



Eobuwie.pl – polski mistrz w cross-border e-commerce

Cross-border e-commerce, czyli transgraniczny handel internetowy, to gorący trend, wobec którego żaden rozwijający się e-biznes nie powinien przejść obojętnie. Dobrze przygotowany plan wejścia na nowe rynki może zaowocować setkami tysięcy, jeśli nie milionami, nowych klientów. Szanse dla sprzedawców są więc ogromne, ale jak je najlepiej wykorzystać? Na jakie potencjalne trudności się przygotować oraz jak zapewnić budzące zaufanie konsumentów doświadczenie zakupowe? O tym opowiada eobuwie.pl – lider w segmencie sprzedaży obuwia i akcesoriów online w Europie Środkowo-Wschodniej i Laureat najważniejszego dla polskiej branży e-commerce konkursu „E-commerce Polska Awards” w kategorii „Best in Cross-border” w 2020 r.

Jak z powodzeniem prowadzić biznes na kilkunastu rynkach europejskich? Jak ujednolicić *customer journey* dla klientów ze wszystkich krajów? Jak zoptymalizować procesy logistyczne, magazynowe, płatności i obsługę milionów klientów? Zielonogórska spółka eobuwie.pl, która z sukcesem prowadzi swój biznes od ponad 20 lat, ma na to patent.



W 2012 r. wielkość sprzedaży eobuwie.pl w Polsce sięgała ok. 25 mln zł. W ciągu kolejnych lat, pomimo obecności na rynku dużych zagranicznych konkurentów, wzrosła do 2,2 mld zł w 2020 r. Eobuwie.pl przeprowadziło ekspansję w Europie, otwierając sprzedaż online na średnio dwóch nowych rynkach każdego roku. Dziś jest obecne już w 16 krajach.

Eobuwie.pl z ofertą ponad 170 tys. produktów od 580 marek – wraz z autorskim Modivo z ofertą ponad 100 tys. produktów od 269 marek – jest liderem rynku sprzedaży obuwia i akcesoriów online w Europie Środkowo-Wschodniej. Misją firmy jest dzielenie się z klientami pasją do mody i technologii, a poprzez to bycie pierwszym i docelowym wyborem dla kupujących obuwie online. Za sprawą konsekwentnej ekspansji międzynarodowej dziś Polska odpowiada za 1/3 sprzedaży eobuwie.pl, a pozostała część przychodów pochodzi z rynków zagranicznych.





Eobuwie.pl oferuje najwyższe standardy obsługi klienta, zapewniając lokalność wszelkich możliwych rozwiązań – od strony sklepu, przez centrum pomocy, po różnorodne opcje dostawy i najpopularniejsze na lokalnych rynkach metody płatności. Dzięki temu liczba zamówień zagranicznych systematycznie wzrasta. Z dumą mogę powiedzieć, że jesteśmy liderem segmentu w Europie Środkowo-Wschodniej, a sprzedaż na rynkach zagranicznych rośnie regularnie. 2020 rok okazał się rekordowy dla firmy. Przy dwucyfrowych wzrostach sprzedaży r/r eobuwie.pl zanotowało wysoką rentowność. Sprzedaż w całym 2020 roku wzrosła do 2,2 mld zł (+52% r/r), przy marży EBITDA na poziomie 9,0%. Cieszy nas także wynik Modivo – naszej platformy z modą premium – jej udział w przychodach w całym 2020 roku wyniósł ponad 10%.

Marcin Grzymkowski,
założyciel i prezes eobuwie.pl



Zespół eobuwie.pl bardzo dba o optymalizację procesów, które funkcjonują w sklepie oraz maksymalizację satysfakcji klientów na każdym kroku procesu zakupowego. W zakresie obsługi płatności inspirujemy się nawzajem do ciągłego rozwoju i poszukiwania nowych rozwiązań, które stawiają potrzeby kupujących w centrum uwagi.

