

Vánoční tržby e-shopů budou zřejmě vyšší než loni

1.12.2024 - | Petr Lesensky - Dychame

Tržby českých e-shopů z letošních předvánočních nákupů by mohly být asi o pět procent vyšší než loni. Nahrává tomu meziroční nárůst prodejů i příznivější ekonomická situace domácností. Nejčastěji Češi plánují utratit za dárky pod stromeček 5 až 10 tisíc korun. Obvykle pořizují hračky, kosmetiku, knihy, elektroniku či oblečení. Nakoupeno mívají mnohdy již v listopadu. I letos se však musejí mít na pozoru před internetovými podvodníky.

Minulý rok utržily české e-shopy v průběhu vánoční sezóny přibližně 65 miliard korun. Letos by to podle Asociace pro elektronickou komerci (APEK) mohlo být asi o 5 procent více. „*Pozitivní očekávání pramení z růstu obrátu e-shopů, který byl během roku 2024 zaznamenán ve všech dosavadních čtvrtletích,*“ vysvětluje **Jan Nedělník**, CEO společnosti Konecť Czech, Hungary a Slovakia. V prvním čtvrtletí šlo konkrétně o 4 procenta, ve druhém o 3 procenta a ve třetím vzrostly tržby českých e-shopů meziročně hned o 5 procent.

Letošní očekávaný nárůst průměrné útraty za vánoční dárky potvrzuje i nový průzkum přepravní společnosti GLS. Podle něj 45 procent nakupujících počítá s tím, že za věci pod stromeček zaplatí více než 5 000 korun. Dalších 14 procent pak očekává výdaje vyšší než 10 000 korun. Naopak 7 procent lidí chce utratit jen do 1 000 Kč. „*Inflace je v tuto chvíli, zdá se, pod kontrolou. Díky tomu už v posledních měsících začaly růst i reálné mzdy. To se odráží také v růstu tržeb e-shopů a před Vánoci tento trend zesílí,*“ uvádí **Pavel Včela**, ředitel GLS Česká republika.

Optimistické vyhlídky sdílejí v daném směru i zástupci samotných internetových obchodů. „*Očekáváme silný Black Friday a předvánoční výprodeje. Víme, že elektronika je, co se týče dárků, v České republice jednou z nejoblíbenějších kategorií. Oblíbené jsou nejen notebooky, sluchátka, herní konzole, ale také hry a vybavení jako myši či herní židle,*“ říká **Anna Procházková** z PR oddělení značky CZC by Allegro.

S nárůstem tržeb počítá i největší český e-shop. „*Očekáváme, že letošní vánoční sezóna bude silnější než ta loňská. S nadějí sledujeme vývoj elektro trhu, který je oproti loňskému roku v mírném růstu,*“ nastiňuje **Eliška Čerovská**, PR manažerka společnosti Alza.

Podle průzkumu Alzy zároveň roste počet zákazníků, kteří při koupi vánočních dárků vsázejí čistě na internetové obchody. Pouze online pořídí věci pod stromeček hned 32 procent spotřebitelů. Nejčastěji však lidé volí kombinaci kamenných a internetových obchodů – děje se tak v 62 procentech případů.

Nakupují už v listopadu

Co se naopak příliš nemění, jsou typy dárků, které zákazníci nejčastěji pořizují. Podle výzkumu APEK budou i letos spotřebitelé nejčastěji nakupovat hračky, kosmetiku, knihy, elektroniku či oblečení. Co do způsobu doručení zboží roste obliba výdejních boxů. Dle průzkumu společnosti GLS je preferuje hned 43 procent kupujících, přičemž loni danou variantu upřednostňovalo pouze 21 procent.

Řada Čechů dále nenechává nákup dárků až na prosinec. „*Z dotazníku vyplynulo, že většina, respektive 48 procent z nich, nakupuje v průběhu listopadu, 34 procent v první polovině prosince a*

na poslední týden před Vánoci se spoléhá pouze 10 procent respondentů,” doplňuje Eliška Čerovská. Oblíbenou příležitostí k nákupu dárků se v daném směru stal zejména listopadový Black Friday, během něhož e-shopy pravidelně přicházejí s akčními nabídkami. V průběhu této slevové akce tuzemští zákazníci v posledních letech utrácejí na internetu vůbec nejvíce z celého roku.

Rozhoduje cena i dodání do Vánoc

Zásadním kritériem při výběru zboží zůstává podle průzkumu Alzy cena produktu, která je klíčovým ukazatelem pro 53 procent kupujících. Důležitá je pro zákazníky rovněž garance dodání do Vánoc. Tu se však prodejcům ne vždy podaří dodržet. *„Zákazníci kladou velký důraz nejen na cenu, ale také na spolehlivost dodání a kvalitu komunikace při řešení případných problémů,”* upozorňuje Jan Nedělník.

Období předvánočních nákupů je podle odborníka na zákaznický servis pro internetové obchody nejnáročnější částí roku. *„Listopad a prosinec jsou pro e-shopy zátěžovým obdobím, kdy musejí zvládnout enormní nápor objednávek a zajistit hladký průběh všech procesů. Pokud selžou v kvalitě služeb nebo komunikaci se zákazníky, riskují nejen aktuální nespokojenost zákazníků, ale i dlouhodobé poškození reputace, což se může negativně projevit v dalších letech,”* dodává.

Vydělat chtějí i podvodníci

Vedle e-shopů vyhlíží vánoční sezónu také internetoví podvodníci, kteří v daném období pravidelně využívají nepozornosti některých zákazníků. *„Před uzavřením kupní smlouvy přes e-shop by si spotřebitelé měli zjistit podstatné informace – kdo je provozovatelem e-shopu a jaké jsou podmínky reklamace a vrácení zboží. Pokud spotřebitelé nedohledají identifikační číslo či kontaktní údaje provozovatele e-shopu, mělo by to být jasným signálem pro nákup jinde,”* radí **Eduarda Hekšová**, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Užitečným nástrojem jsou podle odbornice i recenzní portály, na jejichž stránkách spotřebitelé získají představu o spolehlivosti i rychlosti komunikace obchodníka a kvalitě zboží. Zpozornět by měli v momentě, kdy na stránkách e-shopu najdou gramatické chyby a nesprávný slovosled, podezřele dlouhé dodací lhůty nebo pokud název obchodu nijak nesouvisí s prodávaným zbožím.

V rámci novějších metod podvodníků se podle Eduardy Hekšové na e-shopech stále více objevují například falešné recenze. *„Jako podvodné praktiky by se daly označit situace, kdy spotřebitel klikne na reklamu a je přesměrován na nedohledatelné stránky nabízející fiktivní produkty či podvodné SMS zprávy typu ‚balíček od pošty‘, které požadují platbu, po níž však mohou být z karty neoprávněně staženy větší částky,”* uzavírá.

<https://www.dychame.cz/vanocni-trzby-e-shopu-budou-zrejme-vyssi-nez-loni>