

Ecommerce rozdíly v evropských zemích



19.4.2023

MILAN FIALA

Ahoj!

Jsem Milan Fiala

A věnuji se online expanzi do zahraničí.

LinkedIn: Milan Fiala
Email: milan.fiala.cz@gmail.com
Web: fialamilan.com



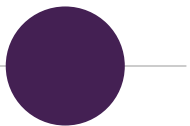
***Disclaimer - toto není univerzální
návod na expanzi!***

“



Osnova

1. Trendy v evropské ecommerce
2. Trocha statistiky
3. Quo vadis, 2023?
4. Rozdíly v evropských zemích
5. Expanze prakticky



I. Trendy v evropské ecommerce



AI (strojové učení)



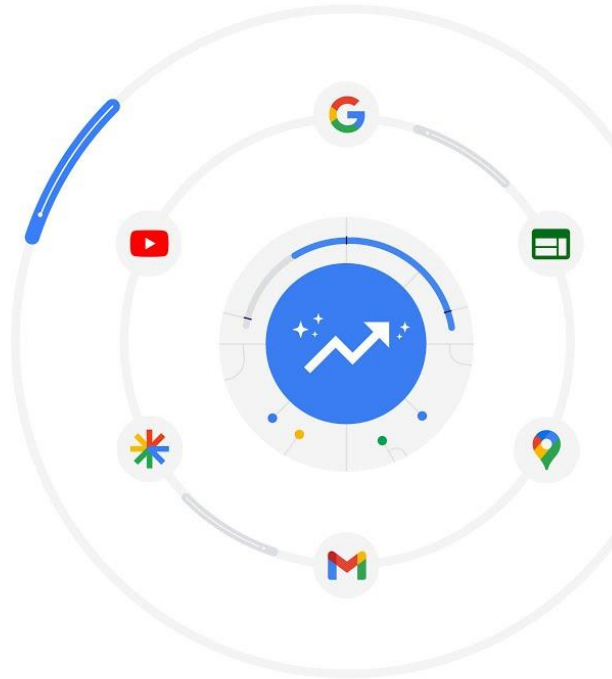


Automatizace



Google Ads Tutoriais

Creating a
Performance Max
campaign





Budoucnost marketplaces

amazon

The Amazon logo, featuring the word "amazon" in a dark blue, sans-serif font, with a curved orange arrow underneath it pointing from the 'a' to the 'z'.



Saturace trhů





Brand vs. výkon

zalando
Search term

about you
Search term

zoot
Search term

+ Add comparison

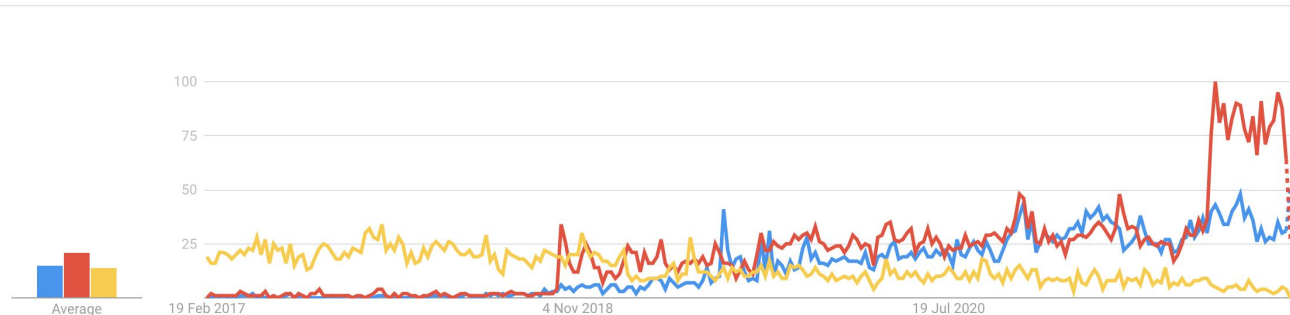
Czechia ▼

Past 5 years ▼

All categories ▼

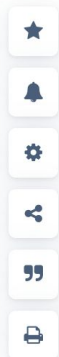
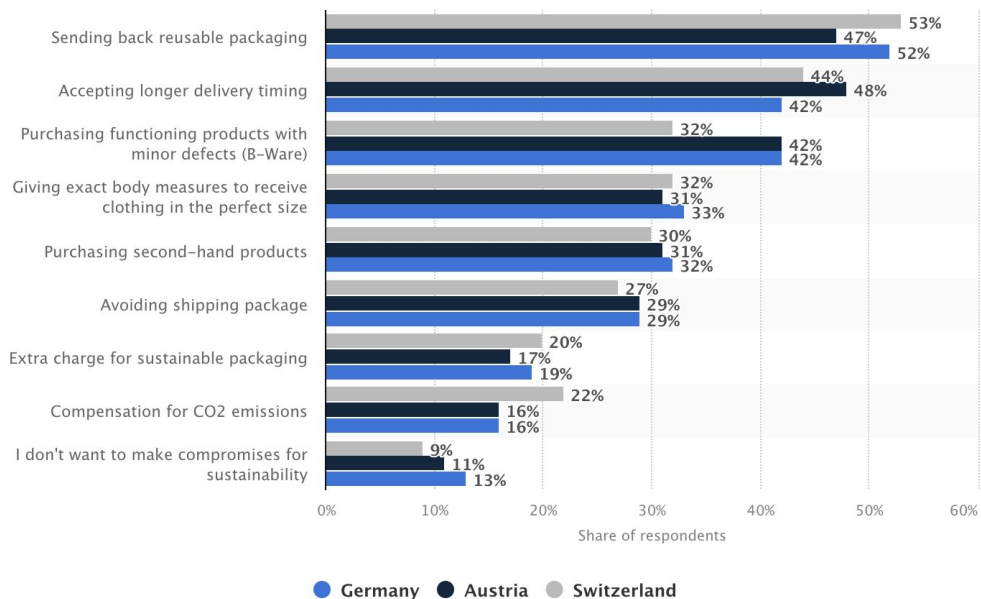
Web Search ▼

Interest over time ?





Udržitelnost



Zdroj: Statista



Udržitelnost

- 80% zákazníků uvádí, že udržitelnost je pro ně při rozhodování o nákupu důležitá..
- 60% zákazníků je ochotno změnit své nákupní chování, aby snížilo negativní dopad na životní prostředí.
- 45% zákazníků se předem informuje o aktivitách e-shopů v oblasti udržitelnosti.



Co s tím?

1. CO2-neutral shipping (DHL – GoGreen, GLS – Klima Protect)
2. Nebalit do plastů
3. Nepoužívat velké balení pro male zásilky
4. Přestat nabízet možnost vratek zdarma (ne tak moudré pro Německo :D)

I Nákupní košík

II Doprava a platba

III Osobní údaje

IV Potvrzení objednávky

Produkty v košíku

Polaroid PLD D354 003 17 56 [x Odstranit](#)



Množství Velikost Dostupnost

1 M [U vás 22. 9. nebo k vyzvednutí na optice](#) [i](#)

1 389 Kč

Další služby



☐ Ekologické balení Lentiama

Rádi byste omezili plýtvání plasty? My také! Přidejte se k nám na cestě k udržitelné budoucnosti a zvolte balení z recyklovaných materiálů. [i](#) 19 Kč



Dostupnost [U vás 22. 9. nebo k vyzvednutí na optice](#)

Celková cena 1 389 Kč

[◀ Zpět do obchodu](#)

[Pokračovat v objednávce >](#)

☐ Uplatnit slevový kupón ☐ Uplatnit ISIC slevu



3543

Máte 3543 bonusových bodů

[Vyberte si dárek zdarma ▶](#)



Proofs of quality



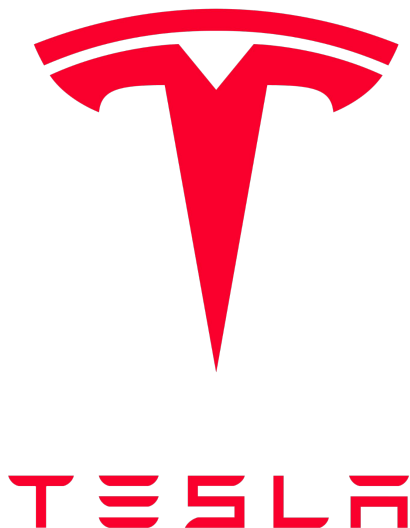
Mobile vs. Desktop

	% mobile návštěv	rychlost růstu mobile návštěv	% mobile objednávek
CZ	63.96%	6.23%	31.35%
SK	73.71%	4.20%	30.47%
DE	67.29%	8.17%	32.70%
AT	67.66%	9.75%	36.70%
PL	73.94%	5.93%	31.53%

Období: 01-08/2022
Zdroj dat: 6 velkých e-shopů



Subscription-based modely





Social commerce

We also find consumers increasingly looking to shop in the social channels where they spend most of their time. This trend is especially prevalent amongst Gen Z and Millennials, where **63%** say they hope to shop more frequently within social media apps. Yet, in response, only **26%** of ecommerce merchants say they'll increasingly use social media as direct sales channels.

Zdroj: checkout.com



Platební metody

This matters because **60%** of consumers say they'll abandon their cart if they cannot pay using their preferred payment method. In other words, selling online to European

Zdroj: checkout.com



Trendy v logistice





Trendy v logistice

BOSIP!

