

Black Friday 2025. Tržby e-shopů na Shoptetu meztiročně rostly

4.12.2025 - Kateřina Linhartová | Blog.shoptet

Black Friday 2025 je za námi. E-shopy na Shoptetu utržily o 13,5 % více než loni. Jaké kategorie produktů zákazníci letos lákaly nejvíce a jaké trendy se objevují?

V listopadu e-commerce ovládla nákupní horečka zvaná Black Friday. E-shopy na Shoptetu dosáhly tržeb 11,7 miliardy korun, což oproti loňsku představuje nárůst o 13,5 procenta. A data napovídají, že e-shopaře ještě čekají intenzivní předvánoční dny, protože i letos platí, že spousta lidí nakupuje vánoční dárky online.

Black Friday 2025 v číslech

- **2100 Kč** průměrná hodnota objednávky během Black Friday 2025
- **23 %** podíl dobírky
- **20 %** byla průměrná výše slevy, kterou e-shopy nabízely

Jak zákazníci nakupovali?

Mezi nejpopulárnější kategorie patřily Domácnost a zahrada, Kosmetika a parfémy, Oblečení a doplňky, Jídlo a Elektronika.

Jak je to s výběrem platby? Platby převodem volilo 33,6 % nakupujících. I během Black Friday se potvrdilo, že dobírka se v Česku stále těší oblibě. Využilo ji téměř 23 % zákazníků (pro porovnání, na Slovensku je ještě využívanější, tam ji preferovalo 39 % nakupujících). Z dalších způsobů plateb následovala platební brána Shoptet Pay s 11,8 % plateb.

Na Shoptetu běží více než 44 000 e-shopů a výsledky během Black Friday potvrzují, že e-shopaři platformy Shoptet drží krok s dynamickým trhem a své podnikání neustále posouvají.

V praxi to znamená, že spousta e-shopů využívá automatizací nebo možnosti spravovat objednávky, platby i přepravce přímo v administraci e-shopu díky stále se rozšiřujícím službám jako Propojení s bankou nebo Shoptet Balíky. Efektivitu tohoto přístupu potvrzuje například příběh e-shopu Daillo, kde tak na práci kolem zásilek šetří až 90 % času. Další možností automatizace jsou Shoptet Kampaně využívající umělou inteligenci. E-shopy tak mohou jednoduše propagovat produkty pomocí automatizované online reklamy na Googlu přímo z administrace.

Black Friday: ukazuje příležitosti pro další růst

Black Friday už dávno není jednodenní akce. U tuzemských slevových akcí se explicitně používají spojení **Black Week** a **Black November** a označují období prodloužených slev. Z původního amerického svátku se stal téměř měsíční nákupní maraton, který určuje, jak e-shopy přistupují k marketingu během hlavní sezóny. Zákazníci nakupují promyšleněji, porovnávají ceny a sledují skutečné výhody. Pro e-shopy to znamená příležitost i výzvu, Black Friday každý rok ukazuje, jak se trh mění.

Novinkou letošní vánoční sezony je, že zákazníci používají před nákupem AI. Necháávají si radit s výběrem dárků, využívají umělou inteligenci k porovnání produktů i na vyhledání technických specifikací produktů.

Příští rok se tak součástí marketingové strategie bezpochyby stane optimalizace produktové nabídky a přizpůsobování komunikace pro generativní AI vyhledávání. AI visibility bude zkrátka nezbytná. Zajímavostí mohou být data společnosti Salesforce, podle nichž od května do září letošního roku globálně vzrostla důvěra spotřebitelů v AI doporučení z 46 na 86 procent. Znamená to tedy, že lidé při nákupu stále více důvěřují právě doporučení od AI. A na to bude muset myslet každý majitel či marketér úspěšného e-shopu.

V Shoptetu už nyní ve spolupráci se zkušenými e-commerce lidmi z praxe, například s předními SEO specialisty, tvoříme obsah a budeme v tom pokračovat celý příští rok tady na blogu, v Shoptetu Univerzitě i v rámci webinářů a našich sociálních sítí.

K tématu AI visibility doporučujeme články:

Už jste SEO e-shopu přizpůsobili AI?
Ať žije AIO a nová éra dohledatelnosti

<https://blog.shoptet.cz/black-friday-2025>