

Tisková zpráva

## **Tlak na rychlost doručení od e-shopů roste, doručovat v den objednání ale zatím prodejci nechtějí**

**Praha, 20. května – Nejdůležitějším tématem při rozvozu zásilek je ze strany e-shopů rychlost doručení zásilky. Dopravce si vybírají i podle toho, jak rychle a jednoduše jsou schopni zpracovat vratky zboží. O doručení v den objednání zatím nicméně e-shopy nemají velký zájem, vyplývá za aktuálního průzkumu Perfect Crowd mezi e-shopy.**

Rychlost doručení zásilky je pro e-shopy jednoznačně nejdůležitějším parametrem při výběru dopravce. Za velmi důležitou pro konkurenceschopnost e-shopu považuje rychlost doručení 91 % e-shopů. „Čeští zákazníci jsou v tomto směru velmi nároční. Zatímco jinde v Evropě se za standardní dobu doručení považuje čas v rozmezí 3-5 dnů, u nás očekávají ideální rozvoz do 2. dne od nákupu. I proto tlak na rychlost doručení dále poroste, rychlost však musí jít ruku v ruce s udržení kvalitou,“ vysvětluje ředitel GLS v České republice Petr Pěcha.

Ani e-shopy nicméně nechtějí na rychlost doručení tlačit za každou cenu. Např. o doručení v den objednávky mezi e-shopy není příliš velký zájem. O doručení v den objednávky má zájem 13 % e-shopů, dalších 14 % by tuto možnost alespoň zvažovalo. O službu by měly zájem spíše menší e-shopy, naopak ty velké (s více jak 1000 balíky měsíčně) by v den objednávky chtělo doručovat jen 6 % e-shopů.

„Pro nás je prioritou právě vysoká kvalita. S českými e-shopy intenzivně řešíme, co a jak zlepšit a jak náš i jejich byznys propojit. I proto se nám daří rychle růst ve všech segmentech, oproti loňsku spolupracujeme zhruba s dvojnásobkem velkých e-shopů,“ vysvětluje Petr Pěcha. „Zároveň vidíme rostoucí chuť e-shopů expandovat i mimo ČR, s naší globální evropskou sítí jim v této expanzi pomáháme. Díky naší síti umíme doručit balík kamkoliv po kontinentu, aniž bychom jej předali někomu jinému. E-shopy tak mají stav své zásilky stále pod kontrolou,“ dodává.

Kromě rychlosti doručení je pro e-shopy 2. nejdůležitějším kritériem jednoduchý a rychlý proces vrácení zásilky a jejich detailní sledování včetně informací o důvodech vrácení – tato kritéria jsou důležitá pro 58 % e-shopů.

U vrátek přitom zatím dominuje svoz kurýrem (využívá 66 % e-shopů), ostatní varianty (výdejní místa, boxy) využívá zhruba třetina e-shopů. „I u vrátek nicméně vidíme raketově rostoucí význam boxů. A ti nejúspěšnější jsou opět napřed, 38 % velkých e-shopů využívá boxy i pro vrácení zásilek, zatímco u těch nejmenších je to jen 22 %,“ podotýká Petr Pěcha. U velkých e-shopů je také výrazně oblíbenější bezšátkové vrácení zásilek, o které má zájem 66 % velkých prodejců, zatímco u malých by službu ocenilo jen 51 %.

„Poměrně překvapivou informací je, že jen dva z pěti e-shopů detailně sledují úspěšnost doručení zásilky. Právě úspěšnost doručení je pro nás klíčovým faktorem kvalitní služby, ve které se jednotliví dopravci mohou zásadně odlišit. A odráží se i v návratu klientů k e-shopům, u těch největších obchodníků je detailní sledování úspěšnosti doručení základním kritériem,“ říká Petr Pěcha. U velkých e-shopů sleduje úspěšnost doručení už 85 % prodejců.



Průzkum uskutečnila společnost Perfect Crowd pro GLS v dubnu letošního roku na reprezentativním vzorku 414 e-shopů – od těch nejmenších s několika balíky měsíčně až po velké s více než 1000 zásilek každý měsíc.

### **O GLS Group**

GLS Group je jedním z největších balíkových přepravců v Evropě se silnou přítomností v téměř všech zemích kontinentu. GLS rovněž působí prostřednictvím dceřiných společností, které má ve stoprocentním vlastnictví také v Kanadě a na západním pobřeží USA. Své služby poskytuje zákazníkům ve více než 50 zemích. Síť GLS se skládá ze 120 ústředních a regionálních překladišť a z více než 1 600 dep, které obsluhuje více než 36.700 dodávek a 6400 kamionů. Kromě doručení na adresu GLS posílá zásilky do více než 110 tisíc výdejních míst a 20 tisíc boxů. V roce 2024/25 dosáhla společnost GLS obratu ve výši 5,9 miliardy euro a doručila 926 milionů balíků.