Kontakt: Karla Krejčí, Donath Business & Media

+420 224 211 220

[karla.krejci@dbm.cz](mailto:karla.krejci@dbm.cz)

**EVROPŠTÍ ZÁKAZNÍCI NAKUPUJÍ PŘES INTERNET**

**U ZAHRANIČNÍCH MALOOBCHODNÍKŮ**

* *Online zákazníci jsou více otevření nákupům z celého světa a nakupují na e-tržištích prostřednictvím svých mobilních telefonů*
* *71 procent online zákazníků nakupuje od zahraničních maloobchodníků*
* *96 procent online zákazníků nakupuje na tržištích*
* *43 procent uživatelů smartphonů nakupuje prostřednictvím svých mobilních telefonů*

**BRUSEL, 5. února 2018** **–** [UPS](http://www.ups.com/) (NYSE: UPS) – Sedm z deseti evropských online zákazníků nakupuje zboží u maloobchodníků mimo domovskou zemi, a to hlavně kvůli lepším cenám a ve snaze najít konkrétní produkt či značku. To podle evropské studie [UPS Pulse of the Online Shopper™ 2017](https://pressroom.ups.com/pressroom/ContentDetailsViewer.page?ConceptType=FactSheets&id=1517504848201-234)[[1]](#footnote-2) pro maloobchodníky představuje příležitost komunikovat se zákazníky v různých zeměpisných oblastech a současně klade zvýšené nároky na širokou nabídku prozákaznicky orientovaných služeb, která splní očekávání online spotřebitelů.

Podle zjištění studie zákazníci u přeshraničních nákupů na internetu zohledňují především zabezpečení platby (75 %), jasně uvedené celkové náklady u objednávky včetně cla a poplatků (72 %), jasný postup pro vrácení zboží (63 %), uvádění veškerých cen v měně země kupujícího (63 %) a rychlost doručení (62 %).

„Internet dělá z nakupování skutečně globální fenomén, umožňuje maloobchodníkům uvádět na trh a prodávat výrobky zákazníkům po celém světě. Podle zjištění našeho výzkumu téměř tři čtvrtiny evropských zákazníků nakupují přes internet v zahraničí, což otevírá příležitosti pro malé i velké maloobchodníky, kteří chtějí rozšířit své podnikání,“ uvedl Abhijit Saha, viceprezident marketingu společnosti UPS Europe. „Posláním UPS je pomáhat těmto firmám realizovat přeshraniční obchody stejně snadno, jako by je prováděli v rámci jednoho města.“

Podle zjištění studie UPS téměř všichni evropští online zákazníci (96 %) nakupují na e-tržištích, tedy online platformách třetích stran maloobchodníků. Celkem 67 procent z nich odůvodňuje svůj nákup na e-tržišti lepší cenou a 43 procent uvádí širší výběr produktů v rámci dané kategorie.

Více než polovina internetových zákazníků (52 %) v Evropě považuje škálu přepravních možností za klíčový faktor zohledňovaný při výběru zboží, zatímco 75 procent vnímá jako důležitou možnost bezplatného vrácení zboží. Vedle toho 63 procent nakupujících má zájem o přepravu na alternativní místo s prodlouženým časem doručení, pokud je cena za přepravu nižší než při přepravě zboží na jejich domovskou adresu.

Maloobchodníci potřebují uvažovat v „uživatelském rozhraní pro mobilní telefony“, které reflektuje stále rozšířenější používání smartphonů za účelem nakupování. Podle studie 43 procent uživatelů smartphonů realizovalo své nákupy prostřednictvím mobilního telefonu. Zákazníci používají své mobily také k řadě dalších úkonů souvisejících s nakupováním včetně vyhledávání obchodů nebo informací týkajících se obchodu (78 %), sledování objednávek (78 %) a porovnání cen mezi obchodníky (75 %).

**UPS Pulse of the Online Shopper™**

Studie UPS Pulse Online Shopper hodnotí nákupní chování online zákazníků od doby před zakoupením zboží až po jeho doručení. Studie z roku 2017 vychází z průzkumu comScore mezi více než 6400 online zákazníky v šesti evropských zemích (Francie, Itálie, Německo, Polsko, Španělsko a Velká Británie).

**Společnost UPS**

UPS (NYSE:UPS) je světový lídr v oblasti logistiky a nabízí širokou škálu řešení včetně přepravy balíků a nákladní přepravy, usnadnění mezinárodního obchodu a rozvoje pokročilých technologií, díky kterým lze efektivněji řídit dění v obchodním světě. Hlavní sídlo společnosti je v Atlantě, USA. UPS své služby poskytuje ve více než 220 zemích a teritoriích světa. Adresa internetových stránek společnosti je [ups.com](http://www.ups.com/), korporátní blog naleznete na [longitudes.ups.com](http://longitudes.ups.com/). Novinky a zprávy UPS jsou k dispozici prostřednictvím Twitteru na [@UPS\_News](https://twitter.com/UPS_News).

**Společnost comScore**

Přední výzkumná společnost comScore se zabývá multiplatformním vyhodnocováním chování cílové skupiny a spotřebitelů a vnímání značky. Díky fúzi se společností Rentrak Corporation v lednu roku 2016 vytvořila nový model měření zohledňující dynamický a multiplatformní svět. Patentem chráněný model je založený na přesnosti a inovacích a propojuje digitální, televizní a filmová data s obrovským množstvím demografických údajů s cílem vyhodnotit multiscreenové chování spotřebitelů v obrovském měřítku. Tento přístup pomáhá mediálním společnostem vyčíslit potenciál celé cílové skupiny a umožňuje marketingovým expertům cílové skupiny efektivněji oslovit. Společnost comScore s více než 3200 klienty a působností ve více než 75 zemích zajišťuje měření budoucnosti. Akcie comScore jsou v současné době obchodovány na mimoburzovním trhu (OTC:SCOR). Více informací o comScore naleznete na [comscore.com](http://www.comscore.com/About-comScore/Media-Kit/Company-Information).

1. Vychází z průzkumu realizovaného mezi 6400 online zákazníky ve Franci, Itálii, Německu, Polsku, Španělsku a Velké Británii. [↑](#footnote-ref-2)