

allegro

Marketplace: zlatý důl, nebo slepá ulička?





Ondřej Rada

**Manager, New Business Team CZ/SK
Allegro**

email: ondrej.rada@allegro.com

E-commerce výsledky v Česku 2025

220_{mld.}

Celkový objem

GMV napříč Českou republikou.

35%

Share MP

z celkového objemu CZ E-commerce GMV.

70_{mld.}

Marketplaces GMV

Čímž se celkový objem MPs navýšil na 7-násobek oproti roku 2020

**Tržní podíly
marketplaces
ve zbytku světa
z roku 2025**

~50%

—

Západní Evropa

~60%

—

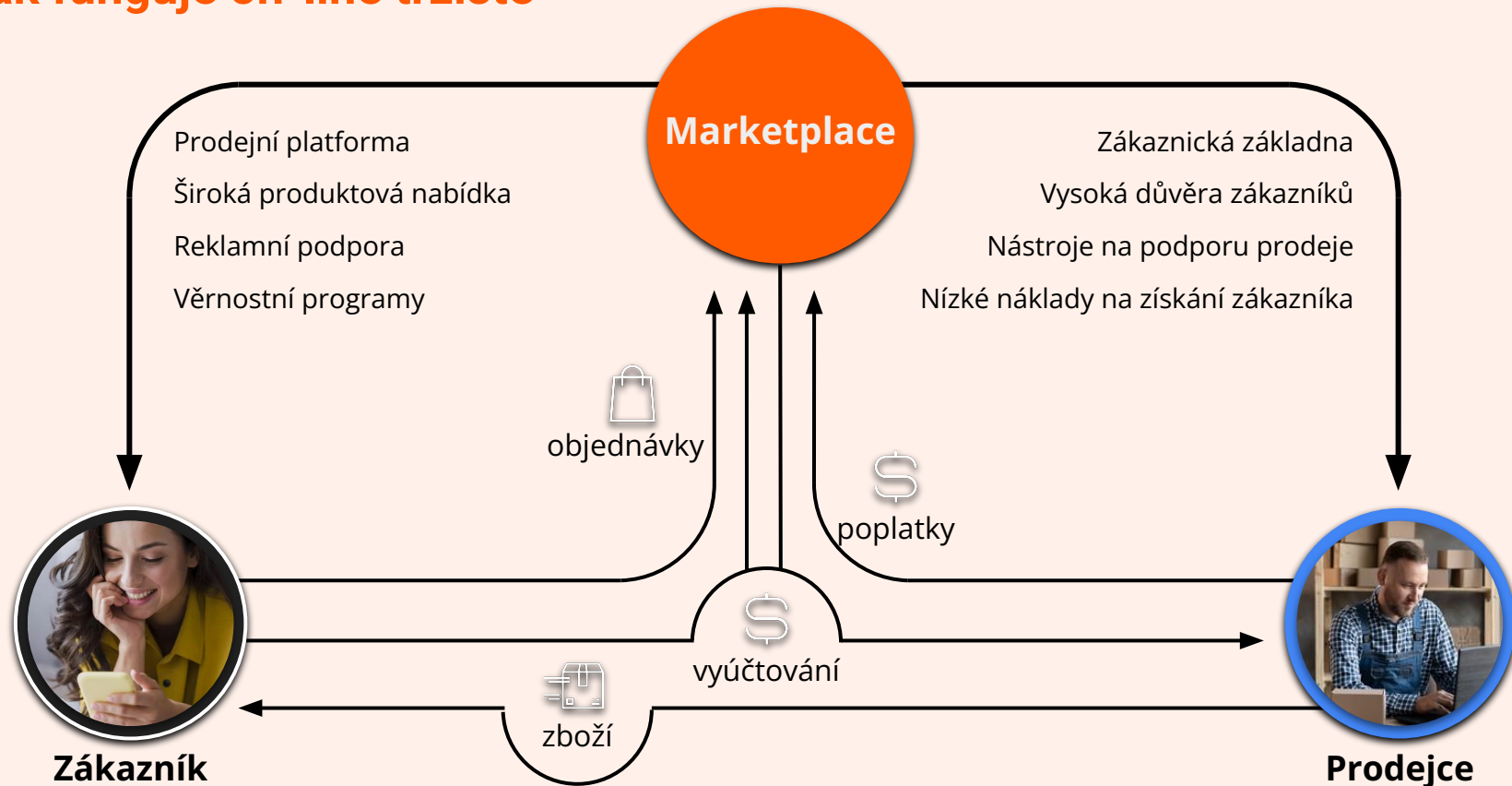
Amerika

80-90%

—

Asie

Jak funguje on-line tržiště



Důvody oblíbenosti mezi zákazníky



1

Jednoduchost nákupu

2

Věrnostní programy

3

Velký výběr produktů

4

Masivní marketing

5

Zákazník na prvním místě

Hlavní výhody Marketplaces



1

Velká zákaznická báze

2

Nízké vstupní náklady

3

Jednoduchá integrace

4

Zvýšení povědomí značky

5

Efektivní způsob exportu

Jak na tržišti uspět?



1

Nastavení strategie, očekávání

2

Udržovat kladnou kvalitu účtu

3

Účastnit se věrnostních
programů

4

Exportovat do všech zemí

5

Maximálně využít
marketingové možnosti

Nastavení strategie

01

Zvolení sortimentu

- Správně zvolit, které produkty budu prodávat
- Čím více produktů zalistuji, tím větší mám pravděpodobnost prodejů
- Idle položky z eshopu častěji mnohem výkonnější než bestsellery

02

Výběr typu napojení

- Manuální - rychlý, levný vstup ovšem bez možnosti dalšího škálování
- API - plně automatizovaný, pod vlastní kontrolou, nákladný na finance a čas
- Integrátor - rychlá, dostupná a automatizovaná cesta, ideální “vstupní brána”

03

Správa účtu

- Přidělit účtu příslušného, zaškoleného zaměstnance
- Komunikace s tržišti (podpora, KAM)
- Reporting

Kvalita prodeje

01

Komunikace se zákazníky

- Recenze, komentáře
- Reklamace, vratky
- Co nejrychleji, nejpozději však do 24-48h

02

Doprava

- Rychlost předání dopravci
