

Pozwól się

zauważyć

w Internecie



GetNoticed

Karolina Jamka

Business Development Manager

Dbam o rozwój i markę agencji oraz budowanie relacji biznesowych.

Od blisko 10 lat doradzam w zakresie performance marketingu i SEO, z którym jestem związana od początku swojej kariery zawodowej.

Od ponad trzech lat certyfikowana ekspertka DIMAQ Professional i prowadząca zajęcia na uczelniach wyższych.



Jako 1 z 10 agencji w Polsce braliśmy udział w programie International Growth.

Jesteśmy agencją partnerską Google, która pomaga w tworzeniu kampanii performance'owych na nowych rynkach.

Dzięki temu wyróżnieniu otrzymujemy wsparcie konsultantów Google w prowadzeniu działań reklamowych, a także dostęp do dedykowanych narzędzi, które dostarczają precyzyjnych danych o analizowanych krajach.

Google Partners
International Growth program



Doświadczeni
na wielu rynkach



Agenda

1. Ekspansja
2. E-commerce w Czechach
3. Cechy charakterystyczne



Ekspansja

Ekspansja to nie sprint a maraton

Bardzo dokładnie podchodzimy do analizy rynków zagranicznych oraz precyzyjnego zaplanowania procesu ekspansji. Spójrz, jak przebiega ten proces:

1

Badanie rynków

Na podstawie szerokiej analizy agregowanych danych wybieramy kilka rynków z największym potencjałem.

2

Tłumaczenie sklepu

Rekomendujemy na które rynki uruchomić działania w języku angielskim, natywnym lub gdzie rozpocząć działania w marketplace. Doradzamy także w wyborze waluty i polityki cenowej.

3

Zespół ds. Obsługi klienta

Aby działania na rynkach zagranicznych były efektywne, rekomendujemy zbudowanie zespołu call center, który odpowie na pytania klientów języku natywnym.

4

Metody dostawy, zwroty, płatności

Przed rozpoczęciem sprzedaży należy zaopiekować kwestie logistyki i płatności oraz zadbać o konkurencyjny czas dostawy oraz dostępność magazynową dopasowaną do potencjalnej sprzedaży.

5

Customer Experience

CX to nie tylko wersja mobilna sklepu czy poprawnie skonstruowana ścieżka zakupu, ale także dopasowanie contentu do natywnej wersji strony, czy rozpoznanie lokalnych przyzwyczajeń użytkowników - zwyczaje zakupowe i wyzwania transgraniczne.

6

Social proof

Dla nowych sklepów, które dopiero rozpoczynają sprzedaż na rynkach zagranicznych, rekomendujemy pozyskiwanie opinii użytkowników i dodanie do strony informacji o ważnych krajowych certyfikatach.



Analiza i planowanie



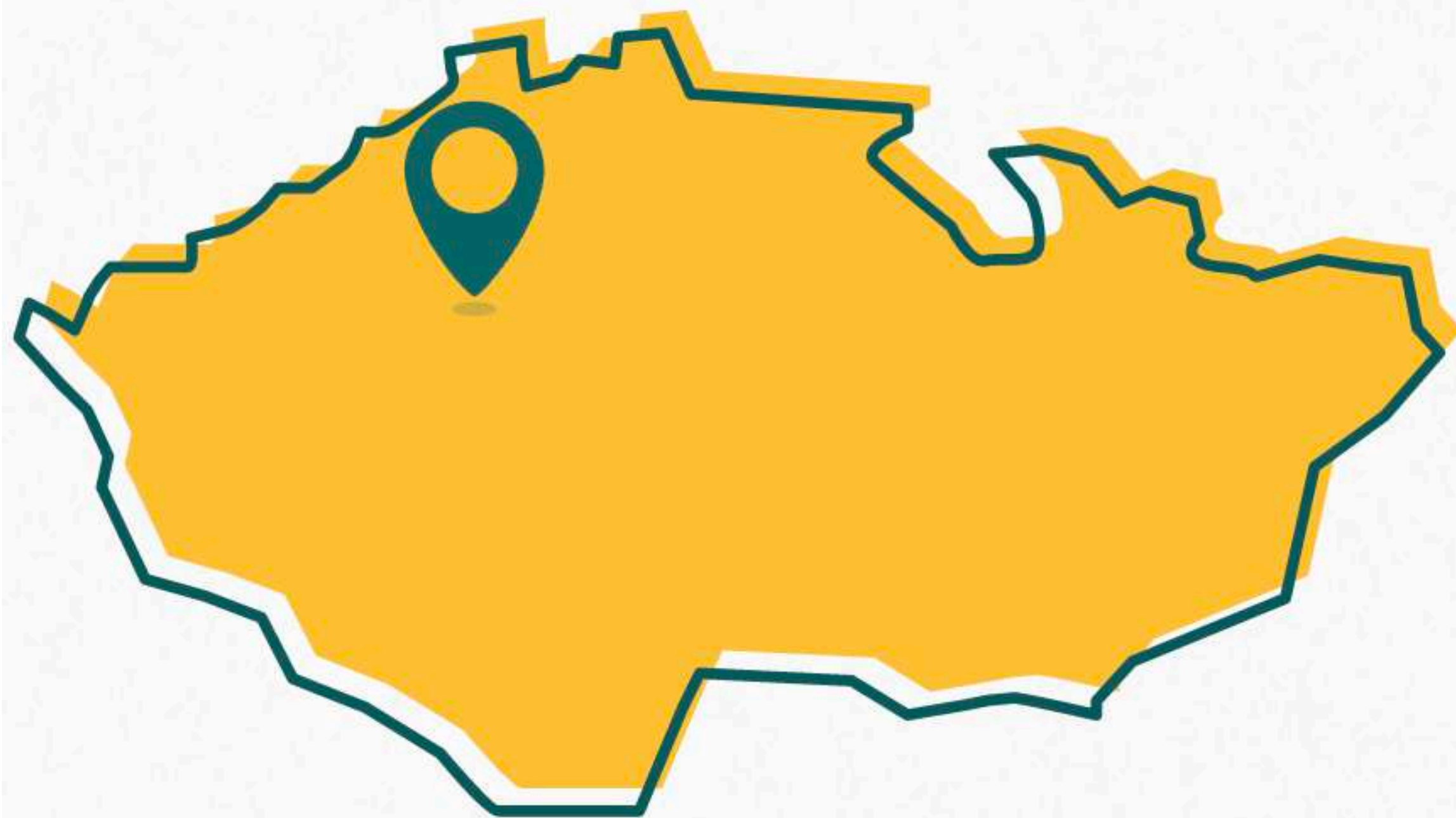
Analiza i planowanie

Autorska metoda analizowania rynków i zbierania danych.

