

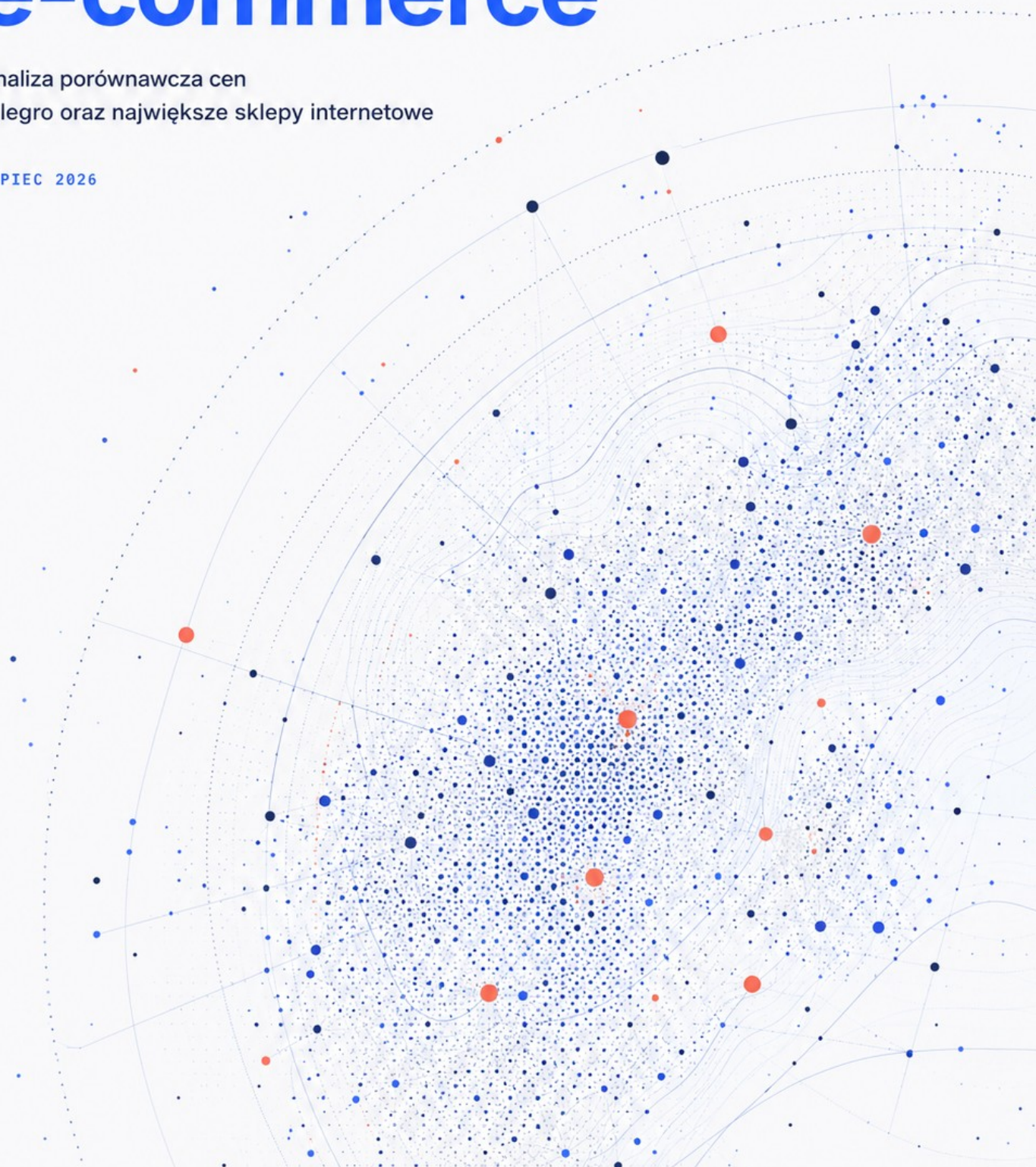
modvise.

RAPORT CENOWY 2026

Polski rynek e-commerce

Analiza porównawcza cen
Allegro oraz największe sklepy internetowe

LIPIEC 2026



Rynek e-commerce pełen jest deklaracji dotyczących „najniższych cen”, jednak konsument zazwyczaj widzi jedynie fragment rynku: pojedynczy sklep, aktualną promocję lub produkt, którego akurat szuka. Celem tego badania było zastąpienie wybranych przykładów szerokim, porównywalnym zbiorem danych zebranych bezpośrednio z kart produktowych.

Kontekst rynkowy

Ceny w handlu internetowym zmieniają się dynamicznie i coraz częściej zależą od promocji, programów lojalnościowych oraz mechanizmów rabatowych. Ocena pozycji cenowej wymaga więc jednoczesnego pomiaru wielu sklepów i dokładnie tych samych produktów.

Pytanie badawcze

Chcieliśmy sprawdzić, czy postrzeganie Allegro jako cenowego punktu odniesienia znajduje potwierdzenie w danych oraz czy ewentualna przewaga jest widoczna szeroko — w różnych sklepach, kategoriach, markach i poziomach cenowych.

Kim jest Modvise

Modvise specjalizuje się w analityce cenowej i rynkowej e-commerce. Monitorujemy ceny, dostępność, promocje i widoczność produktów u setek sprzedawców, a następnie przekształcamy dane w wiedzę wspierającą decyzje marek i sieci handlowych. Kompetencje technologiczne i analityczne Modvise umożliwiły przeprowadzenie badania na skali wykraczającej poza ręczne porównywanie pojedynczych ofert.

Cel badania

Badanie miało obiektywnie określić pozycję cenową Allegro na tle największych detalistów działających na polskim rynku. Interesowała nas zarówno częstotliwość występowania niższej ceny, jak i skala różnic, wpływ na wartość koszyka oraz zróżnicowanie wyniku między kategoriami i markami.

Uzasadnienie wyboru Allegro

Allegro jest największą platformą zakupową w Polsce i dla wielu konsumentów stanowi pierwsze miejsce weryfikacji ceny. Z tego względu zostało przyjęte jako benchmark: dla każdego EAN-u cenę na Allegro zestawiono z ceną tego samego produktu w pozostałych sklepach.

Założenia metodologiczne badania

Metodologia została zaprojektowana tak, aby ograniczyć wpływ subiektywnego doboru produktów, różnic czasowych oraz odmiennych sposobów prezentowania cen przez poszczególnych detalistów.