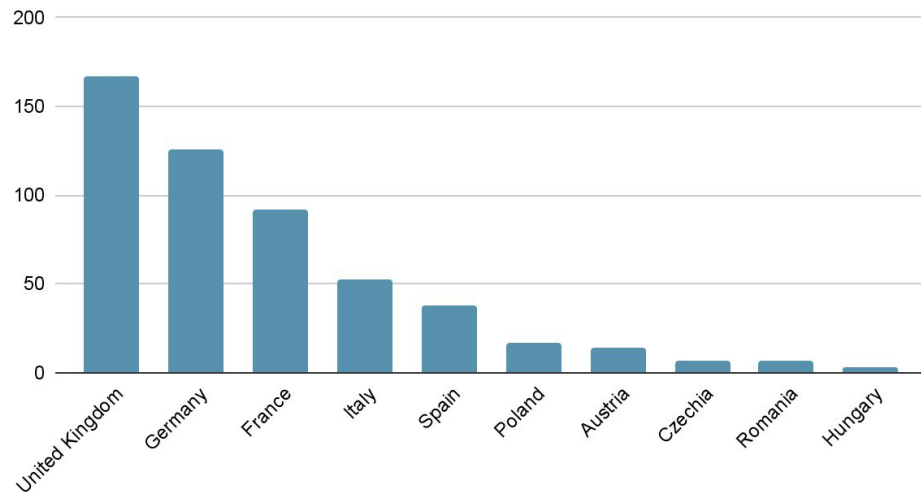


II. trocha statistiky



Kupní síla online - 2023

Revenue in the eCommerce market / bn usd /

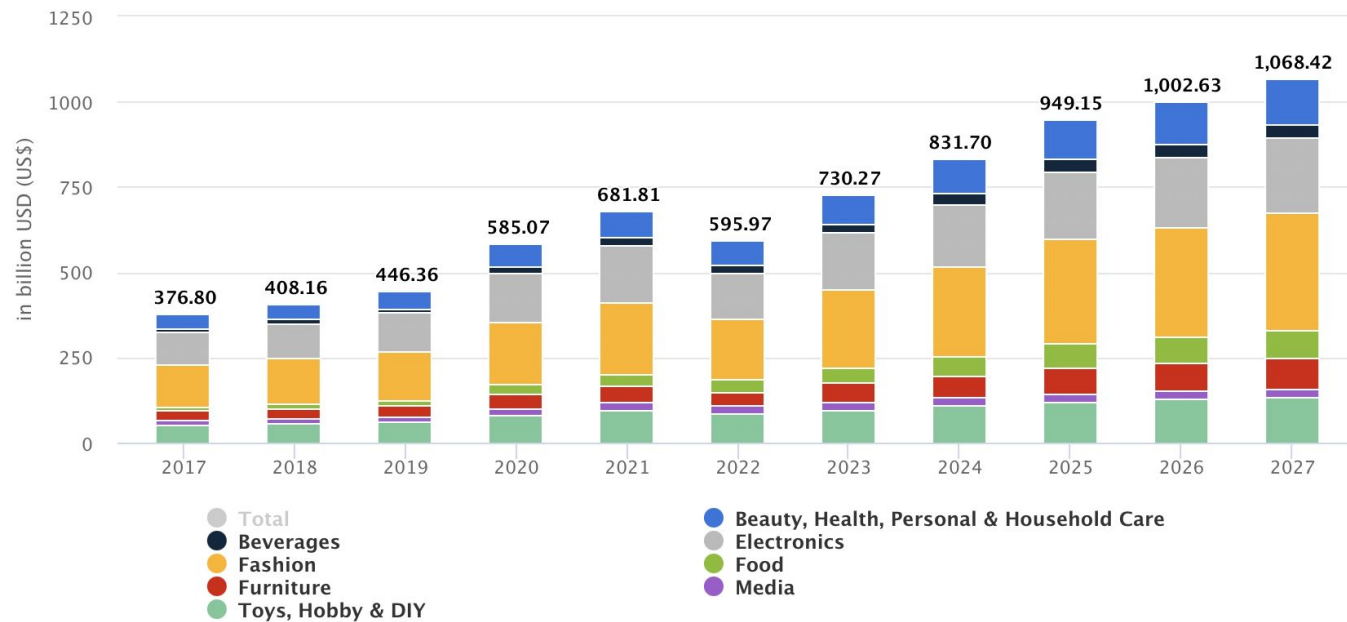


Zdroj: ecommercedb.com

Revenue

REVENUE

REVENUE CHANGE



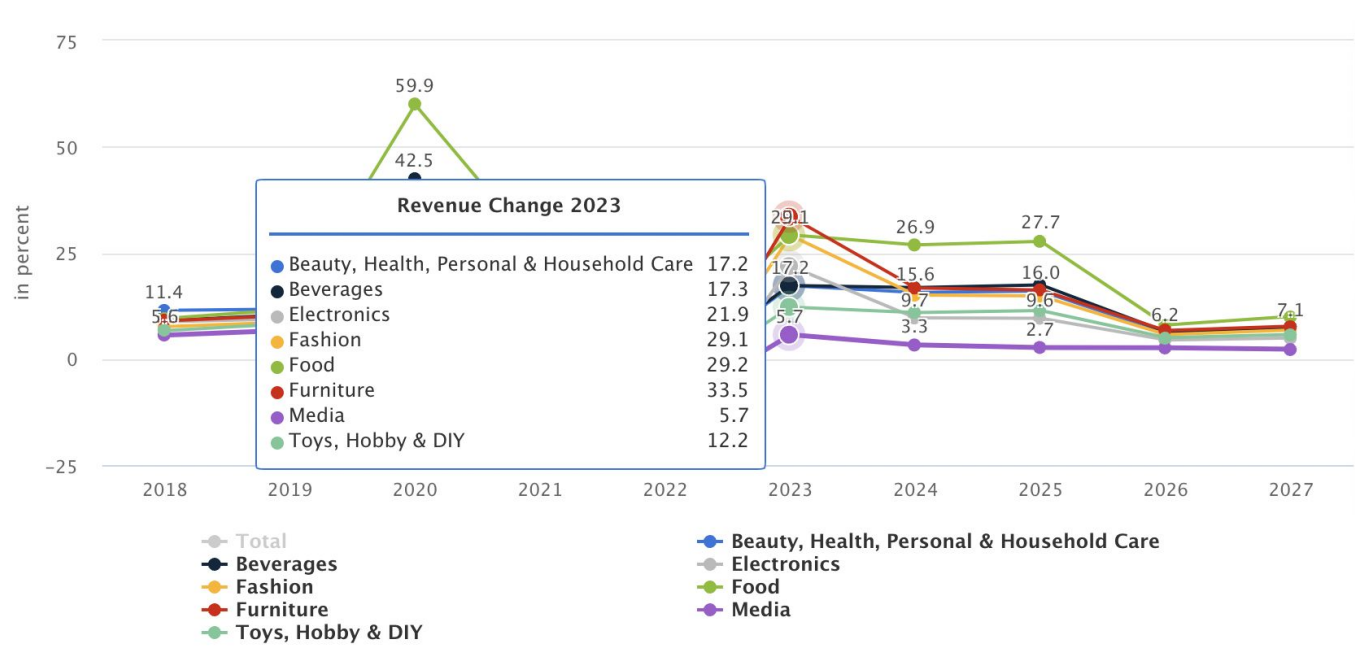
Notes: Data shown is using current exchange rates and reflects market impacts of the Russia-Ukraine war.

Most recent update: Feb 2023

Source: Statista

Revenue

REVENUE REVENUE CHANGE



Notes: Data shown is using current exchange rates and reflects market impacts of the Russia-Ukraine war.

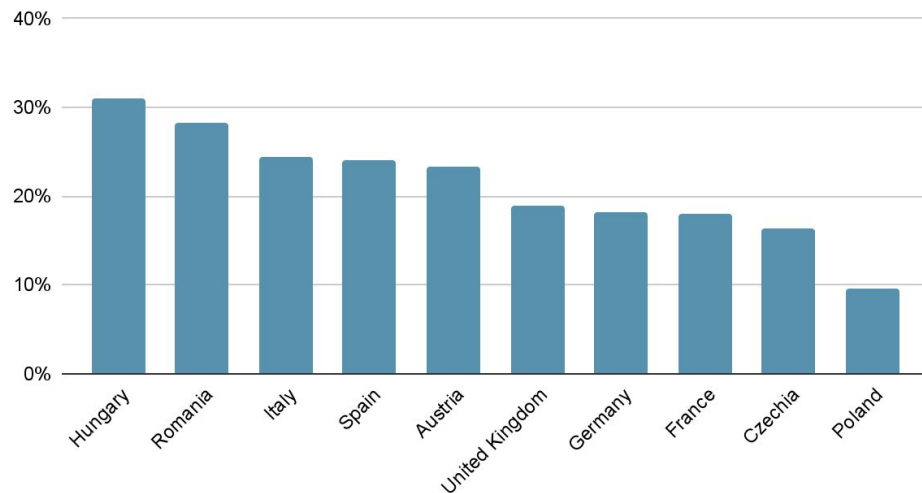
Most recent update: Feb 2023

Source: Statista



Očekávaný růst - 2023

Expected Growth - 2023



Zdroj: ecommercedb.com

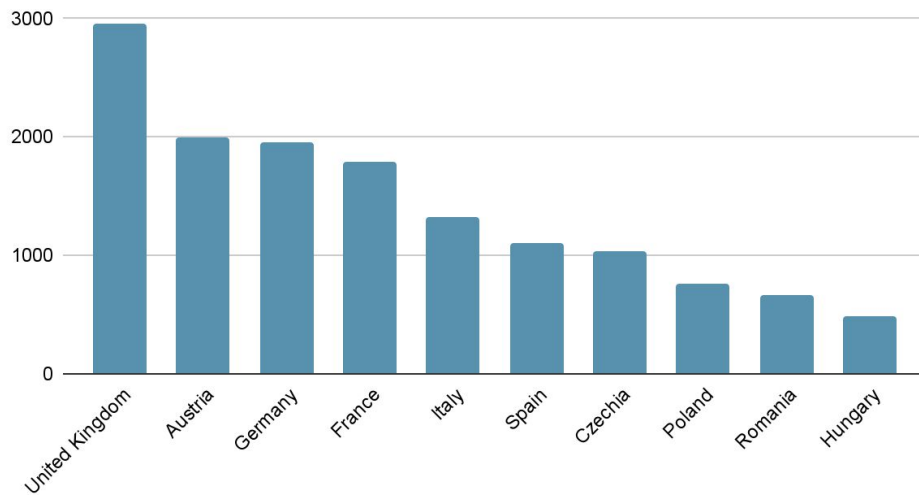
Abb. 6: Prognosen zum Einzelhandelsumsatz 2023 und Auswirkungen der Inflation

	EINZELHANDELSUMSATZES, Mrd.		WERTSTEIGERUNG, %	EINZELHANDELS- INFLATION 2023, %	INFLATIONS-AUS- WIRKUNGEN, Mrd.	MENGENWACHSTUM, %
	2022	2023				
Vereinigtes Königreich	242,7 £	248,9 £	2,6 %	7,5 %	18,2 £	-4,9 %
Frankreich	257,9 €	263,9 €	2,3 %	4,2 %	10,8 €	-1,9 %
Deutschland	372,0 €	381,6 €	2,6 %	6,5 %	24,2 €	-3,9 %
Italien	195,5 €	203,3 €	4,0 %	5,2 %	10,2 €	-1,2 %
Spanien	161,6 €	165,4 €	2,4 %	4,9 %	7,9 €	-2,5 %
Vereinigte Staaten	6269,4 \$	6595,0 \$	5,2 %	3,5 %	219,4 \$	1,7 %
Kanada	573,4 C\$	584,9 C\$	2,0 %	3,2 %	18,4 C\$	-1,2 %
Australien	243,0 A\$	249,0 A\$	2,5 %	4,1 %	10,0 A\$	-1,6 %