		CZ	RO	FR
OWNED DATA	Użytkownicy			
	Użytkownicy język			
	CRM użytkownicy			
	Transakcje			
	Conversion rate			
POPULATION	Liczba ludności			
	Liczba użytkowników internetu			
	Demografia 0 - 12			
	Demografia 13 - 24			
	Demografia 25 - 34			
	Demografia 35 - 54			
	Demografia 55 - 64			
	Demografia 65+			
	Language			
TRENDS & STATISTICS	Popularne porównywarki			
	Popularne marketplace'y i sklepy			
	Wyszukiwarki internetowe			
	System operacyjny			
	Zakupy w zagranicznych sklepach			
	Czas dostarczenia przesyłki			
	Liczba e-commerce na 1000 mieszkańców			
	Udział e-commerce w handlu			
ECONOMIC FACTORS	Waluta			
	PKB (mld USD)			
	PKB per capita (USD)			
	Payments			
	Logistics (Companies)			
	Logistics (Time)			
	Taxation			
	średnia roczna wartość zakupów			
	średni koszyk			
	Wzrost rynku e-commerce YoY			
	Udział e-commerce w handlu			
	Wartość rynku e-commerce			
	Korzystanie z internetu na poszczególnych etapach zakupu			
	Udział mobile w rynku e-commerce			
	Customer Success			
COMPETITION	xxxxx.com			
	yyyyy.com			
	zzzzz.com			

SEARCH VOLUME BRANDS	Top marki			
	aeronautica militare			
	bogner			
	chervo			
	deha			
	descente			
	loveshackfancy			
	moon boot			
	on running			
	peak performance			
	sportalm			
	vilebrequin			
	x bionic			
	ALL TOP			
	Udział topów w ludności			
POZOSTAŁE MARKI TOTAL:				
CATEGORY VERTICALS	Category Interest			
	Winter Sport Apparel (SV)			
	Cycling Apparel			
	Golf Equipment			
	Hiking Boots			
	Sport & Fitness Apparel			
	Yoga & Pilates			
	Apparel & Accessories/Activewear			
	Apparel & Accessories/Shoes/Athletic Shoes			
	Sports & Fitness/Sporting Goods/Winter Sports Equipment & Accessories			
Żeglarstwo				
WSPÓŁCZYNNIKI	Category / Population			
	Search volume brands / Population			

E-commerce w Czechach



EKSPANSJA ZAGRANICZNA - CZECHY

Zahraňniční expanzi! Czechy.

Zaufanie Czechów do rynku rodzimego często gasi nasz zapał przy planowaniu ekspansji. Jednak czy słusznie? Na które aspekty szczególnie zwrócić uwagę, aby realizować skuteczną ekspansję na tym rynku? Krótki przegląd najważniejszych statystyk na rynku pozwoli Ci oszacować czy jest to rynek dla Ciebie!

Informacje o rynku

Czechy to kraj najczęściej wybierany jako pierwszy rynek do ekspansji działań e-commerce.

Analizując podstawowe informacje o kraju należy pamiętać o demografii. Mimo, że średni wiek użytkownika to 44 lata, to jednak za wzrost e-commerce odpowiada głównie pokolenie młodych. Szacuje się, że 67% osób w wieku od 25 do 34 lat w Czechach robi zakupy przez internet, w porównaniu z zaledwie 8% osób w wieku 65 lat lub starszych.



