

## Český Košík Roku odhalil nejlepší e-shopy. Vítězem je Astratex, mezi špičkou nechybí ani Alza či Footshop

Praha 22. února 2021 – Český Košík Roku odhalil žebříček nejlepších tuzemských e-shopů v roce 2020. Studie organizovaná českým fintechem Twisto, zaměřujícím se na odložené platby na jedno kliknutí, řadí české e-shopy do několika kategorií podle jejich přívětivosti k uživatelům. Organizátoři mimo jiné zkoumali i to, jak internetové obchody reagovaly na pandemii koronaviru. Celkově nejlepším e-shopem roku se stal Astratex, následuje Footshop a Alza. Partnery studie jsou Mastercard a Heureka.cz. Twisto bude o výsledcích studie a aktuálních trendech v e-commerce diskutovat se zástupci hodnocených obchodů na [webináři](#) v úterý 23. února v 10:30.

Twisto odhalilo výsledky své studie [Český košík roku](#) 2020 (ČKR), která hodnotí české e-shopy na základě snadnosti a pohodlnosti jejich užívání. Organizátoři e-shopy hodnotili i podle jednotlivých kroků při nakupování – od představení nabídky po výběr dopravy a platbu. Studie se soustředila na mobilní internetové nakupování, tzv. m-obchody, skrze vlastní aplikace obchodů, progresivní webové aplikace i klasické e-shopy.

ČKR se k nám vrací po několikaleté odmlce, a to zejména kvůli pandemii. „*Od agentur a největších e-shopů jsme v minulosti na Český košík roku dostali extrémně pozitivní zpětnou vazbu. Koronavirus vloni obrátil svět vzhůru nohama a e-shopy se staly primárním místem pro nakupování. Proto jsme se rozhodli Český košík roku znovu rozjet a zjistit, jak se za poslední rok svět e-shopů proměnil,*“ vysvětluje chief portfolio officer Lukáš Hurych, který za studií stojí.

Změnu nákupních zvyklostí během nákupů na internetu potvrzují také zjištění z rozsáhlého průzkumu Heureka, která se na celou situaci vyptávala e-shopů i zákazníků v září loňského roku. „*To, že se chování zákazníků v e-shopech loni změnilo, potvrdily i výsledky našeho průzkumu. Zákazníci například začali klást mnohem větší důraz na velikost nebo zavedenost značky e-shopu,*“ říká Tomáš Braverman, CEO Heureka Group, a pokračuje: „*16 % zákazníků začalo také více koukat na český původ e-shopu a 15 % vyzkoušelo nějakou novou metodu dopravy nebo platby. A právě v těchto chvílích je důležité mít nákupní proces odladěný tak, aby e-shop o zákazníky v žádném kroku nepřišel. A studie krásně ukazuje, které to mohou být.*“

„*E-shopy se v nedávné minulosti setkaly s několika výzvami. Zaznamenaly zvýšený zájem o své služby a také se musely adaptovat na změny v placení kartou na internetu. Nejlépe hodnocené internetové obchody se s oběma popasovaly skvěle. Jsem rád, že jsme radě z nich mohli se zavedením silnějšího ověření zákazníka, nebo naopak s uplatněním výjimek z tohoto ověření pomoci,*“ říká Josef Puczok, který má na starost rozvoj obchodu v Mastercard.

### Nejlepším e-shopem se stal Astratex, nejvíce medailí nasbírala Alza

Žebříček e-shopů ovládl obchod s plavkami a spodním prádlem Astratex, na druhém místě se umístil Footshop a trojici nejlepších uzavřela Alza. Astratex se zároveň umístil na druhém místě v kategoriích platba a doručení – exceloval tedy zejména v závěrečných krocích objednávky.

Footshop a Alza sbíraly medaile i napříč podkategoriemi. Alza kralovala ve vracení zboží, snadnosti kontaktování, přístupnosti a v reakci na pandemii. Celkem se umístila sedmkrát mezi nejlepšími třemi a stala se tak nejoceňovanějším obchodem. Footshop byl nejlepší v doručování a sbíral druhá a třetí místa ještě v dalších čtyřech kategoriích: přístupnost; e-commerce a pandemie; souhrn a také registrace, přihlašování a vyplňování údajů.

Celkem čtyři medaile si domů odnesl obchod About You, který byl nejlepší v jednoduchosti registrace, přihlašování a vyplňování údajů a zároveň ovládl kategorii e-commerce se svým šetrným přístupem k životnímu prostředí například při balení zásilek a informování zákazníků o udržitelných produktech – to dělá pouze 15 % zkoumaných obchodů. Mezi dalšími úspěšnými e-shopy najdeme i Tchibo, Smarty, Answear a další.

