

Sklepy internetowe w Czechach i na Słowacji: logistyka płatności marketing



Monika Kosmowska

Business Development Specialist

Rynek e-commerce w liczbach

Czechy

- **Wartość rynku e-commerce** – \$7,518 mln
- **Dynamika wzrostu** – 0–5% w 2024 r.,
prognoza 5–10% w 2025 r.
- **Udział online w rynku detalicznym** – 10–15%
- **Przychody miesięczne (08.2025)** – \$607 mln
- **Liczba sklepów online** – 67 tys.

Słowacja

- **Wartość rynku e-commerce** – \$1,776 mln
- **Dynamika wzrostu** – 5–10% w 2024 r.,
prognoza 5–10% w 2025 r.
- **Udział online w rynku detalicznym** – 5–10%
(prognozowany wzrost do 10–15% w 2025 r.)
- **Przychody miesięczne (08.2025)** – \$148 mln
- **Liczba sklepów online** – 16 tys.

Rynek e-commerce w liczbach

Czechy

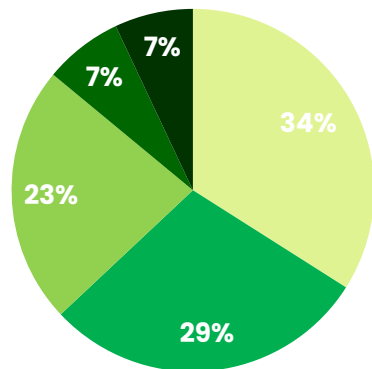
- **Użytkownicy internetu** – 94% populacji
- **E-konsumenci** – 78% populacji
- **Zakupy transgraniczne** – 36% od sprzedawców z UE, 17% spoza UE
- **Zakupy przez smartphone** – 63% udziału rynku

Słowacja

- **Użytkownicy internetu** – 92% populacji
- **E-konsumenci** – 77% populacji
- **Zakupy transgraniczne** – 39% od sprzedawców z UE, 15% spoza UE
- **Zakupy przez smartphone** – 56% udziału rynku

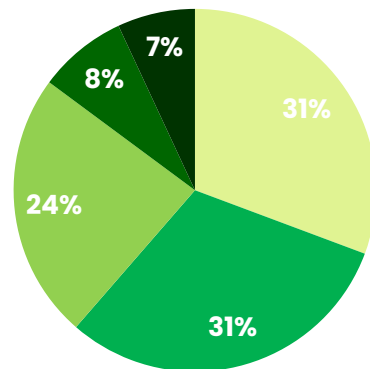
Od jak dawna Czesi i Słowacy kupują online?

