

7. prosince 2023

Češi využívají doručovacích služeb před Vánocemi ve velkém. V posledním půl roce byla nejvyužívanější Zásilkovna

Z poštovních a kurýrních služeb letos nejsilněji inzerovalo PPL

Zhruba tři čtvrtiny Čechů z internetové populace uvedly, že pro potřeby vánočních nákupů využívají doručovacích služeb. Za posledního půl roku nejčastěji využili Zásilkovnu. Adekvátní doba pro doručení balíků je podle poloviny respondentů do dvou pracovních dnů. A co se týče ceny za dopravu, největší podíl dotázaných je toho názoru, že by měla být zdarma od určité ceny objednávky.

Výzkum provedla agentura ResSOLUTION Group. Proběhl metodou online sběru na vzorku pětistovky respondentů z internetové populace starší 15 let z Českého národního panelu.

Výzkum doplňují též data monitoringu reklamy Ad Intel společnosti Nielsen. Dle nich mělo největší objem inzerce z poskytovatelů poštovních a kurýrních služeb od začátku roku PPL.

Chcete se také účastnit podobných výzkumů, nebo víte o někom, kdo by o to měl zájem? Profil na Českém národním panelu si může každý vytvořit [zde](#).

Jak často internetoví Češi, kteří si za posledního půl roku nechali doručit balík, využívají těchto služeb? Alespoň jednou týdně si balík nechává posílat 12 % dotázaných, nejméně jednou do měsíce je to už 55 %. Zbylí dotázaní využívají doručovací služby s nižší frekvencí – 31 % zhruba jednou za 3 měsíce, 14 % alespoň jednou za půl roku.

Nejlepší (podpořené) znalosti mezi doručovacími službami se momentálně těší PPL, Česká pošta a Zásilkovna – všechny tři v předloženém seznamu identifikovalo přes 90 % dotázaných. Těsně pod 90% znalostí se pohybuje služba Balíkovna a pětici nejznámějších pak uzavírá DPD, které zná 80 % lidí.

Pětice nejvyužívanějších služeb v posledním půl roce má už jednoznačnější pořadí. Nejčastěji respondenti (kteří znají alespoň jednu doručovací službu) využili Zásilkovnu (78 %), o druhé, resp. třetí místo se dělí PPL a Česká pošta (59 %), čtvrté patří Balíkovně (49 %) a páté DPD (35 %).

Rychlost doručení? Nejlépe do 2 pracovních dnů

Podle zhruba poloviny respondentů by adekvátní lhůta pro doručení balíků měla být **do 2 pracovních dnů**, shodlo se na tom 54 % dotázaných. Necelé třetinu (30 %) by stačily **3–4 pracovní dny**. 15 % naopak uvedlo, že by doručení balíčku mělo proběhnout už **do druhého dne** od objednání.

Co se týče ceny za **dopravu** balíčku, 7 % respondentů aktivních na internetu je toho názoru, že by měla být **vždy zdarma**. Podle více než třetiny by měla být **zdarma od určité ceny objednávky** a 28 % míní, že adekvátní cena je **do 49 Kč**. Cenu **mezi 50 a 99 Kč** považuje za odpovídající 29 % a pouze 1 % míní, že adekvátní cena dopravy je **nad 100 Kč**.



Zdroj: ResSOLUTION Group, N=519, internetová populace 15+, ČNP, říjen 2023

Reklama poštovních a kurýrních služeb

Z firemních značek segmentu poštovních a kurýrních služeb umístilo od začátku roku reklamu v nejvyšší hodnotě **PPL**, dosáhla celkové ceníkové hodnoty necelých 14 milionů korun. Ve velmi těsném závěsu je však **Česká pošta**, jejíž inzerce měla hodnotu 13,7 milionu korun. Objem reklamy třetí **Zásilkovny** měl ceníkovou cenu přes 4,5 milionu korun.

Ceníková hodnota reklamního prostoru TOP 3 značek segmentu

poštovní a kurýrní služby

v období leden–říjen 2023

1. PPL

13 963 000 Kč

2. Česká pošta

13 726 000 Kč

3. Zásilkovna

4 569 000 Kč

Zdroj: Nielsen (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen)
Data zahrnují mediatypy: TV, internet, rádio, tisk, OOH; bez vlastní inzerce. Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring.



**Ceníková hodnota není ekvivalentem reálných (čistých) investic do nákupu reklamního prostoru (na reálnou cenu, kterou firma za nákup reklamního prostoru skutečně zaplatí, má vliv řada faktorů jako celkový objem nakoupeného prostoru, uplatnění slev, barterové spolupráce a podobně). Reporting ceníkových hodnot reklamního prostoru ovšem spolehlivě zachycuje vývoj a trendy současného reklamního trhu (umožňuje např. porovnávat jednotlivé zadavatele, média nebo odvětví mezi sebou apod.).*

Res
SOLUTION

Eliška Morochovičová

Head of Communication

eliska.morochovicova@ressolution.cz

+420 222 717 762 / +420 725 612 020

Res
SOLUTION

Hana Cveková

Research Manager

hana.cvekova@ressolution.cz

+420 222 717 762

**Marek Zámečník**

Commercial Director CZ/SK

marek.zamecnik@nielsen.com

+420 222 717 763

O společnostech:

ResOLUTION Group (www.ressolution.cz) je renomovaná česká výzkumná agentura s bohatými zkušenostmi v oblasti průzkumu trhu. V její nabídce naleznete marketingové a mediální výzkumy, z nichž řada má mezinárodní přesah. Zpracovává různorodá výzkumná šetření pro významné instituce, mezi něž patří například univerzity, bankovní a obchodní společnosti, televize, mediální domy, ministerstva i jiné státní instituce a podobně. ResOLUTION Group je také výhradním dodavatelem společnosti Nielsen Admosphere.

ResOLUTION na sítích: [LinkedIn](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#)

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je crossmediální elektronické měření sledovanosti videoobsahu. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím. Součástí Nielsen Admosphere je i oddělení Adwind Software, které vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.

Český národní panel (nationalpanel.eu) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národní panel – SNaP), v Polsku, v Maďarsku a v Bulharsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 30 000 v Polsku, 30 000 v Maďarsku a 15 000 v Bulharsku.