1

Punkt wyjścia: bestsellery Google Merchant Center

Podstawę próby stanowiły dane pochodzące z zestawień bestsellerów Google Merchant Center. Dzięki temu badanie koncentruje się na produktach o rzeczywistym znaczeniu zakupowym, a nie na ręcznie dobranych przykładach.

2

Losowy dobór produktów na poziomie EAN

Produkty były wybierane losowo z puli bestsellerów na podstawie kodów EAN. Proces nie uwzględniał preferencji dotyczących marek, kategorii, poziomu cen ani oczekiwanego wyniku porównania.

3

Jednolity moment pobrania danych

Wszystkie ceny zostały pobrane tego samego dnia, w maksymalnym oknie czasowym wynoszącym ± 1 godzinę. Ogranicza to wpływ zmian cen w ciągu dnia i zapewnia możliwie porównywalny snapshot rynku.

4

Jednolity sposób odczytu ceny

Dane pobierano bezpośrednio z kart produktowych według tej samej procedury. Do porównania przyjmowano cenę po uwzględnieniu maksymalnego mechanizmu rabatowego udostępnionego przez danego detalistę dla produktu.

BESTSELLERY
GOOGLE

LOSOWY DOBÓR
EAN

SCRAPING
 ± 1 H

CENA Z PDP
PO RABACIE

Efekt: każdy rekord powstał według tej samej logiki doboru i pomiaru. Ogranicza to ryzyko cherry-pickingu oraz zniekształceń wynikających z różnych momentów lub sposobów odczytu ceny.

Źródła, próba i sposób analizy

Zakres danych

20

największych sklepów internetowych

17

głównych kategorii Google

19 476

unikalnych produktów (EAN)

29 328

porównań cen tego samego produktu

Zasada doboru i pomiaru: punktem wyjścia były bestsellery Google Merchant Center, z których produkty wybierano losowo na poziomie EAN. Wszystkie dane pobrano 2026-07-16 w oknie ± 1 godziny, bezpośrednio z kart produktowych i po uwzględnieniu maksymalnego mechanizmu rabatowego danego detalisty.

Sposób interpretacji wyników

Allegro tańsze – cena na Allegro niższa o ponad 1,00%. **Remis** – różnica w granicach $\pm 1,00\%$. **Retailer tańszy** – to sklep konkurencyjny ma niższą cenę. „Oszczędność na koszyku” to różnica między sumą cen wszystkich wspólnych produktów u danego sklepu a ich sumą na Allegro.

Sklepy objęte analizą

POJAZDY I CZĘŚCI

iParts

Amazon

ZDROWIE I URODA

DOZ

Hebe

Notino

Rossmann

Amazon

ARTYKUŁY DLA DZIECI

Smyk

TaniaKsiążka

Amazon

ELEKTRONIKA

Kaufland

MediaMarkt

Morele

RTV Euro AGD

Media Expert

Amazon

DOM, OGRÓD I MEBLE

Black Red White

Castorama

Empik

ARTYKUŁY SPORTOWE

Decathlon

Amazon

UBRANIA I AKCESORIA

Modivo

Zalando

Amazon

Amazon, jako sprzedawca wielokategorialny, został pokazany w każdej grupie. Media Expert przypisano do Elektroniki. Logotypy wskazują unikalne sklepy; Amazon jest liczony tylko raz w łącznej liczbie 20 detalistów.

Pozycja cenowa Allegro na tle rynku

Zbiorcze wyniki porównania cen

76,70%

bestsellerów było na Allegro tańsze niż u konkurencyjnego sklepu – w chwili pomiaru 2026-07-16.

29 328

porównań cen (SKU × sklep)

19 476

unikalnych produktów (EAN)

21,00%

mediana przewagi tam, gdzie Allegro wygrywa

-11,70%

taniej na całym koszyku bestsellerów

Z 29 328 porównań ceny tego samego produktu między Allegro a 20 największymi sklepami oferta Allegro była tańsza w **76,70%** przypadków. W kolejnych **13,90%** cena była praktycznie identyczna, a w **9,40%** tańszy był drugi sklep.

76,70%

14,00%

9,00%

■ Allegro tańsze ■ Cena porównywalna (±1,00%) ■ Retailer tańszy

Na każde 100 popularnych produktów kupujący znajduje lepszą lub równą cenę na Allegro w około **91** przypadkach. Przewaga nie wynika z pojedynczych okazji – utrzymuje się w całej próbie.

SKALA WYNIKU

22 495

porównań zakończyło się niższą ceną na Allegro; w 2 751 przypadkach tańszy był drugi sklep.

DOSTĘPNOŚĆ DOBREJ CENY

90,60%

produktów miało na Allegro cenę niższą lub porównywalną z ofertą analizowanego detalisty.

SPÓJNOŚĆ WYNIKU

20 / 20

analizowanych detalistów miało większość wspólnych bestsellerów droższych niż Allegro.

Co oznacza wynik 76,70%?

