

Raport

Wojowniczkki e-biznesu. Kobieta w roli przedsiębiorcy

Profil kobiet zainteresowanych
budowaniem biznesów online

Warszawa, luty 2022

TOPwomen®
w e-biznesie



kobiety
e-biznesu
FUNDACJA



Kobieta
e-commerce
2021

O Fundacji

Fundacja Kobiety e-biznesu to polska organizacja non-profit zajmująca się wspieraniem poszczególnych grup społecznych w zakresie rozwijania kompetencji cyfrowych. Jako kobiety – współzałożycielki Fundacji – szczególną opieką otaczamy kobiety. Chcemy poprawić ich życie poprzez edukowanie i rozwój zawodowy w obszarze e-commerce. Dążymy do prowadzenia przełomowych badań, wdrażania innowacyjnych i skutecznych programów społecznych oraz angażujemy się w edukację i rzecznictwo w dążeniu do czterech głównych celów:

- stworzenie pozytywnych i wymiernych zmian w zakresie samowystarczalności ekonomicznej kobiet poprzez wdrożenie rozwojowych programów i inicjatyw w obszarze edukacji cyfrowej i rozwoju e-biznesu,
- współpraca z lokalnymi organizacjami, przedsiębiorstwami, rządem, środowiskiem akademickim i mediami w celu zidentyfikowania obszarów efektywnej współpracy wspierającej kobiety w e-biznesie,
- stworzenie i rozwijanie wiarygodnego, niezależnego źródła specjalistycznej wiedzy i badań, dotyczących obszaru e-biznesu,
- zwiększenie liczby kobiet posiadających swoją działalność gospodarczą oraz kobiet na stanowiskach menedżerskich.

MISJĄ FUNDACJI jest dzielenie się wiedzą i wspieranie kobiet w rozwijaniu swoich kompetencji w działalności związanej z gospodarką cyfrową i rozwojem biznesu w internecie. Chcemy pomagać kobietom w różnym wieku, na różnych etapach ich rozwoju zawodowego i osobistego, żeby mogły uczestniczyć w procesach związanych z rozwojem społeczeństwa o wysokich kompetencjach cyfrowych.

Naszą misję realizujemy przez:

- edukowanie kobiet i rozpowszechnianie wiedzy na temat możliwości rozwoju w branży internetowej, e-commerce oraz gospodarce cyfrowej, wspieranie merytoryczne oraz mentoring kobiet w realizacji projektów i rozwoju kariery zawodowej,
- budowanie społeczności oraz stworzenie platformy online w celu edukacji i wymiany doświadczeń,
- prezentowanie i promowanie innowacyjnych technologii, które mogą być wykorzystane do tworzenia biznesu w świecie cyfrowym,
- analizę rynku i badania branżowe w celu analizy potencjału rozwoju e-biznesu,
- angażowanie instytucji gospodarczych i politycznych w budowanie niezależności kobiet na różnych etapach ich życia zawodowego,
- wsparcie startup-ów w branży cyfrowej.

www.kobietyebiznesu.pl



Anna Heimberger

Fundacja Kobiety e-biznesu



Dorota Bachman

Fundacja Kobiety e-biznesu



Agnieszka Brytan-Jędrzejowska

Fundacja Kobiety e-biznesu



Spis treści

I. Wstęp	4
II. O Programie TOP Women w e-biznesie	6
III. Kluczowe wnioski	8
IV. Profil demograficzny badanych	11
V. Gotowość do założenia własnych biznesów	17
VI. Wiedza o e-biznesie i platformach do sprzedaży online	19
VII. Wyzwania e-commerce	22
VIII. Skąd uczestniczki dowiedziały się o Programie?	24
IX. Co motywowało do wzięcia udziału w Programie?	27



I. Wstęp

Szanowni Państwo!

Prezentowany raport powstał na potrzeby analizy i zrozumienia grup społecznych, które są zainteresowane poszerzeniem wiedzy o narzędziach cyfrowych oraz prowadzeniem działalności e-commerce. Uzupełnia wiedzę na temat osób, które planują inwestować w biznes online.

Niniejszy **Raport Wojowniczkowski e-biznesu** przedstawia szczegółową charakterystykę kobiet planujących otworzyć lub rozwijać działalność biznesową w internecie. To już druga edycja raportu. Zeszłoroczny cieszył się ogromnym zainteresowaniem.

Uczestniczki badania, to kobiety, które aplikowały do największego społecznego ogólnopolskiego Programu edukacyjno-rozwojowego TOP Women w e-biznesie, aby zdobyć wiedzę na temat prowadzenia działalności online.

W czasach przyspieszenia cyfryzacji i transformacji biznesów to ważne, aby poznać profil potencjalnych właścicieli nowych sklepów internetowych lub innego typu działalności handlowych, które w najbliższym czasie będą rozwijać własny biznes.

Kim są? Z jakich miast pochodzą? Jaką do tej pory prowadziły działalność? Z jakich narzędzi korzystają? Czy sprzedają w kanałach social? Co je motywuje do rozwoju w obszarze e-commerce i zakładania biznesów online?

Na te i inne pytania znajdziecie Państwo odpowiedź w publikowanym raporcie.

Raport powstał w lutym 2022 roku na podstawie badania przeprowadzonego w okresie od października 2021 do stycznia 2022 r. Badanie zostało przeprowadzone na grupie prawie **700 kobiet z całej Polski** – kandydatek do Programu **TOP Women w e-biznesie**. Badanie przeprowadzone zostało w formie ankiety, której wyniki przedstawia poniższy raport.

Dziękujemy wszystkim Partnerom za pomoc w przygotowaniu raportu.

Zapraszamy do lektury!

Komentarz eksperta:

W Internecie kupuje już 84 proc. internautów. W połowie września 2021 r. w KRS zarejestrowanych było w sumie aż 51 tys. sklepów internetowych. To widoczny znak zmian i rozwoju branży e-commerce. Jednoosobowe działalności gospodarcze prowadzi w Polsce tylko 0,8mln kobiet (raport GEM Polska, 2020), to o połowę mniej niż mężczyźni. Jeżeli podobne dane odnoszą się do prowadzenia biznesu online w tym sklepów internetowych to oznacza, że kobiety potrzebują wsparcia i edukacji. Kobiety mają duży potencjał, ale często nie wierzą w swoje umiejętności. Jesteśmy wielozadaniowe i potrafimy pogodzić ze sobą wszystkie obowiązki. Zapraszam do przeczytania raportu, który zdecydowanie wskazuje, iż kobiety chcą się rozwijać i zakładać własne e-biznesy. Potrzebują jednak edukacji i wsparcia ekspertów

Anna Heimberger,
Prezes Fundacji Kobiety e-biznesu



II. O Programie TOP Women w e-biznesie

TOP Women w e-biznesie to autorski ogólnopolski Program Edukacyjno–Rozwojowy dla kobiet.

Powstał w celu wspierania kobiet w rozwoju i przekwalifikowaniu zawodowym. Został stworzony, aby dostarczać wiedzę i wzmacniać kompetencje kobiet w prowadzeniu e-biznesu.

Jako Fundacja chcemy podnosić skuteczność kobiet w konkurencyjnym otoczeniu biznesowym i edukować je w zakresie najnowszych technik prowadzenia biznesu online.

