



JAK ČEŠI NAKUPUJÍ V MULTIKANÁLOVÉM SVĚTĚ – VÝZKUM 2019

DAVID VURMA, JAN PENKALA, PAVEL
ČIHÁK

#ACOMWARE

WWW.ACOMWARECZ



VÝZVY. STRATEGIE. ŘEŠENÍ

Jsme konzultační společnost, která hýbe digitálním světem



89

lidí v týmu



17

let na trhu



1461

spokojených
klíentů



3000+

zhotovených
projektů



203

milionů
obrat

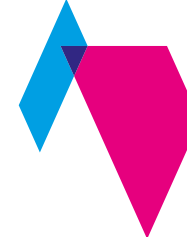
POŘÁDÁME:

ESHOPISTA • EMAILING 2020 • PERFORMANCE 2020



METODOLOGIE

| | |
|-------------------------|--|
| VÝZKUMNÁ METODA | Online výzkum prostřednictvím IPSOS panelu Populace.cz |
| CÍLOVÁ SKUPINA | <p>Reprezentativní internetová populace České republiky ve věku 15 let a více</p> <ul style="list-style-type: none">• Pohlaví (muži 51 %, ženy 49 %)• Věk (15-24 let 18 %, 25-34 let 21 %, 35-44 let 22 %, 45-54 let 18 %, 55+ let 22 %)• Vzdělání (základní 11 %, vyučen bez maturity 28 %, středoškolské 37 %, vysokoškolské 24 %) <p>Dále se sledovalo: kraj, velikost místa bydliště</p> |
| VELIKOST VZORKU | N=1016 |
| DOTAZNÍK | Strukturovaný dotazník v délce 25 minut |
| TERMÍN SBĚRU DAT | 5. – 9. 8. 2018 |



SLEDOVANÉ KATEGORIE

| KATEGORIE V ROCE 2019 | KATEGORIE V ROCE 2018 | MOŽNOST POROVNÁNÍ |
|---|---|-------------------|
| DROGERIE | DROGERIE | ANO |
| SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKA, TV, POČÍTAČE | SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKA, TV, POČÍTAČE, MOBILY, DOBRÉ SPOTŘEBIČE | ANO |
| HOBBY A ZAHRADA | HOBBY A ZAHRADA | ANO |
| HODINKY, KLENOTY, ŠPERKY | HODINKY, KLENOTY, ŠPERKY | ANO |
| HRAČKY A DĚTSKÉ ZBOŽÍ | HRAČKY A DĚTSKÉ ZBOŽÍ | ANO |
| KNIHY, HUDBA, FILMY | KNIHY, HUDBA, FILMY | ANO |
| KOSMETIKA, PARFÉMY | KOSMETIKA, PARFÉMY | ANO |
| LÉKÁRNA, ZDRAVÍ | LÉKÁRNA, ZDRAVÍ | ANO |
| MÓDA A OBLEČENÍ, BOTY | MÓDA A OBLEČENÍ, BOTY | ANO |
| NÁBYTEK A VYBAVENÍ DO DOMÁCNOSTI | NÁBYTEK A VYBAVENÍ DO DOMÁCNOSTI | ANO |
| POTRAVINY | POTRAVINY | ANO |
| SPORTOVNÍ POTŘEBY A SPORTOVNÍ OBLEČENÍ | SPORTOVNÍ POTŘEBY A SPORTOVNÍ OBLEČENÍ | ANO |
| VELKÉ SPOTŘEBIČE (LEDNÍČKY, PRAČKY, MYČKY, SPORÁKY) | VELKÉ SPOTŘEBIČE (LEDNÍČKY, PRAČKY, MYČKY, SPORÁKY) | ANO |
| EROTICKÉ ZBOŽÍ | - | NE |
| CHOVATELSKÉ POTŘEBY | - | NE |
| MALÉ SPOTŘEBIČE A DOMÁCÍ POTŘEBY | - | NE |

MULTIKANÁLOVÉ NAKUPOVÁNÍ V ČESKÉ REPUBLICĚ

(DAVID VURMA, CEO ACOMWARE)

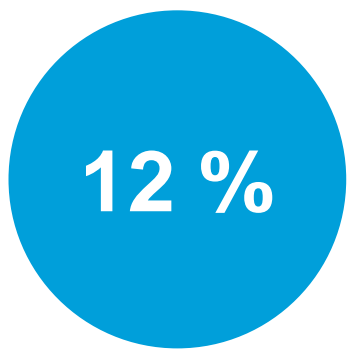
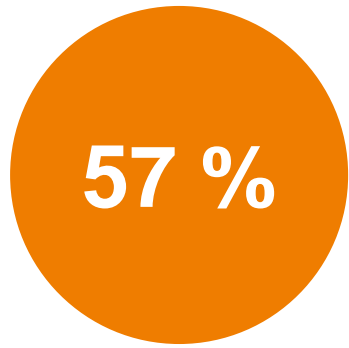
POSTOJ K NÁKUPŮM NA INTERNETU