LUDNOŚĆ

10 milionów



ŚREDNI WIEK UŻYTKOWNIKA

44



PAŃSTWA GRANICZNE

Polska, Niemcy, Austria, Słowacja



JĘZYK

czeski



WALUTA

Korona Czeska (CZK) ~ 0,19 zł



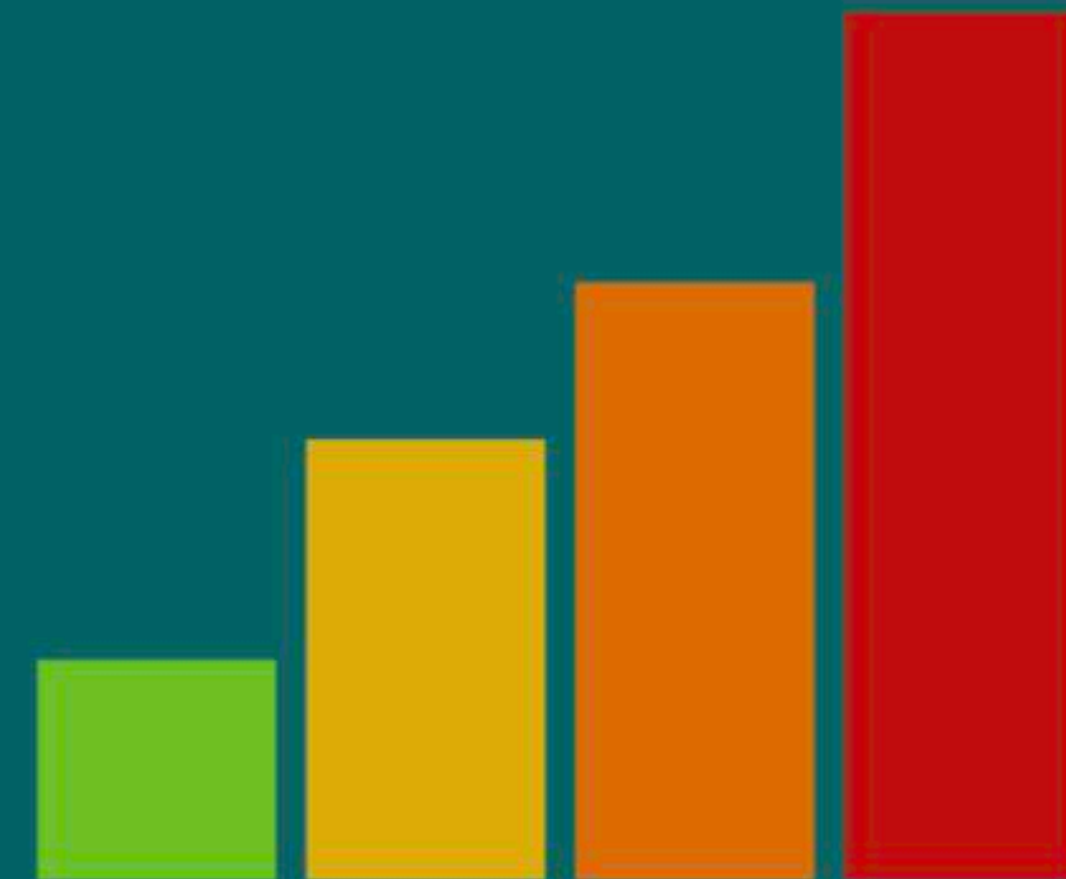
STAWKA VAT

21% (podstawowa), 15% (żywność, transport krajowy), 10% (np. e-booki, gazety, czasopisma, leki, książki)

E-COMMERCE W CZECHACH

Statystyki dotyczące rynku e-commerce

Liczba czeskich e-sklepów wynosi prawie 51 tys. Na 1000 mieszkańców przypada aż 5 sklepów internetowych. To europejski rekord! Dla porównania, w Polsce jest około 52 tys. sklepów, co daje wynik 1,3 sklepów na 1000 mieszkańców. Rynek e-commerce w Czechach jest więc bardzo rozdrobniony i nie zmonopolizowany, występuje na nim także wiele nisz do wykorzystania.





UŻYTKOWNICY
INTERNETU

90%



WIELKOŚĆ RYNKU
E-COMMERCE

4.8 mld \$



UDZIAŁ MOBILE
RYNKU
E-COMMERCE

54%



WZROST RYNKU
E-COMMERCE YOY

17%



UDZIAŁ
E-COMMERCE W
HANDLU

14%



ODSETEK
CZECHÓW
DOKONUJĄCYCH
ZAKUPÓW ONLINE

86%



ŚREDNI KOSZYK

1677 CZK



LICZBA CZEKICH
E-SKLEPÓW

51 tys.

Statystyki

Rynek czeski obecnie jest **jednym z najszybciej rosnących rynków pod kątem e-commerce**. Na tysiąc mieszkańców Czech przypada ok. 5 sklepów internetowych, co powoduje w niektórych branżach **wysoką konkurencję**.

W przyszłości przewidziane jest **wolniejsze tempo wzrostu e-commerce, czego przyczyną jest ten wysoki współczynnik**.

Warto również podkreślić, że czeskie sklepy popularne są nie tylko w samych Czechach, ale także na Słowacji.

Sprawia to, że **wchodząc na rynek czeski, możesz dotrzeć również do Słowaków, dzięki czemu rynek zwiększa się z 10 do 16 milionów osób**.

Prognozy

Czechy są jednym z najszybciej rozwijających się rynków e-commerce w Europie. Portal Statista przewiduje, że **przychody na czeskim rynku eCommerce osiągną 6 mld \$ w 2023 r., wzrastając tym samym o niemal 17% YoY**.

Oczekuje się także, że w kolejnych latach przychody wykażą roczną stopę wzrostu (CAGR 2023-2027) na poziomie 8%, co przełoży się na przewidywaną wielkość rynku na poziomie 9 mld \$ do 2027 r. W tym czasie liczba użytkowników ma wynieść 7 mln.

RANKING

TOP rynki zagraniczne wybierane przez Czechów:

Opinia o czeskich sklepach internetowych często głosi, że jest to rynek przywiązany do rodzimego języka i niechętnie korzystających z zagranicznych sklepów. Czesi są bardzo lojalnymi klientami swoich lokalnych sklepów internetowych. Tylko 23% czeskich e-konsumentów kupuje z innych krajów UE, a 15% z krajów spoza Unii. Mimo to Polska znajduje się w gronie TOP 3 rynków, z których Czesi korzystają najczęściej jeśli chodzi o wybór zagranicznego e-commerce.

**67%**

Niemcy

**35%**

Polska

**28%**

Słowacja

Najpopularniejsze kategorie

Na podstawie raportu J.P.Morgan zachowania konsumenckie Czechów w ostatnich latach uległy zmianom przede wszystkim pod kątem średniej wartości koszyka. Stało się tak ze względu na odejście od okazjonalnych zakupów na rzecz zakupów o wyższej wartości m.in. sprzęcie AGD oraz elektronice. Stąd też kategorie takie jak elektronika i media z roku na rok pokazują wyższy potencjał.



ELEKTRONIKA I MEDIA

+29%



MODA

+27%



ZABAWKI, HOBBY I
MAJSTERKOWANIE

+24%



MEBLE I AGD

+11%



ŻYWNOSĆ I HIGIENA
OSOBISTA

+9%

Najpopularniejsze przeglądarki

Najpopularniejszą przeglądarką jest Chrome (64%), jednak z roku na rok zyskuje przeglądarka Safari (12%) co sugeruje zwrócenie szczególnej uwagi na posiadaczy systemu iOS. To istotna informacja szczególnie dla marek zajmujących się sprzedażą towarów premium. Użytkownicy iOS często są docelowym targetem podczas działań sprzedażowych prowadzonych dla marek z segmentu "premium".