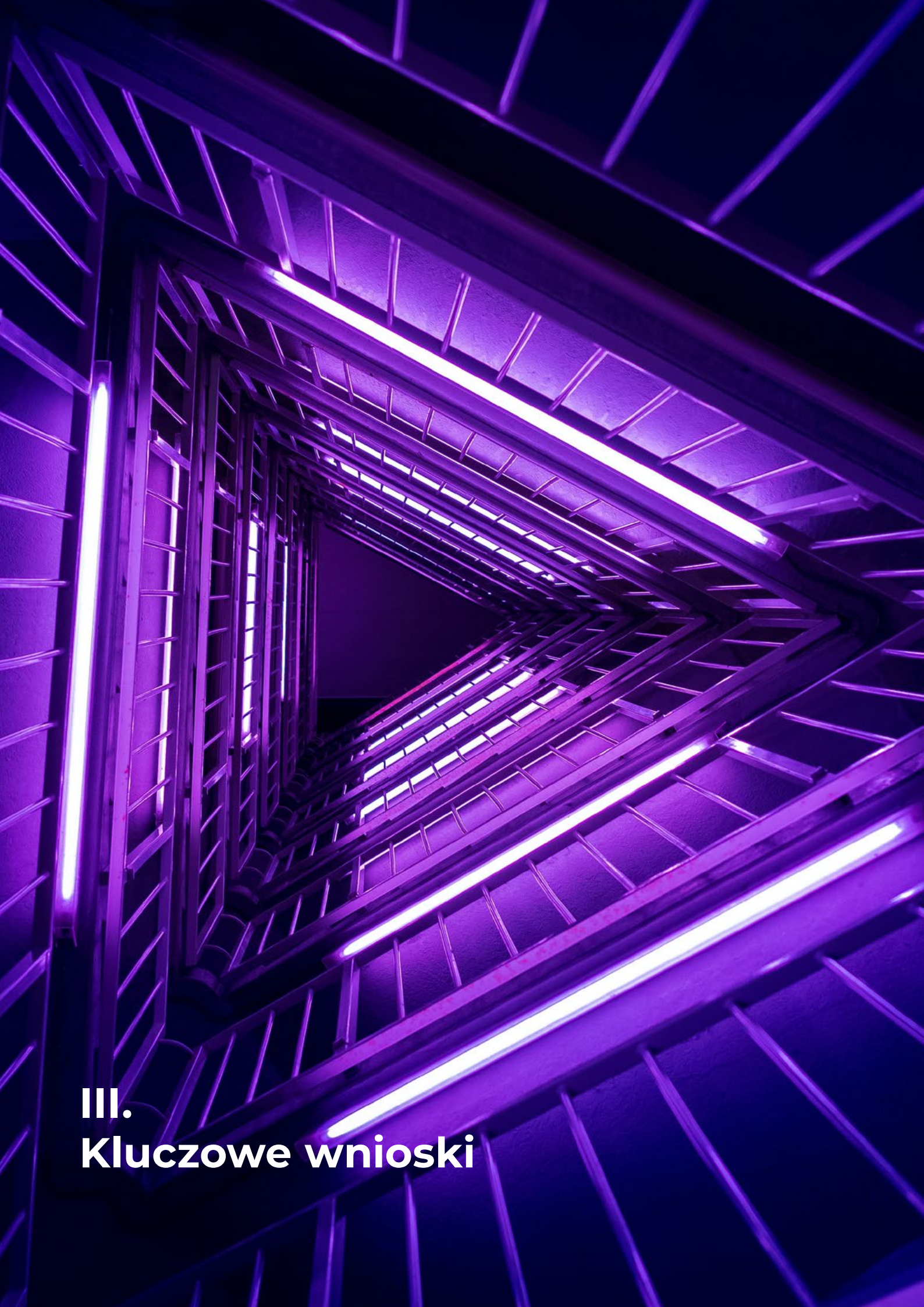
TOP Women w e-biznesie, to Program o charakterze społecznym. Bezpłatnie dostępny dla Polek mieszkających w kraju i zagranicą. Dedykowany kobietom z wiosek, małych miasteczek i dużych miast.

Program zakłada kilka miesięcy intensywnej pracy pod okiem wysokiej klasy ekspertów, którzy dzielą się ogromną wiedzą i doświadczeniem wspierając uczestniczki w rozwoju. Główne obszary, to: księgowość i wskaźniki finansowe, prawne aspekty e-biznesu, zakładanie własnego sklepu internetowego, logistyka i płatności w e-commerce, komunikacja i sprzedaż w social mediach, a także umiejętności miękkie, jak biznesowy wizerunek.

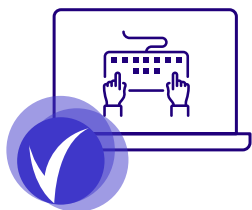
Ambasadorką programu edukacyjnego TOP Women w e-biznesie jest Małgorzata Ohme. Jedna z najbardziej znanych i cenionych psycholożek i dziennikarek w Polsce. Wspiera i motywuje kobiety do rozwoju i działania.

Cele Programu

- 1. Edukacja uczestniczek** z zakresu najbardziej potrzebnych narzędzi do prowadzenia biznesu online.
- 2. Praktyczna wiedza** z budowy sklepu internetowego, integracji dodatkowych aplikacji, komunikacji w social mediach, budowania marki osobistej i biznesowej.
- 3. Metamorfoza uczestniczek** i wspieranie postawy „Silnej Kobiety”, aby pomóc im w odważnym osiągnięciu celów zawodowych i prowadzeniu własnej działalności gospodarczej.
- 4. Wyposażenie uczestniczek w praktyczne materiały**, sprzęt oraz narzędzia do budowania biznesu online.



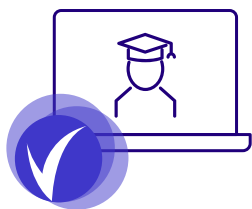
III. Kluczowe wnioski



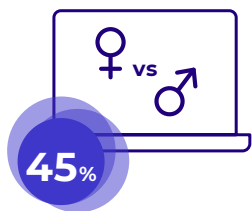
Liczba formularzy wypełnionych przez kobiety zainteresowane uczestnictwem w Programie edukacyjnym TOP Women w e-biznesie Fundacji Kobiety e-biznesu niemalże podwoiła się w stosunku do poprzedniej edycji. **Świadczy to o dużym potencjale i potrzebie edukacji kobiet z całej Polski.**



Wśród kobiet, które szukają edukacji z dziedziny e-biznesu, już drugi raz z rzędu pojawiły się panie **z szeroko zakrojonych grup wiekowych, od 18 do 65 roku życia. Podobnie jak w I edycji Programu, największą część, bo prawie 50%, stanowiły kobiety aktywne zawodowo, w wieku 36-50 lat. Drugą, najliczniejszą grupą (37%) są kobiety w wieku 25-35 lat, na początku swojej kariery zawodowej.** W ankietowanej grupie pojawiły się również młode dziewczyny, poniżej 24 roku życia oraz kobiety 50+, w tym również panie po 60 r.ż.