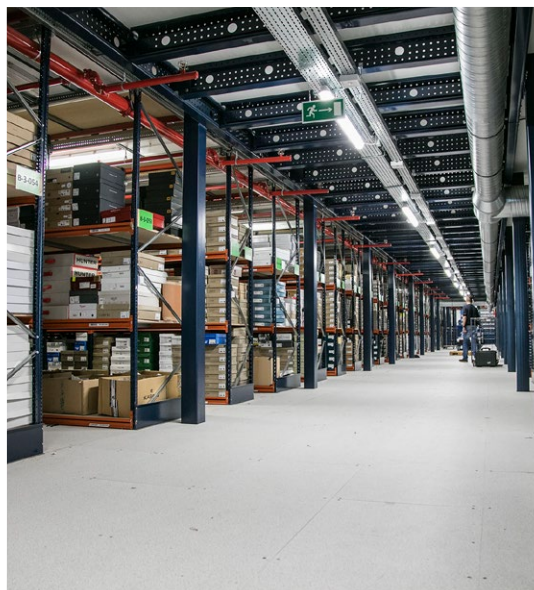
Joanna Pieńkowska-Olczak,
prezes PayU S.A.

Od zaplecza sklepu z butami do pozycji lidera branży w regionie

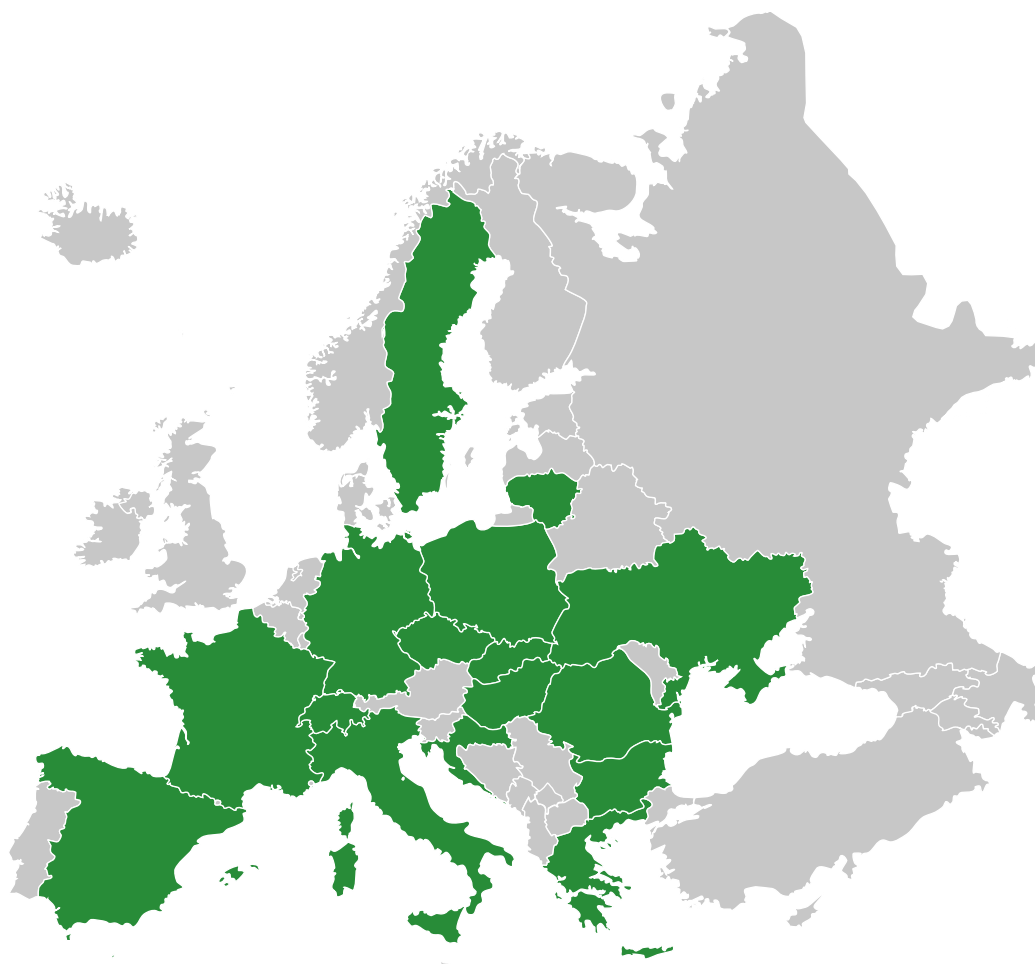
Historia firmy eobuwie.pl to historia przełamywania utartych schematów myślowych i śmiałości w konsekwentnym wdrażaniu nowoczesnych technologii. Od pomysłu rozwijanego na zapleczu niewielkiego lokalnego sklepu z butami do pozycji lidera segmentu w Europie Środkowo-Wschodniej eobuwie.pl przebyło długą drogę. Obecnie spółka prowadzi **sprzedaż online w 16 krajach** i dynamicznie rozwija zasięg geograficzny swojej działalności, a **w Polsce także koncept sklepu stacjonarnego - to już 25 placówek zlokalizowanych w największych galeriach handlowych.**

