

InPost Pay – już 3 miliony użytkowników

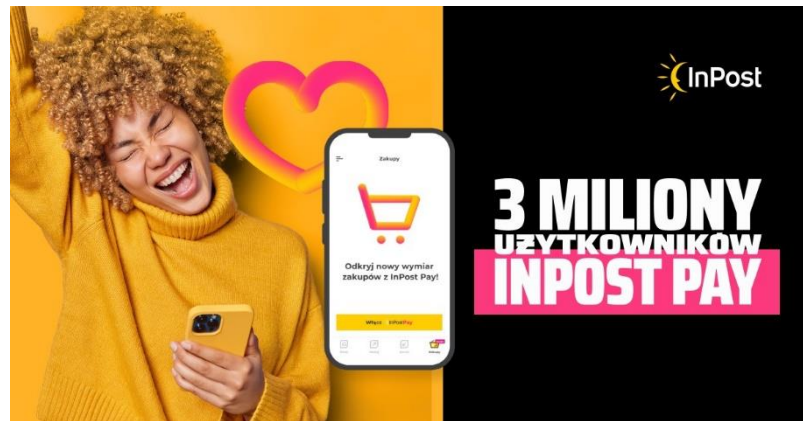
Kolejne znane marki dołączają do InPost Pay

Już 3 mln użytkowników korzysta z innowacyjnej usługi InPost Pay, która łączy płatność i dostawę za pomocą jednego przycisku – dostępnego zarówno na karcie produktu, jak i w koszyku. Do InPost Pay stale dołączają znane marki – a obecnie usługa dostępna jest dla klientów m.in. Ochnik, Ryłko, DeeZee, Komputronik, XGSM, North, Gandalf, Tania Książka, Tantis, Matfel, eZebra, eMelissa, Tagomago czy Duży Ben.

InPost Pay zwiększa konwersję zakupową i obniża liczbę porzuconych koszyków nawet o 30-70% w zależności od branży, a dodatkowo pomaga w zdobywaniu nowych klientów. Blisko 85% użytkowników InPost Pay stanowi nową grupę klientów dla partnerów e-commerce – spośród milionów korzystających z usług InPost. InPost Pay umożliwia łatwą integrację z popularnymi platformami open source dla sklepów internetowych – PrestaShop, WooCommerce, Magento.

– InPost Pay to dużo więcej niż płatność – to cały proces w jednym przycisku. Wszystkie etapy zakupów, koszyki z różnych sklepów, płatności, dostawy, statusy i powiadomienia są w jednej aplikacji – InPost Mobile. Wdrożenie usługi InPost Pay w sklepie internetowym skraca ścieżkę zakupową – bo klienci rejestrują się tylko raz i kupują w wielu sklepach bez logowania, mają zapamiętaną

ulubioną formę płatności i dostawy. Co więcej, jeśli klient porzuci koszyk – przypomnimy mu o tym. InPost Pay odpowiada na potrzebę e-shoppera, tj. minimum formalności, szybkie i intuicyjne zakupy. Usługa InPost Pay jest skierowana do wszystkich klientów indywidualnych i biznesowych, którzy chcą jeszcze szybciej i wygodniej robić zakupy online. W szczególności do klientów, którzy preferują zakupy bez logowania, jako ‘gość’. Nasza usługa pomoże im uniknąć wypełniania długich formularzy takich zakupów i zrobi to „za nich”,



skracając cały proces do niezbędnego minimum – podkreśla **Szymon Wałach, wiceprezes zarządu ds. digital i strategii InPost.**

InPost Pay oferuje najpopularniejsze metody płatności – takie, jak płatności kartą VISA i Mastercard w tym, Google Pay czy Apple Pay oraz BLIK. Użytkownik łatwo może także wybrać najbardziej dogodną formę dostawy – do maszyny Paczkomat®, punktu PUDO lub kurierem.

InPost Pay skraca proces zakupowy do kilkadziesiąt sekund, zachowując przy tym możliwość cross-sellu oraz lojalizacji klientów przez sprzedającego. InPost Pay oferuje prosty, jedno-klikowy proces zakupowy, który eliminuje główne trudności e-commerce w Polsce. Aplikacja automatycznie zaproponuje preferowaną formę dostawy oraz metodę płatności – wystarczy podać je tylko raz podczas rejestracji. Dodatkowo, wszystkie informacje dotyczące zamówień będą dostępne w jednym miejscu.

InPost Pay został nagrodzony w konkursie Mobile Trends Awards 2023 – zdobywając statuetkę w kategorii Fintech, a w kategorii głównej Kapituła Konkursu przyznała aplikacji drugie miejsce. InPost Pay jest również tegorocznym laureatem w plebiscycie Cashless Pay – jako najciekawszy projekt płatniczy 2023 roku. InPost Pay jest laureatem nagrody eDukat w kategorii *Nowy Produkt Zmieniający Rynek Płatności Bezgotówkowych* przyznanej przez Kapitułę XII Cashless Congress, oraz jednym z finalistów nagrody European Fintech Awards w kategorii *Paytech of the Year*.

O InPost

InPost (AEX: INPST) to lider rozwiązań logistycznych dla branży e-commerce w Europie. Założony przez Rafała Brzoskę InPost to obecnie wiodąca platforma dostaw dla e-commerce, która zrewolucjonizowała rynek przesyłek w Polsce. Pierwsze urządzenia Paczkomat® pojawiły się w Krakowie w 2009 roku i bardzo szybko stały się nieodłącznym elementem zakupów internetowych oraz gwarancją szybkości i wygody.

Grupa InPost na koniec Q1 2024 roku dysponowała blisko 70 000 punktów out-of-home, w tym ponad 37 tysięcy nowoczesnych urządzeń Paczkomat® i ponad 31 tysięcy punktów PUDO w 9 krajach (Wielka Brytania, Francja, Polska, Włochy, Hiszpania, Portugalia, Belgia, Luksemburg, Holandia). InPost świadczy także usługi kurierskie i fulfillment dla sprzedawców e-commerce, współpracując z około 100,000 e-sprzedawców. Tylko w ciągu 2023 roku firma obsłużyła 892 milionów przesyłek.

Od lat jednym z priorytetów firmy InPost jest troska o środowisko naturalne. Strategia Dekarbonizacji Grupy InPost stanowi integralne uzupełnienie strategii biznesowej. InPost, jako jeden z pierwszych na polskim rynku, przystąpił do inicjatywy SBTi – do 2040 roku zamierza osiągnąć pełną neutralność klimatyczną.

Więcej informacji na: www.inpost.pl