



PRZEWODNIK SKUTECZNEJ IMPLEMENTACJI

dostaw InPost w koszyku e-commerce



DLACZEGO WARTO POPRAWNIE WDROŻYĆ ZALECENIA INPOST W KOSZYKU SWOJEGO E-SKLEPU?

91%

osób kupujących online deklaruje, że aby skłonić ich do częstszych zakupów, czas dostawy powinien wynosić 12h

98% przesyłek* nadanych przez Paczkomat® jest dostarczanych już w ciągu jednego dnia od nadania! Paczkomat® celująco realizuje tę preferencję Klientów e-commerce.



Źródła:

*Badanie TNS Kantar, listopad 2024 oraz raport „E-commerce w Polsce”, Gemius 2024, *Średnia terminowość dostaw w ramach usługi InPost Paczkomat® w 2024 r.



73%

osób kupujących on-line deklaruje, że do robienia zakupów w sieci motywuje ich całodobowa dostępność



...co prowadzi do wniosku, że Klienci e-sklepów będą przenosić swoje przyzwyczajenia zakupowe, oczekując tego samego od dostawy — dostępności 24/7.



43%

kupujących chce mieć możliwość zwrotu zakupionego towaru

Dla 82% kupujących online formą zwrotu najbardziej zachęcającą do zakupów przez Internet jest możliwość darmowego zwrotu poprzez Paczkomat®.

93%

kupujących online wybiera Paczkomat® jako formę dostawy

Oznacza to, że 93% potencjalnych Klientów może porzucić koszyk ze względu na brak możliwości odbioru przesyłki przez Paczkomat® nawet jeśli dany sklep posiada satysfakcjonującą ofertę sprzedażową.



SPIS TREŚCI

1.

Wybór metody dostawy

- A. Rozmiary i opcje logotypów
- B. Paczkomat® mobile — wybór metody dostawy
- C. Paczkomat® desktop — wybór metody dostawy

2.

Paczkomat® / PaczkoPunkt — wyszukiwanie

- A. Wywołanie Geowidgetu
- B. Wyszukiwanie na mapie
- C. Wyszukiwanie na liście
- D. Wybór — Paczkomat® lub PaczkoPunkt
- E. Szczegóły — Paczkomat® lub PaczkoPunkt

3.

Dobre praktyki

- A. Kompletna informacja o dostawie
- B. Czas dostawy — jak informować kiedy spodziewać się przesyłki
- C. Zapamiętywanie punktu odbioru
- D. Oznaczenia na mapie
- E. Paczkomat® lub PaczkoPunkt — pełne informacje na wizytówce
- F. Wielu dostawców na jednej mapie



1. WYBÓR METODY DOSTAWY

A. Rozmiary i opcje logotypów

Użyj pełnej wersji logotypu przy każdej z metod dostawy.

Kupujący w sieci będą mieli większe zaufanie do Twojego sklepu i szybciej podejmą decyzję o wyborze formy dostawy.

Paczka w Weekend na pierwszym miejscu — jeśli jest dostępna. Im szybciej Klienci otrzymają przesyłkę z Twojego sklepu, tym lepiej. Jeśli dostępna jest usługa InPost Paczka w Weekend, pokaż ją na pierwszym miejscu w koszyku, by była od razu zauważona.

Użyj poprawnej i pełnej nazwy usługi.

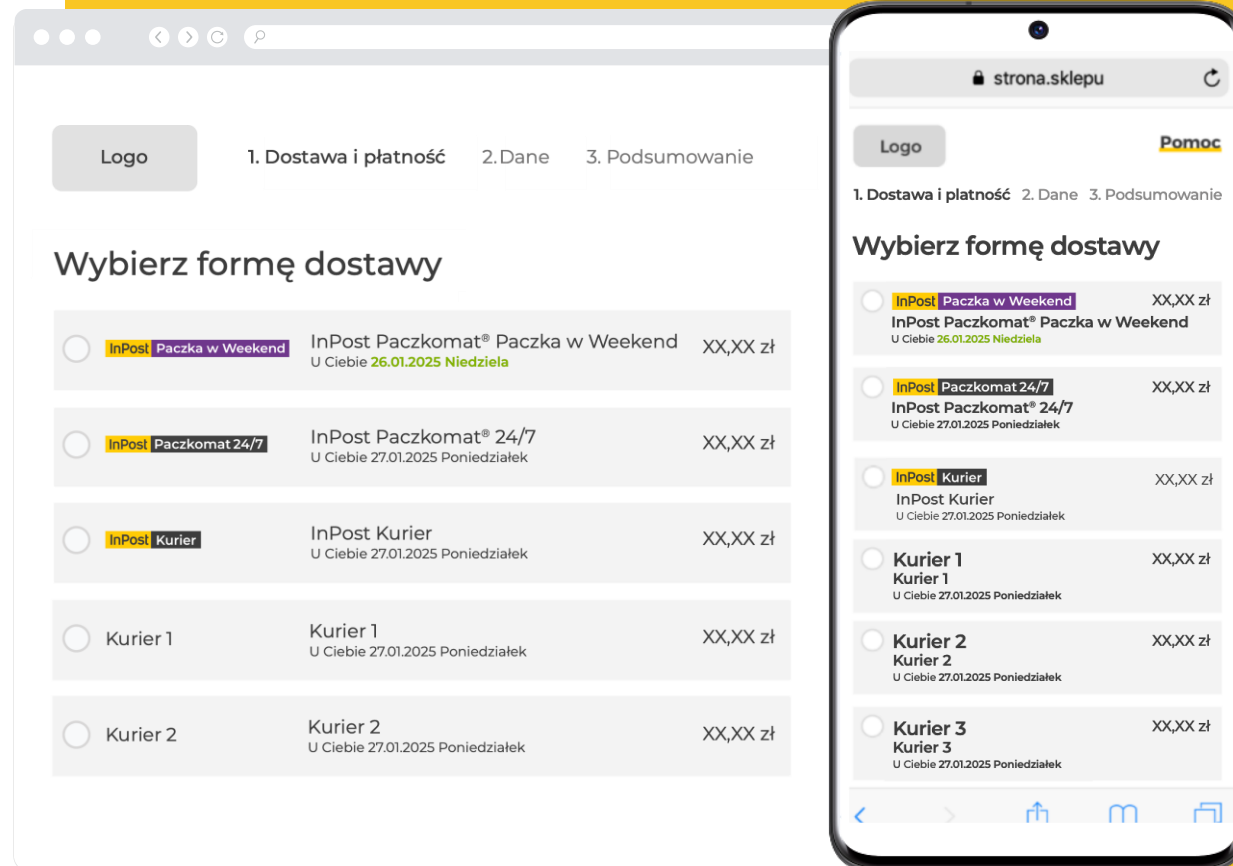
To czy paczka zostanie dostarczona w weekend czy po weekendzie, kurierem czy przez Paczkomat®, stanowi dużą różnicę dla Kupujących. Użyj poprawnych i pełnych nazw usług, aby uniknąć nieporozumień.

Czas i cena dostawy.

Dla wielu Klientów to kluczowe informacje skłaniające do zakupów. Jeśli przesyłka może dotrzeć w weekend pokazanie daty jest kluczowe.

Implementacja usługi InPost International.

Pokaż tę usługę w koszyku tak jak na wizualizacjach prezentujemy dostawę przez InPost Paczkomat® 24/7. **Obie usługi w koszyku działają pod tą samą nazwą.**



1. WYBÓR METODY DOSTAWY

A. Rozmiary i opcje logotypów





Użyj ikon dla każdej z form dostawy.

Są one komunikowane w innych kanałach InPost (aplikacja, śledzenie przesyłek) i są rozpoznawane przez kupujących w sieci. Właściwa komunikacja na etapie wyboru formy dostawy wpływa również na pozytywny odbiór Twojego sklepu.

Minimalne rozmiary ikon.

Pamiętaj, aby nie stosować ikon mniejszych niż minimalne. Nieczytelne ikony negatywnie wpływają na postrzeganie Twojego sklepu i usług dostawy.

Rodzaje ikon i rozmiary.