2018

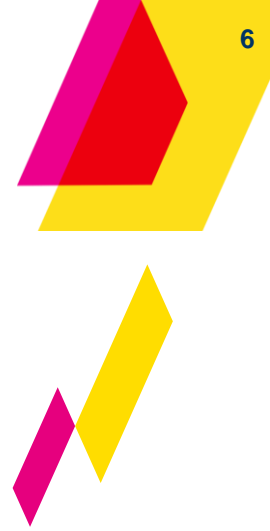
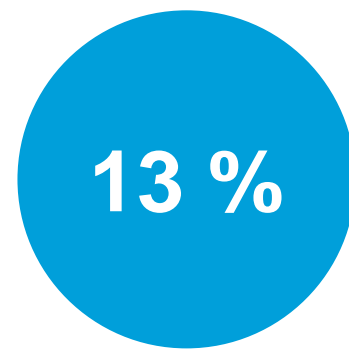


Pozitivní vztah

2019

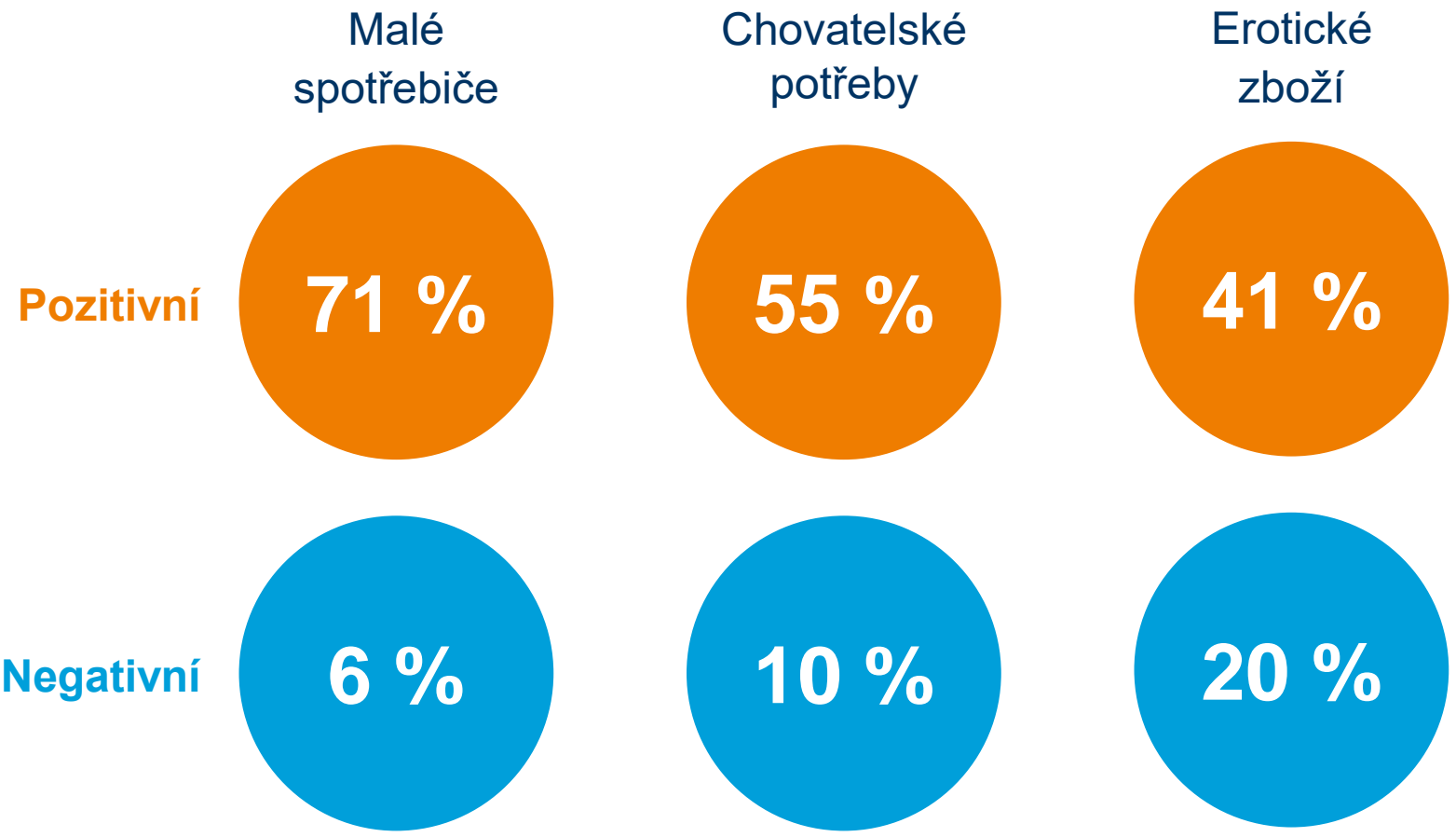


Negativní vztah

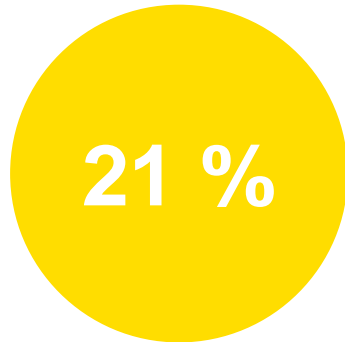




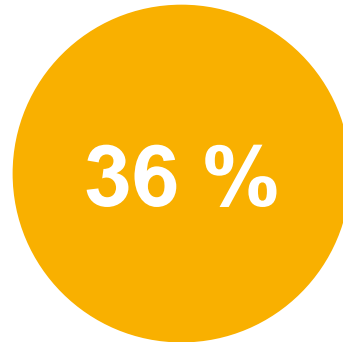
POSTOJ K NÁKUPŮM NA INTERNETU – NOVÉ KATEGORIE



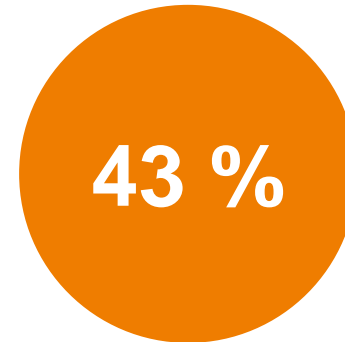
MULTIKANÁLOVÉ NAKUPOVÁNÍ V ČR V ROCE 2019