Czesi

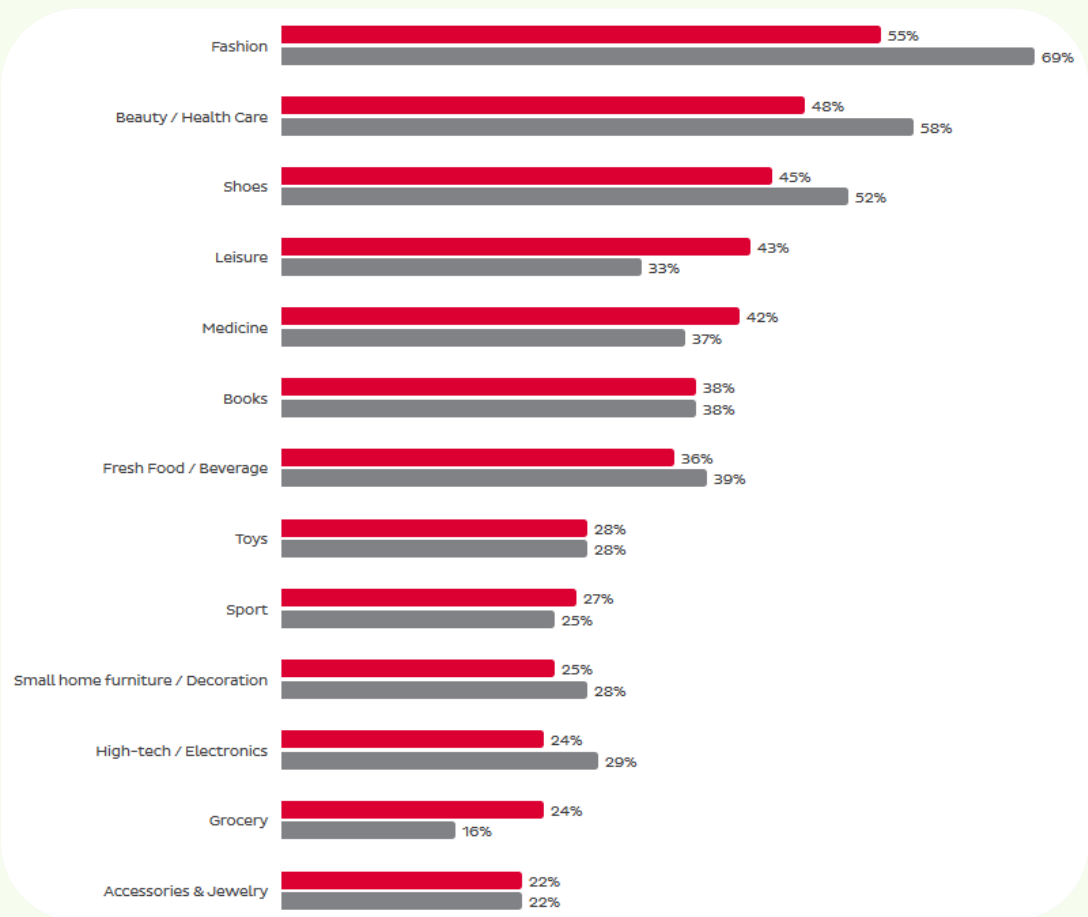


■ 2-5 lat temu ■ 5-10 lat temu
■ Ponad 10 lat temu ■ W ostatnim roku
■ W tym roku

Słowacy



■ 2-5 lat temu ■ 5-10 lat temu
■ Ponad 10 lat temu ■ W ostatnim roku
■ W tym roku



Popularne kategorie zakupowe

● Country:

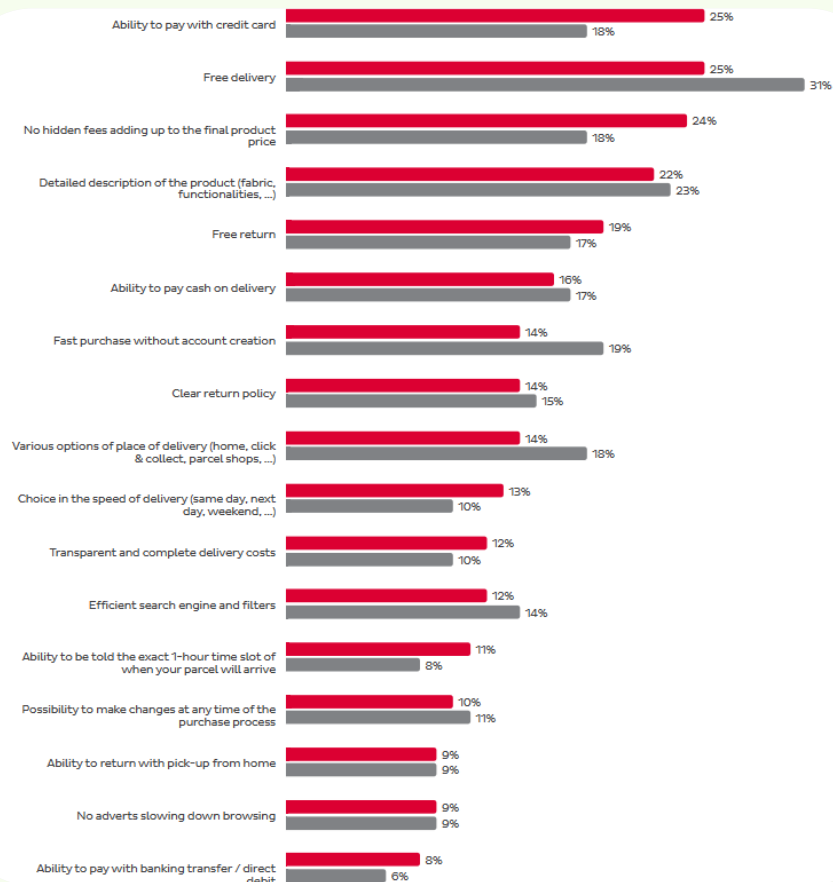
Czech Republic



● Benchmark Country:

Slovakia





Najważniejsze kryteria zakupowe

● Country:

