**TaniaKsiazka.pl niezmiennie cieszy się ogromną sympatią polskich Internautów, ale najpopularniejsze jest Ceneo. Nowy ranking popularności e-commerce’ów od SentiOne**

**Największą popularnością wśród polskich Internautów spośród platform e-commerce’owych cieszy się Ceneo, a największą sympatią TaniaKsiazka.pl, jak wynika z najnowszej analizy polskiego SentiOne. W mediach natomiast najczęściej wymieniane są Allegro i Amazon. Aż 40 proc. wypowiedzi na temat serwisów sprzedających online pochodzi z Twittera.**

Zakupy przez Internet robi 77 proc. polskich Internautów, jak wynika z raportu [Gemius](https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2021.html), a wśród najczęściej kojarzonych serwisów związanych z zakupami internetowymi znajdują się przede wszystkim platformy typu marketplace, czyli gromadzące oferty różnych sprzedawców. SentiOne, polska firma zajmująca się m.in. monitoringiem Internetu z wykorzystaniem zaawansowanej technologii sztucznej inteligencji, sprawdziła, **które e-sklepy cieszą się największą popularnością wśród polskich Internautów**. Analiza objęła okres od września 2021 do września 2022.

Pod względem całkowitej liczby wzmianek **bezkonkurencyjnie prowadzi serwis Ceneo**, wymieniany 505,6 tys. razy. Niemal ¼ tych wypowiedzi pochodzi z lipca tego roku. Drugie w kolejności jest **Allegro** - ponad 353,7 tys. wzmianek - a trzecie miejsce zajmuje **Empik** - 341,6 tys. wzmianek. Za nim zlazły się: serwis **OLX** (313,7 tys. wzmianek), platforma do sprzedaży używanych rzeczy **Vinted** (134,5 tys. wzmianek), sieć drogerii **Rossmann** (105,2 tys. wzmianek), księgarnia **TaniaKsiazka.pl** (76,2 tys. wzmianek) oraz serwisy **Aliexpress** (55,3 tys. wzmianek), **Amazon** (50,8 tys. wzmianek) i **Shopee** (36,4 tys. wzmianek). Pod względem zasięgu natomiast pierwsze trzy miejsca zajmują Allegro, OLX i Empik.

**TaniaKsiazka.pl niezmiennie najbardziej lubiana przez Internautów**

*Trochę inaczej prezentuje się popularność tych platform, jeśli weźmiemy pod uwagę tylko* ***wzmianki w mediach - tutaj dominują Amazon i Allegro****, pozostawiając innych daleko w tyle. We wrześniu, być może w związku z rozpoczęciem roku szkolnego, znacząco podskoczyła liczba publikacji, których autorzy wspominali o Empiku. Taką samą zależność zauważyliśmy w ubiegłym roku* - komentuje **Wojciech Łuszczyński, Head of Marketing w SentiOne** - *Natomiast j****eśli chodzi o sympatię Internautów, to zdecydowanym zwycięzcą jest TaniaKsiazka.pl****, niemal połowa wypowiedzi na jej temat ma pozytywny wydźwięk. Ta sympatia utrzymuje się konsekwentnie już od dłuższego czasu - pierwszą pozycję pod względem pozytywnie nacechowanych wzmianek zajmowała również w opracowanym przez nas na początku roku* [rankingu](https://sentione.com/pl/zasoby/social-index) *najpopularniejszych marek w polskim Internecie za cały 2021 r.*

**O platformach e-commerce najwięcej rozmawiamy na Twitterze**

Najważniejszym kanałem komunikacji w kontekście e-commerce jest **Twitter, z którego pochodzi ponad 40 proc. wszystkich wypowiedzi na temat wymienionych platform**. Drugie w kolejności są **portale informacyjne** (37 proc. wzmianek), a trzeci **Facebook** (14 proc. wzmianek). *Zarejestrowaliśmy bardzo mało wypowiedzi z TikToka, co po części wynika ze wciąż niewielkiej aktywności firm na tej platformie, mimo jej rosnącej popularności. Z TikToka korzysta już ponad miliard użytkowników miesięcznie, a pod względem czasu spędzanego w aplikacji przez jej użytkowników zdecydowanie przewyższa konkurencję* - dodaje **Wojciech Łuszczyński, Head od Marketing w SentiOne**.

**Jak działa monitoring Internetu?**

SentiOne już od ponad 10 lat rozwija swoje **algorytmy sztucznej inteligencji, które rozumieją ludzkie intencje z trafnością na poziomie 96 proc.** i są w stanie wskazać towarzyszące im emocje - radość, smutek, złość, rozczarowanie, a nawet sarkazm. Każdego dnia gromadzą i analizują **ponad 40 mln wzmianek** z domen publicznych z całego świata, takich jak media społecznościowe, fora, serwisy informacyjne czy blogi. Aplikacja SentiOne do monitoringu Internetu pozwala na sprawdzanie w ramach jednego projektu nieograniczonej liczby słów kluczowych i dzielenie się wynikami analizy z innymi użytkownikami. Daje możliwość m.in. śledzenia w jednym miejscu zaawansowanych statystyk oraz komentarzy ze wszystkich kanałów w mediach społecznościowych danej marki i szybkiego reagowania na nie, a także stworzenia Profilu Idealnego Klienta na podstawie informacji demograficznych o obserwatorach.