ARPU

ARPU / USD /

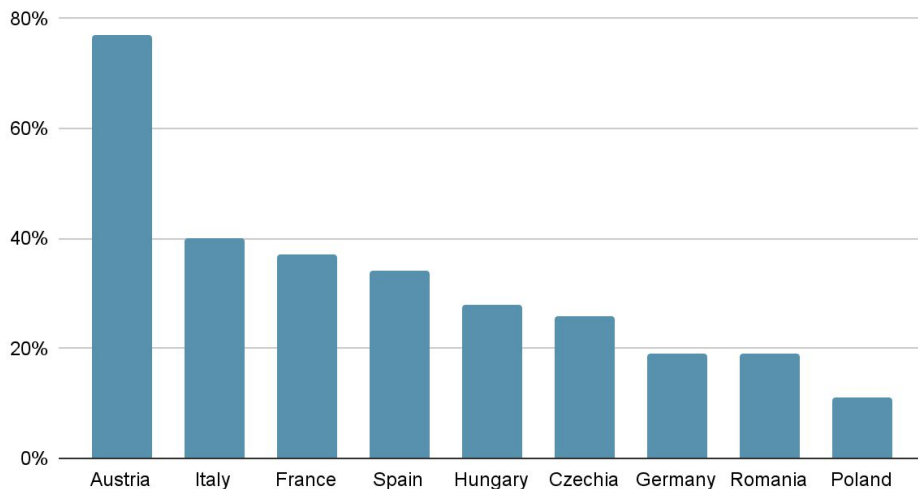


Zdroj: ecommercedb.com



Purchases from sellers from other EU countries

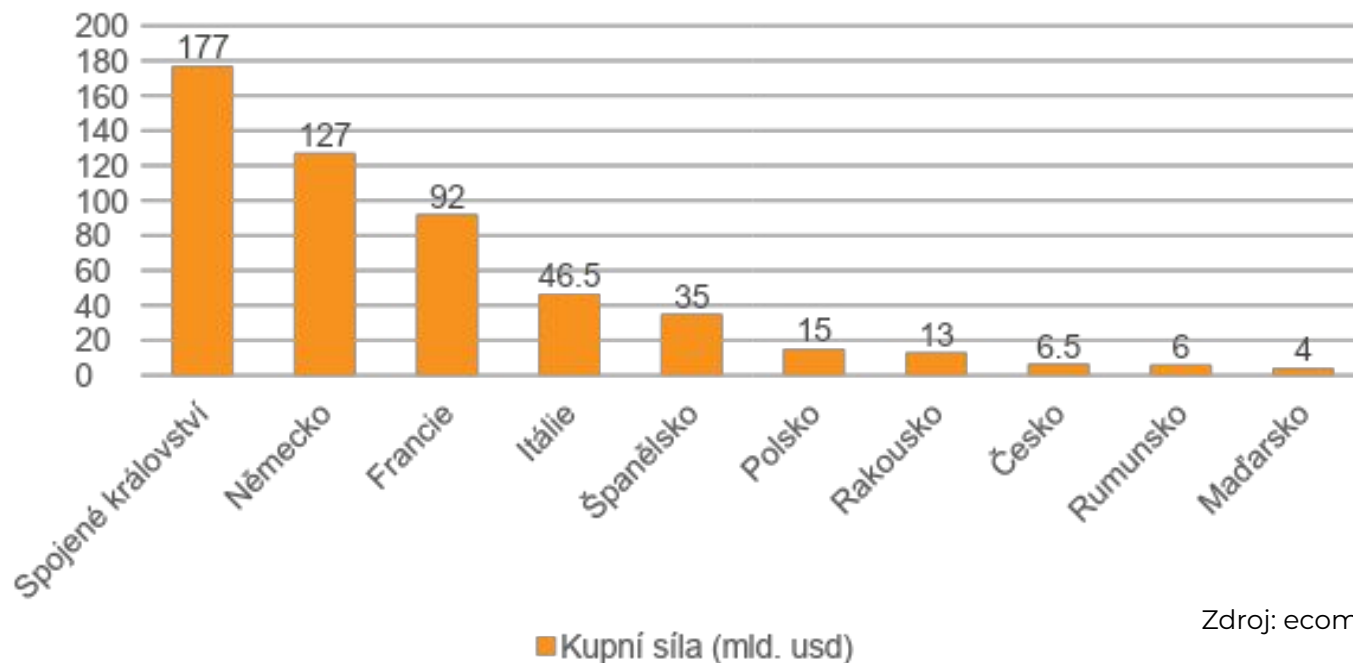
Purchases from sellers from other EU countries