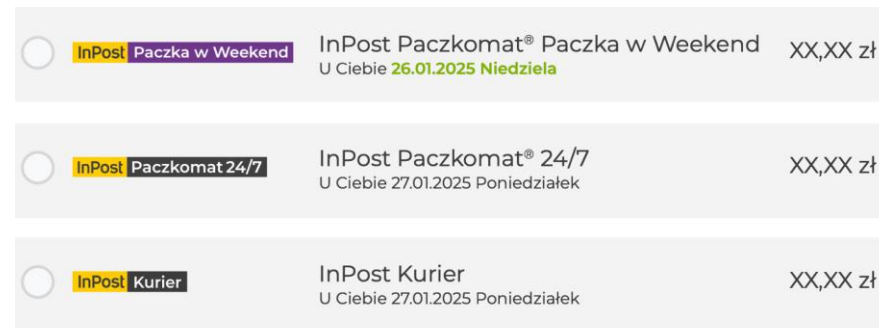
Rodzaj ikony	Rozmiar minimalny	Rozmiar rekomendowany
	128 x 12 px	214 x 20 px
	116 x 12 px	193 x 20 px
	66 x 12 px	110 x 20 px
	32 x 12 px	53 x 20 px

48%

kupujących przez Internet opuszcza koszyk z powodu zbyt wysokich dodatkowych kosztów, w tym dostawy

Baymard Institute, 2024

Desktop



Mobile



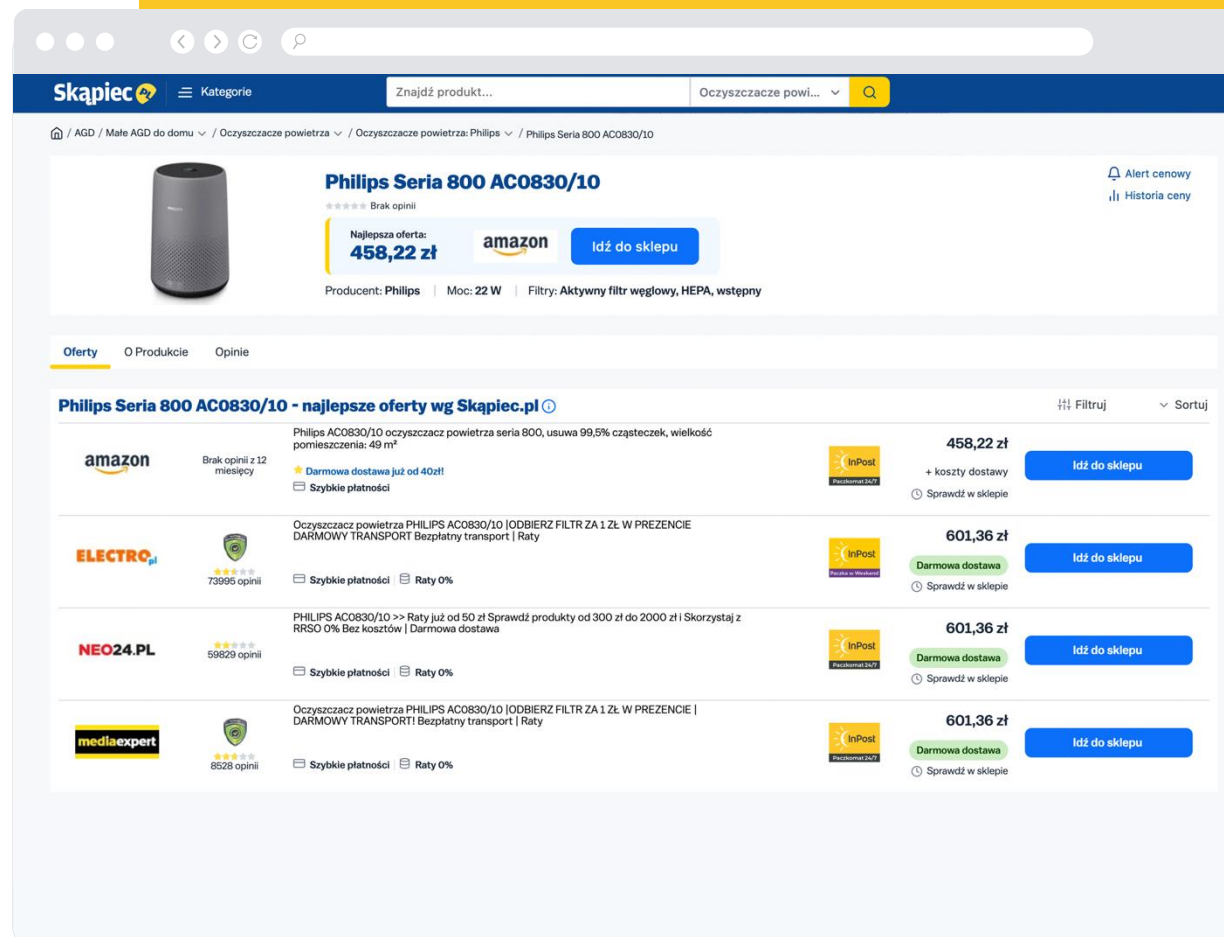
1. WYBÓR METODY DOSTAWY

A. Rozmiary i opcje logotypów

W sytuacjach, których architektura serwisu pozwala na umieszczenie większych form graficznych — użyj pełnej wersji logotypu.

To rozwiązanie sprawdzi się w szczególności w takich przypadkach jak porównywarki cenowe. Na listingach ofert porównywarek cenowych logotyp pełni funkcję odznaki i informuje Kupującego jaka opcja dostawy jest dostępna bez wchodzenia w pełną ofertę danego sklepu.

Pełna wersja logo (minimalna wysokość: 60px):



1. WYBÓR METODY DOSTAWY

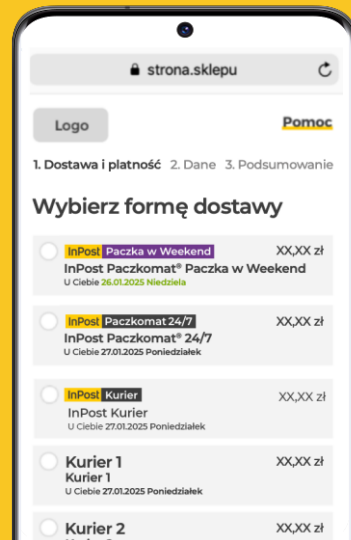
B. Paczkomat® widok na mobile — wybór metody dostawy

Przy wyborze dostawy — Paczkomat®, Paczka w Weekend — powinna od razu pojawić się **mapa i lista**, umożliwiając szybki wybór miejsca odbioru zamówienia.

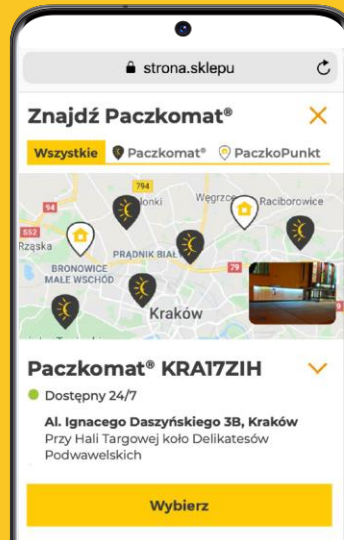
To kluczowe dla nowych użytkowników, którzy nie wiedzą, gdzie znajduje się ich najbliższy Paczkomat®.

Z ikonami

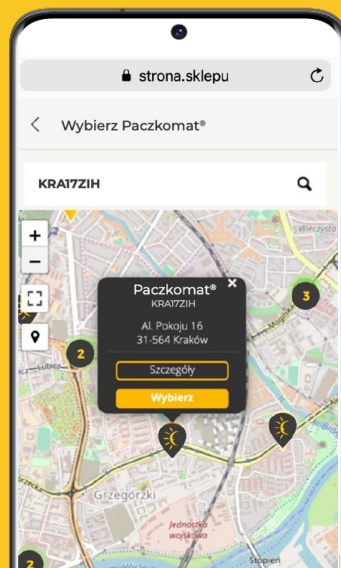
Krok wyboru dostawy



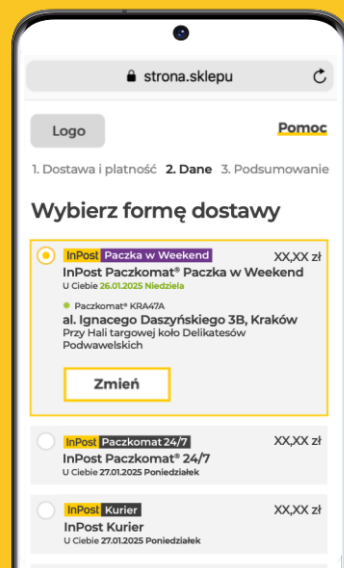
Widok mapy (warstwa)