CHROME

64%



SAFARI

12%



FIREFOX

9%



MICROSOFT
EDGE

7%

Ruch mobile

Największy ruch generują użytkownicy korzystający z systemu Android, jednak ruch maleje rok do roku (styczeń 2022 vs 2021 -6%) na rzecz systemu iOS (+17%) na co również warto zwrócić uwagę w przypadku sprzedaży produktów premium.



ANDROID

71%

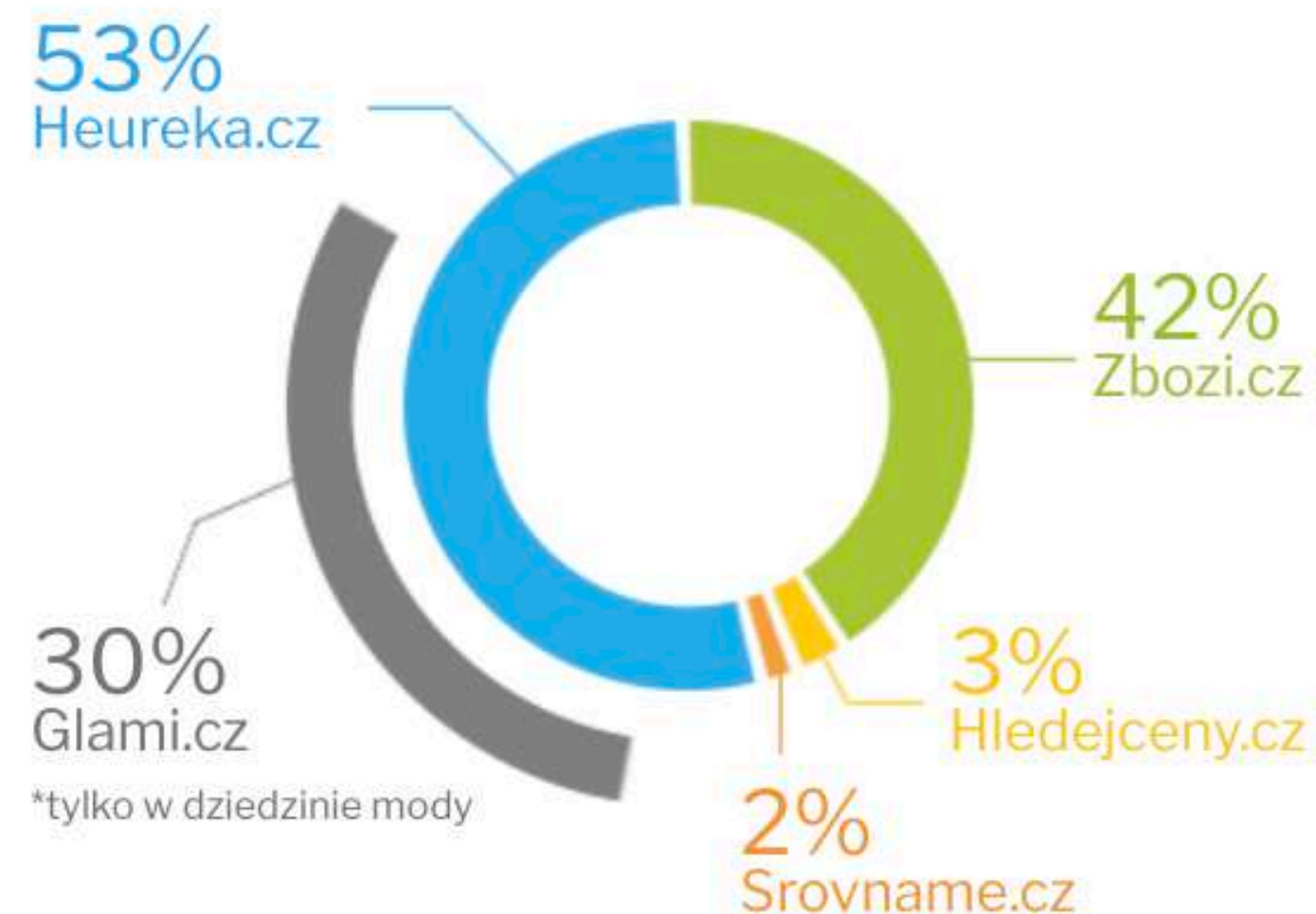


IOS

28%

Porównywarki cenowe

Czesi cenią sobie swobodę porównywania produktów, cen, metod płatności i dostawy, dlatego też porównywarki i marketplace'y są nieodłącznym elementem ich ścieżki zakupowej. Prawie 30% wyszukiwań produktów odbywa się za ich pośrednictwem. Porównywarki cen mogą okazać się ważnym kanałem do zwiększenia wiedzy klientów o Twojej firmie, a także sposobem na zdobycie ich zaufania. W trakcie ekspansji na ten rynek warto rozważyć działania m.in. na Heureka.cz, gdzie można korzystać zarówno z bezpłatnego konta, jak i konta premium. Jeśli reklamujesz się w branży fashion nieodłączna będzie jedna z największych wyszukiwarek w tej branży – GLAMI.