Ponownie wśród aplikujących znalazły się studentki, będące na początku swojej kariery i poszukujące kierunku dalszego rozwoju.

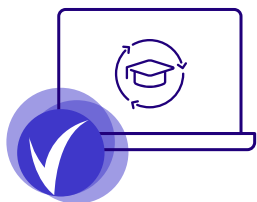


Aż 45% kandydatek tegorocznego badania wyraziło opinię, że kobietom trudniej jest awansować w obszarach digitalowych niż mężczyznom. Świadczy to o znacznej potrzebie prowadzenia dalszych działań w celu zminimalizowania tej nierówności.

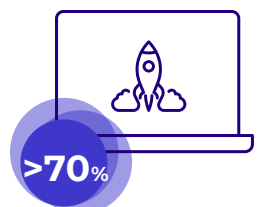


Podobnie jak w poprzedniej edycji, ankietę rekrutacyjną do Programu wypełniły kobiety z całej Polski – zarówno z tych największych i najbardziej rozwiniętych biznesowo miast, jak i najmniejszych miasteczek i wiosek. **Aż 31% kobiet zainteresowanych rozwijaniem kompetencji cyfrowych i udziałem w TOP Women mieszka w miejscowościach poniżej 20 tys. mieszkańców. To jeszcze większy odsetek aplikujących z mniejszych miast niż w edycji 2020/21.** Ukazuje to ogromny potencjał Programu na aktywizację i rozwój kobiet również z mniejszych miejscowości.

Dane te pokazują nie tylko jak bardzo kobiety są otwarte na zmiany, ale też ich głód wiedzy i kompetencji, które stają się kluczowe na rynku. Zainteresowanie zdobyciem umiejętności z zakresu e-commerce rośnie, niezależnie od wieku i miejsca zamieszkania.

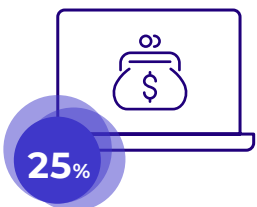


Uczestniczki Programu są bardzo dobrze wykształcone – aż 66% z nich ma wykształcenie wyższe, a kolejne 14% – wykształcenie podyplomowe. Może to oznaczać, że osoby zainteresowane Programem TOP Women w e-biznesie wysoko cenią sobie ciągły rozwój i poszerzanie swoich kompetencji przydatnych w życiu zawodowym.



>70%

Po raz kolejny widzimy, że zdecydowana większość kobiet aplikujących do Programu jest nastawiona na założenie firmy. Ponad 70% z nich rozważa założenie działalności gospodarczej. Im młodsze, tym bardziej chcą założyć własną firmę. Co ciekawe, w najmniejszych miastach (do 20 tys. mieszkańców) wskaźnik ten jest jeszcze wyższy i sięga aż 75%.



25%

Prawie **25%** już dziś **prowadzi własną działalność gospodarczą**, co pokazuje **chęć i gotowość kobiet do wejścia ze swoim biznesem w obszar e-commerce**, a także często przeniesienie firm z tradycyjnych kanałów prowadzenia biznesu do online'u. **To wzrost o prawie 5% w stosunku do zeszłorocznej edycji.**



Większość ma już za sobą pierwsze doświadczenia w sprzedaży internetowej. Sprzedają przede wszystkim na platformie Allegro (43%).



Allegro to platforma o bardzo dużym potencjale rozwoju. Ponadto, jest jedną z najczęściej wybieranych form handlu internetowego przez kobiety rozpoczynające działania w e-commerce.



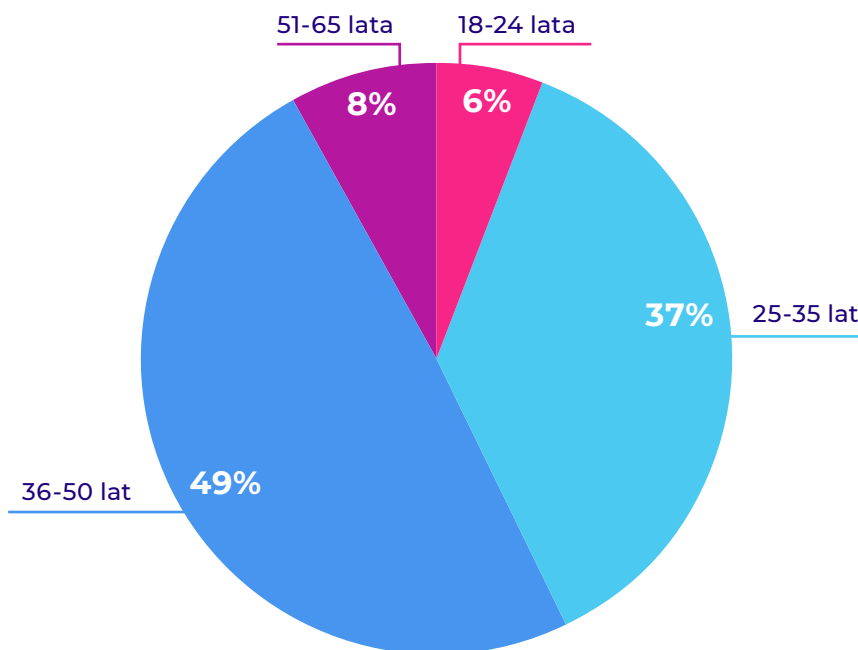
IV.

Profil demograficzny badanych

Wiek

- Podobnie jak w I edycji Top Women w e-biznesie, **do Programu aplikowały kobiety w różnym wieku**, od 18 do 65 roku życia. To sukces naszego Programu. Bardzo się cieszymy, że udało nam się przyciągnąć kobiety w tak szerokim przedziale wiekowym. To tylko pokazuje, jak bardzo kobiety są otwarte na zmiany, niezależnie od wieku, ale też głodne wiedzy i kompetencji, które stają się kluczowe na rynku – wiedzy i umiejętności z zakresu e-commerce.
- **Już drugi raz z rzędu najliczniejszą grupę, bo aż 49%, stanowią kobiety aktywne zawodowo w wieku 36-50 lat.** Jest to również **zgodne z wynikami naszego badania Potencjał kobiet w e-biznesie**, które pokazało, że jest to jednocześnie najliczniejsza grupa wiekowa kobiet, która już dziś działa w e-commerce i zamierza rozwijać się w tym obszarze.
- **Drugą pod względem liczebności grupą (37%) są kobiety w wieku 25-35 lat, na początku swojej kariery zawodowej.** Ale bardzo też cieszy nas fakt, że do naszego Programu ponownie zgłosiły się również młode dziewczyny, poniżej 24 r.ż. oraz kobiety 50+.