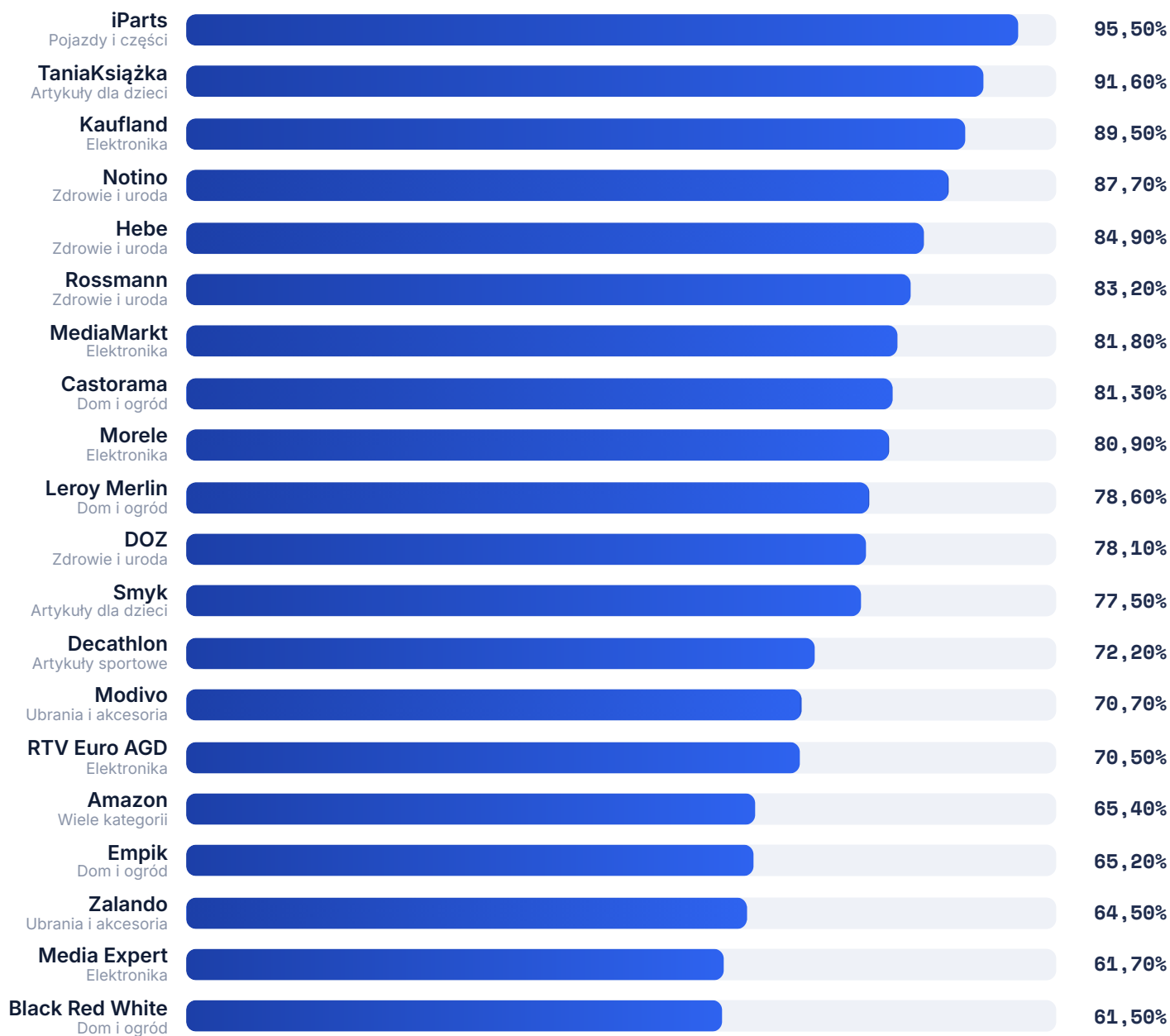
Każde porównanie dotyczy tego samego EAN-u i jednego z bestsellerów uwzględnionych w badanej próbie, zestawionego ze sklepem, w którym produkt występował.

Dlaczego to ważne?

Przewaga pojawia się jednocześnie w częstotliwości wygranych, wielkości różnic oraz wartości całego koszyka.

Porównanie z poszczególnymi sklepami

Nie ma sklepu, w którym konkurent wygrywa większość porównań. Udział produktów tańszych na Allegro waha się od **62,00%** do **96,00%** – Allegro wyróżnia się w każdej z 20 analizowanych sieci.

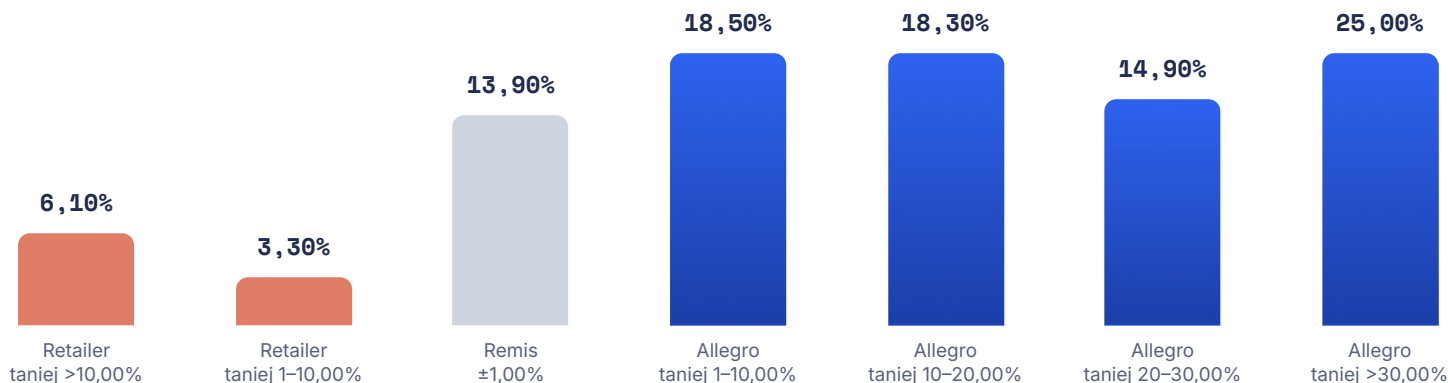


Odsetek wspólnych bestsellerów danego sklepu, dla których cena na Allegro była niższa. Etykieta pod nazwą wskazuje główną grupę asortymentową; Media Expert przypisano do Elektroniki.

Skala odchyłeń względem rynku

Rozkład i istotność zaobserwowanych różnic cenowych

Tam, gdzie Allegro wygrywa, mediana różnicy wynosi 21,00%, a 25,00% wszystkich porównań to produkty tańsze o ponad 30,00%.



Udział wszystkich 29 328 porównań w przedziałach różnicy ceny (cena sklepu minus cena Allegro, względem ceny sklepu).

DUŻA PRZEWAGA

25,00%

wszystkich porównań to przypadki, w których Allegro było tańsze o ponad 30,00%.

WYGRANE ALLEGRO

76,00%

wygranych Allegro oznaczało różnicę co najmniej 10,00% względem ceny konkurenta.

ODWROTNA SYTUACJA

6,10%

porównań przyniosło przewagę detalisty większą niż 10,00%.

Interpretacja: największą pojedynczą grupę stanowią porównania, w których cena na Allegro była niższa o ponad 30,00%. Przewaga konkurenta o podobnej skali występowała wielokrotnie rzadziej.

