas gdy na Allegro czy eBayu systemy płatności są rozdzielne, zewnętrzne.

“ Amazon to przede wszystkim nie tyle platforma sprzedażowa, ile platforma transferu pieniędzy – to jest *core business*, a prowadzenie handlu to jedynie nakładka, która generuje przepływ pieniędzy.

Ze względu na to, że na Amazon profil sprzedażowy jest jednocześnie portmonetką walutową przedsiębiorstwa, obowiązują tam bardzo restrykcyjne zasady, normy, w szczególności w zakresie operacji pieniężnych. Na przykład nie można wypłacać pieniędzy ze swojego konta, kiedy się chce i jak często się chce. Nie można też dokonywać operacji finansowych przez pierwsze 2-3 tygodnie od rozpoczęcia działalności na platformie, w ten sposób bowiem weryfikowane jest z jednej strony to, czy jako profesjonalny sprzedawca jesteśmy na tyle silni, by przez ten czas „przetrwać” bez wpływów z tego źródła, z drugiej zaś to, czy nasi klienci nie narzekają na to, że nasze towary są defektywne, niepełnowartościowe czy niezgodne z opisem. Polscy przedsiębiorcy korzystający z e-commerce na krajowym rynku są nieprzyzwyczajeni do takich wymogów, dla wielu to wręcz szok.

**Czy nie jest jednak tak, że są oni generalnie bardzo zaradni i przyzwyczajeni do poruszania się w zawiłych meandrach polskiego biznesu, dzięki czemu są też w pewien sposób naturalnie predysponowani do pokonywania różnorodnych barier, również np. na Amazon?**

O zaradności polskich przedsiębiorców, szczególnie z lat dziewięćdziesiątych faktycznie wiele się słyszało i pewien „gen” radzenia sobie, dostosowywania się do zmieniających się okoliczności z pewnością u wielu pozostał do dziś. Niemniej jednak na polu e-commerce polskim sprzedawcom udzieliło się nieco rozleniwienie, opieszałość, wynikające z tego, że przyzwyczaili się do Allegro, czyli miejsca, w którym to sprzedający był zawsze stroną silniejszą, a klient musiał się

dostosować. Wielu z nich myśli, że na Amazon jest tak samo. A to nieprawda – aby móc dobrze funkcjonować na tej platformie, trzeba być bardzo dobrze zorganizowanym, ułożonym, mieć pod kontrolą wszystkie procesy: od integracji, przez logistykę, obsługę klienta, aż po pozycjonowanie. W branży mówi się, że Amazon to taki e-commerce'owy crossfit – w każdej dziedzinie biznesowego rzemiosła trzeba być choć trochę dobrym, by dać sobie tu radę.

### **Jakie są konsekwencje niedostosowania się do wymogów Amazon?**

Konsekwencje naruszenia ustalonych reguł mogą być poważne, a nawet opłakane. Konto przedsiębiorstwa na platformie może zostać np. zablokowane, co z punktu widzenia działalności firmy oznacza brak możliwości wypłaty środków czy przeprowadzania jakichkolwiek operacji na koncie. Może też dojść do usunięcia konta. Prowadząc nasz biznes, zauważyliśmy to i zagospodarowaliśmy tę niszę. Specjalizujemy się w odblokowywaniu kont sprzedażowych i głównie za sprawą tej właśnie usługi udaje się nam znajdować klientów na zagranicznych rynkach.

### **Macie oddzielne usługi przygotowane dla polskich i zagranicznych klientów?**

Usługi są takie same, inne są jednak zapotrzebowania przedsiębiorstw na poszczególnych rynkach. Docelowo chcemy odpowiadać za kompleksową obsługę firm wchodzących na Amazon, bądź też już na nim funkcjonujących. Realizowanie takiej strategii jest jednak możliwe głównie na rynkach, na których platforma ta nie jest jeszcze powszechnie znana i użytkowana, gdzie firmy nie posiadają jeszcze specjalistycznej wiedzy dotyczącej Amazon. Z tego też powodu wprowadzaniem przedsiębiorstw na platformę, a następnie całościową obsługą kont zajmujemy się przede wszystkim na polskim rynku, a w planach mamy już kolejne – w państwach Europy Środkowo-Wschodniej, gdzie poziom znajomości Amazon jest na razie podobny lub mniejszy niż w Polsce.

Z kolei na rynkach okrzepłych, dojrzałych, znających dobrze tę platformę, jak np. niemieckim, brytyjskim czy francuskim, staramy się znaleźć dla siebie miejsce za pomocą naszej specjalizacji – ratowania sytuacji firm, których konta zostały zawieszane czy zablokowane. Pomimo że Amazon jest tam znany i przedsiębiorstwa generalnie wiedzą, jak go obsłużyć, to i tak często brakuje im znajomości różnego rodzaju kruczków, niuansów. My je znamy i jest to dla nas szansa na wykazanie się, a z drugiej strony – na zdobycie kolejnych zleceń. Często jest bowiem tak, że klient, któremu odblokowaliśmy konto, widzi, że znamy się na fachu, i decyduje się na szerszą współpracę albo poleca nas innym. Po pierwsze, ze względu na jakość usług, po drugie, ze względu na koszty: pod względem ekonomicznym często taniej jest wykupić abonament na nasze usługi, niż np. utrzymać zatrudnionego w firmie specjalistę czy nawet zespół obsługujący Amazon. Nasze usługi mogą więc generować dla firm realne oszczędności.