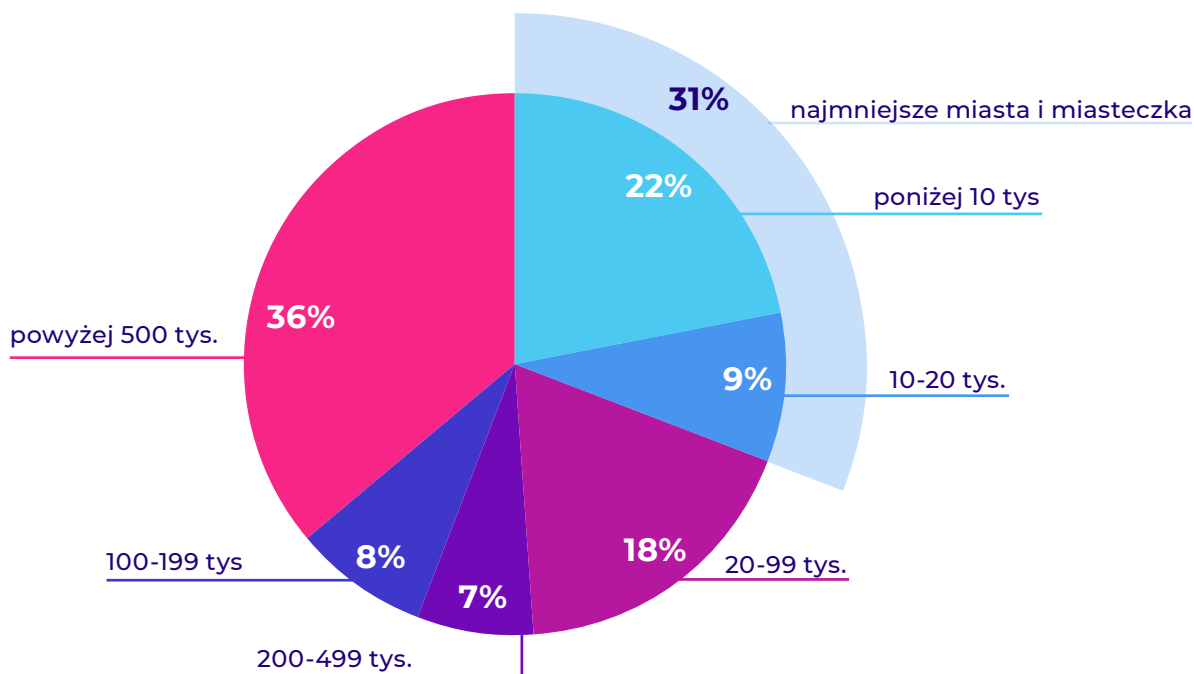
**Wiek kobiet zainteresowanych rozwojem w obszarze e-biznesu
(aplikujące do Programu TOP Women w e-biznesie)**



Skąd pochodzą kobiety planujące zdobywać wiedzę o e-biznesie?

- **Podobnie jak w poprzedniej edycji**, program edukacyjny, którego celem jest przekazanie wiedzy z zakresu prowadzenia biznesu w internecie, wywołał zainteresowanie **kobiet z całej Polski** – zarówno z tych największych i najbardziej rozwiniętych biznesowo miast, jak i najmniejszych miast i miasteczek.
- Największa część kandydatek pochodzi z największych miast **w Polsce** – poza Warszawą, licznie reprezentowane są wszystkie duże miasta, jak: Kraków, Gdańsk, Wrocław, Łódź czy Poznań.
- Druga edycja Programu cieszy się także większym zainteresowaniem wśród mieszkanek mniejszych miejscowości. **Ponad 30% kandydatek mieszka w miasteczkach i wioskach poniżej 20 tys. mieszkańców. To jeszcze większy odsetek aplikujących z mniejszych miast niż w edycji 2020/21.**

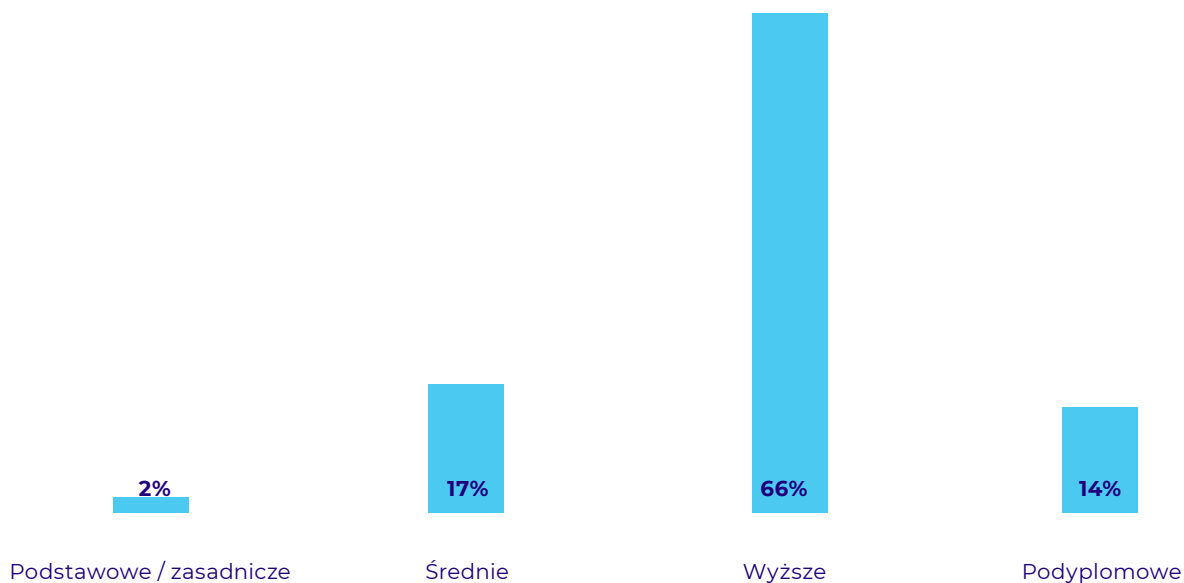
Skąd pochodzą kobiety planujące zdobywać wiedzę o e-biznesie – wielkość miejsca zamieszkania



Wszystkie dobrze wykształcone

- Kobiety, które zadeklarowały swoją chęć edukacji i wzięcia udziału w Programie są **bardzo dobrze wykształcone** – aż **66% z nich ma wykształcenie wyższe** i aż **14% wykształcenie podyplomowe**.
- Może to oznaczać, że osoby **zainteresowane rozwojem w e-biznesie wysoko cenią sobie ciągły rozwój** – zarówno edukację, jak i poszerzanie swoich kompetencji przydatnych w życiu zawodowym. Z drugiej strony może to także oznaczać, że szukają nowego pomysłu na siebie i myślą poważnie o uruchomieniu biznesu online, który będzie alternatywą dla dotychczasowej ścieżki kariery.
- Rozkład wykształcenia wśród ankietowanych kobiet jest **zbieżny z wynikami raportu naszej Fundacji *Potencjał kobiet w e-biznesie*** z sierpnia 2020. roku, które pokazały, że aż 91% kobiet działających w e-biznesie ma **wykształcenie wyższe**.

Wykształcenie kobiet zainteresowanych e-biznesem



Czym się dzisiaj zajmują?

52%

Już drugi raz z rzędu obserwujemy, że kobiety aplikujące do Programu, to zarówno osoby zatrudnione na umowę o pracę, jak też nastawione na własny biznes.

Ponad połowa ankietowanych kobiet (52%) pracuje dzisiaj u innego pracodawcy zatrudniona na umowę o pracę, ale ambitnie chce się rozwijać i zdobywać nowe kompetencje.