ASYMETRIA DUŻYCH RÓŻNIC

58,20% vs 6,10%

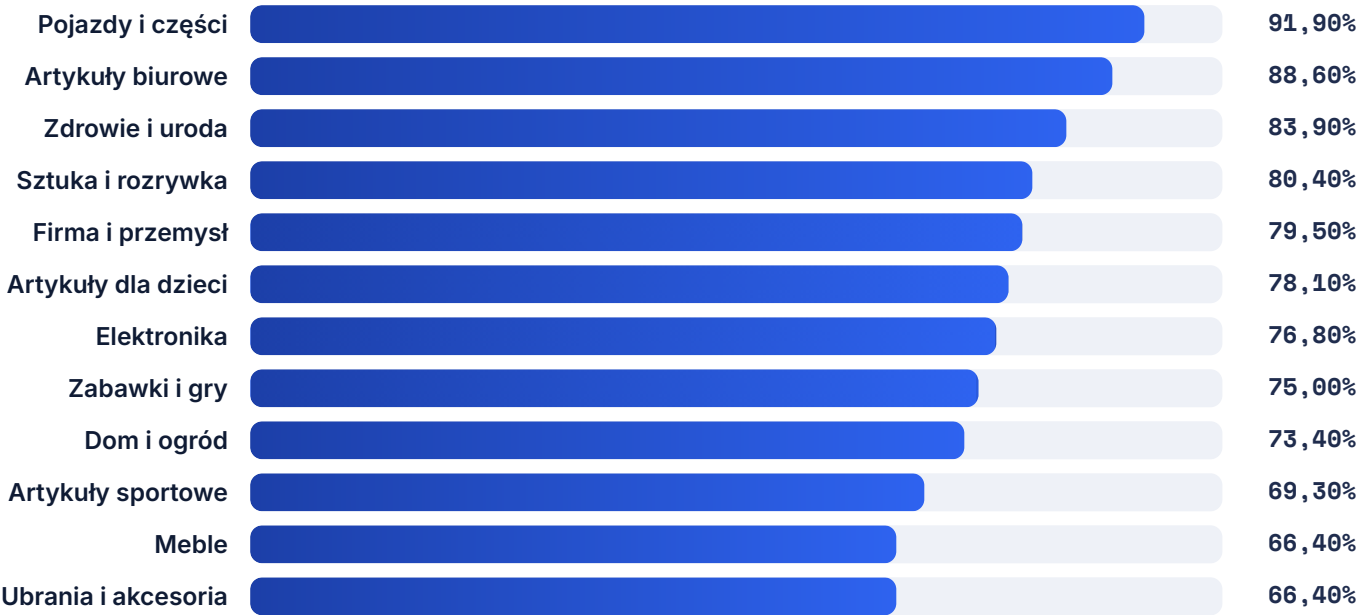
porównań z przewagą Allegro przekraczającą 10,00% wobec przypadków, w których detalista był tańszy o ponad 10,00%.

9,50-krotna różnica częstotliwości

Duża przewaga cenowa pojawia się po stronie Allegro niemal dziesięć razy częściej niż po stronie pozostałych detalistów.

Wyniki według kategorii produktowych

Allegro wygrywa większość porównań we **wszystkich 17 z 17** głównych kategorii obecnych w próbie.



Pozycja cenowa i potencjalna oszczędność – 12 największych kategorii

KATEGORIA	PORÓWNAŃ	ALLEGRO TANIEJ	MEDIANA RÓŻNICY	KOSZYK
Zdrowie i uroda	6 218	83,90%	22,40%	-21,20%
Dom i ogród	5 710	73,40%	14,00%	-11,50%
Elektronika	3 693	76,80%	10,50%	-11,30%
Artykuły sportowe	3 103	69,30%	8,70%	-20,40%
Ubrania i akcesoria	2 768	66,40%	10,30%	-9,10%
Artykuły dla dzieci	1 700	78,10%	11,90%	-13,60%
Pojazdy i części	1 148	91,90%	22,20%	-8,00%
Zabawki i gry	1 135	75,00%	9,20%	3,30%
Artykuły biurowe	1 079	88,60%	20,10%	-18,90%
Meble	640	66,40%	4,20%	-8,80%
Firma i przemysł	584	79,50%	21,70%	-16,10%
Sztuka i rozrywka	438	80,40%	35,10%	-14,60%

Pięć najmniejszych grup pokazano na stronie 18.

Pozycja cenowa największych marek w próbie

Poniżej osiem najliczniej reprezentowanych, prawidłowo oznaczonych marek w zbiorze. Ranking powstał według liczby porównań cen.

MARKA	PORÓWNIANIA	UNIKALNE EAN-Y	ALLEGRO TAŃSZE	RÓŻNICA KOSZYKA
adidas	638	494	65,00%	-6,40%
VidaXL	498	457	52,00%	-1,70%
Mexen	471	236	35,00%	-3,90%
Semilac	401	186	91,30%	-29,20%
Nike	366	271	74,00%	-13,70%
L'Oréal Paris	266	83	91,70%	-29,10%
Mapei	229	138	93,00%	-39,10%
Yato	225	184	97,80%	-22,10%

Wynik różni się między markami

Dla Yato, Mapei, Semilac i L'Oréal Paris Allegro wygrywa w ponad 90,00% porównań. VidaXL pozostaje blisko równowagi, a w przypadku Mexen dominują ceny porównywalne.

Jak czytać koszyk?

Wartość ujemna oznacza, o ile mniej kosztowałby zestaw tych samych produktów danej marki na Allegro względem sumy cen u analizowanych detalistów.