- Rychlost doručení zákazníkovi
- Tracking

03

T&C

- Neodkazovat na své stránky
- Nevkládat do balíků své marketingové produkty
- Jiné

Věrnostní programy

01

Být součástí věrnostních programů

- Zásadní navýšení šance prodeje
- Nejčastěji používané filtry
- Co-financing ze strany marketplace

02

Příklady věrnostních programů

- Allegro SMART!
- Amazon Prime
- AlzaPlus+

Export do všech zemí

01

Přístup k novým zákazníkům

- Akvizice miliónů nových zákazníků bez nutnosti vybudování své vlastní lokální značky či pobočky
- Čím více produktů zalistuji, tím větší mám pravděpodobnost prodejů
- Idle položky z eshopu častěji mnohem výkonnější než bestsellery

02

Využití infrastruktury

- Přeshraniční dopravní možnosti jako např. Allegro Doprava
- Překlady skrze nejnovější AI nástroje
- Automatické nastavování cenotvorby a přepočet cen

03

Příklady možností expanze

- Allegro - Polsko, Slovensko, Maďarsko
- Amazon - Německo, Francie, UK a další...
- Kaufland - Německo, Rakousko, Itálie a další...

Marketingové možnosti

01

Navýšení prodejů

- Zlepšení visibility na platformě
- Zvýšení šance výhry BuyBoxu
- Lze využít i pro off-platform advertising (Google Ads apod.)

02

Resell vs. Private labels

- Odlišný způsob strategie
- Visibility vs. Performance nástroje
- Allegro Ads vs. Featured offers nebo Amazon Performance+ vs. Brand+

Knihkupectví Daniela

*„S prodejem na Allegro jsme začínali postupně, nejprve jsme nabízeli menší počet produktů a testovali systém, později jsme přidávali další a další produkty. Dnes na marketplace nabízíme více než **80 000 produktů** a díky pečlivé cenotvorbě naše **prodeje zatím vzrostly o 10 %**. Myslíme si však, že Allegro má velký prodejní potenciál, a do spolupráce jsme šli s dlouhodobým očekáváním a plánem **vstoupit na další trh**. Očekáváme proto, že naše prodeje v budoucnu ještě více porostou.“*



Lukáš Benda

Závěrem...

Děkuji za pozornost!