25%

Aż **25%** już dziś **prowadzi własną działalność gospodarczą**, co pokazuje **chęć i gotowość kobiet do wejścia ze swoim biznesem w obszar e-commerce**, a także często przeniesienie firm z tradycyjnych kanałów prowadzenia biznesu do online'u. **To wzrost o prawie 5% w stosunku do zeszłorocznej edycji.**

7%

7% kobiet, które wypełniły ankietę kwalifikacyjną, to studentki wchodzące lada moment na rynek pracy.

17%

Niezmiernie cieszy nas fakt, że **do Programu w tym roku zgłosiło się wiele kobiet, które do tej pory zajmowały się domem i opieką nad dziećmi.** Stanowią one **prawie 17% kandydatek.**

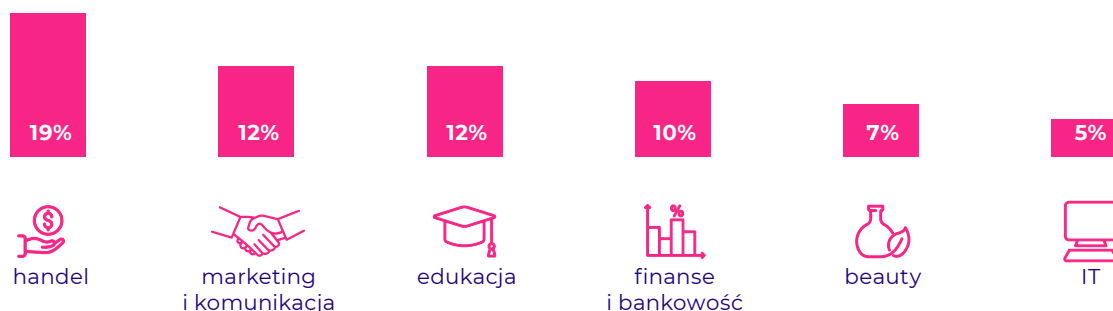
W Programie upatrują swojej szansy na powrót na rynek pracy i otwarcie własnego biznesu e-commerce.



W jakich branżach już dziś działają?

- Kobiety, które zgłosiły chęć uczestnictwa w Programie TOP Women w e-biznesie **działają obecnie w bardzo różnych branżach**. W tegorocznej edycji dominuje **handel** (19%), który wzrósł o 11 p.p. w porównaniu z ubiegłoroczną edycją, wyprzedzając **marketing i komunikację** – w tym roku na 2. miejscu, ze wskaźnikiem 12%. Dalej edukacja (12% – wzrost o 7 p.p), **finanse i bankowość** (10%), a także – **beauty** (7%) i **IT** (5%).
- Podobnie jak w ubiegłym roku, wśród naszych kandydatek znalazły się również osoby, które **wykonują niepowszeczne zawody** i działają w niestandardowych branżach, takich jak: **rękodzieło, fotografia, projektowanie ogrodów, sztuka użytkowa czy pszczelarstwo**.
- **Spośród kobiet, które już dziś prowadzą własne firmy, ponad 60% stanowią kobiety dojrzałe, w wieku 36-50**. Działają one najczęściej w takich obszarach, jak: marketing i komunikacja, edukacja, beauty czy fashion.

Dominujące branże, w których obecnie działają kobiety



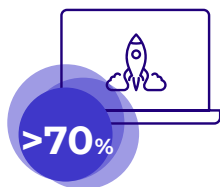
Komentarz eksperta:

Rola kobiet w tworzeniu małych i średnich firm jest coraz większa. Niezwykle cieszy fakt, że kobiety tak dobrze poczuły rozwój rynku e-commerce i rosnący potencjał tego biznesu. Chcą rozwijać się i nabywać nowe kompetencje w tym obszarze. Przeprowadzone badanie pokazało, że ani wiek, ani miejsce zamieszkania nie stanowią bariery w rozwoju. Edukacji z dziedziny e-biznesu szukają zarówno kobiety aktywne zawodowo, jak i studentki, czy kobiety 60+. Zarówno z dużych miast, jak i niewielkich miast i miasteczek. Choć mają one świadomość, że kobietom trudniej jest awansować w obszarach digitalowych, niż mężczyznom, odważnie aplikują do programów rozwojowych, by poszerzać swoją wiedzę i kompetencje, a także otwierać nowe biznesy w środowisku online. Dane pokazują jak bardzo otwarte są na zmiany, ale też gotowe inwestować w siebie. W swoim biznesach widzą szansę na wyjście poza dotychczasowe ograniczenia, szansę na powrót na rynek pracy, niezależność finansową, ale też gotowość do wejścia ze swoim biznesem w obszar e-commerce, czy przeniesienie firm z tradycyjnych kanałów do online'u. Zaskakujące jest w jak różnych branżach chcą działać – od handlu, czy komunikacji, poprzez edukację, fotografię, projektowanie ogrodów, aż po rynek beauty. To obszary bliskie ich sercu i kompetencjom, ale też branże, które stoją przed nimi otworem w środowisku online. Mamy nadzieję, że nasz Program doda im skrzydeł.

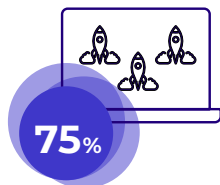
Agnieszka Brytan-Jędrzejowska,
Fundacja Kobiety e-biznesu



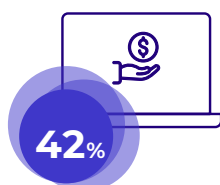
V.
Gotowość do założenia
własnych biznesów



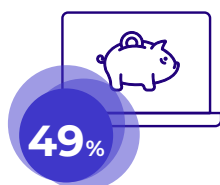
Po raz kolejny widzimy, że zdecydowana większość kobiet aplikujących do Programu jest nastawiona na założenie firmy. Ponad 70% z nich rozważa założenie działalności gospodarczej. Im młodsze, tym bardziej chcą założyć własną firmę. W najmłodszej grupie wiekowej wskaźnik ten wyniósł ponad 80%.



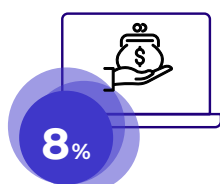
Co ciekawe, w najmniejszych miastach (do 20 tys. mieszkańców) wskaźnik ten jest również wyższy od ogółu badanych i sięga aż 75%.



Ponad 40% badanych kobiet planuje swoją przyszłą działalność gospodarczą w handlu, głównie w e-commerce.