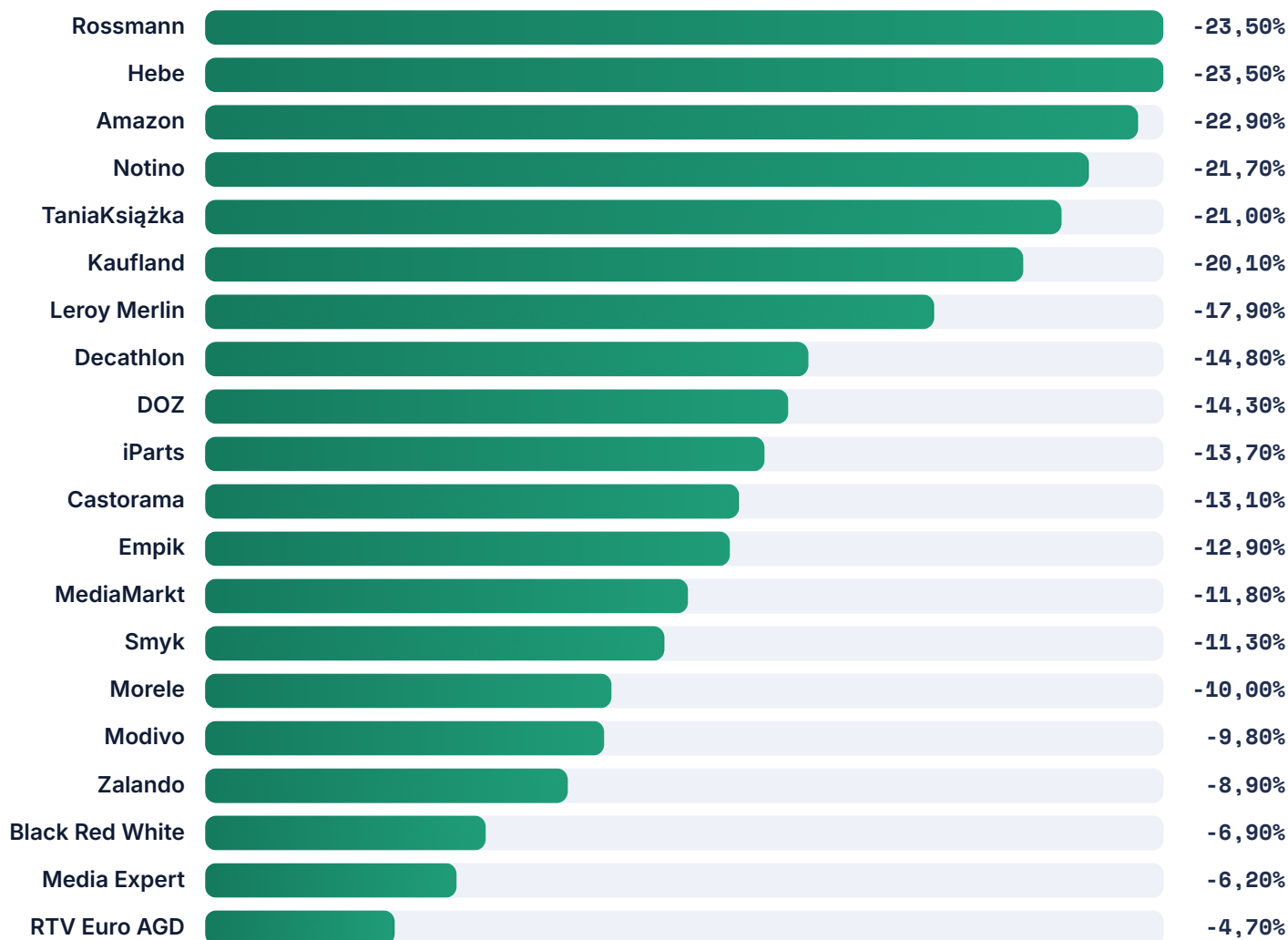
Najważniejszy wniosek: skala przewagi zależy od marki i segmentu. Zagregowany wynik 76,70% nie powinien zastępować analizy na poziomie marki.

Źródło: Modvise DATA(1).xlsx. Analiza marek obejmuje rekordy z prawidłowym EAN-em i nazwą marki. Remis zdefiniowano jako różnicę w przedziale ±1,00%.

Perspektywa konsumenta

Kupując ten sam zestaw bestsellerów na Allegro zamiast u danego sklepu, klient płaci mniej – o **11,70%** w skali całego rynku, a wobec części sieci ponad 20,00%.

Porównanie wartości koszyka: Allegro a poszczególni detaliści



Różnice rzędu kilkunastu–dwudziestu procent na koszyku popularnych produktów przekładają się na realne, powtarzalne oszczędności – szczególnie w kategoriach zakupów cyklicznych.

Porównanie wybranych bestsellerów

Próbę produktową rozszerzono do 20 bestsellerów z różnych kategorii i poziomów cenowych. Każda karta przedstawia ten sam produkt zidentyfikowany po EAN-ie oraz trzy najtańsze porównywane oferty detalistów.

La Roche-Posay Cicaplast Baume B5, 40 ml

Pielęgnacja skóry · Zdrowie i uroda · EAN 3337875816809

Allegro		28,99 zł
DOZ		33,59 zł
Notino		37,20 zł

Na Allegro taniej o 14,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Bestway pompa piaskowa do basenu, 8327 l/h

Trawniki i ogrody · Dom i ogród · EAN 6941607361375

Allegro		566,99 zł
Amazon		579,99 zł
Kaufland		596,00 zł

Na Allegro taniej o 2,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Lavazza Qualità Oro, kawa ziarnista, 1 kg

Żywność · Żywność, napoje i tytoń · EAN 8000070020566

Allegro		69,99 zł
Empik		75,99 zł
Amazon		78,36 zł
Morele		89,99 zł

Na Allegro taniej o 8,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Maybelline Lash Sensational Sky High Black, 7,2 ml

Kosmetyki · Zdrowie i uroda · EAN 30166967

Allegro		25,60 zł
Amazon		27,99 zł
Kaufland		29,77 zł
Rossmann		29,99 zł

Na Allegro taniej o 9,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Oral-B iO Ultimate Clean, końcówki czarne, 4 szt.

Higiena jamy ustnej · Zdrowie i uroda · EAN 8700216199483

Allegro		82,00 zł
Empik		94,99 zł
RTV Euro AGD		99,99 zł

Na Allegro taniej o 14,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Ceny z 2026-07-16. Dla każdego produktu pokazano Allegro i trzy najtańsze z porównywanych ofert detalistów.

Bestsellery: zdrowie i uroda oraz artykuły sportowe

Przykłady pokazują, że przewaga występuje zarówno przy produktach codziennego użytku, jak i przy bardziej wyspecjalizowanym asortymencie.

Corega Super Mocny, krem do protez, 70 g

Higiena jamy ustnej · Zdrowie i uroda · EAN 5054563081834

Allegro		16,99 zł
Hebe		23,89 zł
Media Expert		23,95 zł
DOZ		24,39 zł

Na Allegro taniej o 29,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Rimmel Multi-Tasker Better Than Filters 001 Fair, 30 ml

Kosmetyki · Zdrowie i uroda · EAN 3616305400963

Allegro		28,40 zł
Hebe		36,49 zł
Media Expert		40,70 zł
Morele		41,15 zł

Na Allegro taniej o 22,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Shimano BB-MT501 Hollowtech II BSA

Kolarstwo · Artykuły sportowe · EAN 4550170304188

Allegro		44,99 zł
Amazon		59,99 zł
Empik		59,99 zł

Na Allegro taniej o 25,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Philips Avent Natural Response, butelka 260 ml

Karmienie dzieci · Artykuły dla dzieci · EAN 8710103989639

Allegro		34,98 zł
Smyk		41,49 zł
Empik		42,00 zł
DOZ		48,39 zł

Na Allegro taniej o 16,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Semilac 032 Biscuit, lakier hybrydowy, 7 ml

Pielęgnacja paznokci · Zdrowie i uroda · EAN 5901867973306

Allegro		24,49 zł
Empik		28,78 zł
Kaufland		29,90 zł
Hebe		34,89 zł

Na Allegro taniej o 15,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Ceny z 2026-07-16. Dla każdego produktu pokazano Allegro i trzy najtańsze z porównywanych ofert detalistów.