Spółka powstała w 2006 r. To początek sprzedaży internetowej, budowania zespołu specjalistów oraz inwestycji w infrastrukturę. Wkrótce pojawił się impuls do rozwoju na skalę międzynarodową. Sprzedaż online znacznie przekroczyła tę w kanałach tradycyjnych, przeprowadzono także kluczowe inwestycje w infrastrukturę i logistykę. W 2013 r. eobuwie.pl rozpoczęło sprzedaż w Czechach, inaugurując tym samym ekspansję na terenie Europy Środkowej.

Od tego czasu rokrocznie uruchamiane były kolejne rynki (w tym m.in. Bułgaria, Rumunia, Węgry). W 2016 r., w kontekście rozwoju działalności i rosnącej sprzedaży, spółka zrealizowała przełomową inwestycję - powstało pierwsze własne centrum logistyczne. W kolejnych latach dynamika była utrzymana, eobuwie.pl udostępniło szeroką ofertę klientom ze Szwecji, Grecji, Litwy, Francji, Hiszpanii oraz Włoch.



 Polska (2006)	 Czechy (2014)	 Niemcy (2014)	 Rumunia (2015)
 Węgry (2015)	 Ukraina (2016)	 Bułgaria (2016)	 Słowacja (2017)
 Litwa (2017)	 Grecja (2017)	 Szwecja (2017)	 Włochy (2018)
 Hiszpania (2018)	 Francja (2018)	 Szwajcaria (2019)	 Chorwacja (2020)



W 2020 r. eobuwie.pl realizuje kolejne ambitne projekty. Jednym z nich jest budowa II centrum logistycznego, z którego produkty wysyłane są do konsumentów w całej Europie. Centrum jest w pełni zautomatyzowane. Pracę wspierają roboty pickingowe oraz maszyna samopakująca, która pracuje z wydajnością procesowania nawet tysiąca sztuk pojedynczych zamówień na godzinę.

W portfolio pojawiają się nowe brandy własne - Eva Longoria oraz Rage Age, które uzupełniają katalog marek własnych: Eva Minge, Creole, Sergio Bardi, Togoshi, Quazi. Rośnie także Modivo, które odnotowuje obecność już na 13 rynkach europejskich. Wyznacza nowe trendy w branży, organizując autorskie live'y, podczas których popularni influencerzy prezentują trendy i najmodniejsze stylizacje.