Warstwa — widok mapy

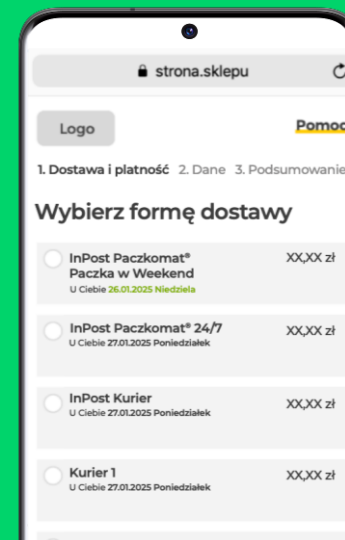


Wybrana dostawa

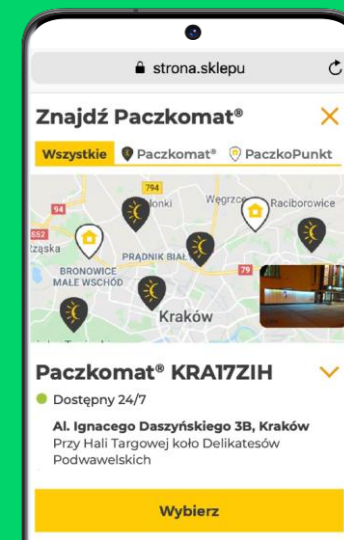


Bez ikon

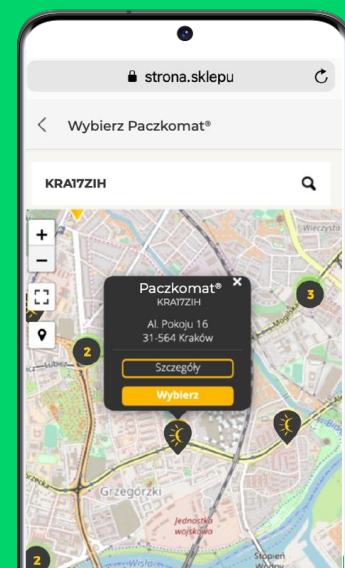
Krok wyboru dostawy



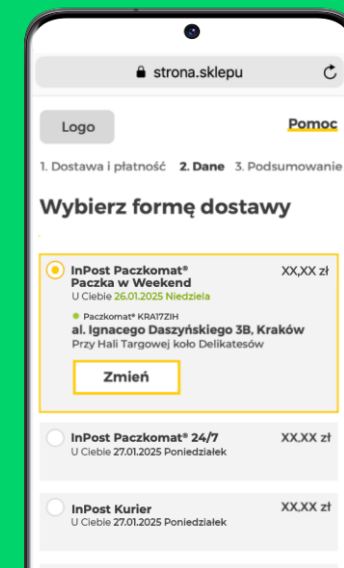
Widok mapy (warstwa)



Warstwa — widok mapy



Wybrana dostawa



1. WYBÓR METODY DOSTAWY

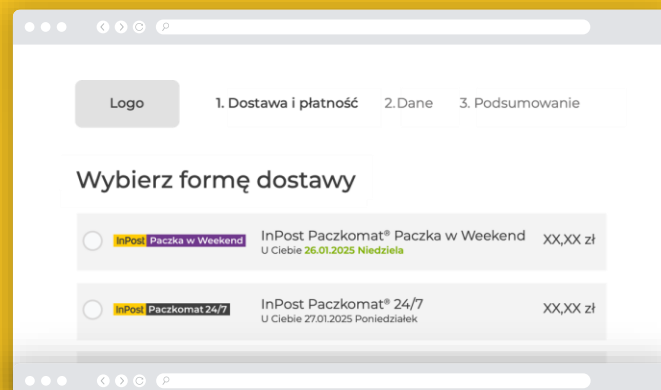
C. Paczkomat® widok na desktop — wybór metody dostawy

70%

Średni udokumentowany wskaźnik porzucania koszyków w zakupach online

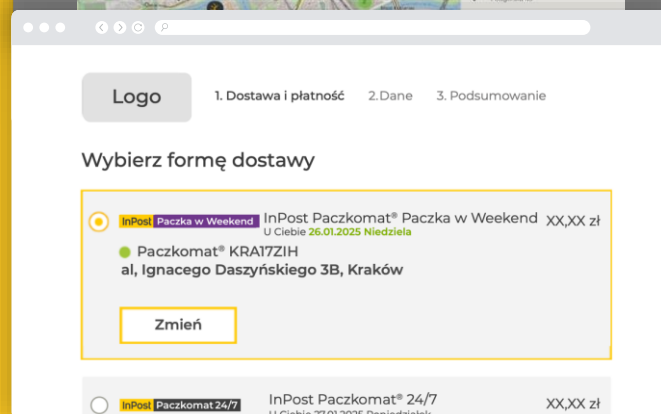
Baymard Institute, 2024

Z ikonami



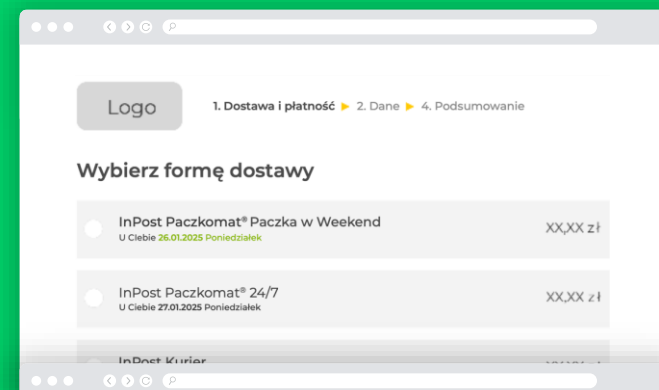
Wybór dostawy

Widok mapy (warstwa)



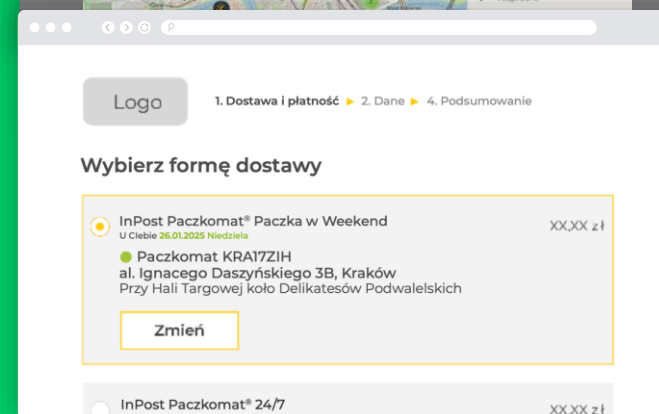
Wybrana dostawa

Bez ikon



Wybór dostawy

Widok mapy (warstwa)



Wybrana dostawa

2. PACZKOMAT® I PACZKOPUNKT – WYSZUKIWANIE

A. Wywołanie Geowidgetu

Mapa i lista na warstwie.

Dzięki temu, że każdy Paczkomat® znajduje się na mapie i liście na warstwie, kupujący w sieci mogą skupić się na jednym zadaniu — szybkim wyszukaniu pożądanego przez siebie miejsca dostawy. Unikną rozproszeń, nie zgubią się w procesie. Kiedy Paczkomat® zostanie wskazany, mapa zamknie się i wrócą wygodnie do procesu koszyka.