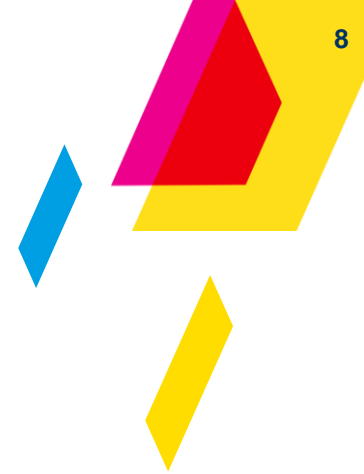
Převážně internet



Půl na půl



Převážně prodejna



VOLBA PRODEJNÍHO KANÁLU PODLE SEGMENTŮ PŘI NÁKUPECH ZA POSLEDNÍ ROK

VĚTŠINA NÁKUPŮ V E-SHOPU

48 % erotické zboží

37 % spotřební elektronika

34 % knihy, hudba, film

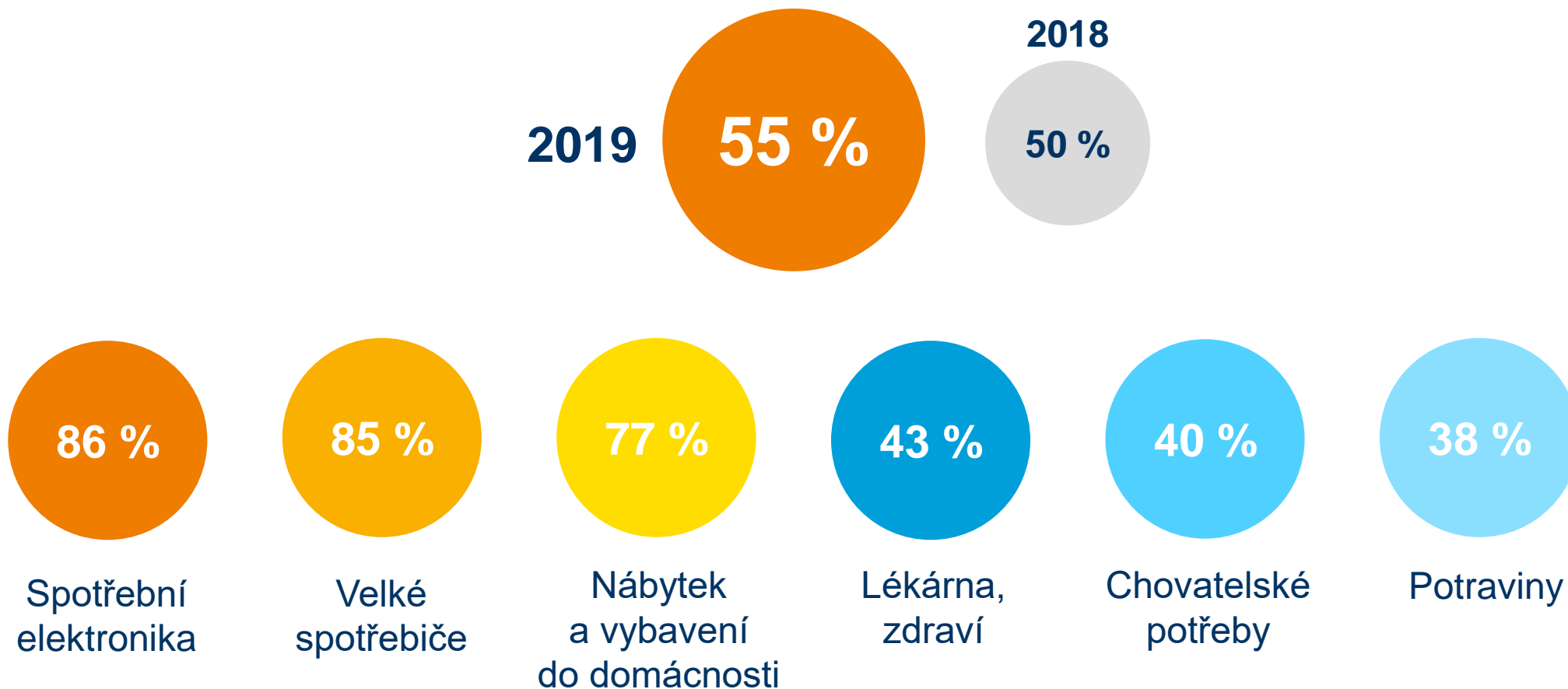
VĚTŠINA NÁKUPŮ V PRODEJNĚ

84 % potraviny

65 % drogerie

56 % lékárna, zdraví

INTERNET JAKO ZDROJ INFORMACÍ PRO RETAILOVÉ ZÁKAZNÍKY



PŘÍNOSY PROHLÉDNUTÍ ZBOŽÍ PŘED NÁKUPEM

Prohlíží si zboží před online nákupem

Návštěva pomohla

ANO

68 %

68 %

82 %

80 %

22 %

74 %

70 %

63 %

Velké spotřebiče

Nábytek a vybavení do domácnosti

Erotické zboží

Velké spotřebiče

Kosmetika, parfémy

Móda a oblečení, boty

PREFERENCE A NÁZORY ZÁKAZNÍKŮ

(JAN PENKALA, KONZULTANT)



