

Dlaczego warto postawić na *cross-border*?



Źródło ilustracji: [whekevi](#) z [Pixabay](#)

- **Bariery językowe znikają:** Tłumaczenia i lokalizacja wspierane przez AI nigdy nie były łatwiejsze.
- **Gotowa infrastruktura:** Modele „Plug & Play” oraz gotowe ekosystemy logistyczne.
- **Łatwy dostęp do klientów:** dzięki systemom reklamowym Google i Meta działającym poza granicami.
- **Droga na skróty za granicę:** dostępna dzięki rosnącej popularności i zasięgowi marketplaces.
- **Zaufanie konsumentów:** Zakupy za granicą nie są już tylko dla odważnych (cross-border odpowiada już za **25%** rynku e-commerce w Europie).

Źródło:

<https://www.cbcommerce.eu/blog/2026/04/21/8th-edition-of-the-top-500-b2c-cross-border-retail-europe/>



Jak to wygląda
wśród *polskich*
e-commerce?

Już **19,58%** całkowitych obrotów
polskich sprzedawców pochodzi z rynków
zagranicznych (rok temu było to 17,13%).


Sprzedaż zagraniczna polskich firm urosła
rok do roku aż o **34,5%** (podczas gdy
sprzedaż krajowa wzrosła o 14,2%).

Źródło:

Base Index za marzec 2026:

<https://base.com/pl-PL/blog/base-index-marzec-2026/>

Źródło ilustracji: [Dima Lysenko z Pixabay](#)



Krok 1: Wybór rynku - Gdzie szukać wzrostu?



Źródło ilustracji: [Pexels](#) z [Pixabay](#)

- **Kiedy intuicja nie wystarczy - czas na dane:**

Wybór rynku to zbyt kosztowna decyzja, by opierać ją na przypuszczeniach. Wykorzystaj AI do analizy twardych danych rynkowych.

- **Trzy filary wiarygodnego badania:**

- **Statista Research AI:** Dostęp do miliona zweryfikowanych statystyk bez ryzyka halucynacji (technologia RAG).
- **Google Trends:** Realna weryfikacja zainteresowania i popularności marek na konkretnych rynkach.
- **Google NotebookLM:** Twoja prywatna baza wiedzy – analizuj tysiące stron raportów (PDF, linki) w kilka minut.

Linki:

<http://statista.com/research-ai/>

<https://trends.google.com/trends/>

<https://notebooklm.google/>




Krok 2: Wybór kanału - *Gdzie* sprzedawać?



Źródło ilustracji: [Gianni Crestani](#) z [Pixabay](#)

- **Marketplaces (Amazon, Ebay, Walmart lub local hero np. bol):** Szybki start, gotowy ruch i zaufanie klientów. Idealne na testowanie popytu bez wielkich inwestycji.
- **Własny sklep (D2C):** Pełna kontrola nad marką i danymi klientów. Wyższa marża w długim terminie, ale wymaga budowy własnego ruchu.
- **Model hybrydowy:** Najpełniejsza strategia. Wykorzystaj marketplace do budowania skali, a sklep własny do lojalizacji klientów.
- **Korzystaj z informacji o rynku:** Od początku postaw na zbieranie informacji zwrotnych od klientów i analizę swoich działań.



Krok 3: **Logistyka** - więcej niż tylko dostawa



Źródło ilustracji: [Krzysztof Przybylak](#) z [Pixabay](#)

- **Kiedy „Lokalny Heros” jest ważniejszy niż globalna marka:**
 - Klient kupuje poczucie bezpieczeństwa – logo znajomego kuriera w koszyku to wyższa konwersja (np. Packeta w Czechach, Sameday w Rumunii).
 - Globalni gracze są świetni, ale to lokalni liderzy wyznaczają standardy „ostatniej mili”.
- **Czas dostawy to nie wszystko – liczy się przewidywalność:**
 - Standardem 2026 r. jest precyzyjny tracking w czasie rzeczywistym i dotrzymanie obietnicy terminu.
 - Błąd krytyczny: brak lokalnego adresu zwrotnego. Klient rezygnuje z zakupu, gdy widzi konieczność wysyłki zwrotu do Polski na własny koszt.

Źródło:

Paweł Bilczyński, Lokalny klient, globalna sprzedaż i skuteczne dostawy, „E-commerce w Praktyce” nr [33 \(2/2026\)](#)



Krok 4: *Fulfillment* - skalowalność vs. kontrola



Źródło ilustracji: [THAM YUAN YUAN](#) z Pixabay

- **Zalety: Skaluj bez własnego magazynu**
- **Optymalizacja kosztów:** Płacisz za faktycznie zajętą przestrzeń i liczbę operacji (model Pay-as-you-go).
- **Szybkość wejścia:** Magazyn w kraju docelowym skraca czas dostawy do standardów lokalnych (Next Day Delivery).
- **Uwolnienie zasobów:** Skupienie na marketingu i sprzedaży, nie na pakowaniu paczek.