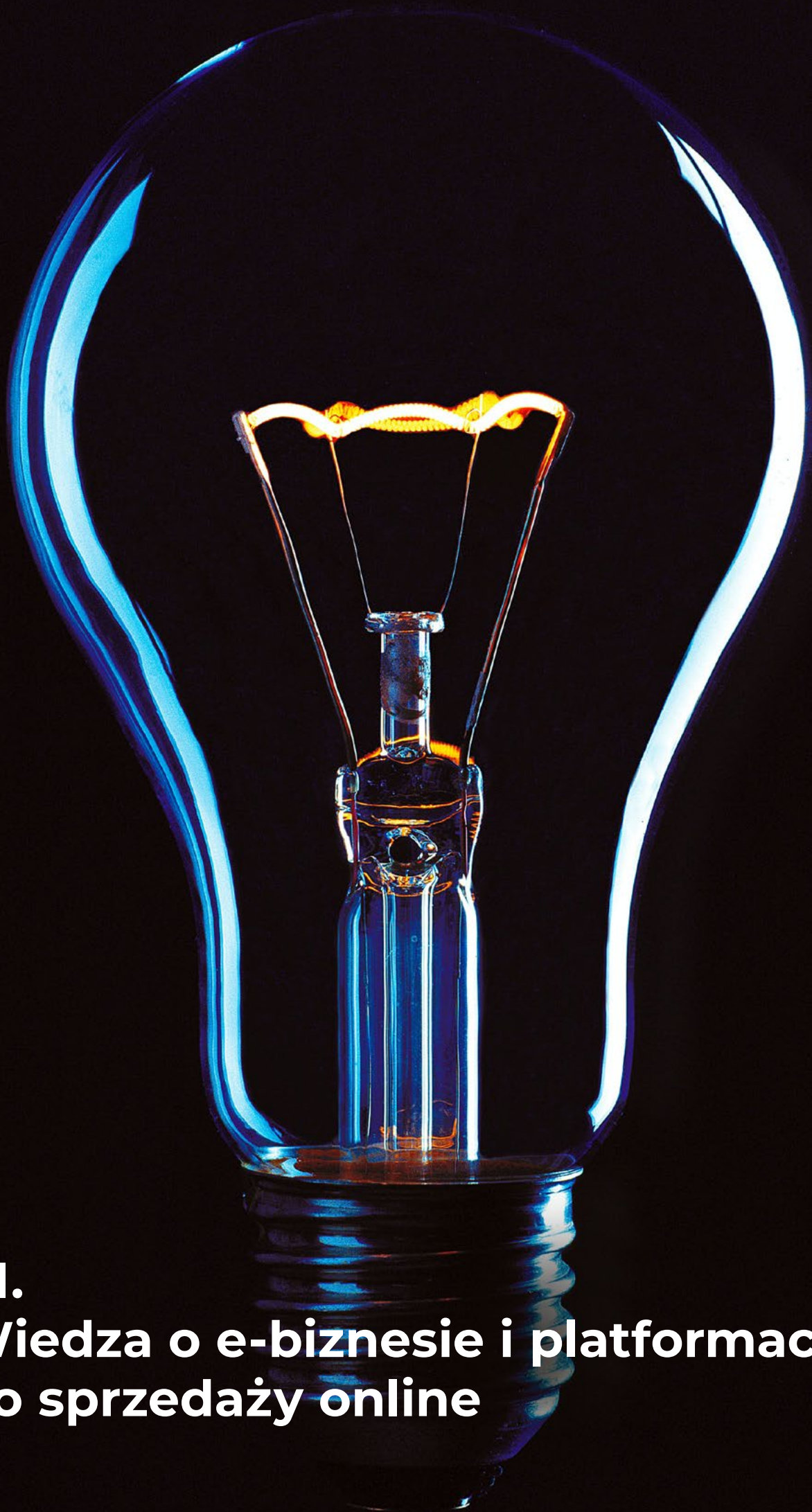


Wciąż wiele kobiet (prawie połowa) rozważa finansowanie działalności głównie ze środków własnych, ale warto podkreślić, że w porównaniu z edycją zeszłoroczną, wskaźnik ten spadł z 75%. Jest więc duża szansa, że przyszłe przedsiębiorczynie będą coraz odważniej sięgać po finansowanie zewnętrzne.



Dziś 8% kandydatek deklaruje, że planuje finansowanie przyszłej działalności z kredytu bankowego. Natomiast, już niemalże 40% rozważa pozyskanie środków przy pomocy dotacji z Unii Europejskiej.

Dane te pokazują ogromną potrzebę edukowania i budowania świadomości kobiet nie tylko w zakresie zakładania własnych firm, ale także dostępnych na rynku źródeł finansowania i sposobów ich pozyskiwania. Niezwykle istotne jest także znacznie szersze wsparcie kobiet w zakresie edukacji i dostępu do rozwiązań wspierających biznes w mniejszych miejscowościach i na wsiach.



VI.
**Wiedza o e-biznesie i platformach
do sprzedaży online**

Ogólnodostępne kanały sprzedażowe

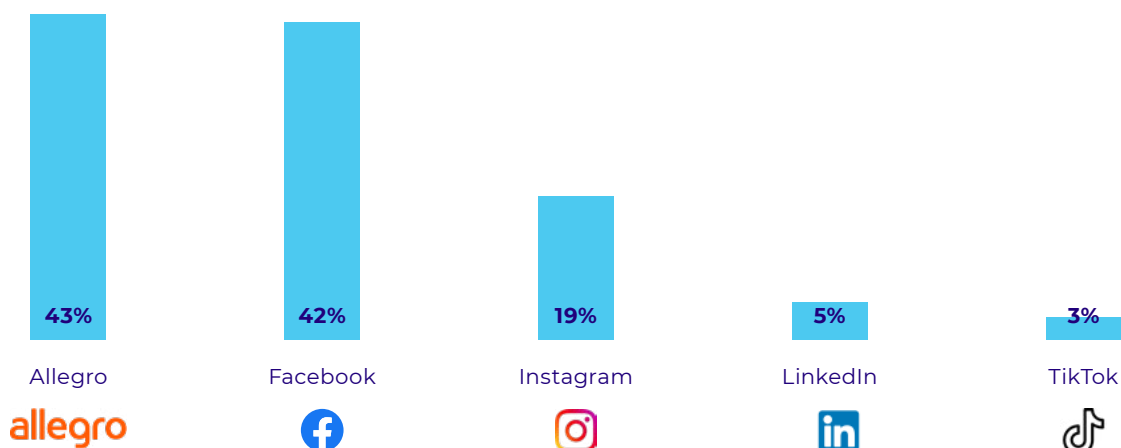
Badanie pokazało, że wiele ankietowanych kobiet posiada pewną wiedzę o narzędziach do prowadzenia biznesu online.

- Co piąta kandydatka już dziś posiada własną stronę internetową.
- Większość z nich używa już dziś własnej strony w **działaniach e-commerce'owych**. Rozwiązania digitalowe wykorzystywane są również w **marketingu i komunikacji**, a nawet w **celach edukacyjnych**.

Większość ma też pierwsze doświadczenia w sprzedaży internetowej. Sprzedają przede wszystkim na platformach: **Allegro (43%)** i **Facebook (42%)**.

- **Allegro** – częściej wykorzystywane jest przez kobiety z większych miejscowości, najczęściej w przedziale wiekowym 25-50.
- **Aż 42% kandydatek sprzedaje za pomocą Facebooka marketplace**. Dane te potwierdzają trendy nakreślone w naszym raporcie *Potencjał kobiet w e-biznesie*.
- W tegorocznych badaniach wyraźnie widać, że Instagram (19%) również cieszy się sporą popularnością wśród kobiet.
- Wśród pozostałych mediów społecznościowych warto wymienić: **LinkedIn (5%)** i **TikTok (3%)**. Co ciekawe, w przypadku zarówno Instagrama, TikToka, jak i LinkedIna – im młodsze kobiety, tym częściej dokonują sprzedaży za pomocą tych kanałów.