POSTOJE ZÁKAZNÍKŮ K MULTIKANÁLOVÉMU NAKUPOVÁNÍ

E-SHOP

93 % vadí, pokud není možné vrátit zboží
bezplatně poštou / kurýrem

85 % oceňuje, pokud je doba pro
vrácení zboží delší než 14 dní

PRODEJNA

89 %
vadí, pokud zboží
z e-shopu nelze reklamovat
či vrátit na dané prodejně

88 %
vadí, pokud musí platit
za vyzvednutí v kamenné
pobočce nebo výdejně

83 %
vadí, pokud je
v prodejně jiná cena
než v e-shopu



DŮVODY PRO VOLBU E-SHOPU

E-SHOP

48 % nižší cena

40 % mohu nakoupit kdykoliv

34 % širší nabídka zboží

nejvíce 54 % spotřební elektronika, parfémy

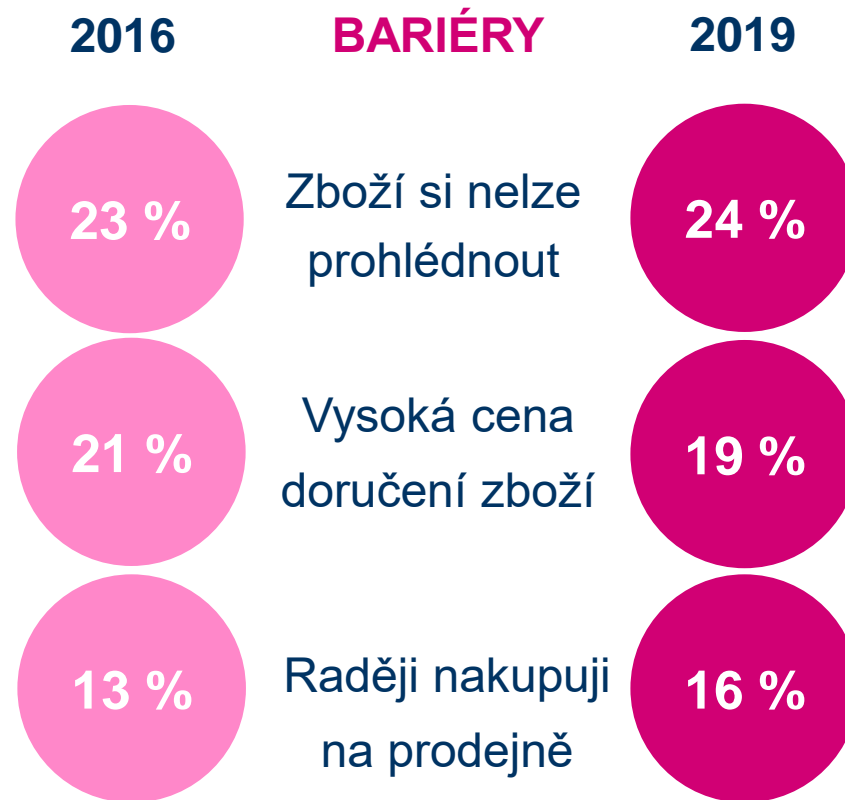
nejméně 29 % potraviny

nejvíce 47 % léky

nejvíce 40 % móda, oblečení



MOTIVÁTORY A BARIÉRY PRO NÁKUP NA INTERNETU





OBLIBA PRODEJNÍCH KANÁLŮ U VÝZNAMNÝCH RETAILISTŮ

Nejvyšší podíl

INTERNETOVÝ PRODEJ

21 % Tchibo

20 % Datart

17 % Tescoma

Nejvyšší podíl

KAMENNÝ PRODEJ

92 % Lidl

91 % Tesco

85 % Deichmann





OBLIBA PRODEJNÍCH KANÁLŮ U VÝZNAMNÝCH RETAILISTŮ

NÁKUPY PŮL NA PŮL

18 % Dr. Max

17 % Datart

16 % Tescoma

16 % Benu

15 % Tchibo

15 % Sportisimo

11 % Marks & Spencer

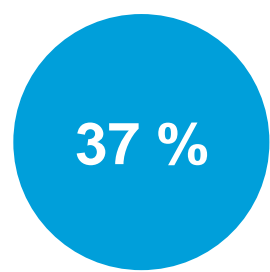
11 % Decathlon

5 % Lidl



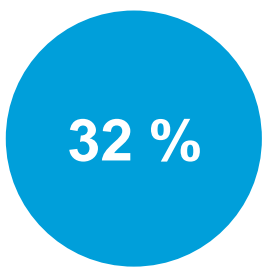


PROCENTO ZÁKAZNÍKŮ, KTEŘÍ VŮBEC NEVÍ O E-SHOPU U VÝZNAMNÝCH RETAILISTŮ



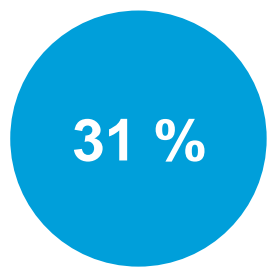
37 %

Tesco



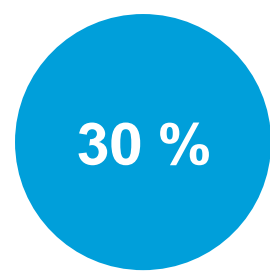
32 %

Hornbach



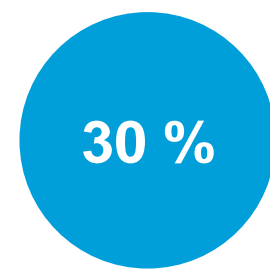
31 %

Marks &
Spencer



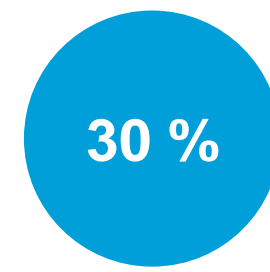
30 %

Baťa



30 %

H&M



30 %

Deichmann



DETAILNÍ POHLED NA KATEGORIE – POTRAVINY, DROGERIE, OBLEČENÍ A LÉKY

(PAVEL ČIHÁK, VEDOUCÍ KONZULTANTŮ V ACOMWARE)