Zdroj: ecommerce-europe.eu



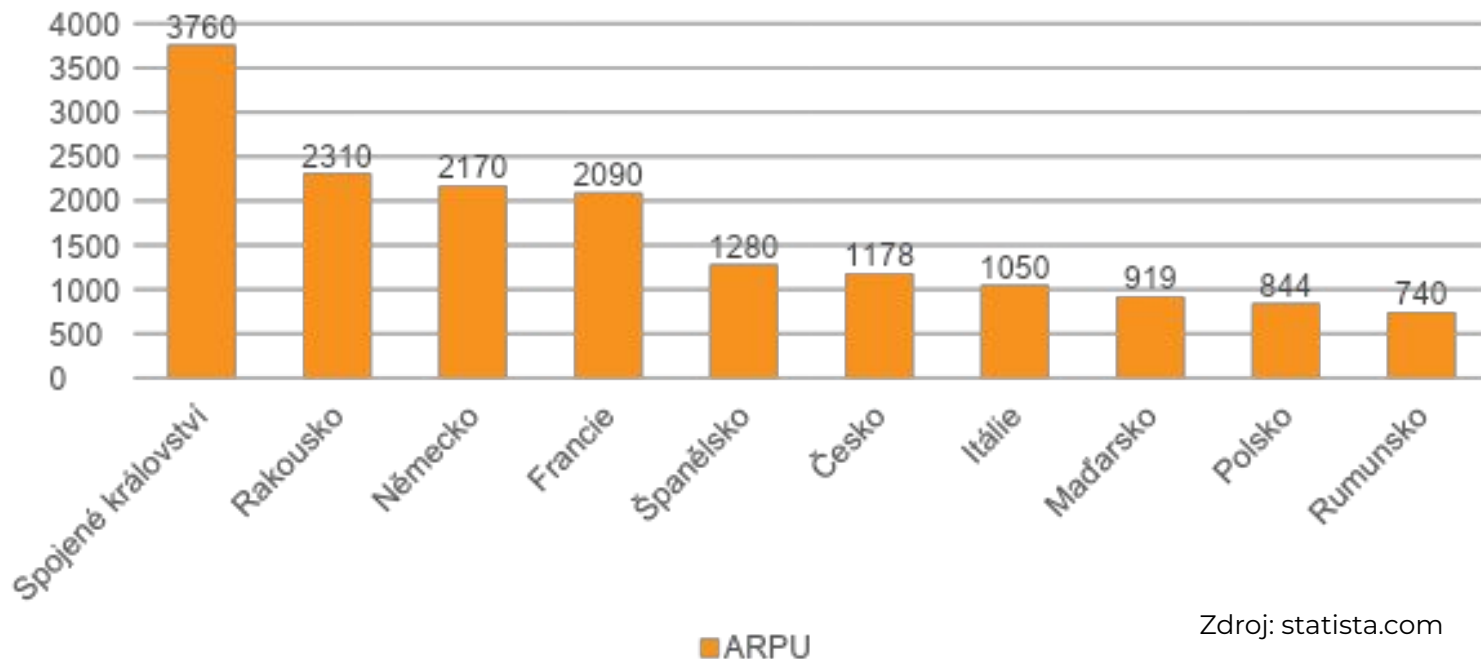
Kupní síla online - 2021



Zdroj: ecommerce.db.com



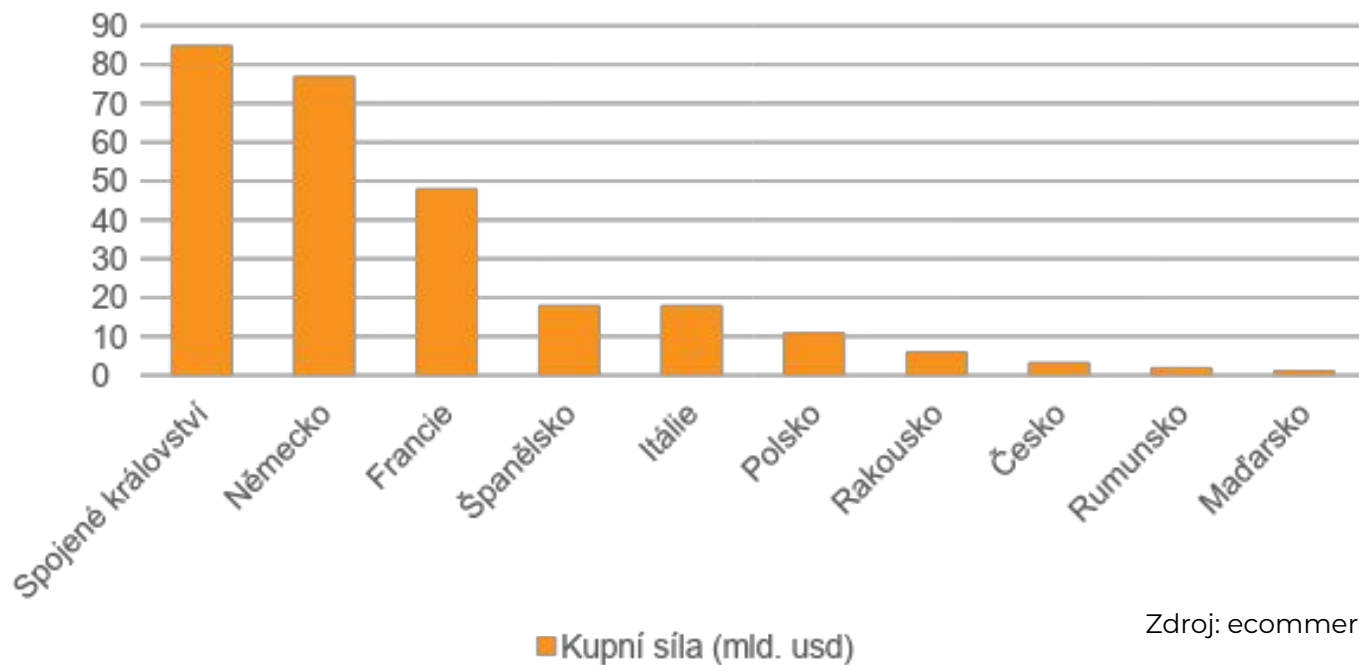
Average revenue per user – 2022



Zdroj: statista.com



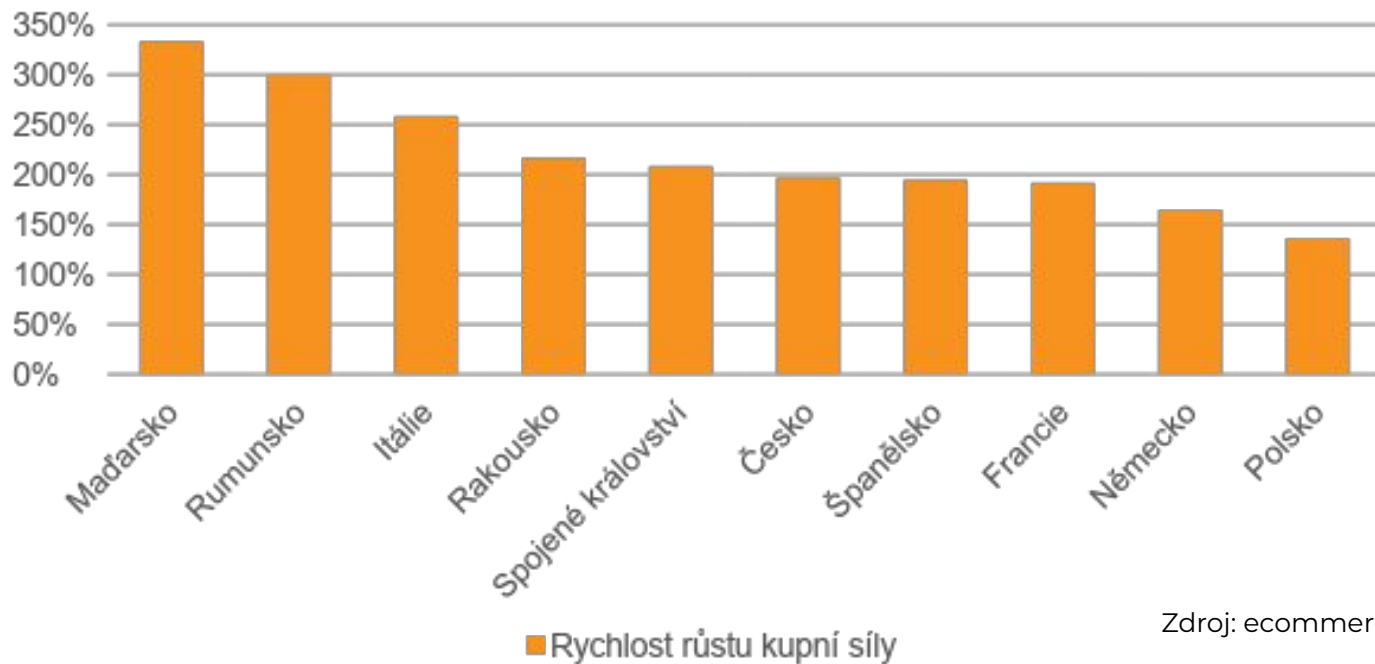
Kupní síla online - 2018



Zdroj: ecommerce.db.com



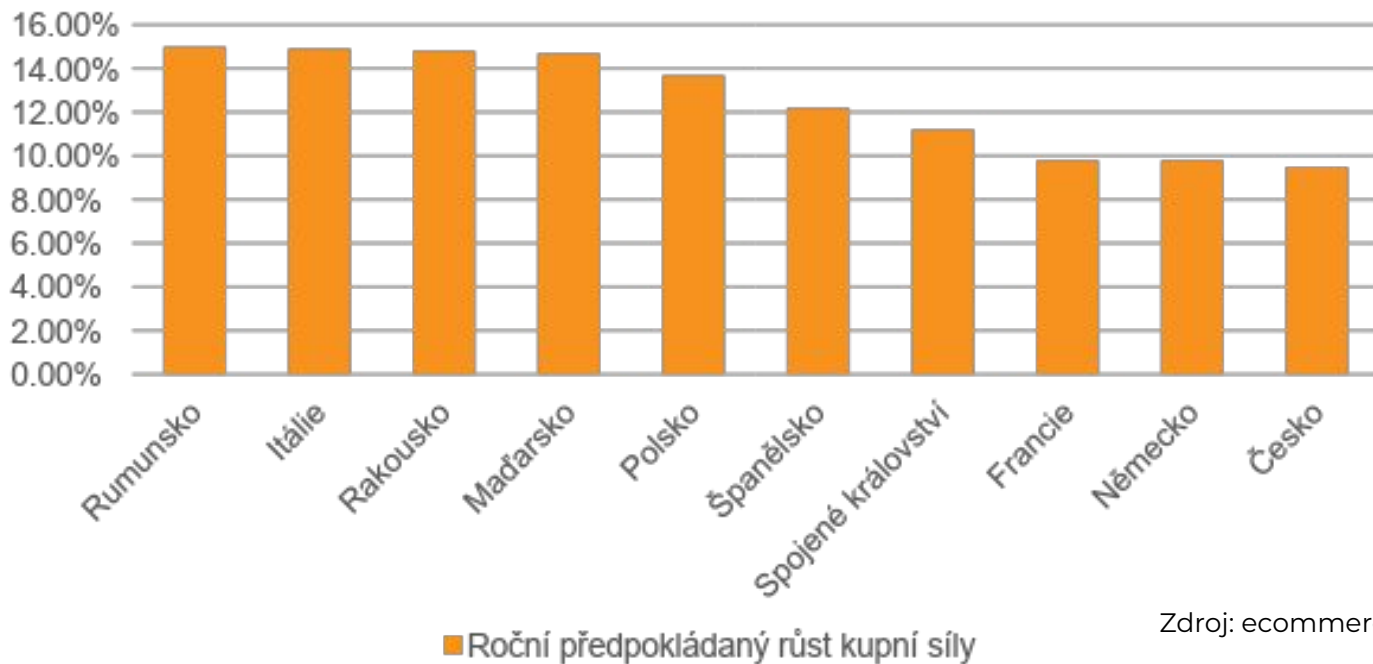
Kupní síla online – rychlost růstu



Zdroj: ecommercedb.com



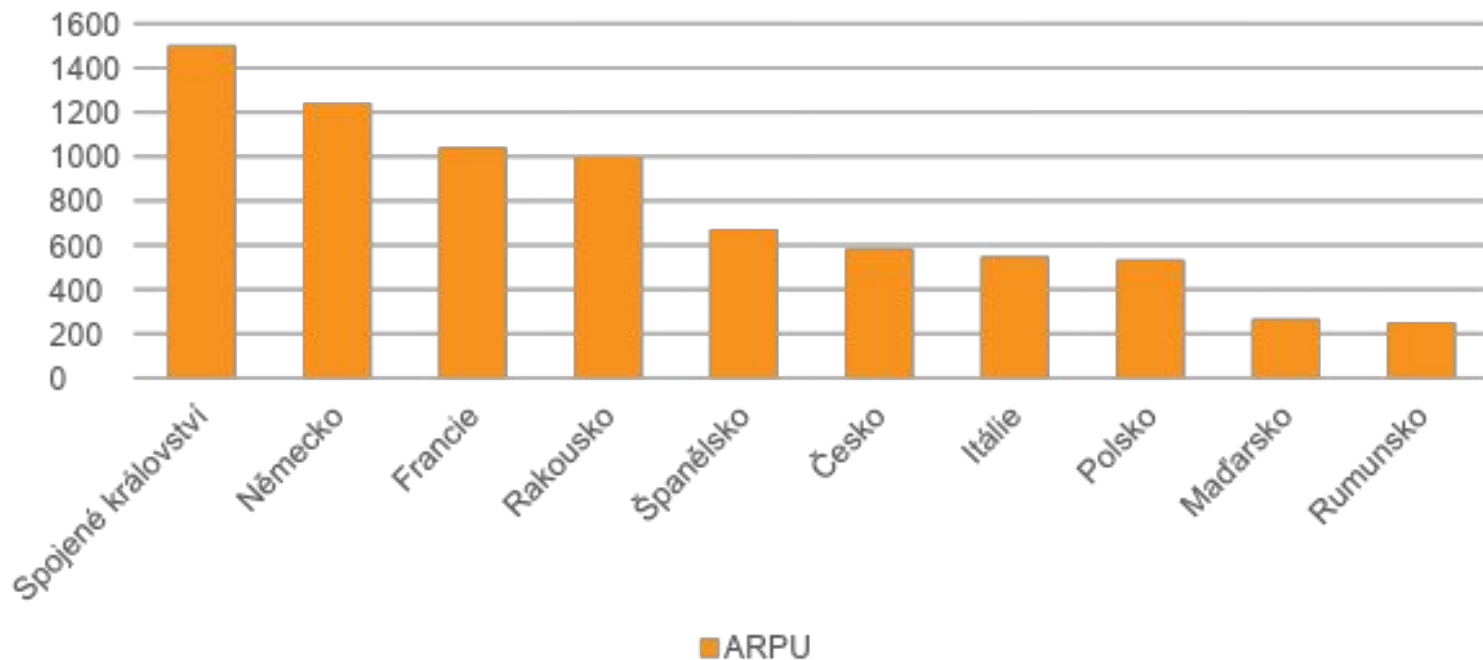
Očekávaná rychlost kupní síly – 21-25



Zdroj: ecommercedb.com

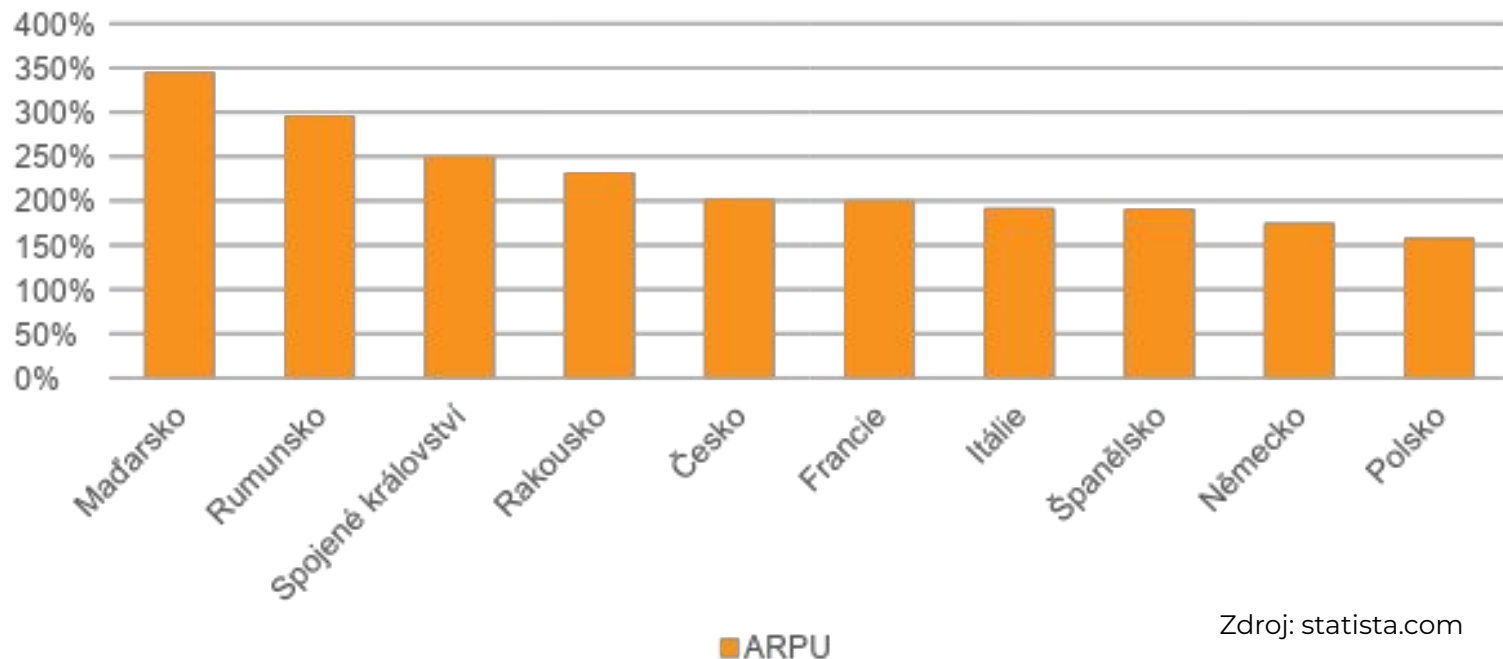


Average revenue per user - 2018





Average revenue per user – růst 18-22



Zdroj: statista.com



III. quo vadis, 2023?

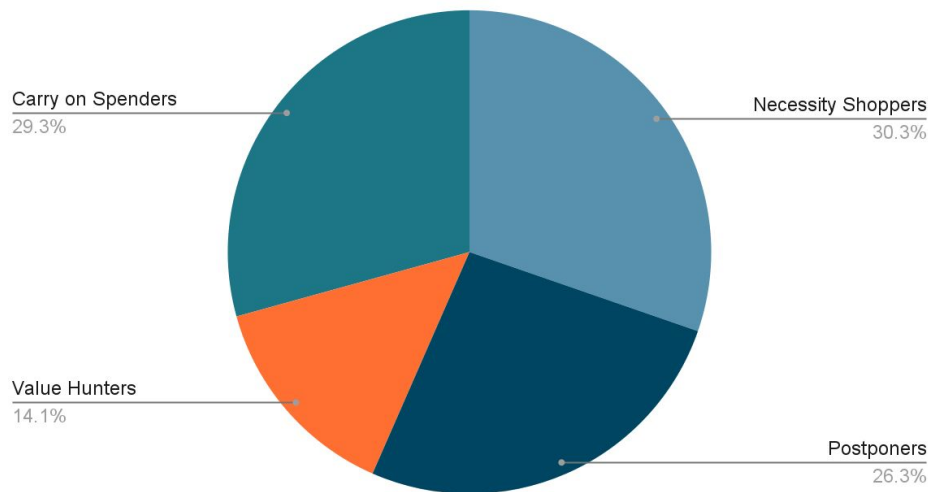
Abb. 3: Europa ist im Jahr 2023 am stärksten von einem Konsumrückgang bedroht. Shopper Sensitivity Scorecard (d.h. eine Auswertung und Vergleich der Empfindlichkeit der Verbraucher in den verschiedenen Ländern)