Są także konkretne plany rozwoju esize.me – usługi, która na podstawie skanu stóp rekomenduje właściwie dopasowane buty z całej oferty eobuwie.pl, niezależnie od marki. Podstawowe funkcjonalności już zostały przeniesione do aplikacji mobilnej i klienci w Polsce mogą wykonać skan 2D za pomocą smartfona. W I kwartale 2021 r. usługa zadebiutuje w Czechach, Grecji, Rumunii, Bułgarii i na Węgrzech. Klienci zyskają również dostęp do usługi esize.me na stronie internetowej.

TGV polskiego e-commerce’u – 16 rynków w 7 lat

Wejście na nowy rynek wiąże się z wcześniejszym podjęciem wielu strategicznych decyzji, które określają ten proces od A do Z. Część firm już od samego początku wie, gdzie chce się rozwijać, inne szukają nowych miejsc do sprzedaży swoich produktów lub usług przez Internet, analizując szanse na biznesowy sukces pod wieloma aspektami.

Na co eobuwie.pl zwraca szczególną uwagę wybierając kolejne kierunki ekspansji międzynarodowej?



Bliskość geograficzna – to zawsze gwarancja szybkich i terminowych dostaw.



Bliskość kulturowa – znając dobrze dany region, firma ma świadomość asortymentu, jakiego poszukują konsumenci, dzięki czemu może przygotować dokładniejszą ofertę (np. otwierając Chorwację, eobuwie.pl estymowało trendy zakupowe na podstawie wcześniejszych doświadczeń z Włochami – położenie nad Adriatykiem, ten sam klimat).



Konkurencja – zawsze warto sprawdzić, kto z branży jest już na rynku, kto ewentualnie planuje wejście, jakimi kanałami i jak intensywnie prowadzi kampanie reklamowe, zaznacza swoją obecność.



Zwyczaje zakupowe – konieczna jest analiza, czy konsumenci mają zaufanie do internetowego kanału sprzedaży i regularnie robią w nim zakupy, czy raczej wolą tradycyjną formę, jakie sposoby dostawy preferują i jak lubią płacić za zakupy.

Otwarcie pierwszych rynków wymagało od eobuwie.pl bardzo dużego zaangażowania. Skrojenie oferty adekwatnej do rynku, zarządzanie kwestiami logistycznymi, wdrożenie płatności – te procesy trzeba było przeprowadzić od A do Z. W przypadku płatności bardzo wsparło nas PayU ze swoimi lokalnymi rozwiązaniami i specjalistami na miejscu – od dedykowanego opiekuna, przez inżyniera, do osób odpowiedzialnych za bezpieczeństwo, zarządzanie ryzykiem i acquiring.

Mikołaj Wezdecki,
dyrektor e-Commerce eobuwie.pl

W przypadku tak szeroko zakrojonej działalności międzynarodowej, jaką prowadzi e-obuwie.pl, bardzo ważne jest **dobrze zlokalizowane i sprawnie zarządzane centrum logistyczno-magazynowe**, które pozwoli przeprosować ogromną skalę zamówień. Eobuwie.pl posiada dwa takie obiekty w swojej centrali pod Zieloną Górą. Całkowicie zautomatyzowane, z ważną rolą robotów pickingowych i nowoczesnym sorterem (o długości prawie 400 m), procesującym 10 000 zamówień na godzinę. Dochodzi do tego sprawny łańcuch dostaw oraz zapewnienie klientom wygodnych form płatności. W tym zakresie eobuwie.pl korzysta na większości rynków z usług PayU.

PayU jest partnerem eobuwie.pl od wielu lat. Towarzyszy firmie od początku ekspansji międzynarodowej i współpracuje ze spółką na większości rynków. PayU posiada siedziby w wielu lokalizacjach, dzięki czemu często organizowane są spotkania z lokalnymi specjalistami.

