

Tisková zpráva

Do boxů už míří více než polovina zásilek. Výběr e-shopu? Předchozí zkušenost a cena

Praha, 19. srpna – Obliba výdejních boxů pořád roste, míří do nich již více než polovina objednávek z e-shopů. Doručení na adresu nicméně zůstává klíčovou službou. Roste počet klientů, kteří balíčky odesílají. Nejčastěji opět přes box. E-shopy lidé vybírají hlavně podle předchozí dobré zkušenosti a na základě ceny zboží.

- Polovina zásilek míří do boxů, u mladých je to ještě více
- Rostoucí zájem o odesílání balíčků, také nejčastěji přes boxy
- Výběr e-shopu? Předchozí dobrá zkušenost a cena

České domácnosti nejčastěji vybírají e-shop podle předchozí dobré zkušenosti a ceny zboží. Důležitá při výběru je i cena a dostupnost dopravy a široký výběr. „Naopak nejméně rozhoduje marketingová prezentace firem a poměrně překvapivě i možnost jednoduché vratky zboží,” komentuje výsledky aktuálního průzkumu Instant Research ředitel GLS v České republice Petr Pěcha.

Předchozí dobrá zkušenost s e-shopem je tak důležitým kritériem pro 94 % lidí, nejnižší cena pro 92 %, stejně jako cena a dostupnost dopravy. Naopak marketingové kampaně jsou rozhodujícím prvkem jen pro 64 % nakupujících a jednoduchý proces vrácení pro 73 % lidí.

„Zajímavý je nicméně generační rozdíl. Zatímco pro nakupující 55+ je primární dobrá reference, mladí řeší předchozí dobrou zkušenost jen v polovině případů. A naopak se daleko více než starší generace řídí marketingovými kampaněmi,” doplnil Petr Pěcha.

Každá druhá zásilka míří do boxu

Každá druhá zásilka objednaná v českém e-shopu již míří do výdejního boxu, potvrzuje aktuální průzkum Instant Research pro GLS. Podle aktuálních výsledků je pro 51 % respondentů nejpohodlnější doručení do výdejního boxu, 30 % volí výdejní místo. Naopak zásilku zaslanou přímo na adresu (domů nebo do práce) preferuje jen 18 % lidí.

Nejvíce přitom boxy využívají mladí do 26 let, u kterých míří do boxů 60 % všech objednávek. Nicméně i lidé ve věku 55+ si na boxy rychle zvykli, v této věkové skupině do boxů míří 41 % zásilek. Nejvíce boxy chybějí v menších obcích do 1000 obyvatel, proto v těchto obcích domácnosti více preferují doručení domů (33 %).

Boxy se navíc staly nejoblíbenějším způsobem i pro zasílání zásilek přímo mezi lidmi. Oceňují jednoduchost a rychlost odeslání zásilky. Každý měsíc totiž balíčky posílá více jak polovina domácností. „Odesílání balíčků znovu získalo velkou oblibu především kvůli různým aplikacím umožňujícím jednoduchý prodej již nepotřebného zboží. A právě zaslání takového balíčku jednoduše přes mobilní aplikaci a box je první volbou,” potvrzuje výsledky průzkumu ředitel GLS v České republice Petr Pěcha. Podle průzkumu posílá balíček alespoň jednou měsíčně 53 % lidí, 14 % přitom zásilku odesílá minimálně 3x měsíčně.

Podle Petra Pěchy to nicméně neznamená, že by se doručení na adresu zcela přestalo využívat. *„Doručení na adresu zůstává prioritní službou, kterou chceme dále rozvíjet. Někdy jiná možnost není např. kvůli rozměrům zásilky, jindy je pohodlné doručení domů a osobní kontakt s kurýrem první volbou klienta,“* vysvětluje.

Při doručení na adresu klienti oceňují možnost jednoduché změny termínu či místa doručení. Při potřebě změny přitom téměř v polovině případů využívají mobilní aplikaci (46 %).

Letos přibude další tisícovka GLS Parcel Boxů

Síť boxů GLS přitom prochází rychlou expanzí. Zatímco před dvěma lety měla jen 250 vlastních boxů, před několika týdny zprovoznila box s pořadovým číslem 2000. Celkem tak doručuje do více než 7000 výdejních míst a boxů a má jednu z nejrozsáhlejších sítí v České republice.

„Naše loňská představa, že 2000 vlastních boxů bude pro letošek odpovídat potřebám klientů, se ukázala jako málo ambiciózní. Poptávka po nových boxech nepolevuje, v rozšiřování sítě proto budeme dále pokračovat. A na konci roku bychom rádi měli alespoň 3000 boxů po celé České republice. Ani to ale nemusí být cílový stav,“ dodal Petr Pěcha. *„Zpětná vazba od domácností i e-shopů je jednoznačná – boxy se staly suverénně nejoblíbenějším způsobem nejen pro doručení balíčků, ale i pro jejich jednoduché posílání,“* doplnil.

Široká vlastní síť boxů GLS umožní udržet vysokou kvalitu doručení i v hlavní předvánoční sezóně, což ocení e-shopy i koncoví klienti. *„I z mojí zkušenosti práce v obecním zastupitelstvu vím, že lidé chtějí mít boxů ještě víc. Důležitá je samozřejmě spolupráce s obcemi tak, aby boxy byly nejen smysluplně umístěné a dobře dostupné, ale zároveň nijak nenarušovaly umístěním ani vzhledem veřejný prostor. Naše boxy jsou na solární pohon, odpadá tak i potřeba zavádění složitých inženýrských sítí,“* doplnil Petr Pěcha k výběru vhodných míst.

Průzkum uskutečnila GLS na vzorku 1000 respondentů v dubnu letošního roku. Sběr dat byl realizován prostřednictvím aplikace Instant Research agentury Ipsos.

Ideální box? Do 5 minut chůze nebo jízdy

Cílem přitom je, aby domácnosti měly nejbližší výdejní box do 5 minut chůze či jízdy od domova nebo zaměstnání. V takové pozici je nyní podle jiného dřívějšího průzkumu GLS 58 % lidí, dalších 27 % má box do 10 minut chůze či jízdy. Více jak 20 minut to mají k nejbližšímu boxu jen tři procenta lidí. Zatímco ve velkých městech má boxy do 5 minut chůze či jízdy téměř 70 % lidí, tak v malých obcích je to jen 43 %.

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 obrátu ve výši 5,9 miliardy euro a doručila 926 milionů balíčků.