

České e-shopy expandují do střední a východní Evropy. Mohou hodně získat, pokud vědí, jak na to

28.11.2023 - | PROTEXT

Trhy střední a východní Evropy se vyznačují velmi vysokým tempem růstu odvětví e-commerce, podle aktuálních dat Eurostatu se počet nakupujících online mezi lety 2012 a 2022 nejrychleji zvyšoval v Estonsku (o 47 %), Maďarsku (43 %), České republice a Rumunsku (41 %). Zároveň jsou spotřebitelé zvyklí objednávat si z jiných členských zemí EU, například Slováci si loni nechali čtvrtinu (25,4 %) veškerých objednávek přivést z unijního zahraničí, podobně jako Estonci (24,2 %) či Slovinci (23,5 %), a Rakušané dokonce dvě pětiny objednaného zboží, přesněji 40,4 %. Mimochodem pro český trh naměřili statistici hodnotu 20,6 % s tím, že unijní průměr činí 17,2 %. Při zohlednění prodejců ze zemí mimo EU pak výše uvedené údaje stoupnou o přibližně tři procentní body.

Potenciál uplatnění českých e-shopů na trzích středovýchodní Evropy je tedy značný, ovšem jak ukazují zkušenosti provozovatele portálu Tričkový.cz, je nutné zohlednit mnohá specifika jednotlivých trhů. Samozřejmostí je plné přizpůsobení nákupního prostředí, od názvu domény s koncovkou dané země, přes kompletní překlad webu po najmutí rodilých mluvčích pro každodenní obsluhu zákazníků. Fyzická adresa e-shopu v zemi působení pak dodává prodejci důvěryhodnost v očích zákazníka, ale také zjednodušuje logistiku.

„Prodáváme personalizované dárky, které lidé často kupují na poslední chvíli, takže efektivní logistika je pro nás klíčová. Díky skladu v zemi prodeje jsme schopni dodat produkty i do 24 hodin a úspěšně tím konkurovat místním e-shopům,“ říká Michał Misiewicz, generální ředitel společnosti T-shirtkowy.pl, která provozuje e-shop Tričkový.cz. „Různí se také nákupní preference, například zatímco Poláci hradí 90 % objednávek z našeho e-shopu online, v mnoha zemích střední a východní Evropy stále převládá platba na dobírku, například v Rumunsku z 90 %. Oproti tomu Slováci, Maďaři a také Češi platí na dobírku méně než dvě třetiny objednávek.“

Podle zkušeností platformy se v Polsku zásilky nejčastěji vyzvedávají v balíkomatech, a to o něco větší měrou než v Česku, zatímco v ostatních zemích regionu výrazně převládá doručování domů. Což ale někde může být složitější, než jsme z Česka zvyklí, jak vypráví Misiewicz.

„Až 80 % našich rumunských zákazníků si objednává zásilky na dobírku, často si ovšem nepamatují poštovní směrovací čísla, spíše se totiž orientují podle názvů okresů. Takže před název města napíšou třeba 12345 anebo, z nějakého nám neznámého důvodu, směrovací čísla městských obvodů New Yorku, zejména Bronxu. Rumunsko je bohužel také zemí s nejvyšším procentem nevyzvednutých zásilek, na druhou stranu je tam průměrná hodnota nákupního košíku v našem e-shopu o téměř 30 % vyšší než v Polsku,“ vysvětluje Michał Misiewicz.

I vstup na blízký trh tedy vyžaduje podrobnou analýzu chování spotřebitelů. Odměnou za pečlivé plánování však může být rychlý růst prodeje díky novému odbytišti, a to v době, kdy objem e-commerce raketově stoupá po celé Evropě.

Kdo jsme?

Především skupina mladých tričkových nadšenců. U nás nikdo nechodí do práce za trest, nebo proto,

že mu to řekla jeho matka. Každý ví, co má dělat a jak to dělat. Sršíme mládím a překvapujeme profesionalitou. V předmětu kvality neděláme kompromisy, máme potřebné technické a psychologické znalosti nezbytné pro uspokojení potřeb našich zákazníků. Rádi děláme tištěná trička a jsme na to hrdí!

Co vlastně děláme?

Strávíme spoustu času hledáním řešení, která zlepší kvalitu našich služeb. Nejde jen o to sehnat novější a větší stroje, ale také o kreativní způsoby využití dostupných řešení. Není snadné splnit očekávání všech našich zákazníků, ale nebojte se, poradíme si!

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/ceske-e-shopy-expanduji-do-stredni-a-vychodni-evropy-mohou-hodne-ziskat-pokud-vedi-jak-na-to/2446252>