	SHOPPER SENSITIVITY SCORE (von 100)	VERBRAUCHERSTIMMUNG Beunruhigt, % der Befragten					GESAMTWIRTSCHAFTLICHER AUSBLICK Prognose für 2023, %				
		INFLATION	WIRTSCHAFTLICHER AUSBLICK	LÖHNE UND ARBEITSLOSIGKEIT	ZINSSÄTZE	BEWERTUNG DER VERBRAUCHER- STIMMUNG	INFLATION	WIRTSCHAFTLICHER AUSBLICK (BIP)	ARBEITSLOSIGKEIT	ZINSEN	BEWERTUNG GESAMTWIRTSCHAFT
1. Australien	 39	54 %	29 %	21 %	26 %	44	4,5	1,9	3,5	3,1	34
2. USA	 45	64 %	38 %	19 %	23 %	57	3,5	0,5	4,2	3,7	34
3. Kanada	 57	58 %	31 %	23 %	25 %	63	4,1	1,0	5,7	3,6	51
4. Spanien	 57	50 %	36 %	29 %	8 %	61	4,8	1,3	12,9	2,3	53
5. Frankreich	 58	56 %	25 %	24 %	9 %	52	5,8	0,6	7,7	1,9	64
6. Deutschland	 60	67 %	27 %	19 %	12 %	49	8,0	-0,3	3,5	1,4	72
7. Italien	 64	45 %	31 %	26 %	11 %	53	6,5	0,2	8,3	3,5	75
8. Vereinigtes Königreich	 69	66 %	38 %	22 %	22 %	72	6,6	-0,4	4,3	2,5	66



Typologie německých zákazníků

Points scored

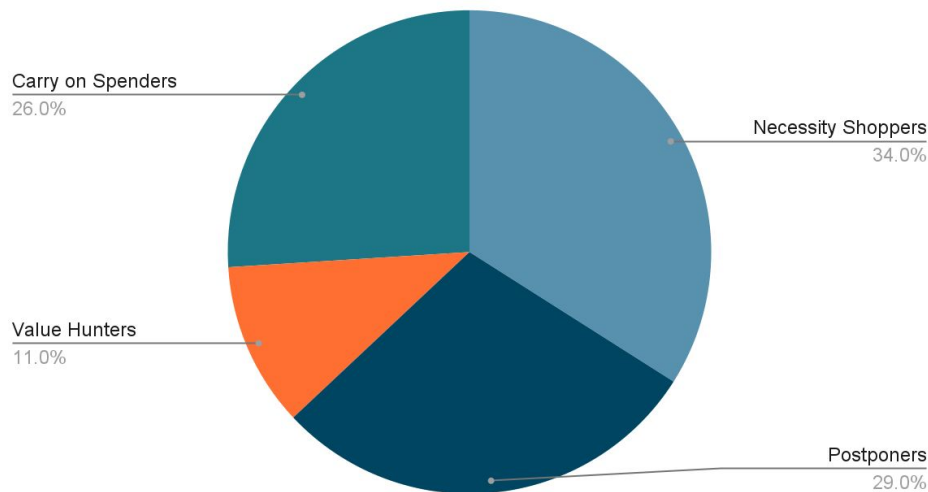


Zdroj: Packlink E-Commerce Benchmarkbericht 2023



Typologie UK zákazníků

Points scored

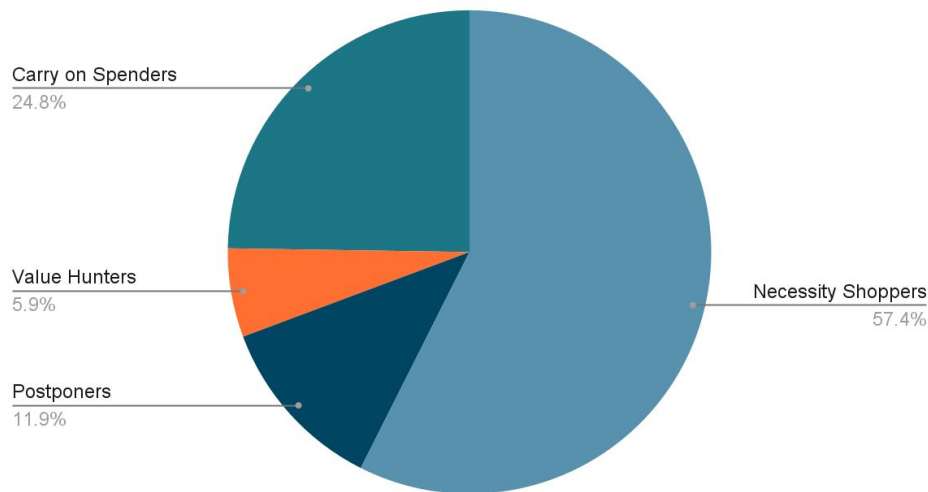


Zdroj: Packlink E-Commerce Benchmarkbericht 2023



Typologie španělských zákazníků

Points scored

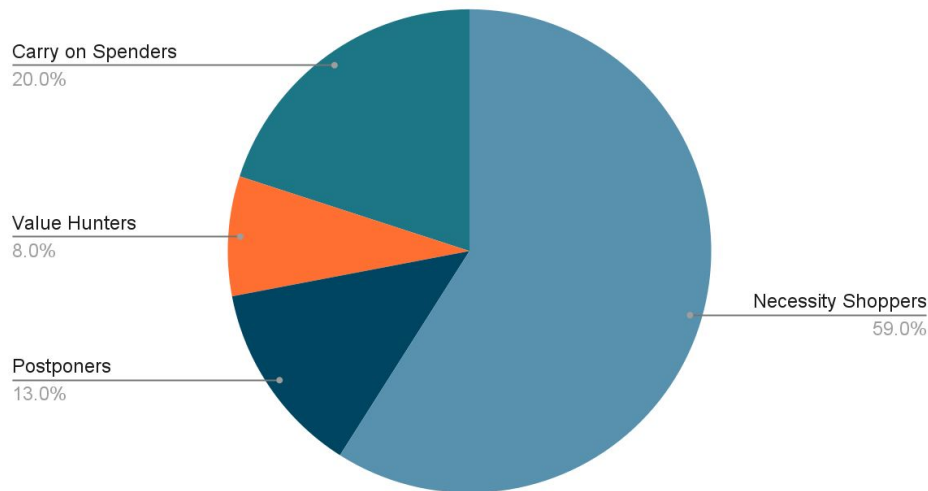


Zdroj: Packlink E-Commerce Benchmarkbericht 2023



Typologie italských zákazníků

Points scored

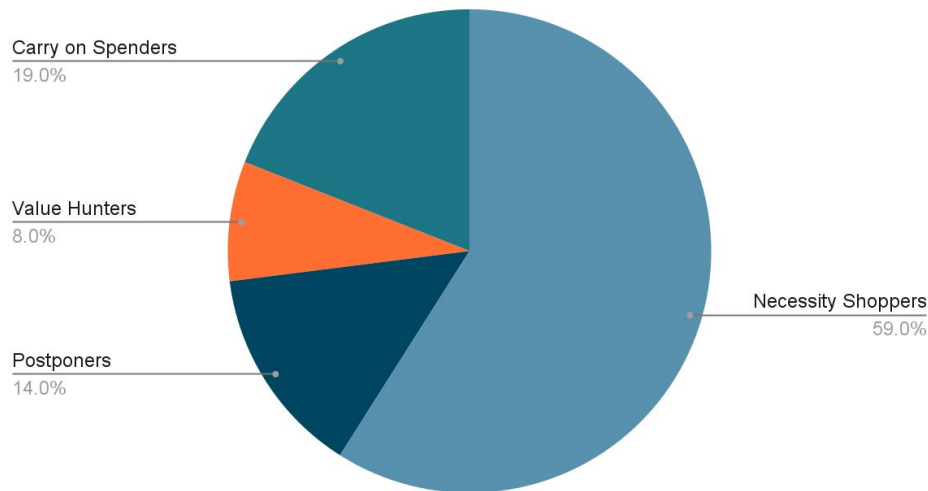


Zdroj: Packlink E-Commerce Benchmarkbericht 2023



Typologie francouzských zákazníků

Points scored



Zdroj: Packlink E-Commerce Benchmarkbericht 2023

Abb. 15: Versandkosten werden für Online-Käufer 2023 immer wichtiger

Was ist Ihnen am wichtigsten, wenn Sie im Internet Produkte einkaufen?

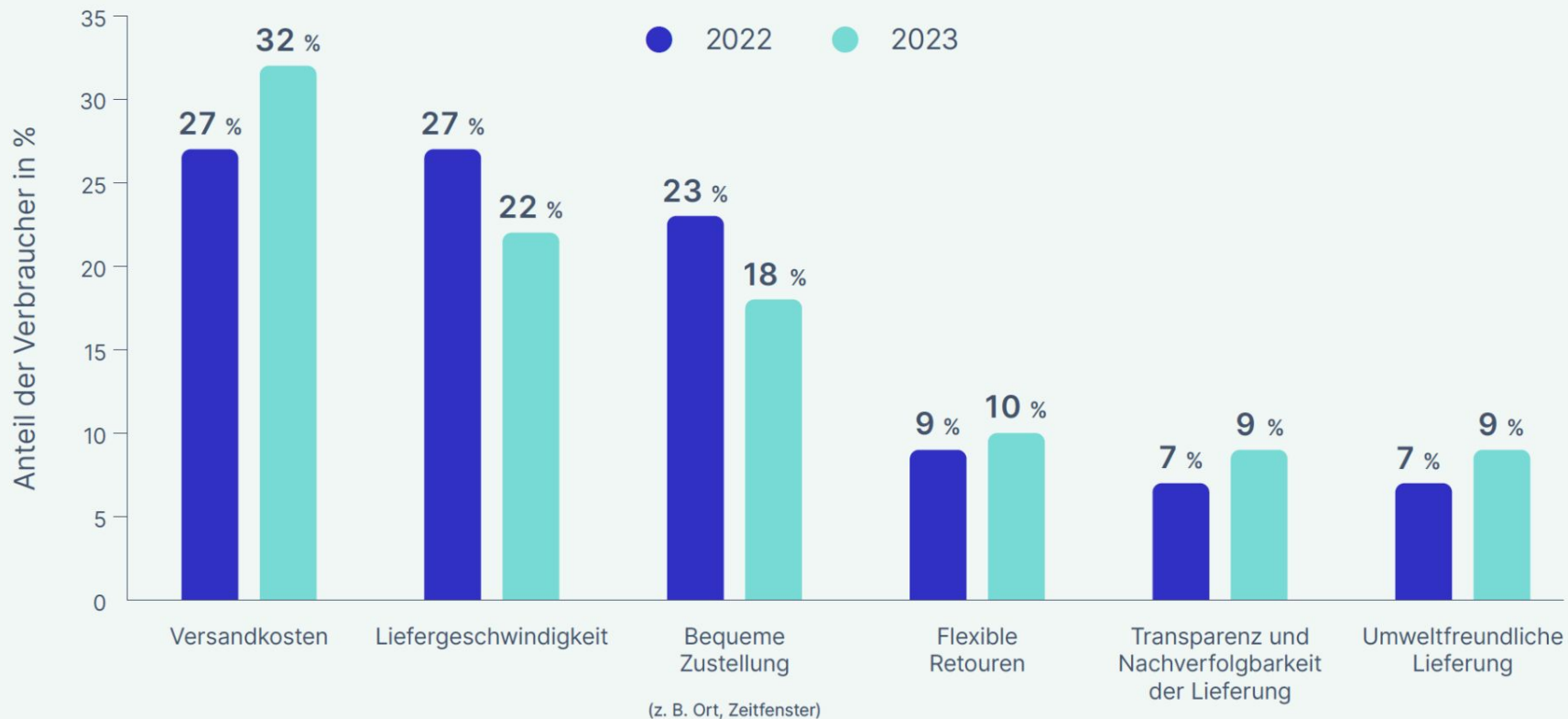
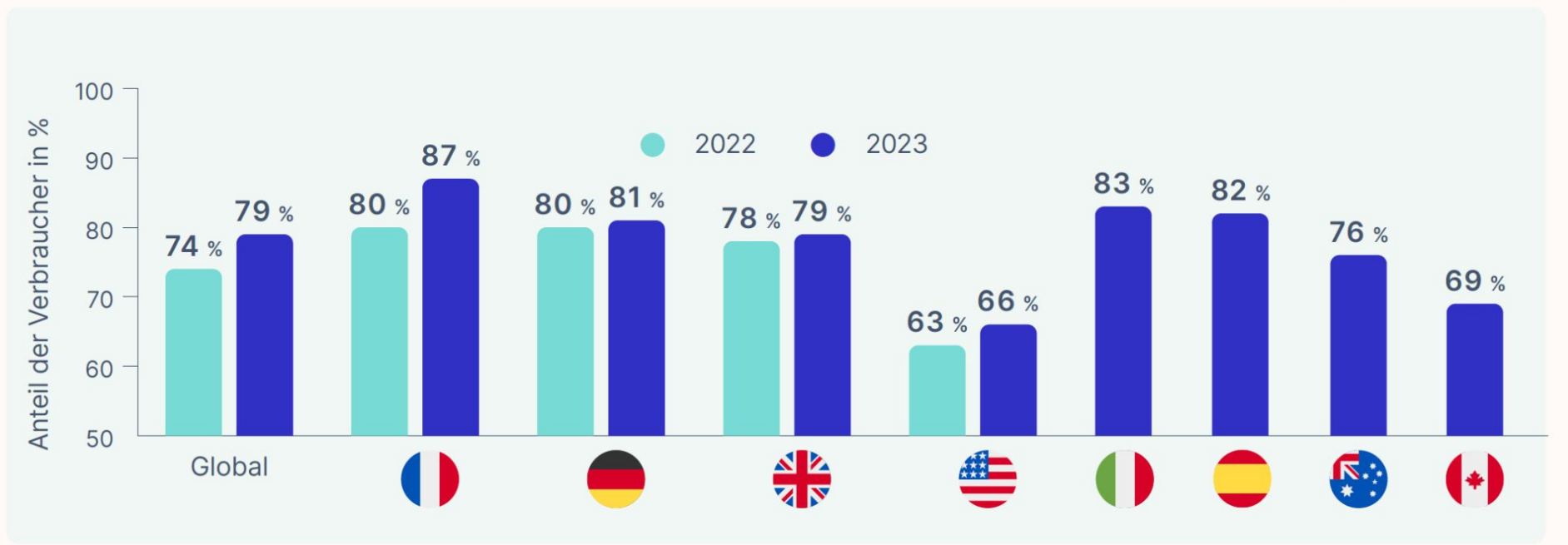