Rodzaje płatności

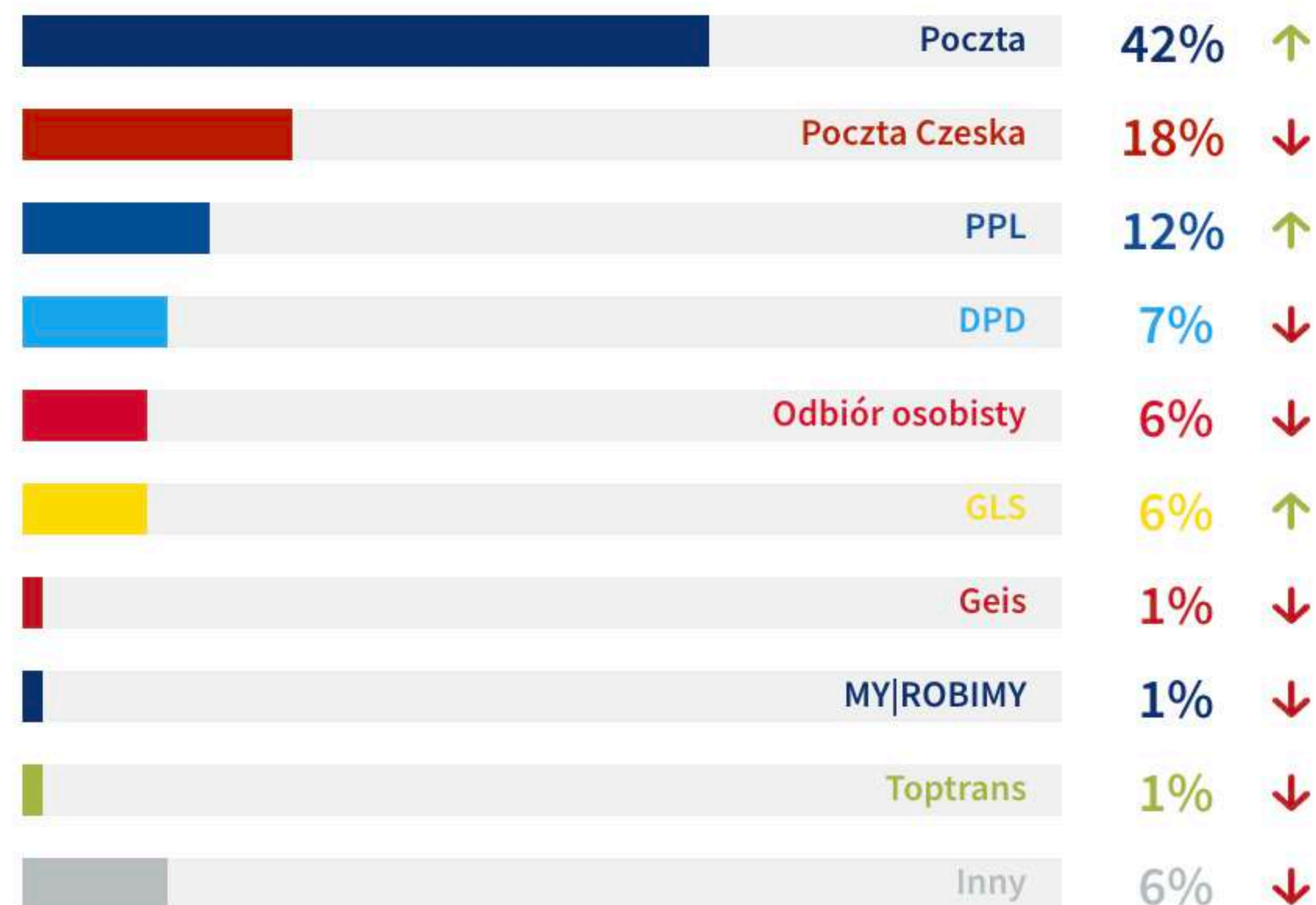
W jaki sposób klienci wolą płacić w e-sklepach?



GetNoticed

Rodzaje transportu

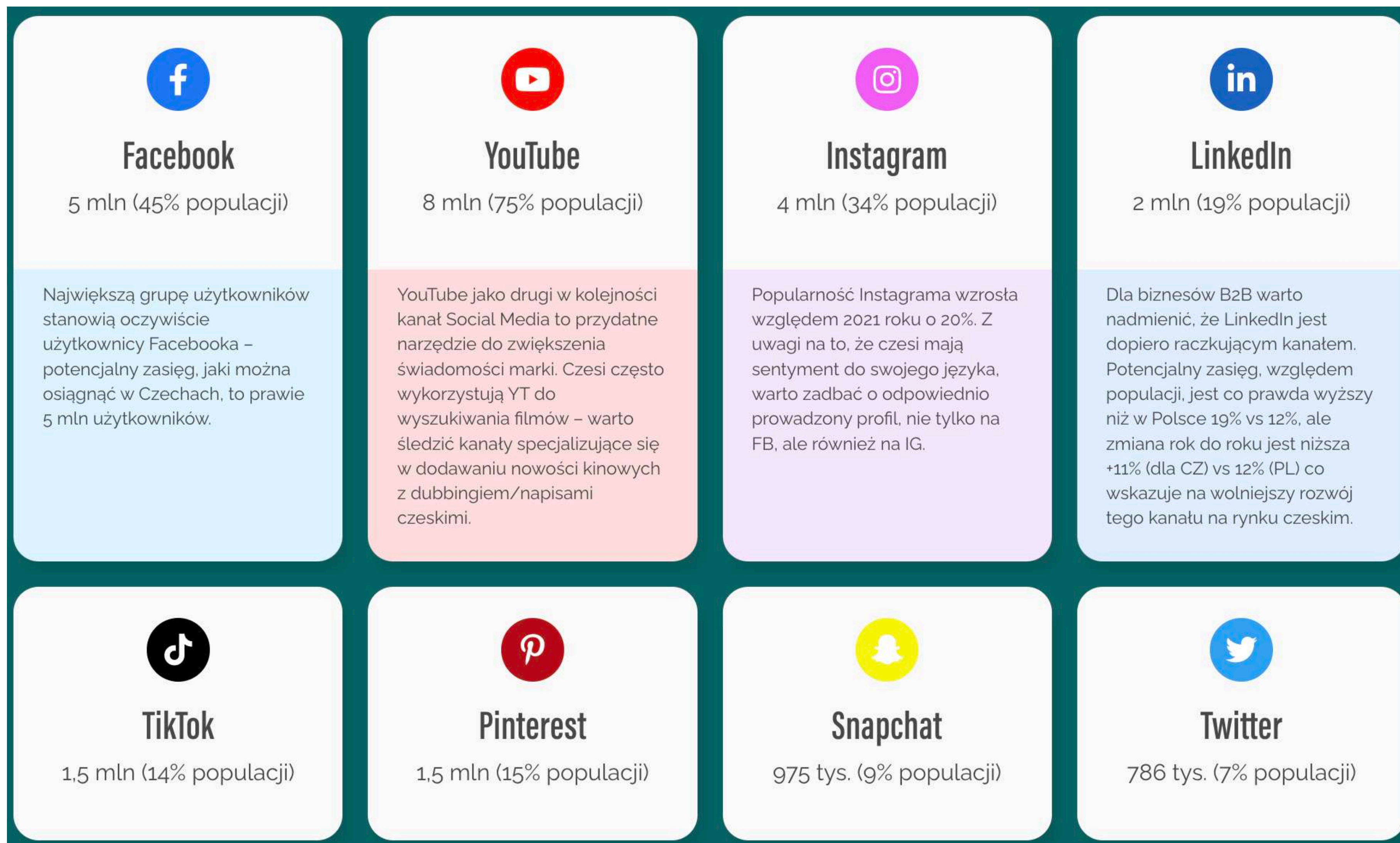
Zapewnienie logistyki towaru to podstawa każdego e-sklepu. Które firmy transportowe odgrywają wiodącą rolę w Czechach?



