

Češi jdou do světa

Tuzemským internetovým obchodům se v cizině daří. Expanze většinou začíná v zemích visegrádské čtyřky, speciálně na nám blízkém Slovensku – pokračuje se na Balkán, případně do dalších evropských zemí. Na americkém trhu, který se od Evropy výrazně liší, je však aktivní jen málokdo.

text Jan Beránek (Lupa.cz)

Devadesát procent našich příjmů je z ciziny – vypočítává marketingový šéf obchodu VašeČočky Tomáš Bártek. A podobných případů přibývá. Například Parfums.cz už hlásí pětasedmdesát procent příjmů od zahraničních zákazníků: e-shop funguje ve čtrnácti evropských zemích a proniká do zámorí.

V jiné situaci je prodejce módy ZOOT, který se teprve usazuje na Slovensku a v Rumunsku (i když další expanzi do zahraničí plánuje také): „Již na začátku tohoto roku se česká část překloupila do provozního zisku, přičemž slovenská a rumunská by se do černých čísel měly dostat příští rok,“ vysvětluje spoluzakladatel obchodu Oldřich Bajera.

Přenést e-shop do ciziny však není jednoduché. Nestačí jen přeložit stránky do angličtiny. Obchodníci se musí dostat zákazníkům v nové zemi pod kůži. To znamená speciální marketing a lecky i jiné zboží.

„Z mého pohledu je pro úspěch klíčové vybrat vhodné a především lokální country manažery. V každé zemi totiž vždy soupeříme s lokální konkurencí, která má výhodu znalosti místního trhu a většinou i rychlejší dopravu k zákazníkovi,“ vysvětluje Bártek.

Odlišnosti jiného trhu lze ukázat třeba na příkladu zmíněného Rumunska. Podle Oldřicha Bajera Rumuni utratí za oblečení víc než Češi. A to navzdory polovičním příjmům.

„V Rumunsku muži sami dělají 40 procent objednávek, v Česku vládnou osmdesáti procenty ženy,“ říká Bajera. Liší se i styl oblečení. V tuzemsku je větší zájem o outdoorové zboží, zatímco

směrem na východ se vkus mění směrem k velkým módním značkám.

Vivantis – skupina e-shopů z rodiny E-commerce Holdingu – zase hlásí z Rumunska víc než třicet procent nákupů přes mobilní telefony. „Rumunsko nás stále něčím překvapuje a je pro nás zatím ztrátové. Velmi nákladnou záležitostí jsou zejména překlady našeho portfolia,“ vysvětluje šéf Vivantisu Martin Rozhoň.

EVROPA PROTI AMERICE

Do oblastí mimo starý kontinent se moc e-shopů zatím nepouští z logických důvodů. Je to daleko a svět tam funguje trochu jinak. První expanze českých internetových obchodníků nejčastěji vedou do okolních zemí regionu.

Začíná se většinou Slovenskem a pokračuje se dál v rámci visegrádské čtyřky na Balkán. Směrem na západ to může být komplikovanější. „Tam potřebujete opravdu dobrého právníka, abyste se vyrovnali s tamějšími nároky na ochranu spotřebitele a rychlostí fungování místních soudů. Konkurence neváhá využít sebemenšího nedostatku, aby vám zneprjemnila život,“ popisuje prodejce čiček Bártek.

Alza si například trhy, kam rozesílá své zboží, vybírá: jednoduše řečeno – vyhýbá se komplikovaným zemím. A do oblastí mimo starý kontinent se moc e-shopů zatím nepouští z logických důvodů.

„Jsou to dva světy. Evropský, svázaný pravidly, regulacemi, zákony, nařízeními a omezeními kdečeho, a pak americký, který dává nesmírnou svobodu v dohodě mezi spotřebitelem

a obchodníkem. A kupodivu, přestože má v USA spotřebitel jen velmi malou zákonnou ochranu, ve finále díky konkurenčnímu prostředí dostává velkou ochranu přímo od obchodníků, aby jej získali,“ srovnává oba trhy majitel Parfums.cz Michal Zámec: jeho firma jako jedna z mála na americkém trhu operuje. Nejde o jedinou zásadní odlišnost. Jak popisuje Zámec – jestliže je český zákazník hodně náročný, pak ten americký je náročný extrémně. Za běžnou cenu v podstatě žádný Američan nic nekoupí.

LOGISTIKA ROZHODUJE

Provoz v cizině lze za určitých okolností zvládnout pouze s českým skladem. Záleží na tom, jak rychle dopravce jsou obchodníci schopni nasmlouvat. „Jsme schopni do Španělska doručit balíček do druhého dne, do Velké Británie do dvou dní,“ tvrdí Bártek. Podobně je na tom třeba ZOOT. „Mimo Prahu a na Slovensko to stihneme dovézt na prodejnu do druhého dne a do Rumunska zavážíme do 48 hodin,“ uvádí Bajera.

Jsou ale i jiné modely, jak vyřešit rozesílání zboží po Evropě. „Kromě skladu v Česku máme v ostatních zemích lokální distribuční centra, která doplňují naši místní dodavatele, a částečně každá země si bere zboží z centrálního skladu v Jirnech u Prahy,“ říká ředitel Mall.cz Vít Endler.

A Parfums.cz by jeden sklad v Česku nestačil. „Máme dva sklady. Jeden u Brna, který obsluhuje evropské zákazníky, a druhý ve Spojených státech. Nicméně už teď pracujeme na otevření dalších skladů v EU,“ říká Zámec. ●