Czech Republic



● Benchmark Country:

Slovakia



Najważniejsze bariery zakupowe

● Country:

Czech Republic



● Benchmark Country:

Slovakia



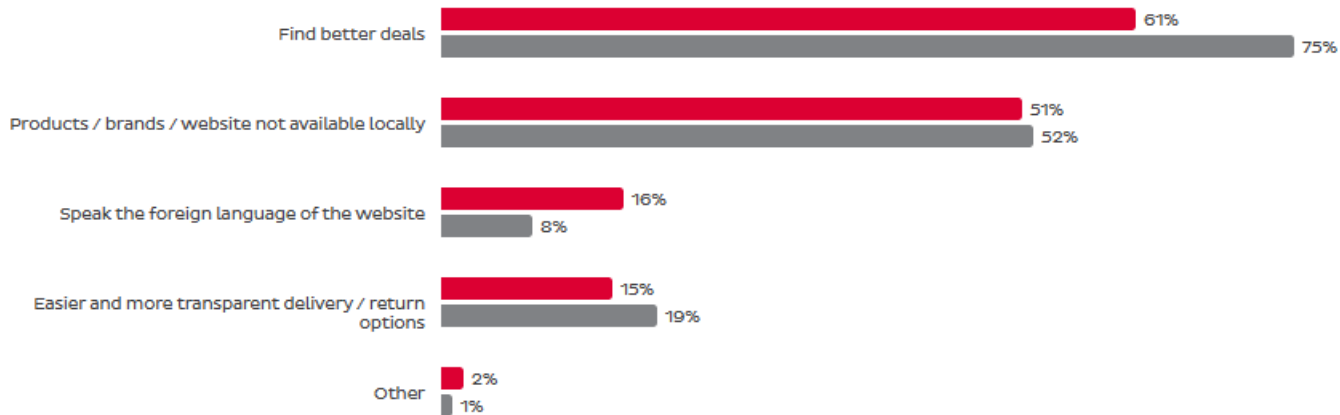
● Country:

Czech Republic



● Benchmark Country:

Slovenia



Dlaczego Czesi i Słowacy chętnie kupują z
zagranicznych sklepów?

Sklepy internetowe w Czechach i na Słowacji

Płatności i logistyka

Sklepy internetowe w Czechach i na Słowacji – płatności

Czechy

- 42% preferuje płatność kartą
- 23% wybiera Google Pay/Apple Pay
- 13% wskazuje płatność za pobraniem
- 12% – przelew bankowy

Słowacja

- 40% preferuje płatność kartą
- 33% wskazuje płatność za pobraniem
- oprócz tego Apple Pay / Google Pay



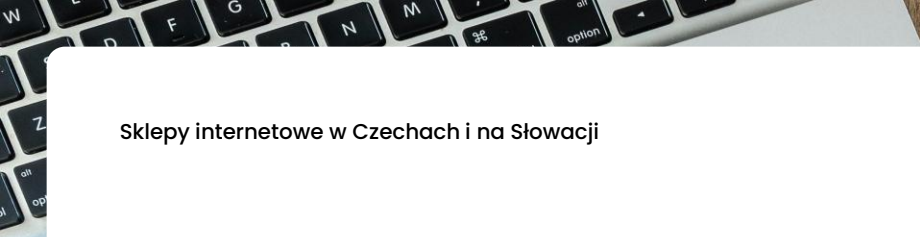


Czechy

- 41% odbiera w automatach paczkowych
- 29% wybiera punkty odbioru
- 25% zamawia kuriera do domu

Słowacja

- 78% preferuje dostawę do domu
- 44% woli odbiór w punkcie PUDO
- 25% wskazuje automaty paczkowe
- 15% – odbiór w sklepie



Sklepy internetowe w Czechach i na Słowacji

Sklepy internetowe w Czechach i na Słowacji

Marketing dla e-commerce

Wyszukiwarki – i co to jest Seznam?