### **Klíčová čísla o aktuálních trendech v českých e-shopech:**

- 22 % obchodů nabízí odložené platby (Twisto, MALL Pay...), 25 % nabízí platbu prostřednictvím Google Pay či Apple Pay
- 97 % obchodů se spoléhá na tradiční platbu dobírkou, 90 % na převod a 87 % na platební karty
- 58 % obchodů nabízí vyzvednutí objednávky na konkrétním místě (Zásilkovna, Uloženka...), 98 % obchodů nabízí doručení kurýrem
- 14 % obchodů umožňuje zvolit si přesné datum dodání
- 94 % obchodů umožňuje nákup bez registrace
- 16 % obchodů podporuje automatické vyplňování formulářů
- 75 % obchodů má tlačítko call-to-action na výřezu po celou dobu prohlížení, aby zákazník nemusel scrollovat např. pro přidání zboží do košíku
- 48 % obchodů umí u zboží ověřit jeho dostupnost
- 56 % obchodů ukazuje částku, která chybí do doručení zdarma

### **Online nakupování během pandemie**

E-shopy letos byly hodnoceny v kategorii e-commerce a pandemie na základě jejich reakce na pandemii. Častá omezení spojená s obchody totiž způsobila velký zájem o online nakupování a internetové obchody se tomu musely přizpůsobit. *„Na internetu například poprvé v životě nakupovalo značné množství seniorů, a jednoduchost nákupu tak byla ještě důležitější než obvykle. Začal se také klást větší důraz na rozšíření bezkontaktních možností platby, doručování a kamenné obchody se musely přestavět na výdejny,“* komentuje nakupování za pandemie Hurych. Přizpůsobení se nárokům pandemie podle výsledků ČKR nejlépe zvládla Alza, na druhém a třetím místě ji následovaly Footshop a About You.

Pozitivním trendem bylo prodlužování doby na vrácení zboží. Aby e-shopy předešly situaci, kdy se lidé budou bát objednávat věci online, protože je pak nestihnou vyzkoušet, začaly dobrovolně prodlužovat dobu vrácení zboží. Například obchod About You navýšil dobu k vrácení zboží až na 100 dní. Zoot zase představil službu Zoot Taxi, kdy kurýr doručí zákazníkovi oblečení domů a následně počká, než si ho zákazník vyzkouší. Zákazník tak může nevyhovující kousky okamžitě vrátit.

### **Studie odhalila nové trendy v e-commerce**

V obnovené studii organizátoři narazili i na nové trendy, které v předchozích ročnících vůbec nezkoumali. Některé obchody s oblečením (např. Decathlon) začaly kromě fotek k

produktům přidávat i videa, aby si zákazníci dovedli udělat lepší představu o velikosti a stříhu dané položky. Obchody se také čím dál více soustředí na udržitelnost. Na trhu se začíná rozšiřovat například možnost dobrovolného příspěvku na kompenzaci uhlíkové stopy. Chatbot se dnes často bere jako samozřejmost, přesto pouze 26 % ze zkoumaných e-shopů chatbota má. Ve studii z roku 2017 se však chatboti ještě vůbec nehodnotili.

#### **Více o [Českém košíku roku](#)**

ČKR vznikl jako studie fintechového startupu Twisto o přívětivosti českých e-shopů ke koncovým uživatelům, ke které postupně přibylo i sledování aktuálních trendů a formování konkrétních doporučení pro zkvalitnění e-shopů. První ročník studie proběhl v roce 2014 a pokračoval až do roku 2016. V roce 2020 byl ČKR obnoven kvůli mimořádné pozornosti, které se e-commerce dostalo v důsledku pandemie. Žebříček je sestavován ze 100 nejnavštěvovanějších českých e-shopů. 20 obchodů do studie nominuje Twisto a 80 obchodů nominuje srovnávací portál Heureka, partner studie, který zároveň poskytuje data, z nichž žebříček vychází. Dalším partnerem letošního ročníku Český košík roku je Mastercard. Kompletní výsledky Českého Košíku Roku 2020 jsou k dispozici na webu [www.ceskykosikroku.cz](http://www.ceskykosikroku.cz).

#### **Více o službě [Twisto](#)**

Twisto je platební aplikace spojená s kartou Mastercard, která přináší moderní způsob placení. Díky Twisto účtu se dají na jedno kliknutí a bez registrace uhradit internetové nákupy. Registrovaní uživatelé pak mají možnost vyrovnat faktury jejich vyfocením, využít k placení Twisto kartu, zaplatit mobilem díky Apple Pay či Google Pay nebo snadno rozdělit společný účet mezi kamarády s funkcí Twisto Split. Twisto má navíc nejvýhodnější kurz pro zahraniční platby. Všechny nákupy se zobrazují v přehledné mobilní aplikaci a zákazník je pohodlně uhradí najednou na konci měsíce. Twisto umožňuje také nákup na splátky s okamžitým schválením. V roce 2019 firma úspěšně vstoupila na polský trh.