“ Zachodni klienci cenią sobie nasze usługi, po pierwsze, ze względu na ich jakość, po drugie, ze względu na koszty: pod względem ekonomicznym często taniej jest wykupić oferowany przez nas abonament, niż np.

## utrzymywać zatrudnionego w firmie specjalistę czy nawet zespół obsługujący Amazon.

**Trudno jednak sobie wyobrazić, by usługa, którą oferujecie, mogła zastąpić np. cały dział w wielkiej, globalnej firmie. Jakiej wielkości przedsiębiorstwom opłaca się korzystać z oferty Gonito?**

Mamy doświadczenie we współpracy z wieloma podmiotami – większość klientów to przedsiębiorstwa mikro i małe, ale mamy też w swoim portfolio kilka średnich firm czy nawet dużych klientów korporacyjnych. Naszą dużą zaletą jest elastyczność – nie jest tak, że zawsze wchodzimy w tkankę firmy, przejmując całość działalności. Często zdarza się, że część kompetencji przedsiębiorstwa wolą zachować dla siebie – nie ingerujemy w to, tylko zachowujemy się nieco jak plomba w zębie: dostosowujemy się do tej struktury, uzupełniając wskazane nam braki.

**W jaki sposób udało się Wam wyrobić markę na rynku i zdobywać klientów?**

Jak wspominałem, na rynku polskim byliśmy pierwszymi specjalistami od niezbyt dobrze znanego jeszcze w naszym kraju Amazon. Pomagaliśmy wielu przedsiębiorstwom w kryzysowych sytuacjach, zyskaliście opinię „ratowników”. Dzięki temu jesteście rozpoznawalni i nie mamy problemów ze znajdowaniem tu klientów. Jesteście zapraszani na wiele konferencji, targów i prelekcji – często w nich uczestniczymy. Dzielimy się swoją wiedzą, edukujemy polską społeczność sprzedawców Amazon.

Jeśli chodzi o rynki zagraniczne, to najbardziej rozwijamy działalność w tym momencie w Niemczech. Jesteście członkami największych specjalistycznych grup dotyczących handlu na Amazon w niemieckich mediach społecznościowych, utrzymujemy też bardzo dobre relacje z tamtejszymi branżowymi influencerami, czyli np. właścicielami popularnych sklepów internetowych, którzy są na tym rynku rozpoznawalni. Takie osoby polecają nas dalej, pomagają powoli budować naszą markę.

**Często bywa tak, że sukces danej firmy zaczyna się od pierwszego poważnego zlecenia czy pozytywnej rekomendacji ze strony dużego, rozpoznawalnego klienta. Również mieliście okazję na tym skorzystać?**

To nie nasza droga – nie było tak, że na początku pomogliśmy komuś znanemu, dzięki czemu automatycznie zbudowała się nasza marka. W naszym wypadku polegało to raczej na wielkim nakładzie organicznej pracy, nawiązywaniu kontaktów, realnym networkingu. Wiązało się to także z pracą za darmo czy w zamian za dobre słowo. Zyskaliście dzięki temu, obok satysfakcji, przede wszystkim doświadczenie i rozpoznawalność, referencje. Mówiłem już o tym, że środowisko polskich sprzedawców na Amazon jest relatywnie małe, więc informacje i opinie rozprzestrzeniają się tu bardzo szybko. To nam pomogło.

Wracając jeszcze do wielkich, znanych klientów – mamy również takich, jednak z założenia nie chwalimy się nimi, nie ujawniamy ich nazw. Z jednej strony jest to dla nas mało korzystne, zaprezentowanie bowiem ich listy mogłoby nam pomóc w docieraniu do kolejnych klientów, z drugiej zaś

jesteśmy dzięki temu bardziej odporni na potencjalne działania konkurencji. Zdarzały się historie, kiedy firma o podobnym profilu do naszej zgłaszała obsłudze Amazon do zablokowania sklepu obsługiwanego przez konkurenta, po czym sprzedawcy jako wybawiciel z pomocą.

“ Naszą strategią jest nieujawnianie nazw klientów. Z jednej strony jest to dla nas mało korzystne, zaprezentowanie bowiem listy ich nazw mogłoby nam pomóc w docieraniu do kolejnych klientów, jednak z drugiej strony jesteśmy dzięki temu bardziej odporni na potencjalne działania konkurencji.

**No właśnie, jak wygląda konkurencja w tej branży? Mówiłeś o niszy, którą znaleźliście – nikt przed Wami nie oferował podobnego typu usług?**

Na rynku europejskim byliśmy pierwsi, być może nie tylko tam – tego nie jestem w stanie dokładnie zweryfikować. W Polsce szybko znaleźli się naśladowcy, jednak nasze doświadczenie i *know-how* są czymś, czego nie można osiągnąć ot tak, dlatego też konkurentom nie jest łatwo nam dorównać. A my konkurujemy przede wszystkim wiedzą.

## O rozmówcy



DAMIAN WISZOWATY

założyciel oraz Prezes Zarządu, Gonito

**Damian Wiszowaty** jest założycielem oraz Prezesem Zarządu Gonito. Ekspert Amazon, prawnik, absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Gdańskiego, znawca tematyki prawa własności intelektualnej i nowych technologii.

Partnerzy „PPG”



SAMORZĄD  
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO



GDAŃSK



LPP