Bestsellery: zakupy codzienne i elektronika

W produktach kupowanych regularnie nawet umiarkowana różnica jednostkowa może kumulować się w zauważalną oszczędność, natomiast przy elektronice pojedyncza decyzja może oznaczać wyraźną różnicę kwotową.

Cremobaza 50,00%, krem z mocznikiem, 30 g

Pierwsza pomoc · Zdrowie i uroda · EAN 5907573300153

Allegro		17,99 zł
Hebe		20,89 zł
Rossmann		21,99 zł
DOZ		22,99 zł

Na Allegro taniej o 14,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Tesori d’Oriente Persian Dream, 760 ml

Środki i akcesoria do sprzątnia · Dom i ogród · EAN 8008970055268

Allegro		9,99 zł
DOZ		10,99 zł
Amazon		11,99 zł
RTV Euro AGD		12,98 zł

Na Allegro taniej o 9,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Oral-B iO Series 3 Matte Black

Higiena jamy ustnej · Zdrowie i uroda · EAN 8006540731277

Allegro		219,39 zł
RTV Euro AGD		299,00 zł
MediaMarkt		299,99 zł
Rossmann		306,99 zł

Na Allegro taniej o 27,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Logitech Brio 100 Full HD, grafitowa

Komputery · Elektronika · EAN 5099206113268

Allegro		115,35 zł
Media Expert		135,94 zł
Empik		141,55 zł
Morele		145,65 zł

Na Allegro taniej o 15,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

CeraVe żel myjący przeciw niedoskonałościom, 236 ml

Pielęgnacja skóry · Zdrowie i uroda · EAN 3337875784054

Allegro		38,16 zł
DOZ		42,99 zł
Notino		46,70 zł
Empik		47,78 zł

Na Allegro taniej o 11,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Ceny z 2026-07-16. Dla każdego produktu pokazano Allegro i trzy najtańsze z porównywanych ofert detalistów.

Produkty wysokiej wartości i wyjątki

Dwa ostatnie przykłady celowo pokazują sytuacje, w których inny sklep oferował niższą cenę niż Allegro. Potwierdza to, że wynik zagregowany nie zastępuje porównania konkretnego produktu.

Samsung UE55U8092F, telewizor 55" LED 4K

Elektronika użytkowa · Elektronika · EAN 8806097068570

Allegro		1 339,00 zł
Empik		1 420,99 zł
Morele		1 588,66 zł
Kaufland		1 708,59 zł

Na Allegro taniej o 6,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Pampers Premium Care, rozmiar 1, 26 szt.

Pielęgnacja dzieci · Artykuły dla dzieci · EAN 8001841104614

Allegro		21,90 zł
Rossmann		22,99 zł
Notino		23,10 zł
DOZ		25,99 zł

Na Allegro taniej o 5,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

Keter składany stół warsztatowy

Narzędzia motoryzacyjne · Pojazdy i części · EAN 7290000230825

Allegro		281,99 zł
Morele		294,98 zł
Empik		317,99 zł
Castorama		318,00 zł

Na Allegro taniej o 4,00% niż u najtańszego z porównywanych sklepów.

The Ordinary Glycolic Acid 7,00%, tonik 240 ml

Pielęgnacja ciała · Zdrowie i uroda · EAN 769915234060

Allegro		76,00 zł
Notino		57,80 zł
Zalando		59,00 zł
Rossmann		59,99 zł

Wyjątek: Notino był tańszy od Allegro o 31,00%.

Vileda DuActiva Classic, wkład do szczotki

Środki i akcesoria do sprzątania · Dom i ogród · EAN 4023103095298

Allegro		25,39 zł
Empik		19,76 zł
Amazon		24,32 zł
Morele		26,99 zł

Wyjątek: Empik był tańszy od Allegro o 28,00%.

Ceny z 2026-07-16. Dla każdego produktu pokazano Allegro i trzy najtańsze z porównywanych ofert detalistów.

84,00%

produktów tańszych na Allegro

-21,20%

różnica wartości koszyka

6 218

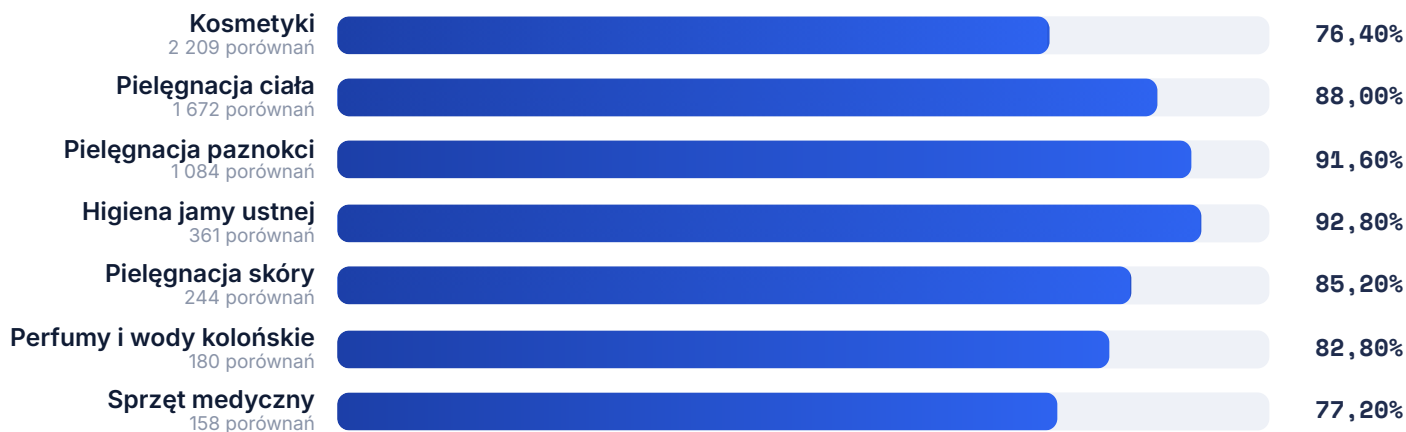
porównań cen

27,00%

mediana przewagi na wygranych

Przewaga jest szeroka i widoczna zarówno w liczbie wygranych, jak i w zagregowanej wartości koszyka.

Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.



73,00%

produktów tańszych na Allegro

-11,50%

różnica wartości koszyka

5 710

porównań cen

22,00%

mediana przewagi na wygranych

Kategoria jest bardziej wyrównana niż średnia rynku, jednak większość porównań nadal kończy się niższą ceną na Allegro.

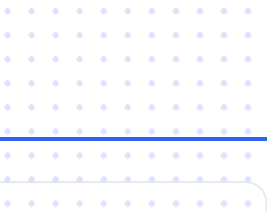
Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.



77,00%

produktów tańszych na Allegro

-11,30%

różnica wartości koszyka

3 693

porównań cen

16,00%

mediana przewagi na wygranych

Przewaga jest szeroka i widoczna zarówno w liczbie wygranych, jak i w zagregowanej wartości koszyka.

Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.

Artykuły sportowe

69,00%

produktów tańszych na Allegro

-20,40%

różnica wartości koszyka

3 103

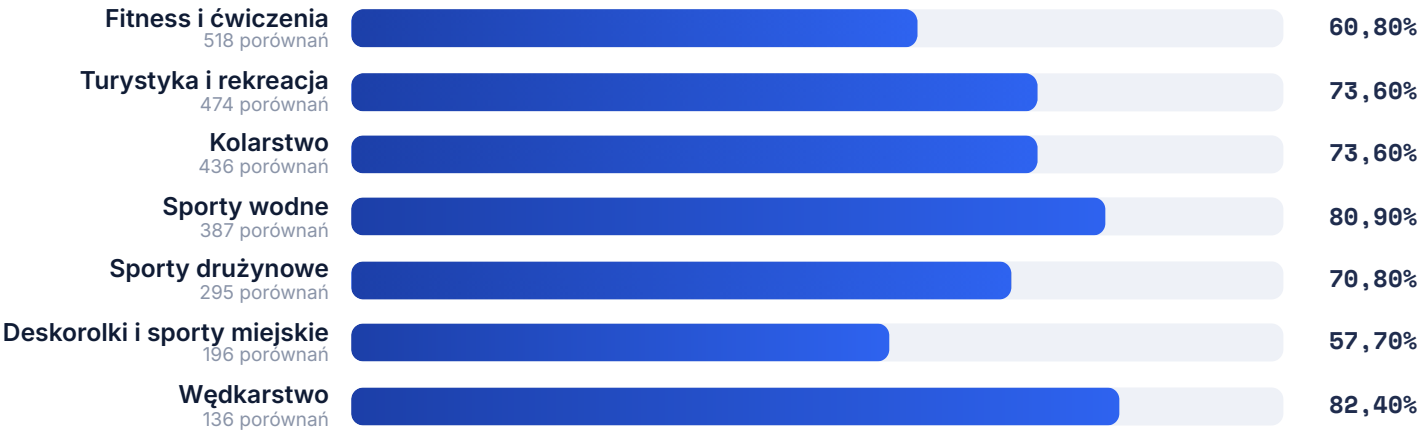
porównań cen

16,00%

mediana przewagi na wygranych

Kategoria jest bardziej wyrównana niż średnia rynku, jednak większość porównań nadal kończy się niższą ceną na Allegro.

Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.

Ubrania i akcesoria

66,00%

produktów tańszych na Allegro

-9,10%

różnica wartości koszyka

2 768

porównań cen

21,00%

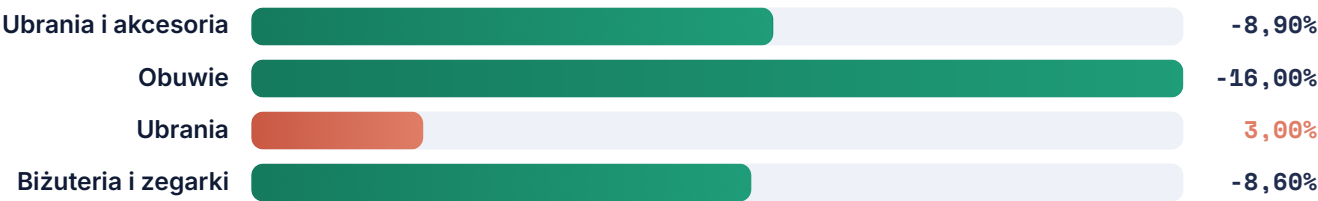
mediana przewagi na wygranych

Kategoria jest bardziej wyrównana niż średnia rynku, jednak większość porównań nadal kończy się niższą ceną na Allegro.

Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.

78,00%

produktów tańszych na Allegro

-13,60%

różnica wartości koszyka

1700

porównań cen

18,00%

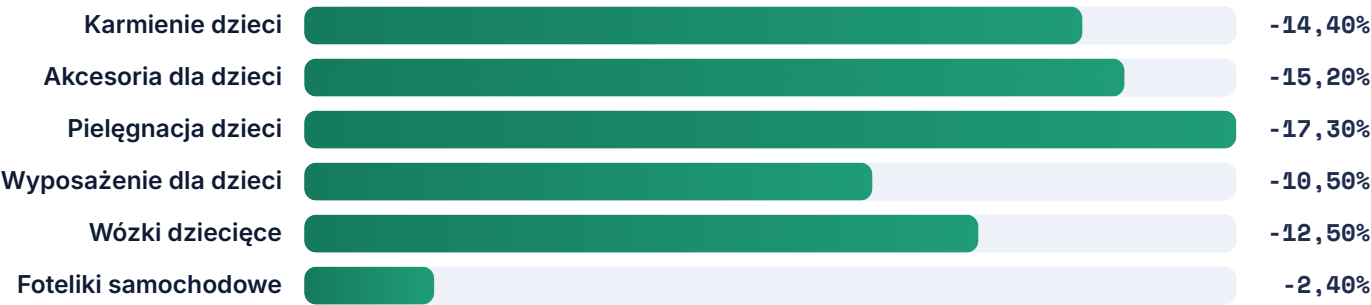
mediana przewagi na wygranych

Przewaga jest szeroka i widoczna zarówno w liczbie wygranych, jak i w zagregowanej wartości koszyka.

Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.



92,00%

produktów tańszych na Allegro

-8,00%

różnica wartości koszyka

1148

porównań cen

24,00%

mediana przewagi na wygranych

Jedna z najsilniejszych grup Allegro: wysoki udział wygranych łączy się z wyraźną oszczędnością na całym koszyku.

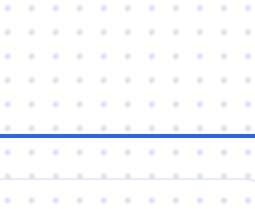
Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.



75,00%

produktów tańszych na Allegro

3,30%

różnica wartości koszyka

1135

porównań cen

15,00%

mediana przewagi na wygranych

Allegro wygrywa większość pojedynczych porównań, ale droższe wyjątki podnoszą łączną wartość koszyka powyżej poziomu konkurentów.

Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.



89,00%

produktów tańszych na Allegro

-18,90%

różnica wartości koszyka

1 079

porównań cen

24,00%

mediana przewagi na wygranych

Jedna z najsilniejszych grup Allegro: wysoki udział wygranych łączy się z wyraźną oszczędnością na całym koszyku.

Udział produktów tańszych na Allegro – podkategorie



Różnica wartości koszyka wg podkategorii



Pokazano maksymalnie siedem podkategorii z największą liczbą porównań.

Pozostałe kategorie w próbie

Mniejsze grupy produktowe prezentujemy zbiorczo. We wszystkich udział niższych cen na Allegro przekracza 50,00%, jednak przy najmniejszych próbach wynik należy traktować orientacyjnie.

KATEGORIA	PORÓWNAŃ	ALLEGRO TANIEJ	KOSZYK	MEDIANA WYGRANEJ
Meble	640	66,40%	-8,80%	9,50%
Firma i przemysł	584	79,50%	-16,10%	27,70%
Sztuka i rozrywka	438	80,40%	-14,60%	41,90%
Artykuły dla zwierząt	417	76,50%	-15,20%	18,90%
Żywność, napoje i tytoń	349	78,80%	-17,70%	20,80%
Aparaty, kamery i przyrządy optyczne	294	70,40%	-10,10%	12,70%
Oprogramowanie	30	63,30%	-16,30%	17,30%
Media	22	86,40%	-11,70%	16,00%

Uwaga metodologiczna: zakupy codzienne zostały pokazane w odrębnych grupach, m.in. Żywność, Artykuły dla zwierząt oraz produkty domowe. Pozwala to dokładniej ocenić różnice między segmentami.

Szczególnie ostrożnie należy interpretować Oprogramowanie i Media ze względu na niewielką liczbę obserwacji.

Synteza najważniejszych wyników

Wyniki zbiorcze, analizy detalistów, kategorie produktowe, marki oraz 20 przykładów produktowych tworzą spójny obraz pozycji cenowej Allegro w dniu pomiaru.

76,70%

porównań z niższą ceną na Allegro

90,60%

cen niższych lub porównywalnych

-11,70%

różnicy wartości całego koszyka

20 / 20

detalistów z większością wygranych Allegro

Co wynika bezpośrednio z danych

- **Przewaga jest szeroka:** obejmuje wszystkich 20 analizowanych detalistów oraz wszystkie 17 głównych kategorii obecnych w próbie.
- **Różnice są materialne:** największą pojedynczą grupę tworzą produkty tańsze na Allegro o ponad 30,00%, a mediana przewagi w wygranych porównaniach wynosi 21,00%.
- **Efekt pozostaje widoczny po agregacji:** suma cen wspólnych bestsellerów na Allegro jest o 11,70% niższa niż odpowiadający jej koszyk u analizowanych sklepów.
- **Wynik nie jest identyczny dla każdej marki i każdego SKU:** występują również przypadki wygrane przez innych detalistów.

Najmocniejsze obszary

Pojazdy i części, Artykuły biurowe oraz Zdrowie i uroda łączą wysoki udział wygranych z wyraźnym wpływem na wartość koszyka.

Obszary bardziej wyrównane

Ubrania i akcesoria, Meble oraz część kategorii elektronicznych pokazują większy udział remisów lub ofert korzystniejszych poza Allegro.

Najkrótsza odpowiedź badawcza: Allegro pozostaje cenowo korzystniejszym punktem zakupu dla zdecydowanej większości wspólnych bestsellerów.

Znaczenie wyników i dalsze kierunki

Druga część podsumowania nie powtarza wyników liczbowych. Koncentruje się na tym, co zaobserwowany obraz rynku oznacza dla jego uczestników oraz jak można pogłębić badanie.

Dla konsumentów

Allegro może być racjonalnym punktem rozpoczęcia poszukiwania ceny, szczególnie przy większym koszyku. Nadal warto jednak sprawdzać konkretny EAN, ponieważ pojedyncze sklepy okresowo oferują lepszą cenę.

Dla marek

Pozycja cenowa zależy od marki i SKU. Zarządzanie kanałami wymaga monitorowania rozpiętości cen, promocji i mechanizmów rabatowych, a nie wyłącznie średniej dla całej kategorii.

Dla detalistów

Konkurencja z marketplace'em nie sprowadza się do pojedynczych promocji. Odpowiedzią może być kombinacja ceny, dostępności, dostawy, lojalności, ekskluzywnego asortymentu i jakości doświadczenia zakupowego.

Dla rynku

Allegro pełni funkcję cenowego benchmarku, wobec którego pozostałe kanały są porównywane. Zwiększa to przejrzystość rynku i skraca czas potrzebny konsumentowi na ocenę atrakcyjności oferty.

Jak rozwinąć kolejną falę badania

- powtarzać pomiar cyklicznie, aby oddzielić trwałą pozycję cenową od krótkookresowych promocji;
- dołączyć koszt i czas dostawy, dostępność oraz warunki programów lojalnościowych;
- analizować zmiany na poziomie marki, kategorii i pojedynczego EAN-u;
- mierzyć, jak szybko detaliści reagują cenowo na zmiany ofert marketplace'u.

Granice interpretacji. Badanie jest snapshotem cenowym jednego dnia. Pokazuje pozycję cenową w konkretnym momencie, ale nie przesądza o trwałości przewagi ani o całkowitym koszcie zakupu po uwzględnieniu dostawy i dodatkowych korzyści.