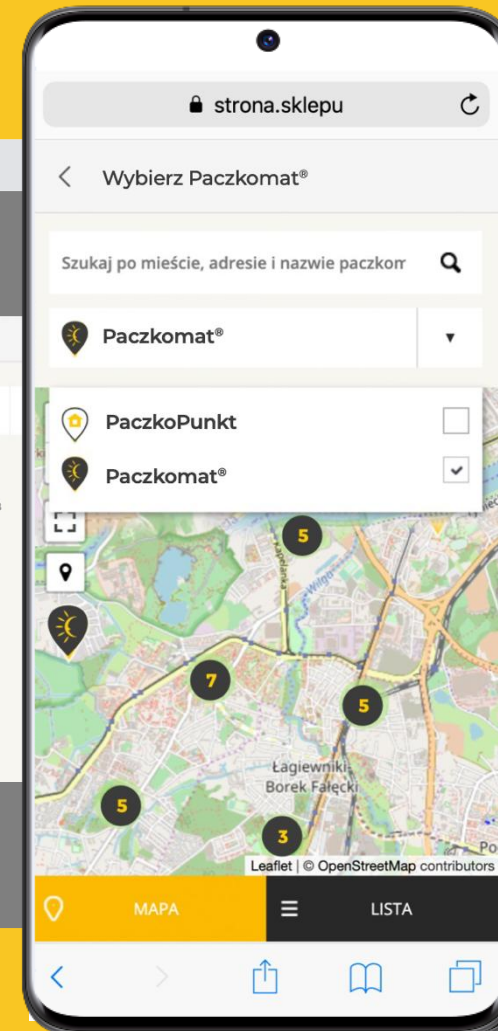
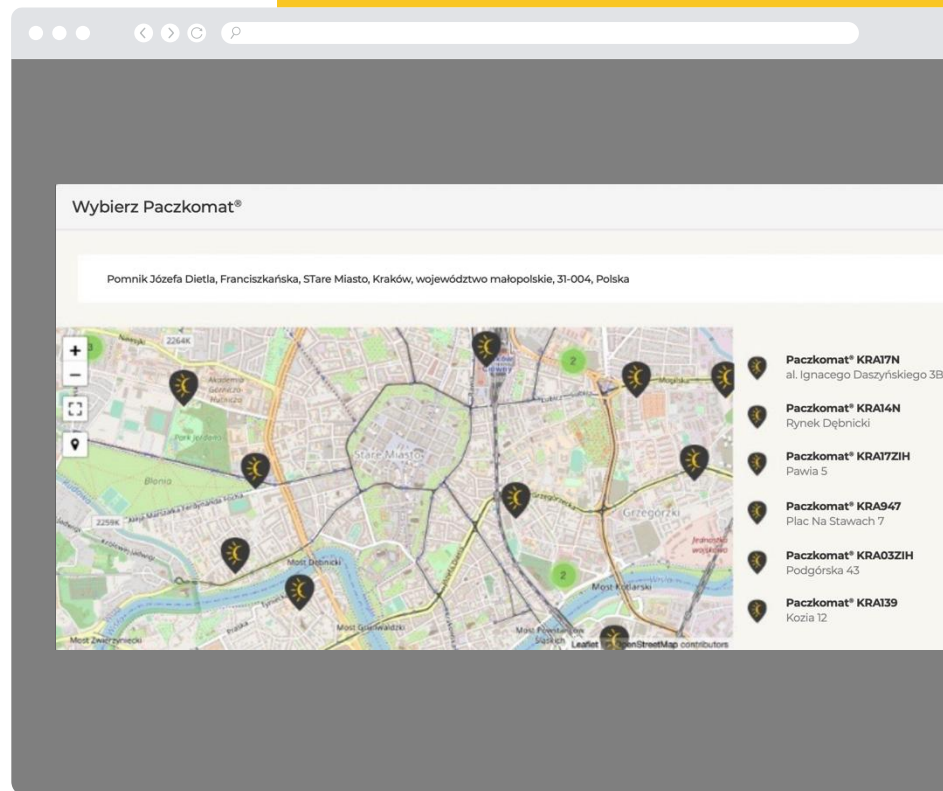
W procesie na urządzeniach mobilnych mapa powinna zajmować 100% przestrzeni ekranu aby maksymalnie ułatwić przybliżanie mapy i szukanie na liście.

W przeglądarce desktopowej, mapa powinna zajmować ok. 90% ekranu aby kupujący w sieci skupił się i wybrał Paczkomat® mając jednocześnie poczucie, że pozostaje w procesie zakupowym.

85%

badanych wykazało się spontaniczną znajomością marki InPost

TNS Kantar, listopad 2024



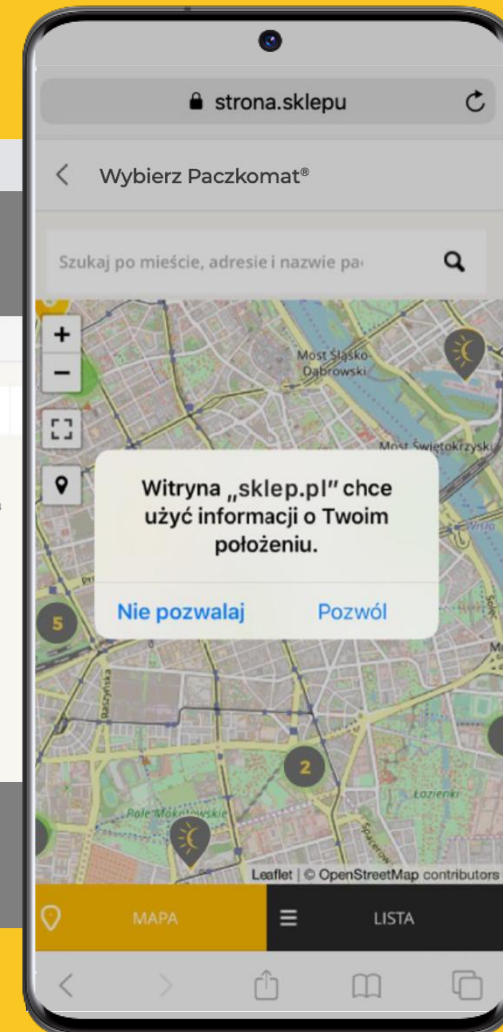
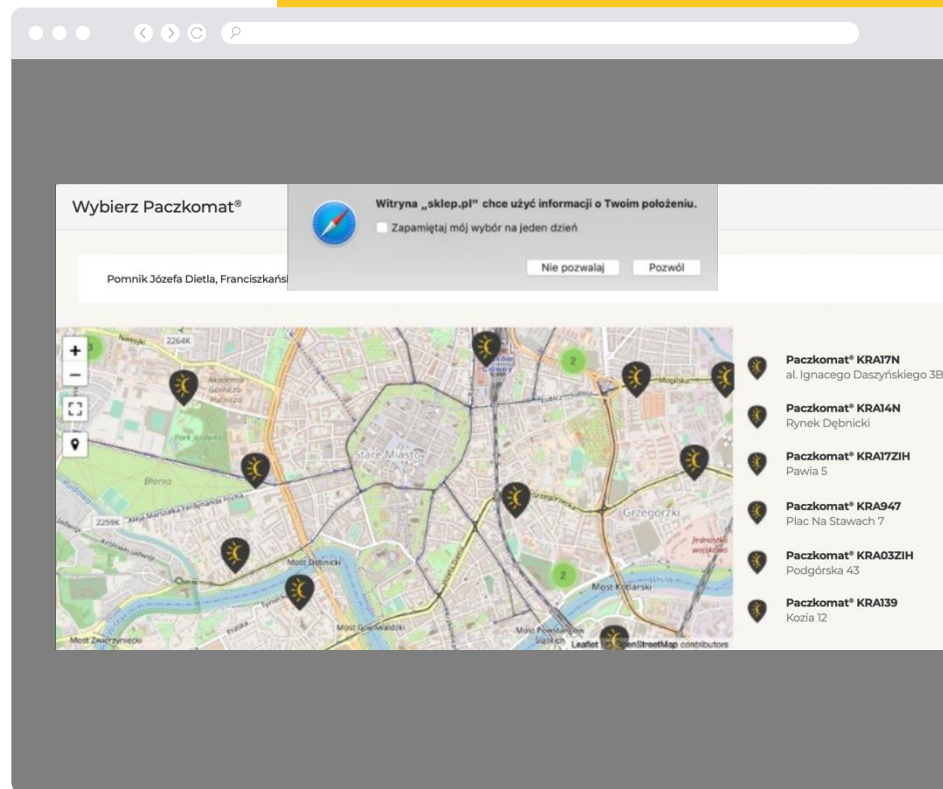
2. PACZKOMAT® I PACZKOPUNKT — WYSZUKIWANIE

B. Wyszukiwanie na mapie

Geolokalizacja — podczas pierwszego wywołania warstwy poprosz użytkownika o udostępnienie lokalizacji. To najszybsza metoda, aby zobaczyć najbliższy Paczkomat®.

Miasto, ulica, kod pocztowy — szybkie filtrowanie listy.

Filtry — pomagają wyselekcjonować typ punktu odbioru: Paczkomat®/PaczkoPunkt.



