

Slons.sk + Heureka: Jak certifikát Ověřeno zákazníky pomohl zvýšit důvěru i podíl online plateb

Výzva: Jak přesvědčit zákazníky, aby zaplatili předem

Slons.sk je tradiční český prodejce outdoorového a sportovního vybavení s více než 20letou historií. Na slovenský trh vstoupil pod novou značkou s cílem nabídnout kvalitní funkční oblečení a vybavení pro aktivní život v přírodě.

Po nás chtěl zvýšit důvěru zákazníků a snížit vysoký podíl plateb na dobírku.

Bez viditelného nezávislého ověření zákazníci často volili dobírku, která tvořila **58 % všech objednávek**. Pro e-shop to znamenalo vyšší logistickou zátěž i riziko nepřevzatých zásilek.

Obavy zákazníků jsou při online nákupu běžné – bezpečnost nákupu ovlivňuje až **82 % uživatelů**. Slons.sk proto hledal způsob, jak tyto obavy snížit a motivovat zákazníky k využívání online plateb.

Řešení: Certifikát jako rychlá zkratka k důvěře

Slons.sk nasadil certifikát **Ověřeno zákazníky**, který zákazníci dlouhodobě vnímají jako jeden z nejsilnějších signálů důvěryhodnosti (**skóre užitečnosti 5,87 z 7**).

Strategie byla jednoduchá: **přenést důvěru ve značku Heureka na samotný e-shop**.

Certifikát funguje jako mentální zkratka. Neznámý e-shop posouvá do kategorie „prověřený“, čímž odstraňuje bariéru nákupu naslepo. Zákazníci tak **získají jistotu, že nákup je bezpečný** – a snáze zvolí online platbu.

„Při vstupu na nový trh je důvěryhodnost naprosto klíčovým faktorem, který rozhoduje o tom, zda u nás zákazník nakoupí, nebo odejde ke konkurenci. Data z naší slovenské expanze to potvrzují naprosto jednoznačně: po získání certifikátu Heureka **Ověřeno zákazníky** nám tržby vyrostly o 125,4 %, konverzní poměr stoupl o 6,25 % a průměrná hodnota objednávky se zvýšila o téměř 29 %. Nejde jen o vyšší prodeje, ale i o efektivitu – naše náklady na akvizici výrazně klesly, což je zásadní posun v ziskovosti. **Ověřeno zákazníky** je pro nás základním pilířem důvěry a povinným standardem, který budeme využívat i při všech našich budoucích expanzích na další trhy.“

Výsledky: Více důvěry, více online plateb

Analýza dat po nasazení certifikátu potvrzuje, že důvěryhodnostní prvek reálně ovlivnil chování zákazníků – a to i během tradičně slabšího povánočního období.

- ✓ **Stabilizace a růst konverzí:** Po nasazení certifikátu se zastavil typický povánoční pokles. Konverzní poměr vzrostl z 1,6 na 1,7 % (+6,25 %), a to i při zvýšené marketingové aktivitě.
- ✓ **Průlom v online platbách:** Podíl plateb kartou postupně vzrostl až na 36,5 %, především na úkor bankovního převodu (-63 %).
- ✓ **Efektivní výkon při vyšší návštěvnosti:** Certifikát zafungoval jako důvěryhodnostní kotva – i při výrazně vyšší návštěvnosti pomohl udržet a zvýšit konverzní poměr.



+78 %

nárůst návštěvnosti

Po zavedení certifikátu vzrostla týdenní návštěvnost z 1 542 na 2 748 uživatelů, aniž by došlo ke zhoršení výkonu.

+6,25 %

nárůst konverzí

Po nasazení certifikátu vzrostl podíl návštěvníků, kteří dokončili nákup.

+22 %

podíl plateb kartou

Vyšší důvěra zákazníků vedla k výraznému posunu směrem k online platbám.

-63 %

plateb převodem

Podařilo se eliminovat neefektivní platby převodem (z 12 na 4 %) ve prospěch rychlejší a bezpečnější platby kartou.