Czechy

- 81,6% – Google
- 13,1% – Seznam
- 3,2% – Bing

Słowacja

- 94,6% – Google
- 3,8% – Bing

The screenshot shows the Seznam.cz homepage. At the top, there's a navigation bar with links: Internet, Firmy, Mapy, Zboží, Obrázky, Slovník, Jízdní řády, Video. The main search bar contains the text "Najde zboží v internetových obchodech" and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is a small image of a dog. Below the search bar, there's a news section titled "Novinky" with a sub-header "Úterý 9. září. Svátek má Daniela." The main news article is titled "Falešná Tescoma nebo Sportisimo. Podvodníci z Číny okradli tisíce lidí" and discusses counterfeit products from China. Below the news section, there's a "Seznam Zprávy" section with a photo of people and the headline "„Američané odsud žijí nevyváznou.“ Venezuela se chystá na úder USA". To the right of the news section, there's a "Přihlásit" button and a "Založit nový účet" link. Below the news section, there's a "Seznam bez reklam" section with a grid of advertisements. The grid includes a large ad for EDAXO featuring a black cabinet, and several smaller ads for various products like a wicker basket, a red Santa Claus figure, a wicker chair, a wicker table, a wicker lamp, a wicker bag, a wicker hat, a wicker bag, a wicker hat, a wicker bag, a wicker hat. At the bottom of the page, there's a "Služby" section with icons for Maps, Bazar, Reality, Auto, Slovník, TV program, Letáky, Volná místa, Jízdní řády, Obrázky, Podcasty, and Deníky.

Czy warto być na Social Media w Czechach?

- YouTube – 7,99 mln (75% populacji)
- Facebook – 5 mln (47%)
- Instagram – 3,7 mln (35%)
- TikTok – 2 mln (20%)
- LinkedIn – 2,9 mln (27%)

Warto prowadzić silne działania multi-channel

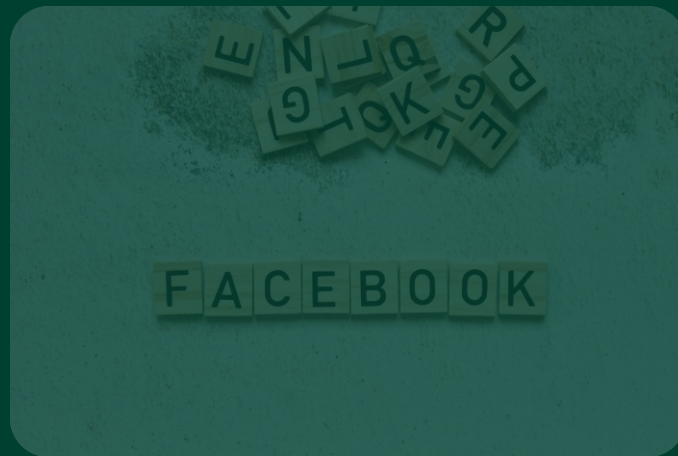
7,99 mln aktywnych użytkowników mediów społecznościowych
(74,8 procent całkowitej populacji Czech)



Jak rosną **słowackie** Social Media?

- YouTube – 3,98 mln (72%)
- Facebook – 2,6 mln (47%)
- Instagram – 1,6 mln (29%)
- TikTok – 1,07 mln (21%)
- LinkedIn – 0,97 mln (18%)

3,98 mln aktywnych użytkowników mediów społecznościowych
(72,4 procent całkowitej populacji Słowacji)



Marketplace i porównywarki cenowe

 Heureka

 alza.cz

  * GLAMI

   Global Marketplace

■ Heureka

Najczęściej używana porównywarka cenowa w Czechach i na Słowacji, z szacowanym ~60% udziałem w rynku porównywarek. W samych Czechach ma ok.13,6 mln wizyt miesięcznie.

Zboží.cz

Porównywarka cenowa należąca do Seznam.cz.

Favi

Specjalistyczna porównywarka i marketplace wnętrzarski. Skupia się na kategoriach dom, ogród, meble, dekoracje.

Biano

Agregator i marketplace wnętrzarski działający w modelu porównywarki. Specjalizacja: meble, dekoracje, oświetlenie, akcesoria do domu i ogrodu.

Glami

Porównywarka mody i marketplace – działa w modelu agregatora ofert. Skupia się na odzieży, obuwiu, akcesoriach i biżuterii.

Alza

Największy marketplace i e-sklep w Czechach i na Słowacji – nazywany często „czeskim Amazonem”. Ponad 80 tys. kategorii produktów i kilka milionów SKU. W Czechach i na Słowacji Alza ma największy udział w e-commerce spośród wszystkich platform

Kaufland

dopiero buduje pozycję w Czechach i na Słowacji; mimo szerokiej oferty, nadal ustępuje większym, bardziej ugruntowanym marketplace'om i porównywarcom.