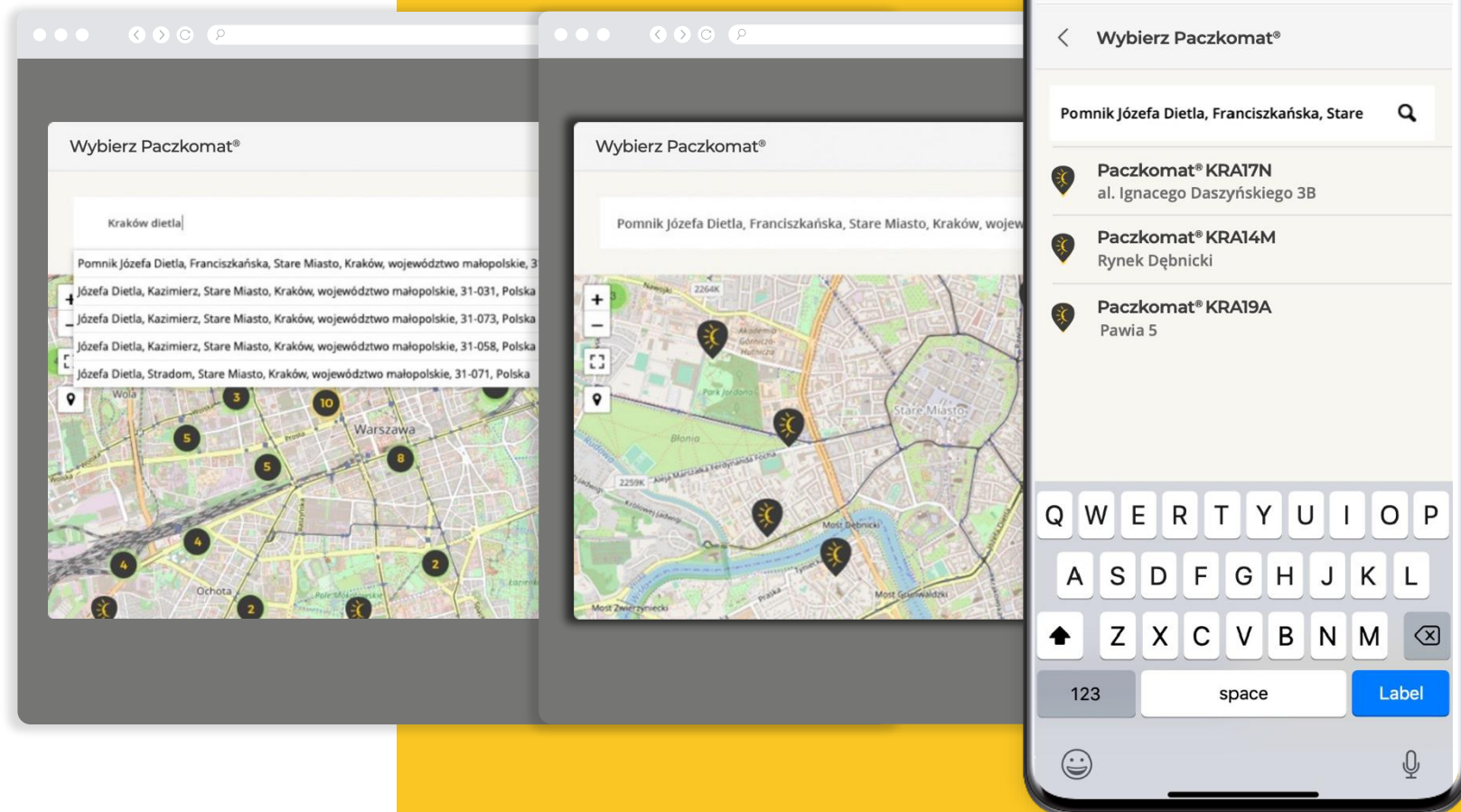
2. PACZKOMAT® I PACZKOPUNKT – WYSZUKIWANIE

C. Wyszukiwanie na liście

Wygodna wyszukiwarka adresu z podpowiedziami.

Jeśli kupujący w sieci nie udostępni swojej lokalizacji, ma możliwość wpisania miasta, ulicy lub kodu pocztowego gdzie chce odebrać przesyłkę.

Wyszukiwarka skutecznie podpowiada wskazaną lokalizację i okoliczny Paczkomat® /PaczkoPunkt.



2. PACZKOMAT® I PACZKOPUNKT — WYSZUKIWANIE

D. Wybór — Paczkomat® lub PaczkoPunkt

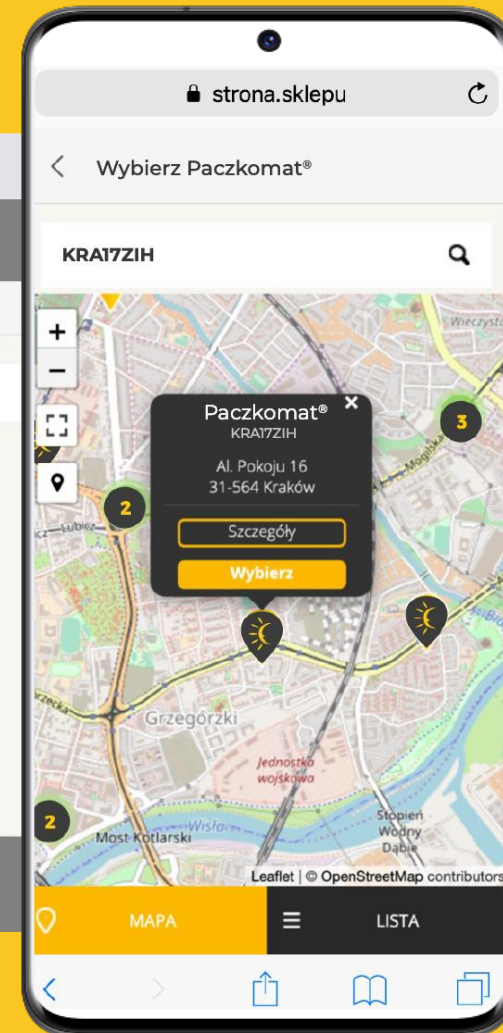
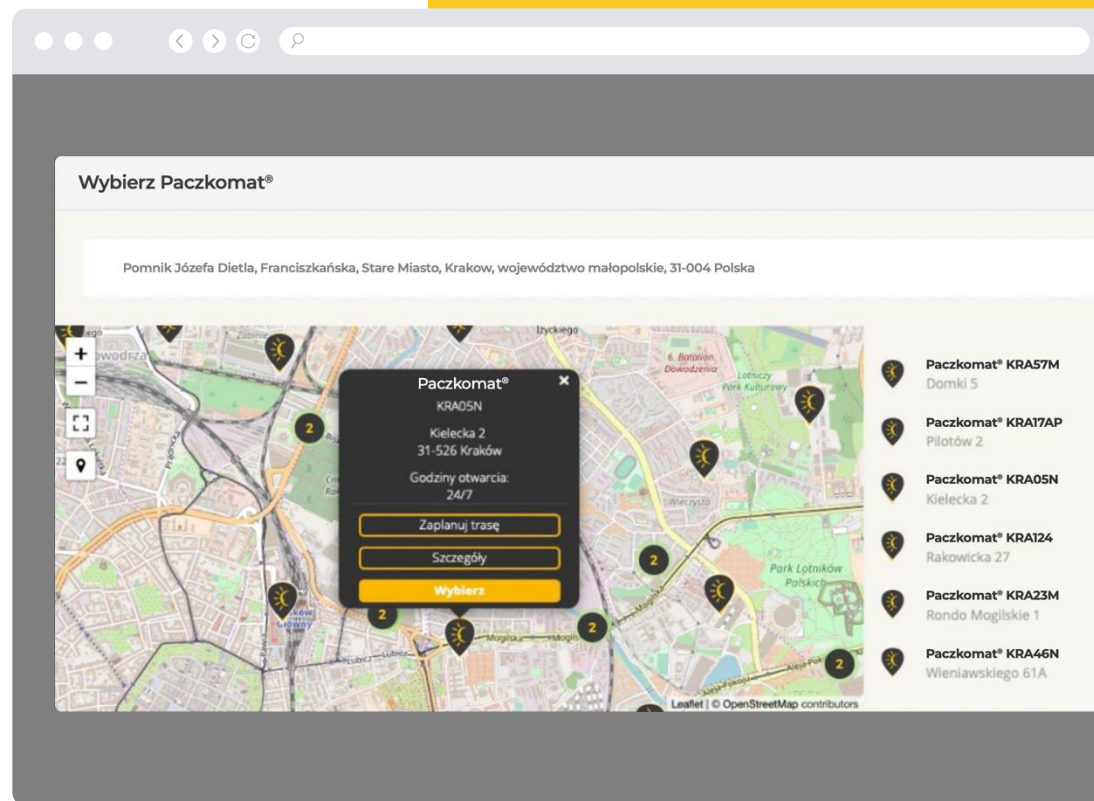
Czytelność informacji.