POTRAVINY – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

**Nakupuje
online**

36 %

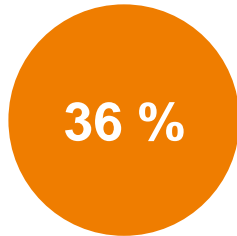
**Nenakupuje
online**

64 %



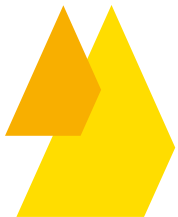
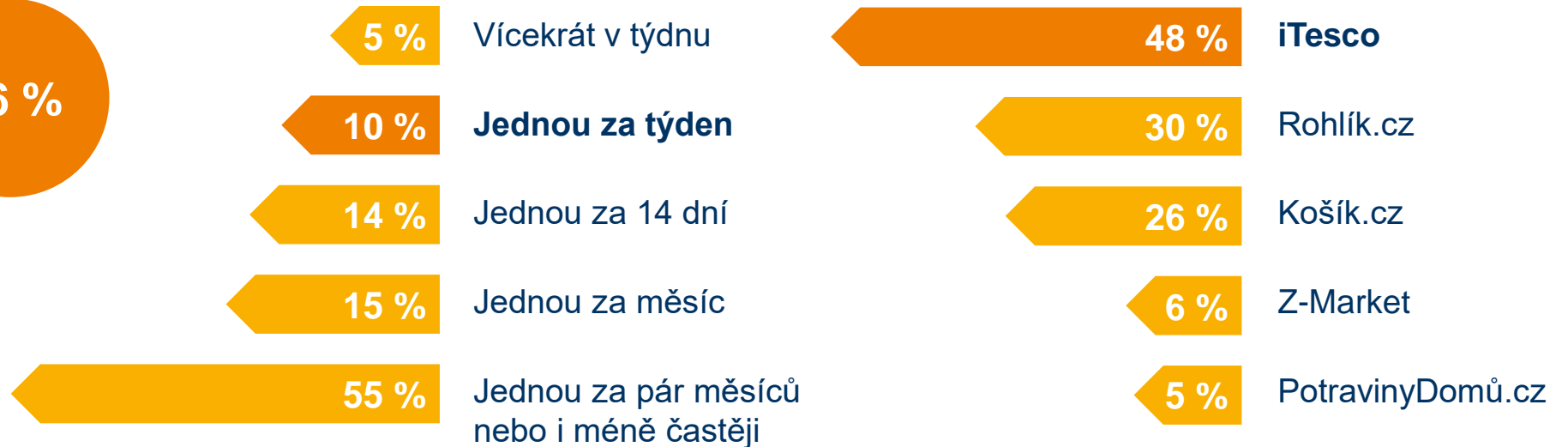
POTRAVINY – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

**Nakupuje
online**



JAK ČASTO?

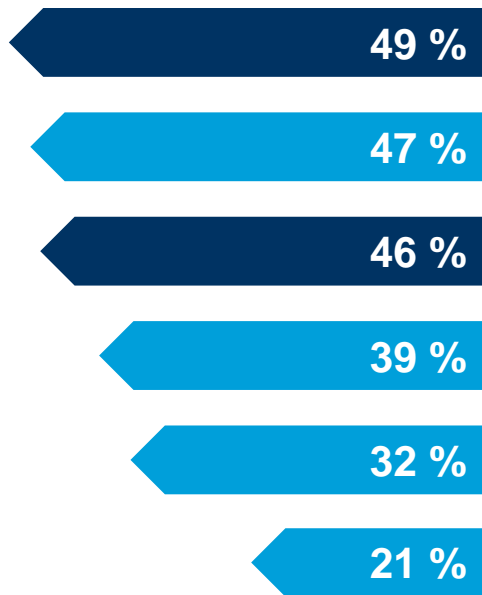
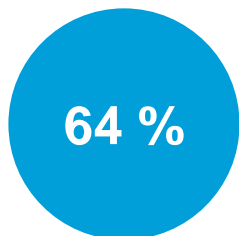
KDE?





POTRAVINY – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

Nenakupuje
online



PROČ NE?

Bojím se, jak čerstvé budou potraviny

Rád/a nakupuji v kamenném obchodě

Nemohu si vybrat sám např. velikost ovoce a zeleniny

Nemůžu si prohlídnout daný produkt

Cena za dopravu z e-shopu mi přijde příliš vysoká

Bojím se, že mi přijde poškozené zboží

DROGERIE – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

**Nakupuje
online**

58 %

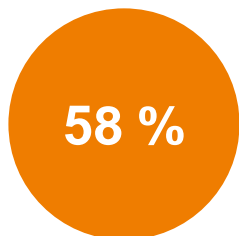
**Nenakupuje
online**

42 %



DROGERIE – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

Nakupuje
online



JAK ČASTO?

KDE?