Abb. 20: Online-Käufer wünschen zunehmend umweltfreundliche Lieferungen

F.: Würden Sie Optionen in Betracht ziehen, um die Lieferungen Ihrer Online-Bestellungen nachhaltiger zu gestalten?





IV. rozdíly v jednotlivých zemích



Germany

- | | | |
|----|---------------------------------|-----------------------------------|
| A. | Uživatelé internetu | 83,1% |
| B. | ARPU | \$1.850 |
| C. | Oblíbené platební metody | PayPal, faktura, platební karta |
| D. | Dopravní společnosti | DHL, DPD, Hermes |
| E. | Velké e-shopy | Amazon, Zalando, Otto, Mediamarkt |



Germany

Zajímavosti z daného trhu:

- Extrémně silný v marketplaces (nejen Amazon)
- Velmi silný důraz na GDPR a data privacy
- Udržitelnost - velké téma
- Doprava zdarma!
- Velmi časté konkurenční bitvy z právního pohledu (Impressum, AGB, ...)
- Velmi silný v rámci fashion ecommerce
- Vysoká vratkovost průřezově ve většině segmentů
- Velký důraz na reputation management



France

- A. **Uživatelé internetu** 78%
- B. **ARPU** \$1.790
- C. **Oblíbené platební metody** platební karta, PayPal
- D. **Dopravní společnosti** La Poste, Chronopost, Mondial Relay
- E. **Velké e-shopy** Amazon, Cdiscount



France

Zajímavosti z daného trhu

- Amazon je důležitý hráč pro Francii, ale ne tolik jako v Německu či UK
- Součástí “Velké trojky” v Evropě, ale stále velmi neprozkoumaný trh
- Naprostá nezbytnost francouzštiny při expanzi
- Recommerce - velký trend v roce 2023
- Jedna z nejvyšších vratkovostí na světě



Italy

- | | | |
|----|--------------------------|---------|
| A. | Uživatelé internetu | 80% |
| B. | ARPU | \$1.380 |
| C. | Oblíbené platební metody | PayPal |

Zajímavosti:

- ◉ extrémně komunikativní
- ◉ nejvíce citliví na tracking zásilek
- ◉ asi největší potřeba geocílení



Spain

A.	Uživatelé internetu	71,2%
B.	ARPU	\$1.110
C.	Oblíbené platební metody	PayPal

Zajímavosti:

- velmi malý důraz na ochranu osobních dat
- cross border ecommerce: nejčastěji Německo, Francie, US, UK, Čína
- trochu zaostávají v logistice (Correos)
- “kulturně daleko...”



Main drivers for shopping abroad

German consumers primarily shop abroad because of lower prices

Low delivery costs, product availability, speedy delivery and good return policies are the other main drivers for cross-border online shopping.

Low prices: 48%

Low delivery cost: 35%

Product is not available elsewhere: 34%

Delivery speed: 21%

Good return policy: 19%

French consumers clearly shop abroad for lower prices

The price of a product is by far the most driving factor for French online shoppers, followed by delivery cost, speed, product availability and a good return policy.

Low prices: 62%

Low delivery cost: 39%

Delivery speed: 31%

Product is not available elsewhere: 25%

Good return policy: 16%

Trusting the e-tailer, fast delivery and loyalty programmes are main drivers

Italians are mainly looking for trustworthy suppliers, fast delivery of ordered products as well as loyalty programmes when selecting an online retailer.

Trusting the e-tailer: 39%

Fast delivery: 35%

Membership of a subscription programme: 32%

More choice of products and brands: 29%

Easy to find products: 27%

Fast delivery and low pricing are driving cross-border orders

Main reasons why Spaniards shop online internationally are the short delivery times as well as low prices. Spaniards are also triggered by loyalty subscriptions.

Fast delivery: 35%

Low prices: 33%

Being member of a subscription programme: 30%

Trustworthy webshop: 28%

Low delivery cost: 27%

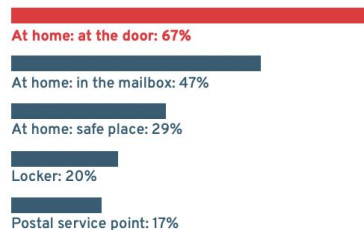
Zdroj: landmarkglobal.com



Parcel's delivery

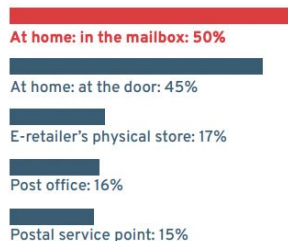
Delivery at home is the most used delivery point in Germany

Most German consumers choose to have their parcels delivered at home. Few choose to have their parcels delivered to pick-up points such as lockers or a postal service point.



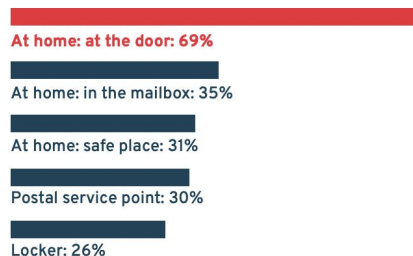
French consumers are used to receiving their parcels at home

Most French consumers have their parcels delivered to their doorstep or mailbox. Pickup points, such as the e-retailer's physical store, the post office or a postal point, are less popular.



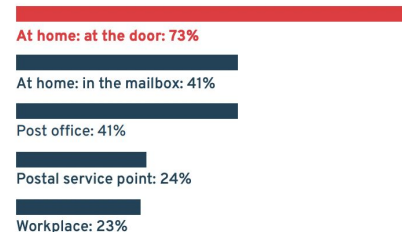
Italians prefer home deliveries

Most Italian online shoppers prefer to have their parcels delivered at home: at the door, in the mailbox or in a safe place. Postal service points and lockers are good alternatives.



Spaniards prefer home deliveries

For Spaniards, receiving parcels at home is on the top of their preference list. Runner-up is the post office, which is much more popular than in other European countries, followed by deliveries at work.



Zdroj: landmarkglobal.com



Poland

- A. **Uživatelé internetu** 53,5%
- B. **ARPU** \$760
- C. **Oblíbené platební metody** dobírka, převod, platební karty, BLIK



Poland

Zajímavosti z daného trhu:

- Velmi náročný trh na vstup, navíc velký tlak na cenu
- Allegro – vždy nízká cena
- Expanze Amazonu na polský trh (únor 2021)
- Nachází se zde velká logistická centra Amazonu i Zalando
- Tlak na udržitelnost & Silver Generation



Austria

- | | | |
|----|---------------------------------|-----------------------------------|
| A. | Uživatelé internetu | 77,2% |
| B. | ARPU | \$2.000 |
| C. | Oblíbené platební metody | Platební karta, faktura, PayPal |
| D. | Shipping | DHL, Österreichische Post, Hermes |



Austria

Zajímavosti z daného trhu

- „Jednodušší cesta do německy hovořícího regionu“
- Možná i .de doména, nicméně .at doména je vždy plus
- Jazykové odlišnosti



Romania

- | | | |
|----|---------------------------------|----------------------|
| A. | Uživatelé internetu | 51,4% |
| B. | ARPU | \$660 |
| C. | Oblíbené platební metody | dobírka, karta, BNPL |
| D. | Velké e-shopy | eMag |



Romania

Zajímavosti z daného trhu

- Velmi rychle rostoucí trh
- 8/10 online kupujících žije ve městech
- Obecně je stále v rámci e-commerce velká nedůvěra
- Nejsilnější argument pro nakupování online – nižší ceny než v běžných obchodech



Hungary

- A. **Uživatelé internetu** 55,1%
- B. **ARPU** \$490
- C. **Oblíbené platební metody** dobírka, karta, bankovní převod

Zajímavosti:

- Free-returns jsou poměrně vzácnost, udržitelnost není téma
- Pozor na forint!
- České e-shopy: Rohlík.cz (Kifli.hu), notino.hu, alza.hu, favi.hu