Po wybraniu odpowiedniej lokalizacji, na ekranie pojawi się apla, zawierająca najważniejsze informacje ułatwiające wskazanie, gdzie znajduje się Paczkomat® lub PaczkoPunkt i jak do niego dotrzeć.

22%

kupujących online opuszcza koszyk gdy jest on skomplikowany lub proces zakupy trwa zbyt długo

Baymard Institute, 2024



2. PACZKOMAT® I PACZKOPUNKT — WYSZUKIWANIE

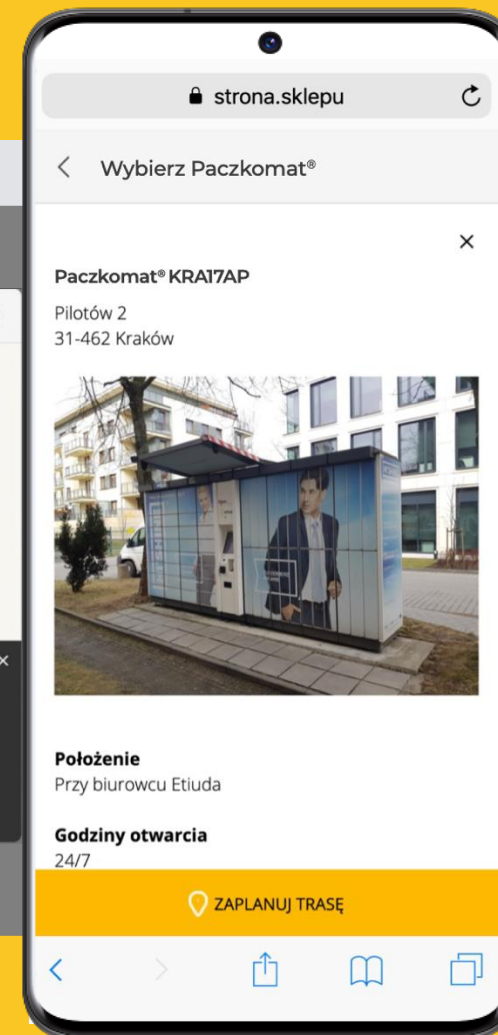
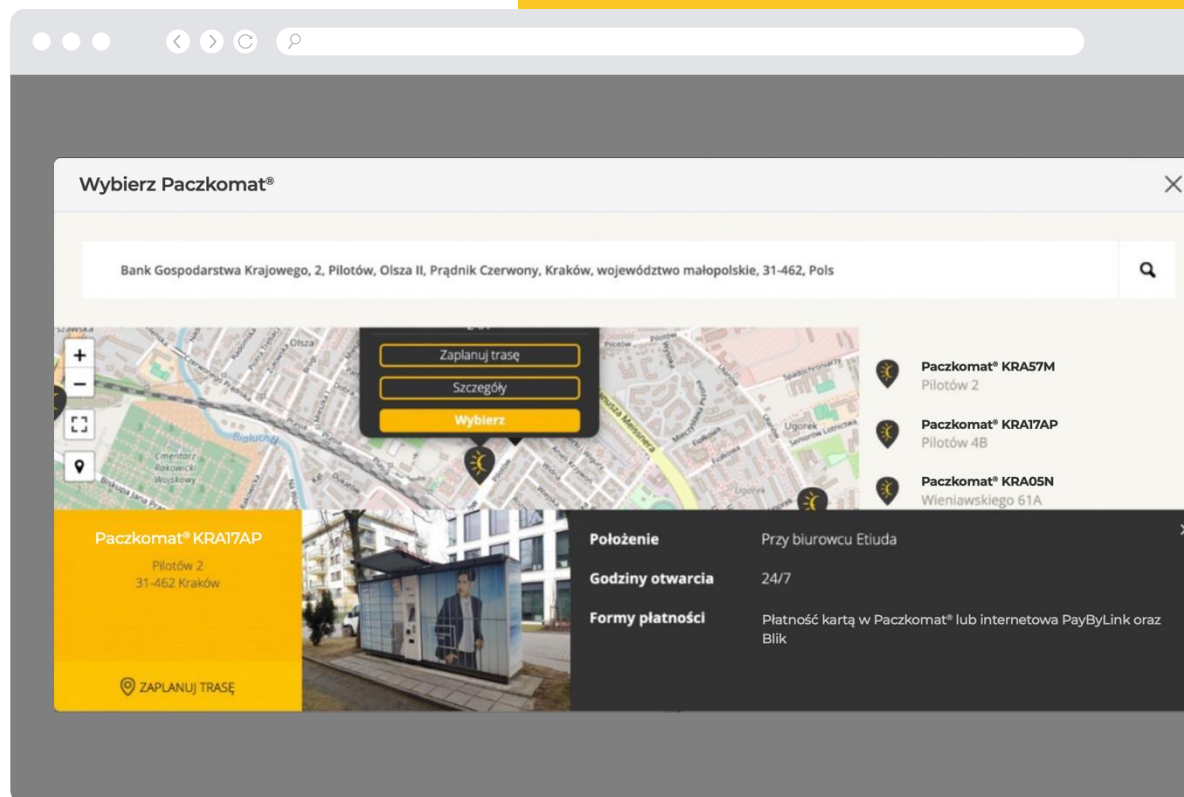
E. Szczegóły — Paczkomat® lub PaczkoPunkt

Miejsce dostawy przesyłki.

Zdjęcie w kontekście ulicy, dodatkowe informacje o położeniu czy godzin, w których otwarty jest Paczkomat®/PaczkoPunkt pomagają podjąć decyzję o wyborze miejsca dostawy przesyłki.

Dostępność całą dobę **73%** i wygoda **72%**, rozumiana jako brak konieczności jechania do sklepu, to najczęściej wymieniane elementy motywujące badanych do kupowania przez Internet.

raport „E-commerce w Polsce”,
Gemius 2024

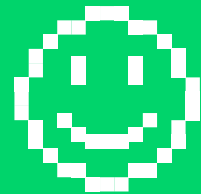


3. DOBRE PRAKTYKI

A. Kompletna informacja o dostawie

Używaj nazwy Paczkomat®/PaczkoPunkt
i nie pozostawiaj nieudomówień. Kupujący
w sieci muszą mieć pewność gdzie i kiedy
odbiorą przesyłkę.

Jeśli PaczkoPunkt, do którego przez przypadek
zostanie skierowana paczka będzie zamykany
o 17:00, rozczarowanie klienta wpłynie również
na negatywne postrzeganie Twojego sklepu.



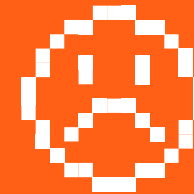
Dobrze
Wiem co wybieram

 **InPost Paczkomat 24/7** XX,XX zł


InPost Paczkomat® 24/7
U Ciebie **26.01.2025 Niedziela**

 Paczkomat® KRA17ZIH
al. Ignacego Daszyńskiego 3B, Kraków
Przy Hali Targowej koło Delikatesów
Podwawelskich

Zmień



Źle
Brak nazwy usługi

 **KRA47A** XX,XX zł

**al. Ignacego Daszyńskiego 3B,
Kraków**

Zmień

3. DOBRE PRAKTYKI

B. Czas dostawy — jak informować o tym, kiedy spodziewać się przesyłki

Paczka w Weekend

Jeśli udostępniasz tę metodę dostawy, informacja o dacie i dniu dostawy jest kluczowa do podjęcia decyzji przez kupującego w sieci.

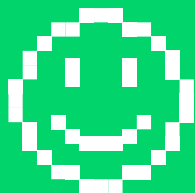
1-3 dni

Jeśli nie możesz zagwarantować daty dostawy, zadeklaruj przedział czasowy. Jeśli produkt nie jest dostępny w magazynie, napisz wprost: „wysyłka: 3-5 dni”. Kupujący w sieci cenią szczerłość i rozumieją, że nie dostaną przesyłki rano, jeśli złożyli zamówienie poprzedniego wieczora.