Płatności - trendy

- Duży wybór metod płatności odgrywa znaczącą rolę.
- Płatności za pobraniem - popularność spada, ale warto ją zachować, główną zaletą tej metody dla czeskiego klienta jest **bezpieczeństwo, zwłaszcza przy zakupach w sklepach zagranicznych**. Tę opcję najczęściej wybierają osoby z małych miejscowości, rodziny z dziećmi, osoby kupujące online okazjonalnie.
- By założyć czeskie konto firmowe wymagane będzie **szczegółowe udokumentowanie beneficjenta rzeczywistego i źródła przychodów** w Republice Czeskiej.
- Bramka musi obsługiwać nie tylko karty płatnicze, ale również szybkie przelewy z większości popularnych banków.
- Rośnie popularność **płatności odroczonej**. Częściowo zastępują one płatności za pobraniem. Z tej metody korzysta mała ilość klientów, więc rynek nie jest nasycony. Płatności odroczone **warto promować jako benefit**.







Wartość rynku reklamy digital

1 mld \$ (+26% YoY)



Reklama w modelu Programmatic

835 mln \$ (+28% YoY)



Search Ads

432 mln \$ (+32% YoY)



Reklamy bannerowe

403 mln \$ (+22% YoY)



Reklama w SoMe

363 mln \$ (+24% YoY)



Reklama video

133 mln \$ (+30% YoY)