NOTINO
TODAY IS YOURS



MALL.CZ

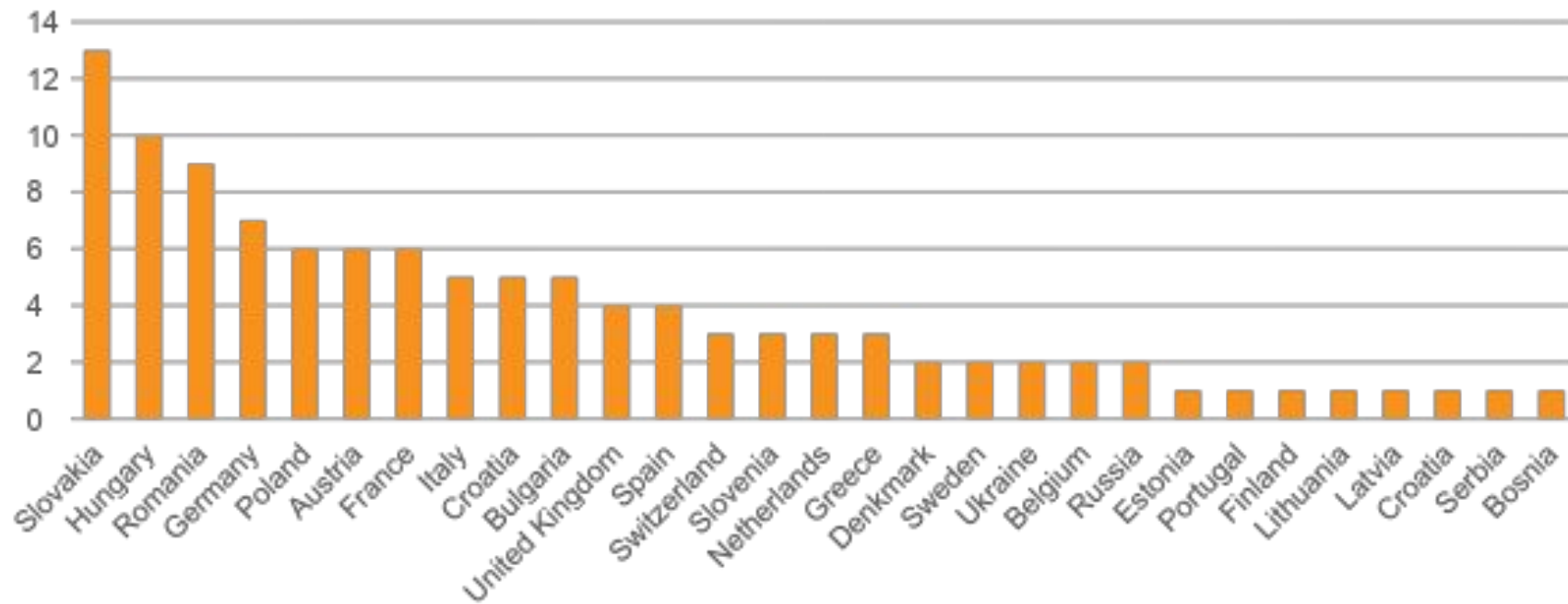
GLAMI

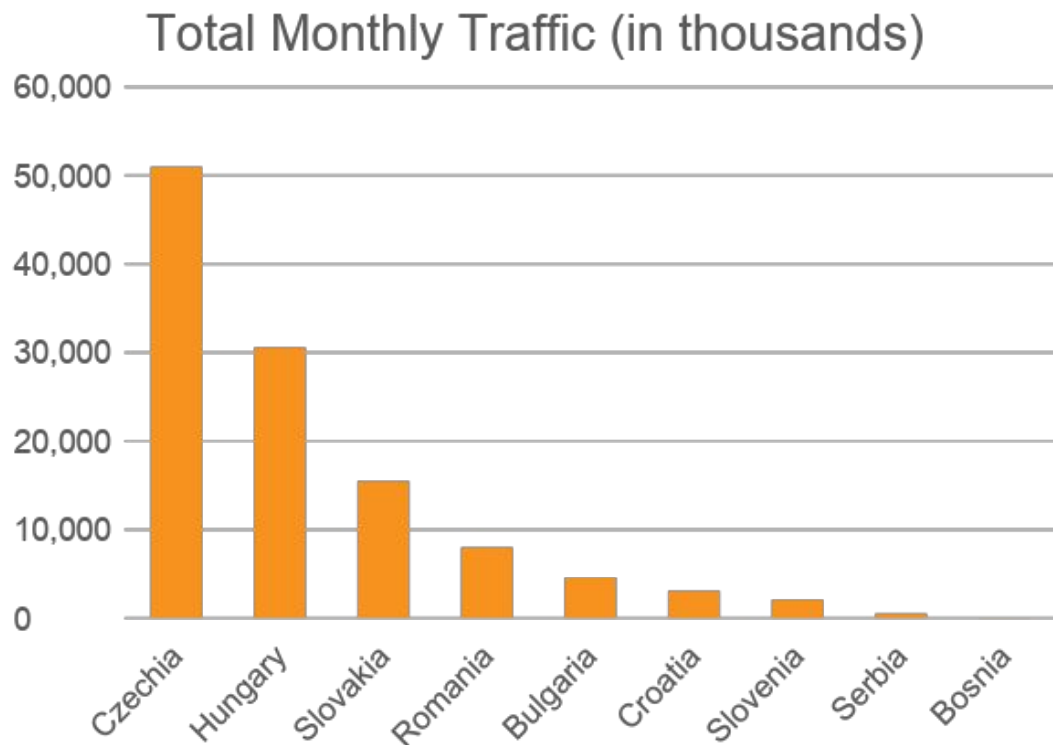
ZOOT.