Jako lider branży eobuwie.pl stawia na najwyższe standardy w każdym aspekcie prowadzenia sprzedaży transgranicznej. Każdy z wymienionych poniżej obszarów wymaga starannego przygotowania:



uspójnienie łańcucha dostaw



dostosowanie form płatności i dostaw do oczekiwań rynku



kwestie formalno-prawne związane z zarejestrowaniem spółki w danym kraju (np. Niemcy, Szwajcaria);



przygotowanie zaplecza magazynowego, które umożliwi bieżące przechowywanie towaru;



rekrutacja i wyszkolenie zespołu odpowiedzialnego za obsługę danego rynku.

Wyjście poza Unię Europejską

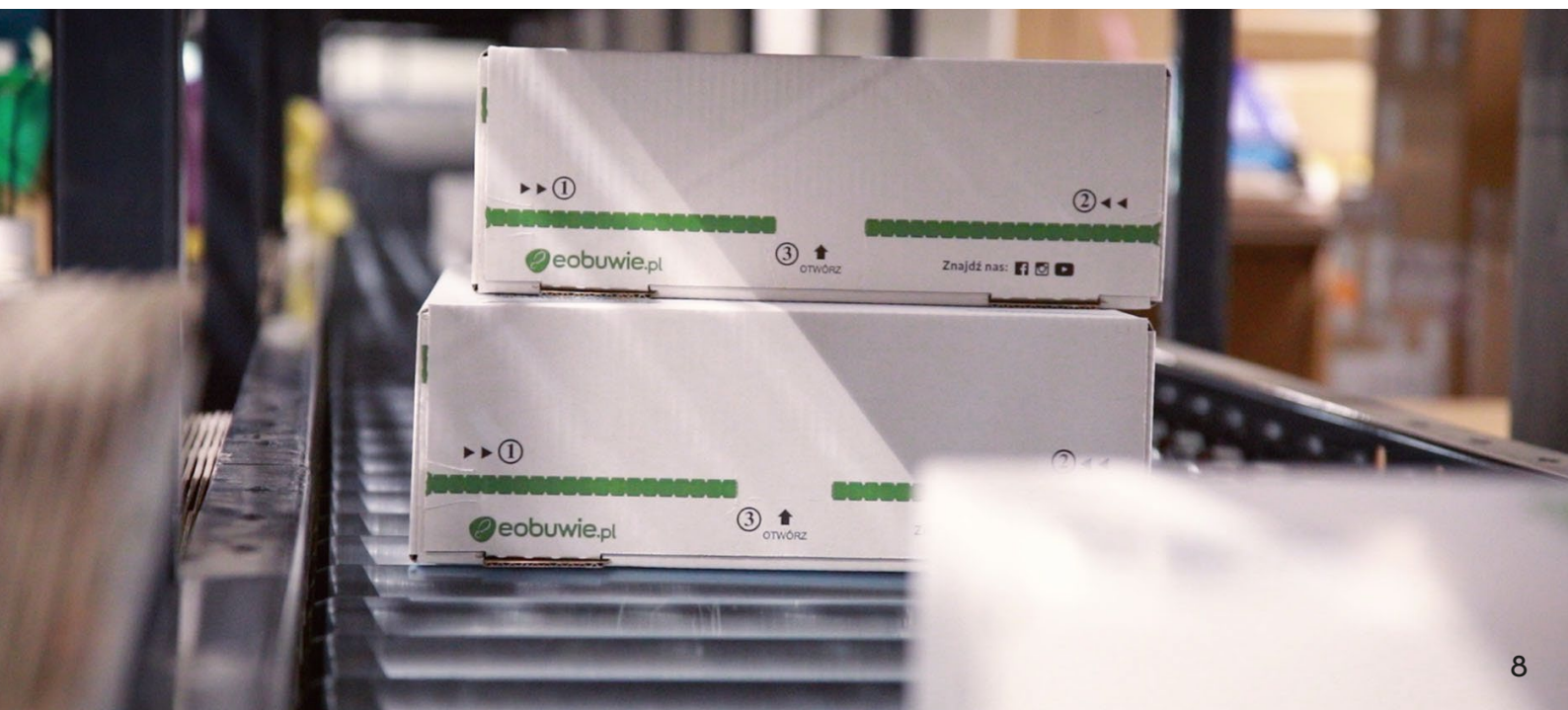
Aby z sukcesem prowadzić sprzedaż transgraniczną, eobuwie.pl zadbało o wypełnienie różnorodnych kwestii formalno-prawnych, które potwierdzają legalność działalności. Spełnienie wymaganych standardów prawnych było stosunkowo łatwe w przypadku ekspansji w ramach Unii Europejskiej, gdzie granice terytorialne dla sprzedających praktycznie nie istnieją.

