

Twisto obnovilo Český Košík Roku. První výsledky se věnují udržitelnosti a přístupu e-commerce k pandemii. Kompletní výsledky budou známy už v lednu

29. prosince 2020 – Kolik e-shopů radilo lidem, jak nakupovat v době pandemie, kdo z e-commerce podlehl trendu udržitelnosti nebo jak se nakupuje z mobilních telefonů? Na tyto i jiné otázky odpovídá obnovený ročník unikátní studie Český Košík Roku, kterou po tříleté odmlce obnovil český fintech Twisto. Studie za podpory předních odborníků a s využitím dat internetového srovnávače Heuréka zkoumá současné trendy e-commerce na stovce největších českých e-shopů. Ačkoliv kompletní výsledky budou známy až v lednu, již dnes dala studie nahlédnout na první zajímavá data.

Během roku 2020 více než pětina e-shopů nějakým způsobem reagovala na covid-19. *“Pandemie dopadla na všechna odvětví, a to včetně e-commerce. Z šetření studie vyplývá, že 33 ze sta zkoumaných subjektů alespoň nějakým způsobem zmínilo termín ‘covid-19’ na svých stránkách,”* komentuje výsledky otec studie a chief portfolio officer Twista Lukáš Hurych.

Pandemie koronaviru se pak na tuzemských e-shopech projevila nejen slovně, ale i skutkově: někteří prodejci přímo vyzývali k placení kartou místo dobírky (Conrad, Fitham a K24), jiné například nabídly bezkontaktní dodání zboží (About You). Další pak prodloužily dobu na vrácení zboží (Freshlabels, Zoot). Některé kamenné obchody vybudovaly zvláštní odběrová místa, sedm e-shopů dokonce věnovalo tématu covid-19 speciální stránku.

Udržitelnost i vlastní aplikace

U 15 e-shopů ze sta se projevil také trend udržitelnosti. *“V českém e-commerce dlouhodobě sledujeme nárůst nabídky ekologických a tzv. sustainable produktů. Čtyři e-shopy na svých stránkách důležitost udržitelnosti přímo zmiňují a vysvětlují. Některé své produkty přímo jako ekologické označují, aby jejich nabídku zdůraznily, jiné zase například nabízejí ekologické balení. Upřímně je toto pro nás zklamání. Udržitelnost u nás není tak velké téma jako v sousedním Polsku, kde podobnou studii také pořádáme,”* vysvětluje Hurych. Recyklaci samotných produktů pak nabízí pět e-shopů ze zkoumaného vzorku.

Celé hodnocení probíhalo na mobilních telefonech. Ze studie také vyplynulo, že 17 e-shopů má vlastní aplikaci. Šest pak používá progresivní webové aplikace. *“Jsou to v podstatě webová rozšíření, která vypadají jako běžné stránky, ale mají funkce podobné reálným aplikacím: pracují offline, posílají push notifikace nebo mají přístup k hardware zařízení,”* vysvětluje Hurych. Celkem 77 ze sta zkoumaných webů se nicméně stále spoléhá zejména na klasické webové stránky.

TOP 100 e-shopů podle Heureka

Výběr hodnocených e-shopů vyšel z doporučení největšího českého e-commerce srovnávače Heuréka. K těm byla samozřejmě doplněna Alza.cz. Český košík roku zkoumá kvalitu nákupních košíků a procesů, které zjednodušují a zpříjemňují nakupování on-line, a

to především na mobilních telefonech. Studie vychází z unikátní metodiky, kterou již v roce 2014 sestavil pořadatel soutěže Twisto společně s odborným panelem expertů na českou e-commerce trh. Více informací o projektu nabízí stránka www.ceskykosikroku.cz.

“Za ty roky jsme od majority agentur a největších e-shopů (Alza, CZC, Mall) dostali extrémně pozitivní zpětnou vazbu a v dopadu na vnímání důležitosti uživatelské zkušenosti (UX) je vidět neskutečný posun napříč celým trhem. Jsem rád, že jsme mohli být součástí tohoto vývoje k lepšímu. Zahraniční e-shopy se také snaží inovovat, ale třeba Amazon na svůj košík nesáhl už snad 20 let a inovace nejsou rozhodně tak velké jako progres, který se stal u nás,” dodal Hurych.

První ročník studie Český košík roku spíš hodnotil situaci na trhu, ale hned v druhém ročníku se Twisto pustilo do mnohem většího detailu a hlavně doporučení. *“Když si vzpomenu na první ročník v roce 2014, tak naprostá většina e-shopů byla ‘trash’. Každý vypadal a fungoval úplně jinak, zákazník nemohl očekávat podobné chování,”* vzpomíná Lukáš Hurych.