

Moda na „używane”

Wózki z garażu, misie z komody,
nosidełka z szafy

Arkadiusz Roszak

Co łączy pojęcia sharing (dzielenie), swapping (zamiana) i P2P (person-to-person)? To samo, co portale poshmark.com, 2ememain.be, blocket.se, covoiturage.fr, mamikreisel.de i sprzedajemy.pl. Czyli? Maksymalne wykorzystanie rzeczy posiadanych lub używanych kosztem nabywania produktów „spod igły”, całkowicie nowych.

Od pewnego czasu zasoby Internetu powiększają się o nowe sklepy, butiki i usługi związane ze sprzedażą rzeczy posiadanych, ich wymianą i wypożyczaniem lub współdzieleniem się nimi. Jak pokazują statystyki – przeciętny Brytyjczyk trzyma w swoich szafach 30% rzeczy nieużywanych przez ponad rok (za Marketing Week), a przeciętny Polak posiada rzeczy używane, które byłby skłonny sprzedać, o wartości 3038 zł (za Homo Homini). Zgodnie ze wskaźnikami lat poprzednich przytoczone wartości będą wzrastały, zwiększając popyt na rzeczy posiadane i używane.

Zainteresowanie rynkiem wtórnym ma swoje podłoże w kilku czynnikach kształtujących ekonomię, rynek, sprzedaż i konsumenta.

Po pierwsze: oszczędność

Kryzys ekonomiczny ostatnich lat zmusił konsumentów do szukania oszczędności (minimalizowania kosztów) i uwolnienia gotówki (maksymalizowania zwrotu z wydatków). Pierwsze zachowanie napędza pozyskiwanie, a drugie wyzwała udostępnianie rzeczy używanych, dzięki czemu naturalnie rośnie zapotrzebowanie na sprzedaż, kupno, wypożyczenie, wymianę i współdzielenie przedmiotów posiadanych.

Po drugie: dynamika i globalizacja rynku

Sezonowość trendów i szybka rotacja „nowości” skraca czas dyfuzji innowacji i poszerza grono „gadżeciarzy”, dla których liczy się tylko nowy produkt. Taka sytuacja buduje segment „rzeczy pozosta-

wionych” – używanych, niezniszczonych, o dużej wartości nabywczej. Z drugiej strony postępująca globalizacja, uniformizująca modę i trendy, zachęca coraz więcej osób (nie tylko trendsetterów) do poszukiwania własnego stylu i oryginalności właśnie na rynku rzeczy używanych.

Po trzecie: nowe kanały sprzedaży

Rozwój Internetu, a także urządzeń mobilnych daje dzisiaj ogromne możliwości prezentacji produktu lub usługi oraz skonsumowania ich praktycznie w każdych okolicznościach. Jednym z najważniejszych trendów e-commerce jest wzrost liczby smartfonów i tabletek w globalnym rynku urządzeń do łączenia się z Internetem (obecnie 65%), co multiplikuje liczbę ekranów ułatwiających korzystanie z zasobów sieci. Dzięki temu również w państwach bez tradycyjnego rynku wtórnego w postaci „pchlich targów” (Francja), „brokantów” (Belgia) czy „swap party” (Wielka Brytania), jak grzyby po deszczu powstają internetowe sklepy, butikiki, wypożyczalnie i portale usługowe dla rzeczy używanych.

Po czwarte: potrzeba społeczności

Początek XXI wieku to dominacja mediów społecznościowych. Ich popularność pociąga za sobą tendencję, szczególnie wśród młodych konsumentów, do funkcjonowania w określonej grupie o sprecyzowanej tożsamości. Często charakter społeczności określa specyficzna moda, unikalny styl życia lub posiadanie wyjątkowego przedmiotu. Oznacza to, że przy globalizacji rynku, zmonopolizowaniu usług i mocno konsumpcyjnym charakterze życia rozwiązań należy poszukiwać wśród rzeczy używanych i w usługach opartych na modelu P2P. Nie tylko posiadanie unikal-

nej torebki Louis Vuitton z drugiej ręki, ale także samo korzystanie z portali rzeczy używanych czy „uprawianie” car-sharingu pozwala na zaszczytne miano członka wyjątkowej społeczności.

Po piąte: większa świadomość konsumenta

Coraz więcej globalnych marek w ramach recydingu wprowadza możliwość oddania używanych przedmiotów za rabat na zakup nowych (H&M, Marks&Spencer). Coraz więcej konsumentów zdaje sobie sprawę z zagrożeń spowodowanych corocznym wzrostem produkcji towarów i ich użytkowaniem. To właśnie dla nich rynek rzeczy używanych oraz usługi wykorzystujące dzielenie się przedmiotami posiadanymi jest swoistym recydingiem i możliwością odpowiedzialnego oraz zrównoważonego podejścia do konsumpcji.