Procesem wymagającym większego zaangażowania było natomiast rozpoczęcie sprzedaży w krajach niebędących członkami UE, np. w Szwajcarii czy na Ukrainie, ale i tam wszystko odbyło się bez zakłóceń. Kwestie prawno-formalne odbywają się przy współpracy z zespołami radców prawnych oraz koordynatorami, powoływanymi do obsługi każdego z rynków. Wg wypracowanego przez spółkę „know-how”, uruchamianie sprzedaży na nowym rynku odbywa się zgodnie z przygotowanym scenariuszem.

Mając na uwadze dalszy rozwój sprzedaży międzynarodowej eobuwie.pl posiada od maja 2020 r. certyfikat AEO, który gwarantuje szereg uprawnień w prowadzeniu biznesu transgranicznego. Dokument ten honorowany jest w całej Unii Europejskiej, jak również w Szwajcarii, Norwegii, Stanach Zjednoczonych oraz Chinach.

Mówimy w języku klientów

Eobuwie.pl w każdym kraju prowadzi sprzedaż w języku narodowym. Obsługa telefoniczna i live chat prowadzone są z centrali w Zielonej Górze. Dla każdego rynku powoływany jest lokalny koordynator, który zna specyfikę miejsca, czuwa nad akcjami sprzedażowymi oraz monitoruje rynek.



Eobuwie.pl w liczbach



100%

wzrostu sprzedaży
w każdym roku



16

europejskich rynków



ponad

90 tys.

paczek wysyłanych codziennie
w całej Europie



2/3

sprzedaży generowane
przez cross-border



95%

zamówień złożonych do godz.
18:00 wysyłanych w ciągu tego
samego dnia



ponad

170 tys.

produktów



**10 tys.
szt./godz.**

przepustowość
ajnowocześniejszego
sortera we własnym
centrum logistycznym



ponad

580

marek, dostępnych
dla klientów wszystkich
16 rynków



7

marek własnych dostępnych
na wyłączność Quazi, Creole,
Sergio Bardi, Eva Minge, Togoshi,
Rage Age, Eva Longoria



13

rynków, na których działa
Modivo (własny e-commerce
z modą premium)

Kupujący płacą za zakupy tak, jak lubią

Bardzo ważnym aspektem w ramach zapewnienia klientom lokalności rozwiązań jest udostępnienie im najchętniej wybieranych przez nich metod płatności online.

Międzynarodowym standardem płatności za zakupy w sklepach internetowych są karty płatnicze (kredytowe oraz debetowe). W wielu krajach jednak znacznie większą popularnością wśród kupujących online cieszą się alternatywne rozwiązania, takie jak np. szybkie przelewy (tzw. pay-by-linki) w Czechach i w Polsce, czy płatność kartą rozkładana automatycznie na raty w Rumunii.

Obok zaoferowania kupującym wygodnych, znanych im metod płatności online, bardzo ważne jest także umożliwienie płatności w lokalnych walutach. Pomaga to zwiększyć zaufanie, bo kupujący dokładnie wie, ile zapłaci, bez zastanawiania się nad kursem wymiany.