Allegro

Od 2023r. rozwija się na wymagającym rynku czeski, przejęło Mall Group.

Sklepy internetowe w Czechach i na Słowacji

Czescy i słowaccy e-konsumenci

Jacy są **czescy e-konsumenci?**

- Doświadczeni i pragmatyczni – kupują online od wielu lat, decyzje podejmują rozważnie.
- Jakość produktów jako priorytet – brak wysokiej jakości to najczęstszy powód rezygnacji z dalszych zakupów.
- Obsługa klienta w języku czeskim – komunikacja w lokalnym języku silnie buduje zaufanie.
- Kultura niskokontekstowa – procedury, warunki i regulaminy „na papierze” mają ogromne znaczenie.
- Slow life i inne tempo pracy – mniej presji czasu niż np. w Polsce; piątek zaczyna się już w czwartek.
- Ostrożni wobec trendów – mniej pogoń za nowinkami, większy nacisk na praktyczność i solidność.
- Estetyka e-commerce – strony internetowe bywają proste, mniej nowoczesne wizualnie, ale funkcjonalne.
- Relacyjność zamiast agresywnej sprzedaży – długofalowe więzi i lojalność są ważniejsze niż szybka konwersja.
- Świadomi praw konsumenta – oczekują jasnych zasad zwrotów i gwarancji.
- Porównują i analizują – Heureka.cz i inne porównywarki są standardem przy podejmowaniu decyzji.

Jacy są **czescy e-konsumenci?**

- Wysoka wrażliwość na obsługę posprzedażową – szybka dostawa i sprawne zwroty to podstawa.
- Decyzje zakupowe podejmowane wolniej – proces zakupowy jest wydłużony, ale lojalność trwała.
- Czesi mają swoje święto miłości – První máj rozumiany jest jako dzień miłości i symbol wiosennego odrodzenia.
- Boże Narodzenie to najważniejszy okres zakupowy – generuje największą liczbę zamówień w roku.
- Czarny Piątek i Walentynki – coraz mocniej wpisane w zwyczaje zakupowe i e-commerce.
- Spędzanie wolnego czasu – popularne są „chaty” oraz piesze wędrówki w górach i lasach.
- Praktyczność – czeskie decyzje zakupowe silnie wynikają z podejścia pragmatycznego, z naciskiem na funkcjonalność i użyteczność.

Jacy są słowaccy konsumenci w online?

- Rynek mniejszy, ale rosnący – zakupy online coraz popularniejsze, szczególnie w ostatnich 5–10 latach.
- Wrażliwi na jakość – coraz częściej gotowi zapłacić więcej za produkt o lepszym składzie i pochodzeniu.
- Rosnąca świadomość – konsumenci sprawdzają skład, etykiety i źródło produktów.
- Polska jako „marketplace Europy” – produkty masowe z Polski są atrakcyjne cenowo i szeroko poszukiwane
- Lojalni wobec języka – czeski bywa zrozumiały, ale nie wystarcza; oczekują obsługi w języku słowackim.
- Wrażliwość cenowa – promocje i atrakcyjne ceny są silnym czynnikiem zakupowym.
- Zaufanie oparte na rekomendacjach – recenzje, gwiazdki i opinie mają dużą wagę przy wyborze sklepu.
- Przywiązanie do lokalnych marek – chętnie wspierają rodzime sklepy, choć zakupy transgraniczne rosną.
- Zwolennicy prostych rozwiązań – przejrzysty UX i prosty checkout zwiększają konwersję.
- Wyraźne sezony zakupowe – zakupy online rosną podczas świąt i akcji rabatowych.

Romania Express to znacznie więcej niż **logistyka**

Wsparcie jest dla nas kluczowe. Znamy realia rynków Europy Środkowo-Wschodniej, dlatego możesz liczyć na nasze doświadczenie i zaangażowanie na każdym etapie współpracy.

5 lat

w branży logistycznej

>1 mln

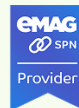
obsłużonych paczek
do Rumunii

20 lat

doświadczenia na
rynkach Europy CEE

>500

Klientów



Jesteśmy oficjalnym partnerem eMAG



Dziękujemy
za uwagę



Monika Kosmowska

Business Development Specialist



+48 664 279 299



m.kosmowska@romaniaexpress.pl