3 %

Vícekrát v týdnu

29 %

DM drogerie

8 %

Jednou za týden

27 %

Alza.cz

7 %

Jednou za 14 dní

22 %

Teta drogerie

24 %

Jednou za měsíc

20 %

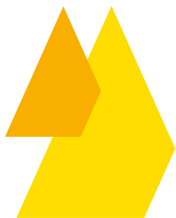
Mall.cz

59 %

Jednou za pár měsíců
nebo i méně častěji

9 %

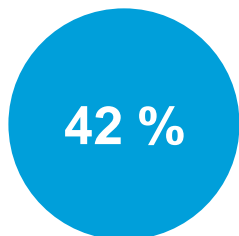
Košík.cz





DROGERIE – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

Nenakupuje
online



Rád/a nakupuji v kamenném obchodě



Nemůžu si vyzkoušet/přivonět daný produkt



Drogerii nakupuji spolu s potravinami



Cena za dopravu z e-shopu mi přijde příliš vysoká



Bojím se, že mi přijde poškozené zboží

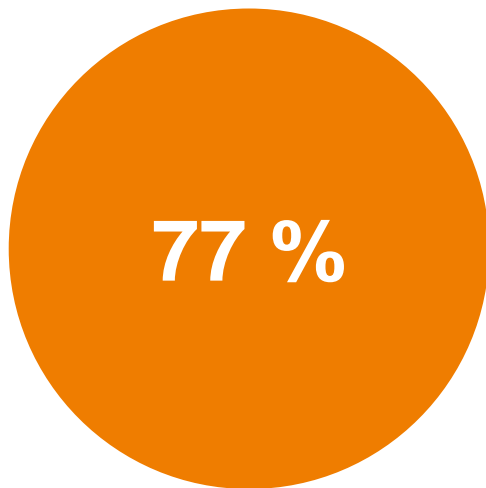


Mám obavy ze složitého vrácení zboží

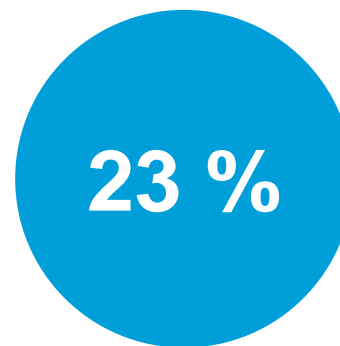
PROČ NE?

OBLEČENÍ – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

**Nakupuje
online**



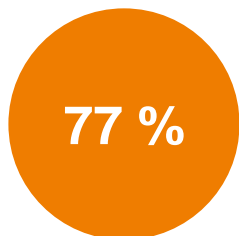
**Nenakupuje
online**





OBLEČENÍ – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

Nakupuje
online



JAK ČASTO?

1 %

Vícekrát v týdnu

4 %

Jednou za týden

5 %

Jednou za 14 dní

24 %

Jednou za měsíc

66 %

Jednou za pár měsíců
nebo i méně často

KDE?

25 %

H&M

15 %

ZOOT

13 %

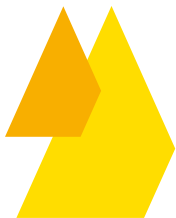
About you

11 %

Zalando

8 %

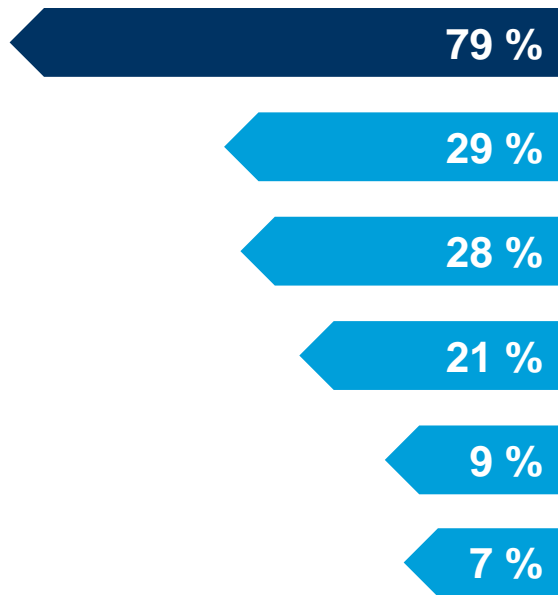
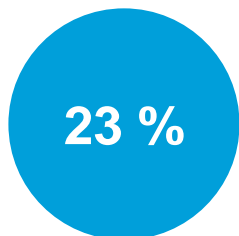
Orsay





OBLEČENÍ – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

Nenakupuje
online



PROČ NE?