W Polsce handel rzeczami używanymi, jak również usługi oparte na współdzieleniu się posiadanymi przedmiotami także przeżywają swój rozkwit. Populacja zarejestrowanych użytkowników jednej z większych platform oferujących rzeczy używane (Tablica.pl) w 2011 roku wynosiła 1,6 mln użytkowników. Rok później towarów z drugiej ręki szukało już prawie 10 mln osób. Podobnie zwiększyła się liczba oferowanych produktów przez inny z wiodących portali „second hand” (Sprzedajemy.pl) – wzrosła pięciokrotnie ze 100 tys. w 2011 roku do 500 tys. w 2012 roku. Wśród usług wykorzystujących użyczenie lub dzielenie się posiadanymi przedmiotami najczęściej możemy spotkać wypożyczalnie sprzętu sportowego, ubrań, akcesorii dla dzieci oraz coraz popularniejszy car pooling (carpooling.pl) i car-sharing (blablacar.pl).

Niektóre z e-sklepów oferujące rzeczy z drugiej ręki pozwalają na swapping, czyli zamianę rzeczy używanych pomiędzy klientami (vinted.pl).

Według badań przeprowadzonych w 2013 roku przez Instytut Homo Homini 60% ankietowanych Polaków wyraziło chęć sprzedaży niepotrzebnych rzeczy przez Internet. Najwięcej zwolenników rynku wtórnego (36%) znalazło się w przedziale wiekowym od 25 do 34 lat, a wśród grup klienckich najbardziej zainteresowani rzeczami używanymi są młodzi rodzice. Do kategorii najczęściej poszukiwanych na rynku wtórnym należą: nieruchomości, samochody, modna odzież oraz rzeczy i akcesoria dla dzieci.

Jak widać produkty dla dzieci są magnesem przyciągającym konsumentów oraz napędzającym rozwój rynku wtórnego w Polsce. Przyczyny takich zachowań można upatrywać w zubożeniu społeczeństwa, krótkoterminowej użyteczności produktów dla dzieci oraz bardziej proekologicznym podejściu rodziców do konsumpcji. W wielu sytuacjach o chęci pozbycia się posiadanej, często nieużywanej rzeczy dla maluszka decydują niuanse: nietrafiony zakup (fason lub rozmiar) albo zdublowany prezent. Dzięki temu na portalach z używaną odzieżą dla najmłodszych można zaopatrzyć się w markową sukienkę już za 20 zł lub nabyć nieodpakowany zestaw ubranek dla niemowlaka w cenie 30 zł. Obok odzieży młodzi rodzice poszukują na rynku wtórnym najczęściej wózków (na drogich modelach można zaoszczędzić nawet do 1000 zł), leżaczek, krzesełek do karmienia, łożeczek i zabawek, najczęściej elektronicznych. Argumentem, który odstrasza nabywców przed kupnem

używanych rzeczy, szczególnie tych drogiej, jest obawa przed ukrytymi wadami i brakiem gwarancji. Dlatego najlepiej wybierać oferty w pobliżu miejsca zamieszkania, aby przed zakupem mieć możliwość oceny wybranego towaru.

Pomimo nasilającego się trendu korzystania z rynku wtórnego, szczególnie w segmencie produktów dla dzieci kierunek ten nie stanowi zagrożenia dla rynku pierwotnego. Rynek rzeczy używanych jest tutaj alternatywną metodą poszerzenia oferty sklepu, zbudowania niepowtarzalnej społeczności oraz uzupełnieniu sprzedaży usługami wypożyczenia i wymiany produktów w schemacie P2P (person-to-person). W przypadku sklepu internetowego MiniTraper.pl, który obok dostarczania produktów o wysokiej jakości, jest nastawiony na merytoryczną pomoc i zaspokajanie sprecyzowanych potrzeb każdego klienta włączenie do oferty produktów używanych wynikałoby z samej idei sklepu. Działając na rynku pierwotnym, jesteśmy zmuszeniu do mocnego selekcjonowania grupy nabywców, natomiast rynek wtórny pozwala dotrzeć z ofertą i propozycją podróżnego stylu życia do znacznie szerszego grona odbiorców. W sieci funkcjonuje już kilka profesjonalnych wypożyczalni akcesoriów podróżniczych dla dzieci, dlatego czas najwyższy stworzyć rodzicom aktywnym i zakochanym w podróżach platformę do zakupu i sprzedaży rzeczy używanych – przydatnych, sprawdzonych i tanich. Mamy nadzieję, że w tej wędrówce MiniTraper.pl skutecznie przetrze pierwsze szlaki. ●