23%

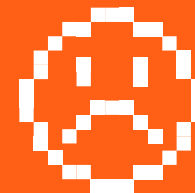
kupujących online rezygnuje z zakupów (porzuca koszyk) jeśli czas dostawy jest zbyt długi

Baymard Institute, 2024



Dobrze
Wiem kiedy otrzymam paczkę

InPost Paczka w Weekend	XX,XX zł
InPost Paczkomat® Paczka w Weekend U Ciebie 26.01.2025 Niedziela	
InPost Paczkomat 24/7	XX,XX zł
InPost Paczkomat® 24/7 U Ciebie 27.01.2025 Poniedziałek	
InPost Kurier	XX,XX zł
InPost Kurier U Ciebie 27.01.2025 Poniedziałek	



Źle
Brak daty dostawy

InPost InPost Paczka w Weekend	XX,XX zł
InPost InPost Paczkomat® 24/7	XX,XX zł
InPost InPost Kurier	XX,XX zł

3. DOBRE PRAKTYKI

C. Zapamiętywanie punktu odbioru

Jeśli przy pierwszych zakupach kupujący w sieci **wyberze najwygodniejszy dla siebie Paczkomat®/PaczkoPunkt, zapamiętaj jego wybór** (przy danych użytkownika w koncie lub ciasteczkach). Większość kupujących w sieci ma swój Paczkomat®, z którego korzysta najczęściej.

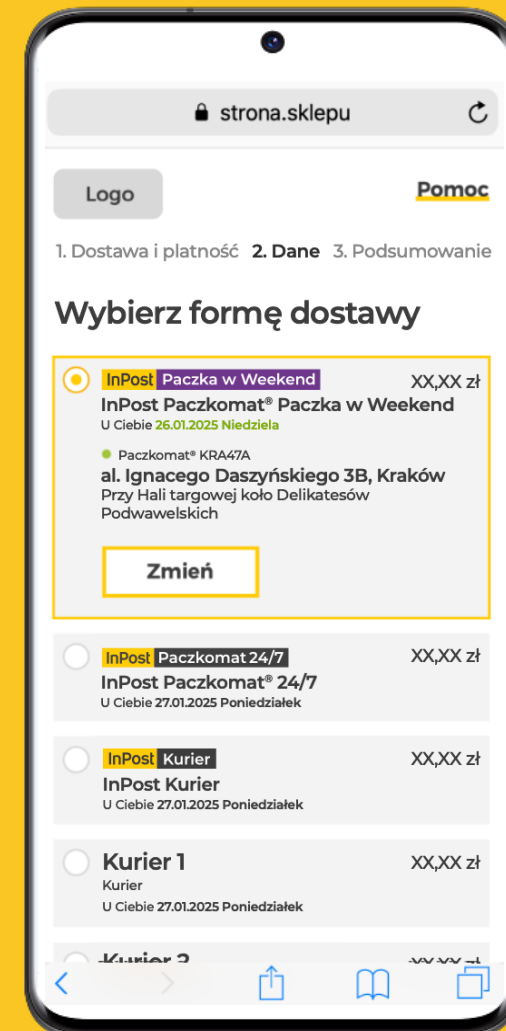
Zapamiętując adres dostawy sprawiasz, że zakupy są szybsze, wygodniejsze i bardziej spersonalizowane. Kupujący w sieci to docenią.



83%

respondentów uważa, że Paczkomat® to najbardziej ekologiczna forma dostawy i wysyłki

TNS Kantar, listopad 2024



3. DOBRE PRAKTYKI




D. Oznaczenia na mapie

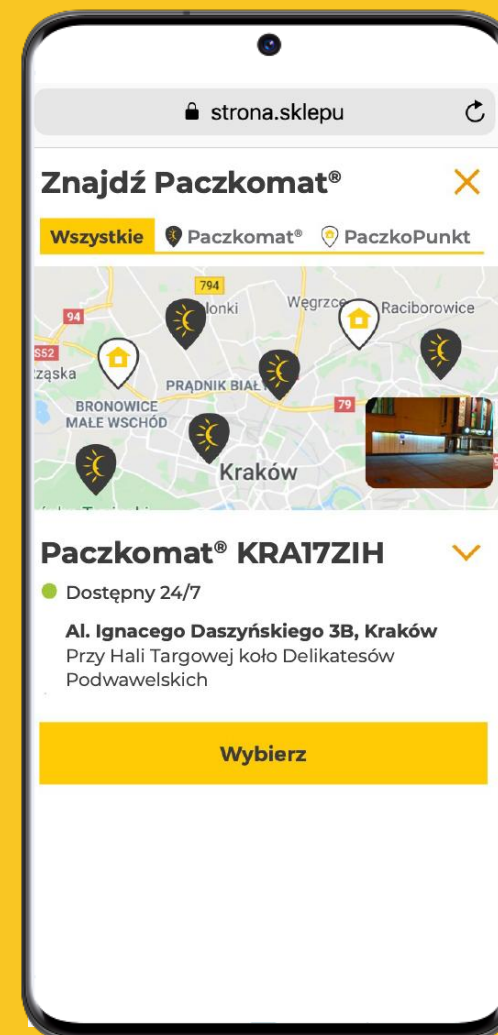
Oznacz Paczkomat® i PaczkoPunkt kodem wizualnym.

Odpowiednie kolory pinów oraz ich rozmiary powinny zmieniać się wraz ze skalowaniem mapy, ułatwiając szybką decyzję kupującemu w sieci.

Minimalne rozmiary pinów.

Pamiętaj, aby nie używać rozmiarów mniejszych niż minimalne. Nieczytelne piny negatywnie wpływają na postrzeganie Twojego sklepu i utrudniają precyzyjny wybór.

	Rodzaj	Rozmiar minimalny	Rozmiar rekomendowany
	Paczkomat®	21 x 26 px	32 x 40 px
	PaczkoPunkt	21 x 26 px	32 x 40 px
	Grupa obiektów	20x20 px	32 x 32 px

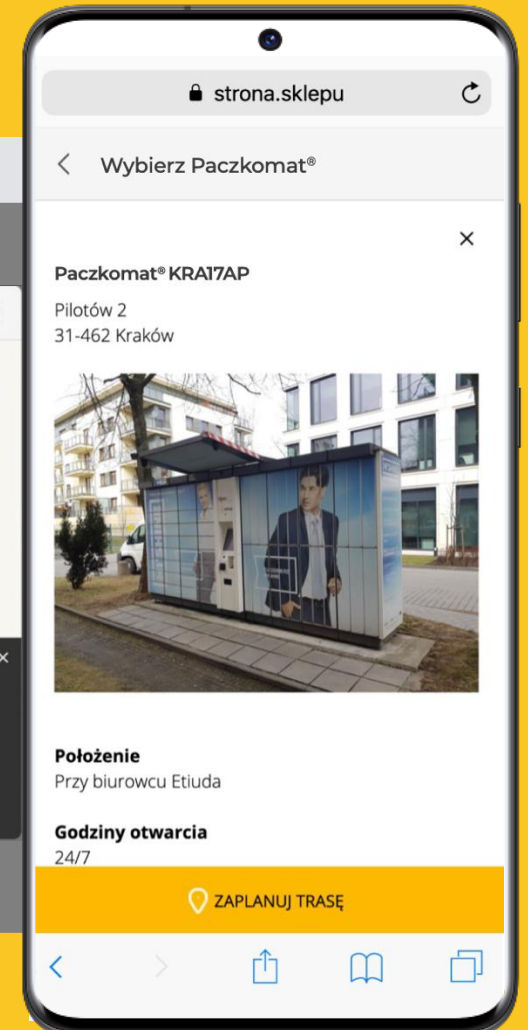
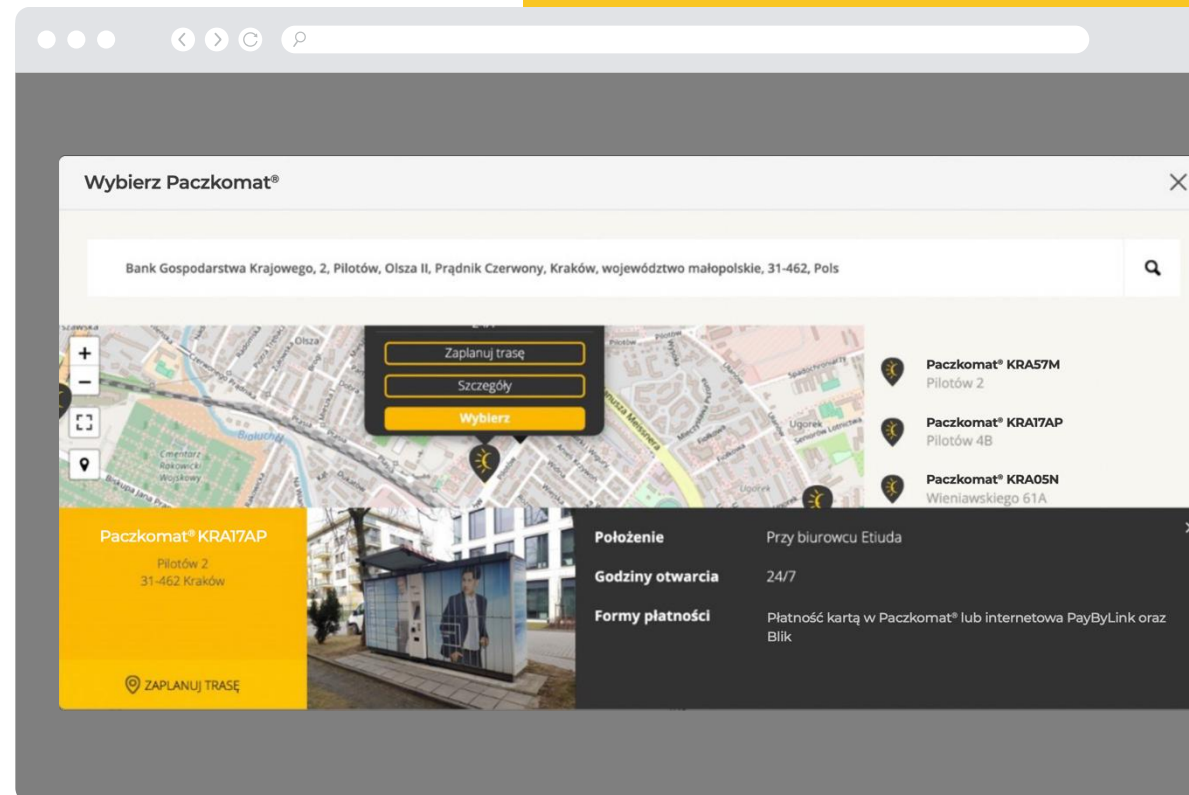