Dzięki współpracy z PayU możemy zaproponować naszym klientom rozwiązanie, z którego na co dzień korzystają w swoich krajach. PayU wspiera nas na bieżąco w podnoszeniu konwersji naszych zamówień. Wprowadzanie nowych produktów oraz rozwój tych obecnych daje wymierne korzyści.

Agnieszka Urbańska,
project manager eobuwie.pl

Raty dostępne w sklepach internetowych zyskują na popularności, bo kupujący coraz częściej kierują się ideą „smart”. Poszukują najlepszych w danym momencie ofert, a rozłożenie płatności na raty pozwala im na szybkie i wygodne dokonanie zakupu. Eobuwie.pl oferuje zakupy na raty lub z inną odroczoną formą płatności m.in. klientom w Polsce i w Czechach.



Inne ważne aspekty dotyczące zachowań konsumentów w kontekście płatności:



Kupujący <40 roku życia cenią sobie możliwość zapłacenia od ręki (online) – to dla nich naturalne zakończenie ścieżki zakupowej, finalizują i czekają już tylko na produkt.



Kupujący >40 roku życia często wolą zapłacić za pobraniem, dopiero kiedy fizycznie otrzymają zamówiony produkt.



Przy większych zakupach oraz zakupach z kategorii premium kupujący chętnie korzystają z opcji zakupów na raty.



PayU podąża za trendami, dlatego na bieżąco poszerza swój katalog metod płatności. Jednym z przykładów jest nawiązanie współpracy z firmą Twisto w Czechach, dzięki której odroczone płatność pojawiła się na formacie płatności PayU. Eobuwie.pl dołączyło do grona merchantów, którzy zdecydowali się wdrożyć to rozwiązanie.

Dbamy o spójność doświadczenia zakupowego na wszystkich rynkach

Równolegle z poszanowaniem lokalnych zwyczajów konsumentów eobuwie.pl mocno stawia także na wysokie customer experience dla każdego z rynków. Oznacza to łatwą nawigację po stronach wszystkich sklepów (przygotowanych w języku narodowym), aktywne kanały komunikacji w social media dla każdego z rynków oraz czytelne prezentacje i opisy produktów.

Różne rynki, jeszcze więcej możliwości

Klucze do sukcesu w cross-border e-commerce według eobuwie.pl:

- świadomość wyzwania (sprzedaż w Polsce lub nawet w Unii Europejskiej, a sprzedaż poza Wspólnotą, to innego rodzaju wyzwanie);
- szczegółowe poznanie specyfiki rynku;
- wypracowane i sprawdzone zaplecze logistyczno-magazynowe;
- wsłuchanie się w potrzeby klientów (to pod ich oczekiwania przygotowujemy ofertę produktową, formy płatności i dostawy);
- stałe poszerzanie oferty oraz rozwijanie marki własnej (klienta trzeba cały czas zaskakiwać, dawać mu wybór jakiego nie znajdzie nigdzie indziej);
- kompleksowa obsługa klienta w języku narodowym (jest to wyraz profesjonalnego podejścia do obsługi klienta);
- transparentność i otwartość, zamiast anonimowości – należy dać się poznać na rynku jako zagraniczny profesjonalista, który z poszanowaniem lokalnych tradycji prezentuje swoją szeroką ofertę (produkty tylko ze sprawdzonych źródeł, tylko od sprawdzonych dostawców).

Fakt, że eobuwie.pl zaufali już klienci z 16 krajów jest ogromnym sukcesem. Są to miliony zadowolonych konsumentów. Dzięki takiej skali sprzedaży spółka może jeszcze lepiej i jeszcze szybciej odpowiadać na ich oczekiwania, a w ostatecznym rozrachunku to przecież oni decydują o realiach rynkowych. Jednocześnie ta międzynarodowa ekspansja to szansa na poznanie nowych kultur i tradycji oraz impuls do dalszego rozwoju. Polecamy wszystkim, aby wybrali się w taką podróż.