Sprzedaż internetowa – platformy, które obecnie wykorzystywane są przez kobiety do sprzedaży online



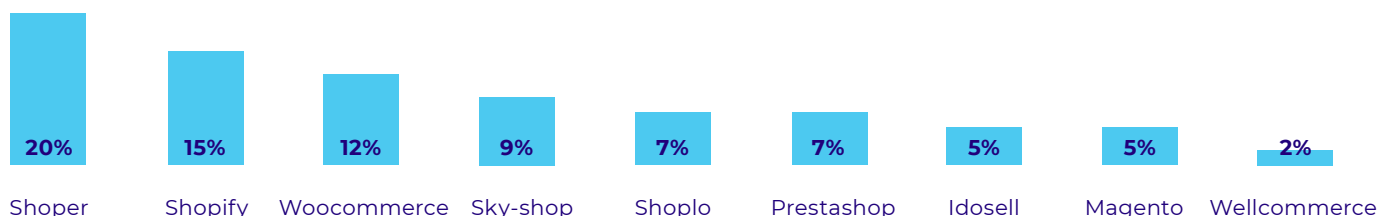
Znajomość platform do budowy sklepów online

W tegorocznym badaniu sprawdziliśmy również **znajomość wyspecjalizowanych platform do budowy sklepu internetowego wśród kobiet aplikujących do Programu**. Okazuje się, że **już co trzecia z nich ma doświadczenie z wyspecjalizowanymi platformami**.

- **Shoper (20%) i Shopify (15%) to platformy, które cieszą się największą popularnością wśród aplikujących do Programu**. Pośród liderów warto również wymienić: **Woocommerce (12%) i Sky-shop (9%)**.

- Kandydatki znają także platformy: **Shoplo i Prestashop – po 7%**, jak również **Idosell i Magento – po 5%**.

Najbardziej rozpoznawalne platformy do tworzenia sklepu internetowego



Warto zaznaczyć, że znajomość platform rozkłada się nieco inaczej wśród kobiet posiadających już dziś własną stronę internetową: prawie 1/3 z nich zna platformę **Woocommerce**. Znaczny wzrost popularności można również zaobserwować w tej grupie badanych w przypadku: **Sky-shop, Prestashop i Shoplo**.

Komentarz eksperta:

Wiele kobiet już dziś posiada pewną wiedzę o narzędziach do prowadzenia biznesu online. Z roku na rok ta wiedza, ale też znajomość nowych narzędzi i rozwiązań digitalowych jest coraz większa. Allegro czy Facebook Marketplace to platformy, na których przyszłe przedsiębiorczynie stawiają pierwsze kroki, tu zdobywają swoje doświadczenia, sprzedają pierwsze produkty. Program „Top Women w e-biznesie” pozwoli im rozwinąć skrzydła w tym zakresie, nabyć nowe kompetencje i umiejętności w zakresie narzędzi cyfrowych, podpowie z jakich rozwiązań warto korzystać, co warto wdrożyć w poszczególnych branżach e-biznesu, ale też na jakie aspekty prawne czy logistyczne być wyczulonym. Nauczy niuansów związanych z wyborem rozwiązań dotyczących płatności, pokaże tajniki skutecznych działań w social mediach. Znajomość tych aspektów doda kobietom pewności w działaniu, a także pozwoli skutecznie rozwijać przyszłe biznesy online.

Dorota Bachman,
Fundacja Kobiety e-biznesu



VII. Wyzwania e-commerce

Ważnym aspektem zakładania własnych biznesów są wyzwania, z jakimi przychodzi się mierzyć przyszłym przedsiębiorcom. Dlatego też zbadaliśmy ten aspekt wśród kandydatek do II edycji naszego Programu, aby lepiej zrozumieć ich potrzeby i bolączki.

Znaczna większość kandydatek (aż $\frac{3}{4}$ badanych) uważa, że głównym wyzwaniem podczas zakładania własnego sklepu internetowego jest brak doświadczenia.

- **Ponad połowa czuje, że powinna poprawić swoje kompetencje dotyczące narzędzi cyfrowych, aby odnieść sukces w e-commerce.**
- **Prawie 45%** ankietowanych, jako istotne wyzwanie, wskazuje **dużą konkurencję** wśród sklepów internetowych.
- Aspekty finansowe, takie jak **środki na finansowanie działalności** czy **przyszłe dochody**, to kolejne ważne zagadnienia, poruszane przez odpowiednio 39% i 35% kandydatek.
- **Formalności związane z prowadzeniem firmy**, jak księgowość czy obsługa prawna, **stanowią wyzwanie dla niemalże co trzeciej ankietowanej.**
- Pośród wymienianych barier są również: **brak pomysłu na produkty do sprzedaży (23%)** i **obawa o zachwianie work-life balance (12%).**

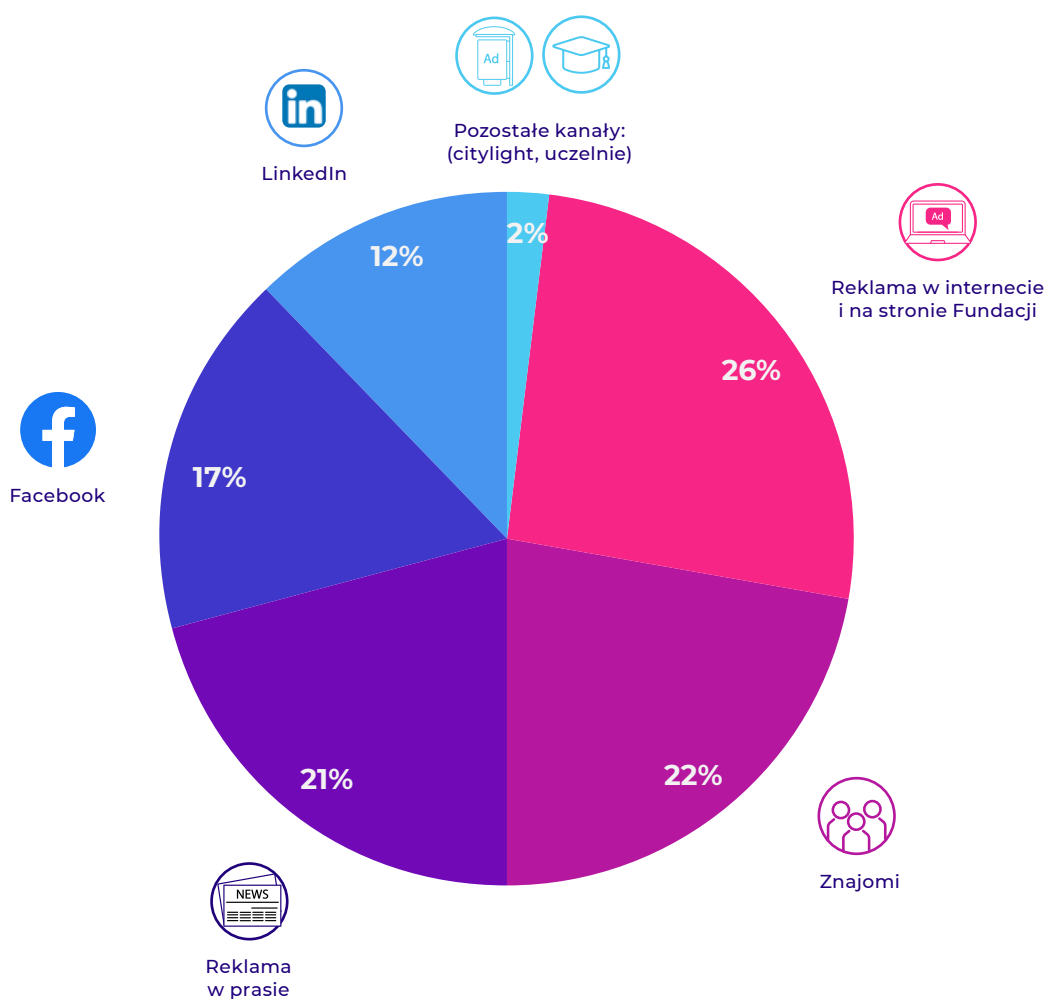
Największe wyzwania, jakich spodziewają się przyszłe Wojowniczkі e-biznesu zakładając sklep online