- **Pułapki: Na co uważać?**
- **Ukryte koszty:** Opłaty za przyjęcie towaru, etykietowanie, zwroty i długoterminowe składowanie, wysokie minima logistyczne.
- **Utrata kontroli:** Trudniejsza personalizacja paczek (unboxing experience) i kontrola jakości przed wysyłką.
- **Integracja IT:** Kluczowy punkt styku – błędy w synchronizacji stanów magazynowych to ryzyko oversellingu i opóźnień w dostawach.

A young woman with blonde hair, wearing a white school uniform with a red and black plaid tie, is looking down at a smartphone in her hands. She is also holding an open book, which appears to be a dictionary, with the word 'dictionary' visible on the cover. The background is dark and out of focus.

Krok 5: *Lokalizacja* - mów językiem swoich nowych klientów.




Źródło ilustracji: [Наталия Когут](#) z [Pixabay](#)

- **Tłumaczenie vs. Lokalizacja: jaka jest różnica?**
- **Tłumaczenie:** Przekład słowo w słowo. Poprawne gramatycznie, ale często pozbawione kontekstu kulturowego.
- **Lokalizacja:** Adaptacja oferty do lokalnych zwyczajów, waluty, jednostek miary i specyficznych zwrotów, które budują zaufanie.
- Pamiętaj, że zgodnie z badaniami **40%** e-klientów zrezygnuje z zakupu jeśli nie będzie mogło sfinalizować transakcji w swoim języku

- **O czym warto pamiętać?**
- **Lokalny "Vibe":** Klient musi czuć, że sklep jest rodzimy. Używaj lokalnych kurierów i metod płatności.
- **SEO & AEO:** Słowa kluczowe różnią się między krajami. To, co działa w Polsce, może być nieskuteczne w Niemczech czy Rumunii.

Źródło:

Wyniki badania Can't Read, Won't Buy 2020 (CRWB); CSA Research & Kantar




Krok 6: *Obsługa klientów* - ostatnia prosta do lojalności.



Źródło ilustracji: [MV-Fotos z Pixabay](#)

- **Brak języka to bariera nie do przejścia**
- Obsługa w języku ojczystym to nie luksus, to fundament. Klient, który nie może zapytać o produkt lub zwrot w swoim języku, często po prostu rezygnuje.
- **Daj klientowi wybór**
- Nie narzucaj formy kontaktu. Pozwól wybrać między mailem, telefonem, czatem a mediami społecznościowymi.
- Każdy rynek ma swoje preferencje (np. WhatsApp jest kluczowy w krajach południowych, e-mail dominuje w Niemczech).
- **Automatyzacja pomaga w rozwoju**
- Systemy Call Center takie jak Daktela, LiveAgent czy Thulium pozwalają skalować sprzedaż bez drastycznego zwiększania kosztów zespołu.



Krok 7: *Wyzwanie w zarządzaniu cross-border* - jak pospinać to wszystko razem.



Źródło ilustracji: [Pixabay](#)

- **Ekosystem, a nie zbiór narzędzi**
Sprzedaż na 5 rynkach i 10 marketplace'ach to tysiące operacji dziennie. Bez centralnego "mózgu" operacyjnego projekt cross-border utknie w arkuszach Excel.
- **Kluczowe wyzwanie:** Synchronizacja stanów magazynowych i przepływ informacji w czasie rzeczywistym.
- **Automatyzacja procesów:** Od wystawiania ofert z AI, przez generowanie etykiet u „lokalnych herosów”, po automatyczną obsługę zwrotów i komunikacji z klientami.
- **Wybór odpowiedniego integratora pozwala dodawać kolejne rynki w kilka kliknięć i skrócić time-to-market z miesiący lub tygodni do dni.**

***Cross-border to długa podróż. Pamiętaj, że
lepiej podróżuje się w dobrym towarzystwie.***



Your Global *Accelerator* Partner.

Zostańmy w *kontakcie*

Zapraszam do rozmowy.

Paweł Bilczyński

**infinity
blue**

tel: +48 602 48 90 94

[Umów spotkanie online](#)

e-mail: pawel@infinitybluegroup.com

www: [www: www.infinitybluegroup.com](http://www.infinitybluegroup.com)



Your Global *Accelerator* Partner.