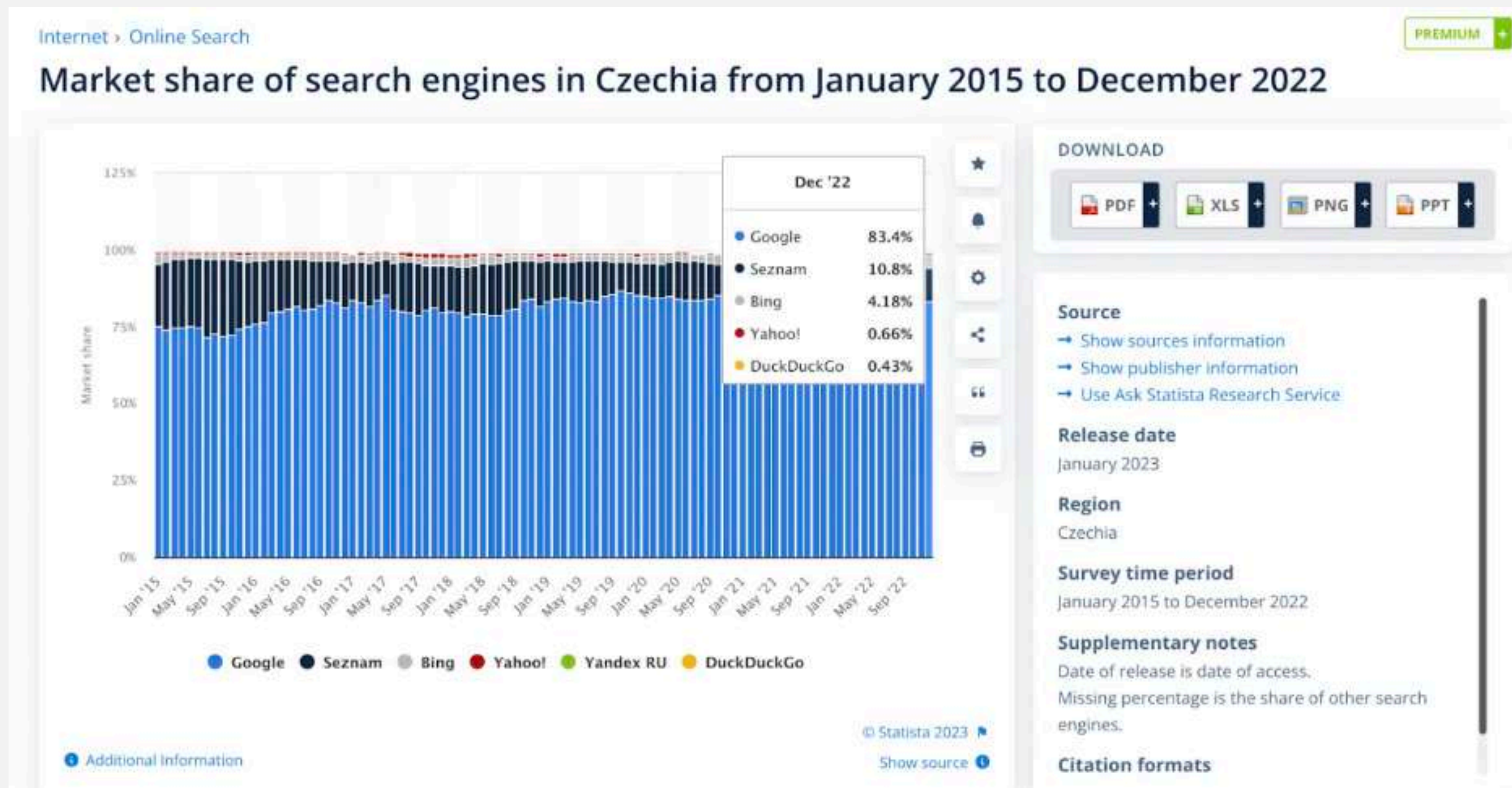
Cechy charakterystyczne

Seznam

W Czechach znaczna część użytkowników korzysta z wyszukiwarki Seznam, na równi z Google. Jest to dodatkowy kanał marketingowy, który sprawdza się zarówno w budowaniu wizerunku, jak i sprzedaży. Wchodząc na rynek Czeski nie możesz o nim zapomnieć! Portal Statista mówi o 10% udziale Seznam.cz w rynku czeskich wyszukiwarek, natomiast sam Seznam twierdzi, że dociera ze swoją reklamą do prawie 90% użytkowników czeskiego internetu.



Wyszukiwarki internetowe



Oczekiwania odbiorców

Czesi kierują się patriotyzmem gospodarczym także w swoich wyborach zakupowych. Niezwykle istotne w sprawnym prowadzeniu kampanii reklamowych na tym rynku będzie zatem:

Posiadanie czeskiej domeny

Szybka dostawa towarów

Czeski konsument oczekuje, że zamówiony produkt będzie dostarczony w ten sam lub na następny dzień.

Certyfikat SSL - bezpieczeństwo zakupów

Czeski adres

(czeskiej spółki bądź punktu dostaw w Czechach)

Możliwość zwrotu towaru na terenie kraju

czeski numer telefonu

Strona w języku czeskim

Sklep internetowy na platformie e-commerce,

która jest popularna w Czechach, np. Shoptet, Nody, Shopify, WooCommerce, PrestaShop, OpenCart, Upgates, Magento.

Wersja mobilna strony

Współpraca z przewoźnikami znanymi w Czechach

m.in. Zásilkovna, Česká pošta, PPL czy DPD.

konto w czeskim banku,

reklama w Seznam.cz,

Oczekiwania odbiorców

Czesi kierują się patriotyzmem gospodarczym także w swoich wyborach zakupowych. Niezwykle istotne w sprawnym prowadzeniu kampanii reklamowych na tym rynku będzie zatem:

Obecność w porównywarkach cenowych:

heureka.cz lub zbozi.cz - z uwagi na mocne kierowanie się ceną w zakupach,

Pozyskanie prawdziwych opinii i recenzji w języku czeskim

które zbudują zaufanie wśród lokalnych konsumentów,

Cena

Czesi kierują się przede wszystkim ceną,

Jakość produktów

zajmuje 2 miejsce w hierarchii decyzji zakupowych,

Reklama produktów w mediach społecznościowych

(Czesi aktywnie z nich korzystają),

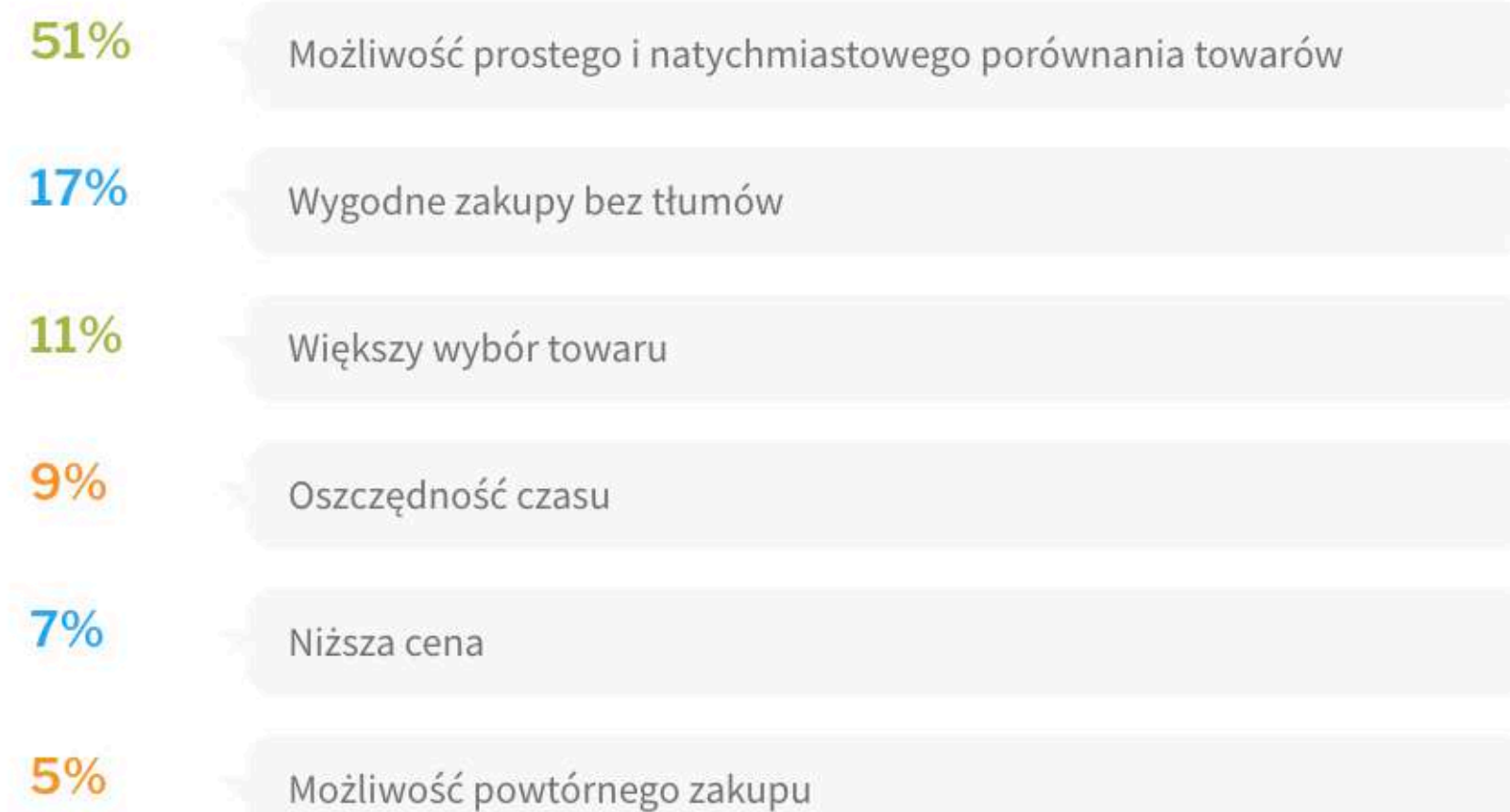
Personel posługujący się językiem czeskim