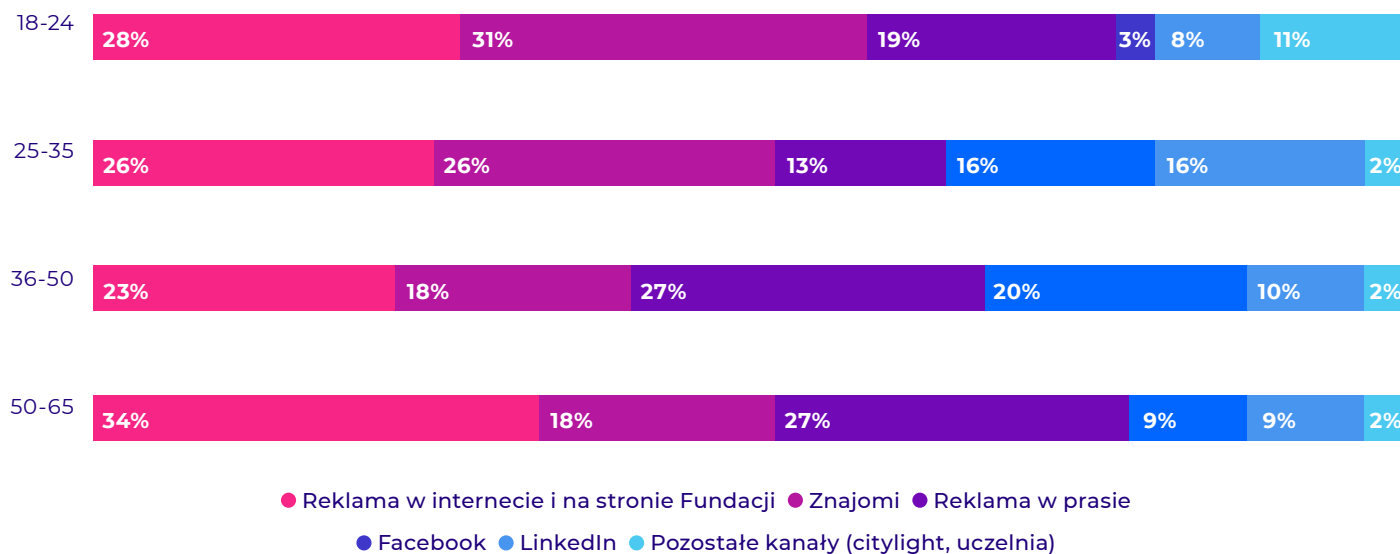
VIII.
Skąd uczestniczki
dowiedziały się o Programie?

Źródła wiedzy o Programie TOP Women w e-biznesie



- W tegorocznej edycji Programu, **najskuteczniejszym kanałem komunikacji w dotarciu do kobiet szukających możliwości podniesienia kompetencji z zakresu prowadzenia biznesu online, okazała się reklama w internecie i na stronie Fundacji**. Ponad 1/4 kandydatek w ten sposób dowiedziały się o Programie.
- Podobnie jak w ubiegłym roku, **niezwykle istotne okazały się także rekomendacje i polecenia znajomych** – ponad 20% kobiet dowiedziało się o Programie właśnie dzięki osobom polecającym. To nas niezmiernie cieszy, a jednocześnie mobilizuje do dalszego działania. Oznacza to bowiem, że nasz Program jest również polecany przez uczestniczki poprzedniej edycji, a także współpracujących z Fundacją Partnerów.
- Cennym źródłem informacji w tej edycji Programu okazały się **reklamy w prasie** – ich skuteczność wzrosła prawie 4-krotnie w stosunku do poprzedniej edycji.

Źródła wiedzy o Programie w podziale na wiek



- Zarówno **reklama w internecie**, jak i **strona Fundacji** docierają w największym stopniu do najstarszych uczestniczek Programu (34%), choć ważną rolę odgrywają w każdej grupie wiekowej.
- **Facebook i LinkedIn**, to kanały szczególnie cenione przez osoby aktywne zawodowo, głównie w przedziale wiekowym 25-50. Znaczenie networkingu na wczesnym etapie kariery widoczne jest w najmłodszej grupie wiekowej – aż 31% ankietowanych dowiedziało się o Programie od **Znajomych**, a także wśród kobiet 25-35 lat (26%).
- **Reklama w prasie** okazała się ważnym źródłem dla kobiet dojrzałych, powyżej 36 roku życia.
- **11% spośród najmłodszych kandydatek dowiedziało się o Programie na uczelni.**





IX.
**Co motywowało do wzięcia
udziału w Programie?**

Co skłoniło kandydatki do wzięcia udziału w Programie?



Wśród kandydatek do II edycji naszego Programu szukaliśmy również odpowiedzi na pytanie, **co skłoniło je do wzięcia udziału w Programie**.

Badanie mocno potwierdziło tezę, że głównym motywatorem kobiet do wzięcia udziału w programach edukacyjno-rozwojowych jest **chęć rozwijania i wzmocnienia własnych kompetencji**. A w kontekście Programu TOP Women w e-biznesie, zarówno **rozwijania kompetencji z zakresu e-commerce (84%)**, jak i **prowadzenia własnego biznesu (72%)**. Kobiety mocno inwestują w siebie i swój rozwój, to ważny element ich życia i rozwoju zawodowego.

- Niezwykle istotnym czynnikiem jest również **networking i możliwość nawiązywania nowych kontaktów (51%) z innymi kobietami, ale także ekspertami i profesjonalistami prowadzącymi Program** (aż 47% wskazań). **Czerpanie z ich wiedzy, porad i doświadczeń**.
- Na decyzje kandydatek wpłynęły również takie czynniki, jak: **dopasowanie Programu do ich potrzeb (31%)**, a także **dobre opinie o Programie (21%)**, które pojawiły się na rynku już po I edycji zeszłorocznego Programu.

kobietyebiznesu.pl

Warszawa 2022

TOPwomen®
w e-biznesie



kobiety
e-biznesu
FUNDACJA



Kobieta
e-commerce
2021