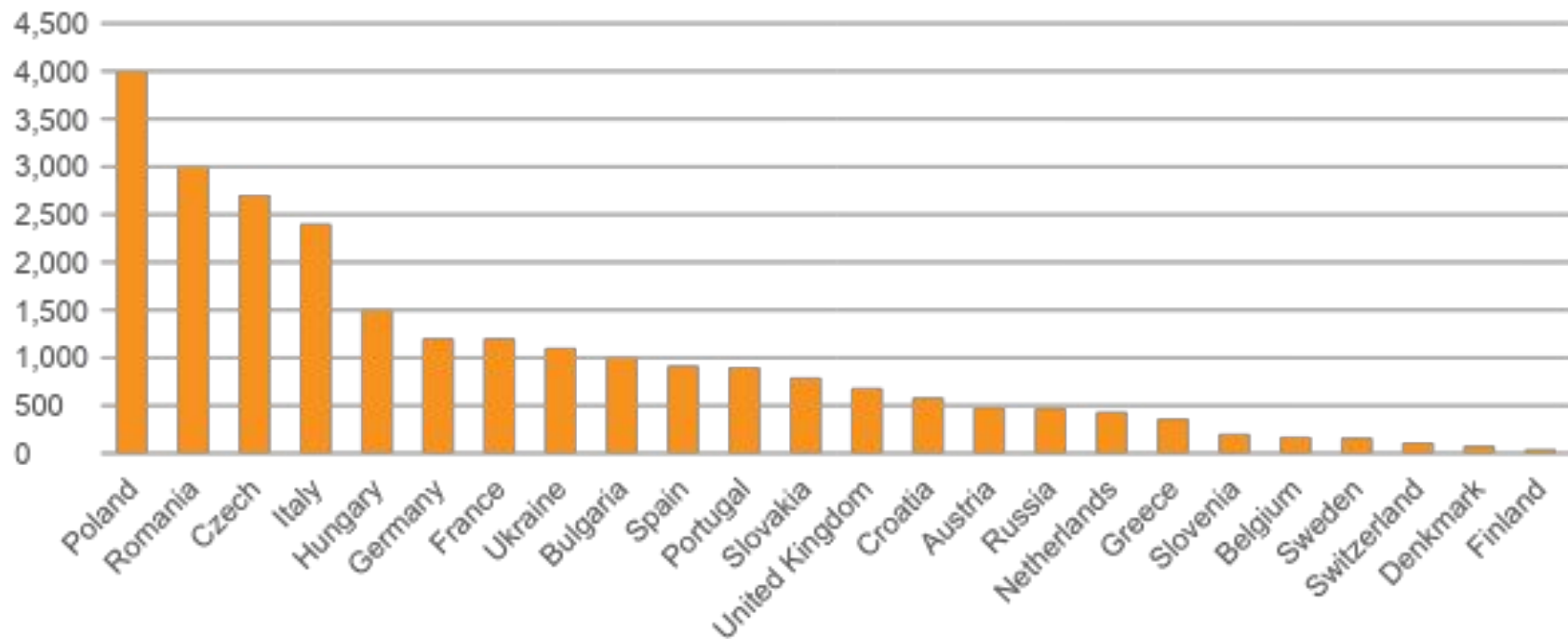


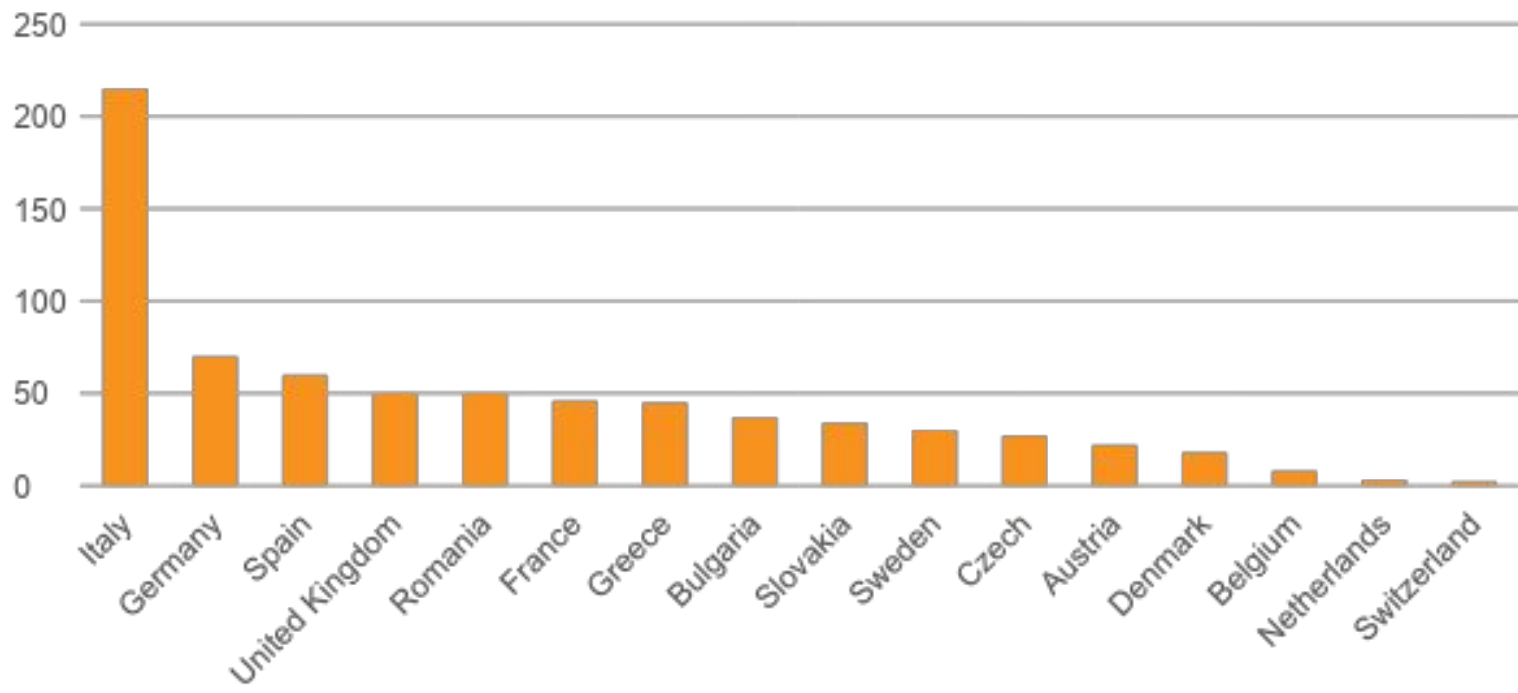
Oblíbenost trhů pro expanzi

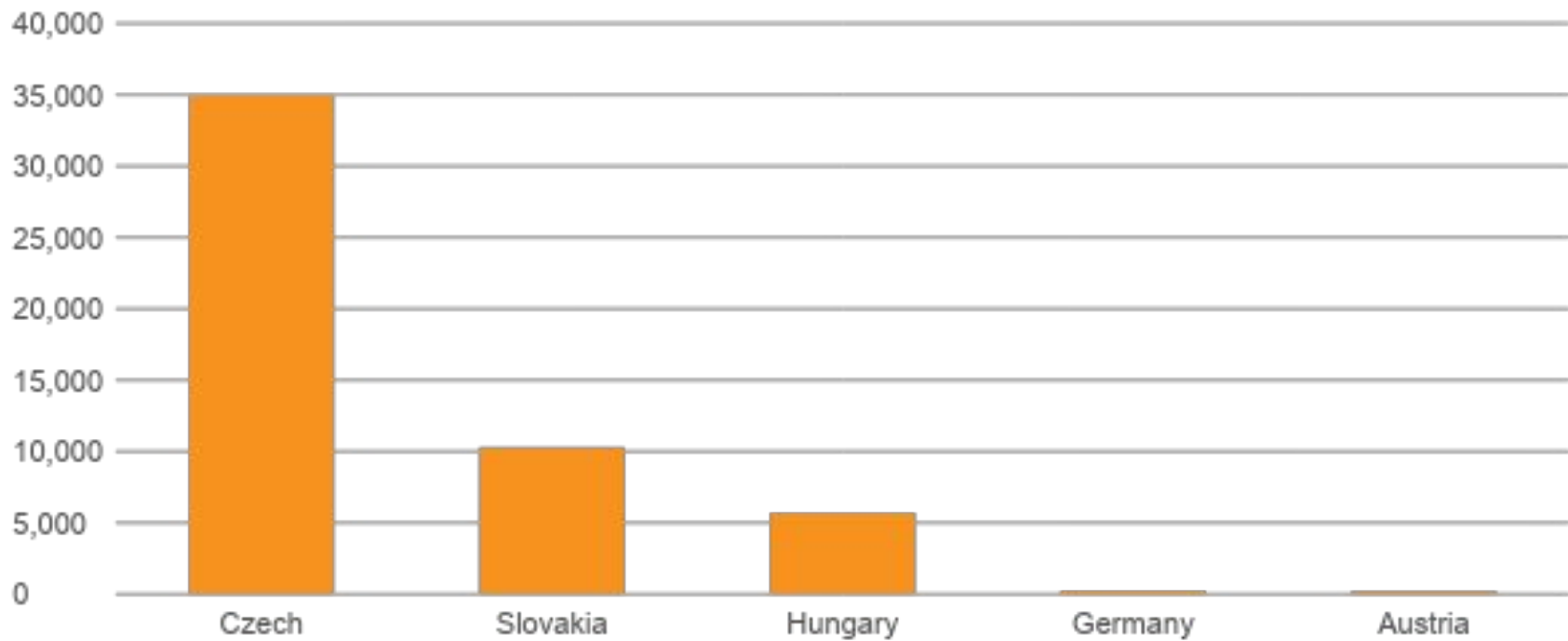


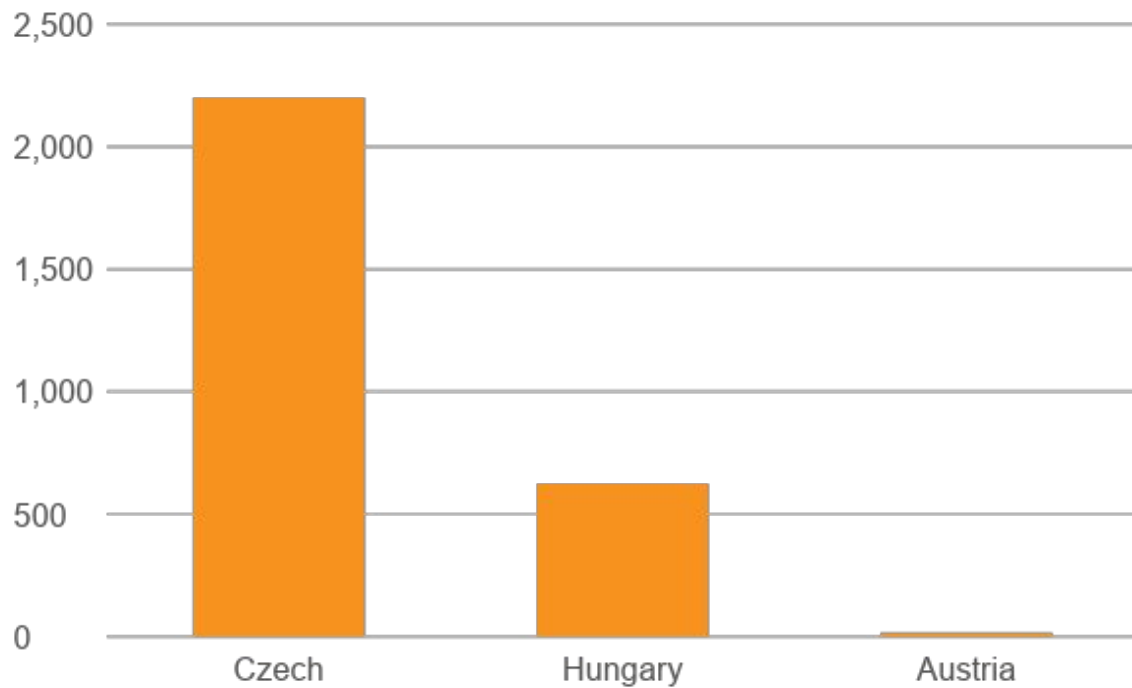


Total Monthly Traffic (in thousands)





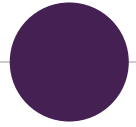






Shrnutí

- ◉ Expanze na východ = rychlejší návratnost investice
- ◉ Expanze na západ = dlouhodobější investice, vyšší riziko, ale vyšší možnost lepšího obrátu i zisku



V. Expandujeme do zahraničí



Překlad e-shopu

Není nutné překládat celý e-shop, stačí nezbytnou část.

- ✓ Vždy nutný překlad rodilým mluvčím
- ✓ Unikátní texty! Nikdy nekopírovat od konkurence.



Cenotvorba

Je chybou mít na všech zahraničních e-shopech stejnou cenu. Ta je ovlivněna především:

- Dopravou produktů
- Rozdílnou výší investic do online marketingu
- Náročností lokalizace a právní ochrany
- Konkurencí na daném trhu a tržními zvyklosti



Platební metody

MOST POPULAR PAYMENT METHOD FOR ONLINE PURCHASES IN GERMANY IN 2020

PayPal or similar options, 50%

MOST POPULAR PAYMENT METHOD FOR ONLINE PURCHASES IN SPAIN IN 2020

Debit or credit card

MOST POPULAR PAYMENT METHOD FOR ONLINE PURCHASES IN FRANCE IN 2020

Debit or credit card, 57%



Platební metody

Expanze směr na západ:

Expanze směr na východ:

platba na fakturu

dobírka



Klarna.



Lokální bankovní účet

Na český účet vám nikdo peníze nepošle.



Shipping

- Využívejte lokálních dopravců na daných trzích. Tento fakt ovlivní konverzní poměr e-shopu.
- Pokud budete mít založenou firmu, snáze se dostanete k lepším cenám za dopravu.
- Reálná cena za dopravu bude vždy vyšší než inzerovaná na e-shopu. Využívejte nízkých cen za dopravu či dopravu zdarma (hlavně na začátku expanze) a cenu rozpustte v ceně produktu.

IT řešení



- + Silné SEO features, vysoká customizace a škálovatelnost
- Vyžaduje technické zkušenosti a in-house zdroje



- + Silné SEO, velká flexibilita, mnoho plug-inů
- Časté updates, nutný vývoj, potřeba plug-inů



- + Jednoduché, rychle načítající se řešení
- Nízká customizace a škálovatelnost, horší v SEO



- + Jednoduchá instalace, silné SEO a UX
- Drahé rozšiřování a omezená škálovatelnost



Právní zázemí

Založit či nezaložit lokální společnost?



Registrace k DPH

Po dosažení určitého obrátu je nutné začít platit DPH (VAT) v dané zemi.

One Stop Shop (OSS)



Zvláštní režim jednoho správního místa

Kdo může využít OSS?

- prodejci zboží na dálku (e-shopy) zákazníkům do EU
- poskytovatelé služeb zákazníkům v EU
- [provozovatel elektronického rozhraní](#) (digitální platforma)



Lokální certifikace

Von Kunden getestet

98%ige Zufriedenheit von
12382 Bewertungen.

→ [Bewertungen bei Trusted Shops ansehen.](#)

Wie werden die Bewertungen gesammelt?

„Lieferung etwas länger als sonst“

Wilfried L., vor einem Tag



„Alles bestens, gerne wieder!“

Harald W., vor 2 Tagen



„Ich bestelle immer wieder gern meine
Kontaktlinsen im Shop.“

Cornelia S., vor 3 Tagen



WICHTIGE LINKS

[Blog](#)

[Blogger Kooperation Regeln und
Anmeldung](#)

[Warum registrieren?](#)

[Reklamation](#)

[Wettbewerbe](#)

[AGBs](#)

[Impressum](#)

[Affiliate-Programm](#)

[FAQ](#)

[Über Parfüms](#)

[Wie einkaufen?](#)

[Hilfe](#)

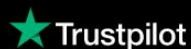
[Versand](#)

[Wie kann ich bezahlen?](#)

[Black Friday](#)

[Rücktritt vom Vertrag](#)

[Kontakt](#)





Marketingová korektura

Priorita 1

Homepage, košík, popisky prioritních kategorií a produktů nad ohybem, tlačítka

Priorita 2

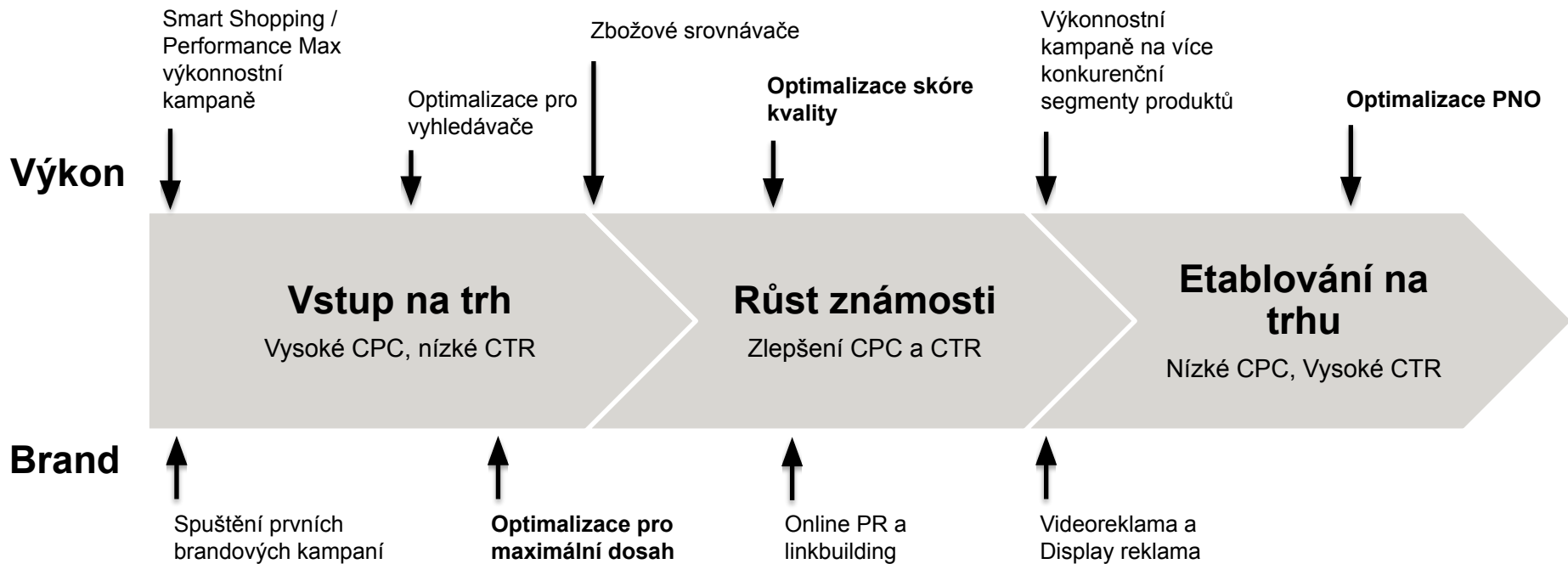
Stránka „O nás“ a další patičkové odkazy, popisky prioritních kategorií a produktů

Priorita 3

Zbýlý text na e-shopu



Vstup na trh





Děkuji!

Prostor pro diskusi

Milan Fiala

milan.fiala.cz@gmail.com

fialamilan.com