zajmuje 2 miejsce w hierarchii decyzji zakupowych,

Oczekiwania odbiorców

Czesi kierują się patriotyzmem gospodarczym także w swoich wyborach zakupowych. Niezwykle istotne w sprawnym prowadzeniu kampanii reklamowych na tym rynku będzie zatem:

Dlaczego kupujesz towary przez Internet?



O co się martwisz, robiąc zakupy online?



Najlepsze branże w Czechach

- **Outdoor:** odzież, obuwie, sprzęt do turystyki górskiej, rowerowej, na kajak, łódkę, do wspinaczki itd.
- **Chalupaření:** branża, która powstała wokół fenomenu chalup i chat, czyli domków weekendowych i daczy, najczęściej starych. Dekoracje i akcesoria domowe w stylu rustykalnym, retro i vintage. Sprzęt do majsterkowania i tuningu posiadłości. Narzędzia ogrodnicze, budowlane, ciesielskie, snycerskie. Kursy ogrodnictwa, ciesielstwa, snycerstwa.
- **Psy:** to kolejna studnia bez dna, jeśli chodzi o wydatki: począwszy od usług i gadżetów pielęgnacyjnych (grooming, spa, joga dla psów, psi psycholog), przez zabawki, prezenty i ubrania (kalendarz adwentowy dla psów, ergonomiczne legowisko, buty górskie dla psa, piwo dla psów), aż po niezliczone karmy i diety (w tym karmy z CDB).
- **Ezoteryka:** z uwagi na brak oficjalnej, kanonicznej religii, w Czechach kwitnie ezoteryka. Tarot, wróżby, uzdrawiające kryształy, dieta według faz Księżyca, tybetańskie bębny, buddyjska biżuteria. Konkurencja jest duża, ale rynek bardzo chłonny.
- **Branża erotyczna:** Czechy to światowe centrum branży porno. Popularne są zabawki erotyczne, odzież, wibratory i BDSM.

ŹRÓDŁO: [HTTPS://WWW.HANNAMARCINIAK.EU/PL/BIZNES-W-CZECHACH-10-FAKTOW-KTORE-MUSISZ-ZNAC/](https://www.hannamarciniak.eu/pl/biznes-w-czechach-10-faktow-ktore-musisz-znac/)

Wnioski

- Dobrze zaplanowane działania, krok po kroku.
- Poznanie specyfiki rynku i jego konsumentów.
- Wybór rynków musi być dobrze przemyślany pod kątem strategii finansowej i logistycznej. Rynki USA i UK mają duży wyższy próg wejścia, niż Rumunia czy Czechy.
- Wybór największych krajów wiąże się z agresywną strategią finansową i wielokanałową.
- Wybór mniejszych krajów pozwala na skalowanie krok po kroku, na mniejszych budżetach.
- Inwestycja w kampanie budujące wizerunek jest konieczna.

A dashed line starts from the bottom left and curves upwards and to the right, ending with a small airplane icon flying towards the top right.

ŹRÓDŁA:

[HTTPS://GETNOTICEDAGENCY.PL/](https://getnoticedagency.pl/)

[HTTPS://WWW.HANNAMARCINIAK.EU/PL/](https://www.hannamarciniak.eu/pl/)

[HTTPS://ZAUFANE.PL/](https://zaufane.pl/)

[HTTPS://WWW.EXPANDECO.COM/](https://www.expandeco.com/)

POZWÓL SIĘ
ZAUWAŻYĆ
W INTERNECIE

GetNoticed

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ!

GetNoticed

KNOWLEDGE · GET NUMBERS · GET ANALYZED · GET TECHNOLOGY · G
GET KNOWLEDGE · GET NUMBERS · GET ANALYZED · GET TECHNO
GET KNOWLEDGE · GET NUMBERS · GET ANALYZED · GET
EFFECTS · GET KNOWLEDGE · GET NUMBERS · GET ANALY
GET EFFECTS · GET KNOWLEDGE · GET NUMBERS · GET
SCALED · GET EFFECTS · GET KNOWLEDGE · GET
GET SCALD · GET EFFECTS · GET KNOWLE
D · GET SCALD · GET EFFECTS · GET
SIGNED · GET
DESIGN

Zapraszam

do kontaktu!

Karolina Jamka

+48 509 197 735

karolina@getnoticed.agency

GetNoticed