Vadí mi, že si zboží nemůžu vyzkoušet

Rád/a nakupuji v kamenném obchodě

Mám obavy ze složitého vrácení zboží

Cena za dopravu z e-shopu mi přijde příliš vysoká

Bojím se, že mi přijde poškozené zboží

Nedůvěřuji internetovým prodejcům

LÉKY A DOPLŇKY STRAVY – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

**Nakupuje
online**

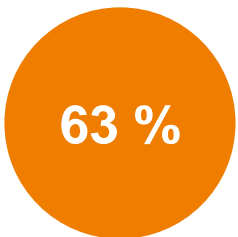
63 %

**Nenakupuje
online**

37 %

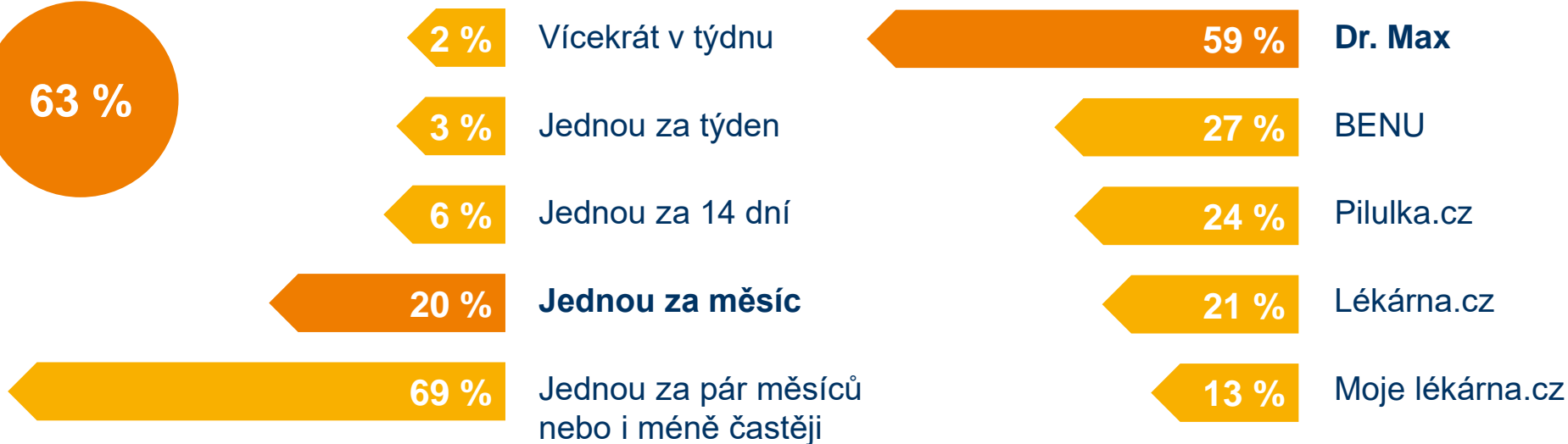
LÉKY A DOPLŇKY STRAVY – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

Nakupuje online



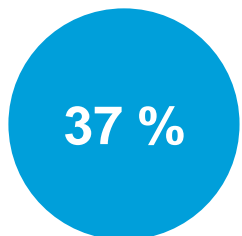
JAK ČASTO?

KDE?



LÉKY A DOPLŇKY STRAVY – REÁLNÉ NÁKUPY NA INTERNETU

Nenakupuje
online



Nemůžu se poradit s odborníkem na daný produkt



Rád nakupuji v kamenném obchodě



Nedůvěřuji internetovým prodejcům



Cena za dopravu z e-shopu mi přijde příliš vysoká



Bojím se, že mi přijde poškozené zboží



Nevyhovuje mi doba dodání nebo dodací časy

PROČ NE?

REKAPITULACE HLAVNÍCH ZÁVĚRŮ

1. 21 % zákazníků v současnosti nakupuje převážně na internetu, 43 % v kamenných obchodech. Zbytek dělí své nákupy půl na půl.
2. E-shopy jsou nejvíce využívány pro nákup erotického zboží nebo elektroniky, naopak kamenný obchod je preferován u potravin či drogerie.
3. Roste význam internetu jako zdroje informací před nákupem - využívá ho už 55 % lidí. 68 % lidí si jde zboží před nákupem v e-shopu prohlédnout.
4. Lidem nejvíce vadí, pokud e-shopy nenabízí kvalitní služby spojené s vrácením či reklamací. Očekávají bezplatné vyzvednutí v prodejně a netolerují rozdílnou cenu za stejné zboží v e-shopu a prodejně.

REKAPITULACE HLAVNÍCH ZÁVĚRŮ

5. Kolem 30 % Čechů neví o tom, že jejich oblíbený řetězec má e-shop - netuší to např. 37 % zákazníků Tesco, 32 % u Hornbach nebo 30 % u Baťa.
6. Potraviny nakoupilo na internetu za poslední rok již 36 % lidí, z toho 16 % alespoň jednou měsíčně. Nejpopulárnější značkou je Tesco, Rohlik.cz vládne ve velkých městech.
7. Drogerii na internetu nakupuje 58 % zákazníků, nejčastěji volí DM Drogerii. Zajímavostí je silné zastoupení nákupních galerií, kde je Alza.cz druhá a Mall.cz čtvrtý nejčastější prodejce.
8. Oblečení nakupuje online již 77 % Čechů, mezi prodejci si z pravidla vyberou H&M. Trojlístek e-commerce hráčů (ZOOT, About you, Zalando) přimel k nákupu mezi 11-15 % zákazníků.

DĚKUJI ZA POZORNOST

ACOMWARE s.r.o.

Budějovická 778/3

140 00 Praha 4

Tel.: 737 289 119

info@acomware.cz

facebook.com/acomware

twitter.com/acomware