3. DOBRE PRAKTYKI

E. Paczkomat® lub PaczkoPunkt — pełne informacje na wizytówce

Każda informacja może być istotna.

Szczególnie godziny, w których jest dostępny Paczkomat®/PaczkoPunkt, który jest zamykany wieczorem, czy uzupełniające teksty o położeniu maszyn.



3. DOBRE PRAKTYKI

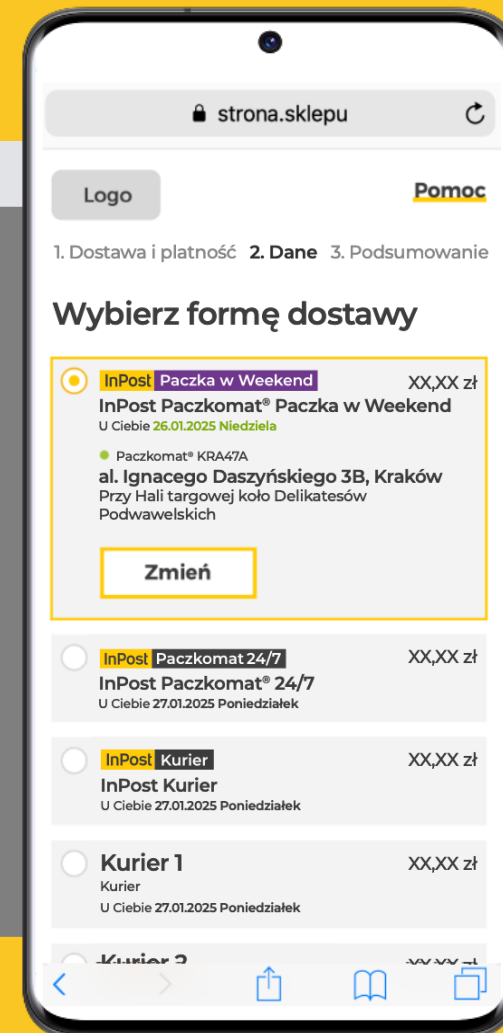
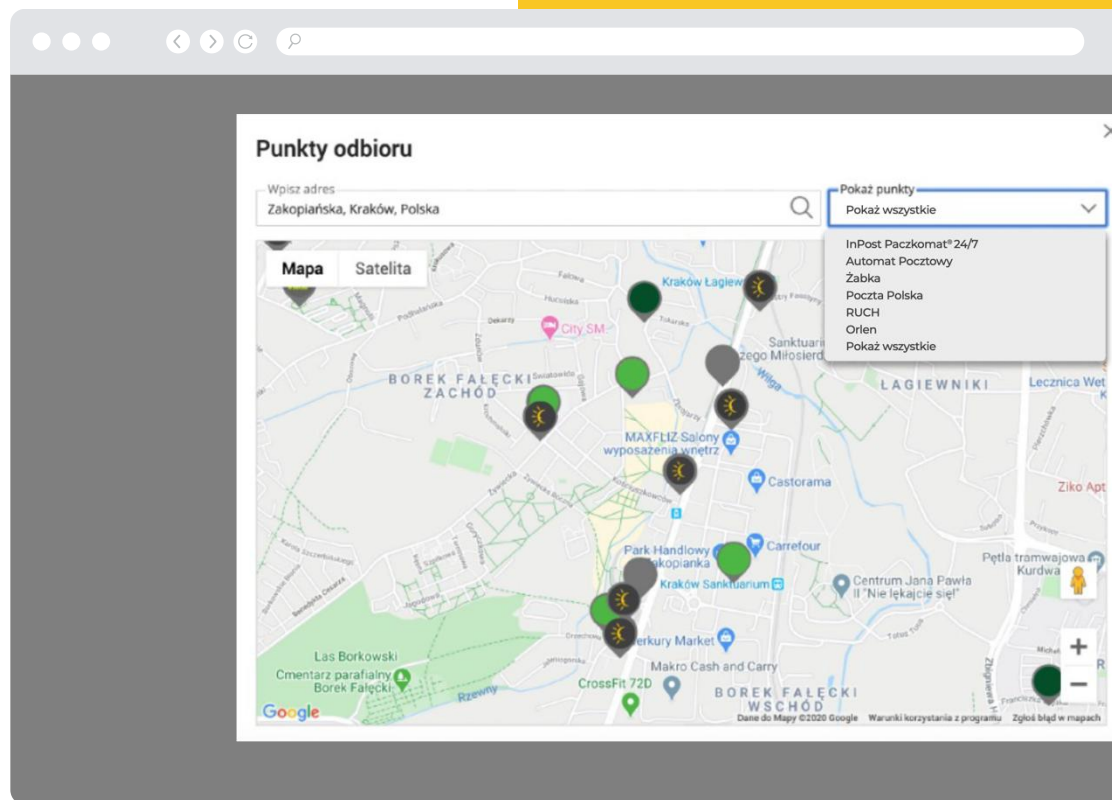
F. Wielu dostawców na jednej mapie

Wybrany dostawca na mapie.

Jeśli kupujący w sieci spośród sposobów dostawy wybrał Paczkomat®, pokaż mu na mapie tylko wybraną formę dostawy.

Filtr dostawców na mapie.

Jeśli dajesz możliwość znalezienia na mapie innych dostawców, upewnij się, że kupujący w sieci może ich filtrować. Internauci mają różne przyzwyczajenia i preferencje, ale możliwość zobaczenia tylko wybranego punktu odbioru wpływa na szybkość podejmowanych przez nich decyzji i finalizację koszyka.



4. KONTAKT

Jeśli masz pytania:

- ➔ **Odwiedź**
[Integracja](#)
- ➔ **Podstrona „do pobrania”, z aktualnymi logotypami i innymi materiałami**
[Do pobrania](#)
- ➔ **Dostęp do API, konfiguracja**
Instrukcja do wygenerowania dostępu do API
- ➔ **Dokumentacja developerska**
[Dokumentacja API](#)
- ➔ **Formularz kontaktowy**
[Wsparcie](#)



DZIĘKUJEMY

