



### ● Charakterystyka firmy i jej działalności

W Polsce nazwa to: Denley: <https://www.denley.pl/>

Poza Polską nazwa to: Bolf: <https://www.bolf.eu/>

Marka Denley.pl (Bolf) to tysiące zadowolonych klientów w Polsce i Europie na przestrzeni ostatnich dziesięciu lat. Marka specjalizuje się w sprzedaży odzieży męskiej i damskiej oraz wyjątkowych i oryginalnych dodatkach i akcesoriach. W sklepie jest już ponad 8 000 niesamowitych produktów!

### ● Ekspansja zagraniczna

Ekspansja zagraniczna w firmie polega na sprzedaży produktów z bezpośrednią dostawą do krajów poza granicami Polski. Zaczęła się w roku 2014, a pierwszy kraj, w którym rozpoczęto sprzedaż zagraniczną to Czechy ze względu na to iż jest to najbliższy kraj sąsiedzki i koszt dostosowania narzędzi i logistyki był najniższy. Główne motywacje, które pchnęły firmę w kierunku sprzedaży zagranicznej to przede wszystkim chęć rozszerzenia grup docelowych i profilu działalności, nauka zachowań nabywców (w każdym kraju klient zachowuje się, kupuje i jest motywowany inaczej) oraz chęć rozwoju wieloaspektowego - marketing, logistyka, psychologia sprzedaży.

### ● Kierunki ekspansji

Kraje UE, m.in. Czechy, Słowacja, Niemcy, Węgry, Rumunia

### ● Opis wykorzystania Cross-Border e-Commerce

Logo Denley kojarzone jest przede wszystkim ze sprzedażą odzieży w „polskim internecie”, ale nasza firma jest rozpoznawalna także na wielu innych rynkach europejskich pod nazwą BOLF. Jako międzynarodowa firma posiadamy 14 regionalnych sklepów internetowych oraz jeden sklep ogólnoeuropejski działający pod adresem Bolf.eu. Pomimo tak rozległego geograficznie rynku na jakim operujemy, całość logistyczna znajduje się w Polsce, a dokładniej w Zielonej Górze, skąd codziennie realizowane są wysyłki bezpośrednio do wszystkich krajów na których sprzedajemy.

### ● Dlaczego warto?

Oprócz najbardziej oczywistego argumentu jakim jest zwiększony wolumen transakcji i przychodu, pojawiają się takie aspekty jak zwiększająca się rozpoznawalność i popularność marki za granicą. Należy pamiętać, że potrzeby klientów polskich oraz zagranicznych potrafią być różne, co również zmusza nas do ciągłego poszukiwania trendów z całego świata, bycia „na bieżąco”. Z racji tego, że nie konkurujemy jedynie z polskimi markami, tylko z całym rynkiem UE, nie możemy sobie pozwolić choćby na niewielką chwilę wytchnienia. Rynek zmienia się bardzo szybko!

*Szczycimy się faktem, że obie nasze marki: Denley oraz Bolf posiadają w 100% polski kapitał. Pomimo, że działamy w wielu krajach, wciąż jesteśmy polską firmą i z dumą wspieramy naszą rodzimą gospodarkę. Aktywny rozwój poza granicami kraju to nasz główny cel, który z powodzeniem realizujemy od kilku ostatnich lat. Sprzedaż bez granic, w naszym wykonaniu, to nie jest jedynie slogan, a codzienna rzeczywistość.*

### ● Charakterystyka firmy i jej działalności

RoyalFashion.pl istnieje na rynku od 2018 roku. W ciągu zaledwie 3 lat od powstania sklepu przekształciliśmy się z firmy sprzedającej damskie obuwie on-line w przedsiębiorstwo mające w swoim asortymencie odzież, obuwie, dodatki dla kobiet, dzieci i mężczyzn i artykuły dla domu. Nasi klienci w Polsce i za granicą miesięcznie generują ponad 100 tys. transakcji. Gwarantujemy szybką wysyłkę towaru, możliwość zwrotu towaru przez 365 dni. Kluczem do sukcesu, od początku istnienia firmy były bardzo atrakcyjne ceny, bardzo bogaty asortyment oraz wdrażanie innowacyjnych technologii. Poziom satysfakcji naszych klientów zależy od szerokiej oferty produktowej (dostosowanej do danego rynku) krótkiego czasu dostawy oraz szybkiego procesu obsługi zwrotów.

### ● Ekspansja zagraniczna

Sprzedajemy produkty z bezpośrednią dostawą do następujących krajów: Czechy, Słowacja, Ukraina, Rosja, Węgry, Rumunia, Niemcy. W planie mamy ekspansję do kolejnych krajów z UE. Nasza filozofia na tych rynkach to przede wszystkim szybka dostawa w korzystnej cenie oraz możliwość wyboru najwygodniejszej opcji dostawy i możliwość zwrotu 365 dni.

### ● Kierunki ekspansji

Czechy, Słowacja, Ukraina, Rosja, Węgry, Rumunia, Niemcy, Francja, Grecja, Litwa, Bułgaria

### ● Opis wykorzystania Cross-Border e-Commerce

Działamy w oparciu o model multistore – w oparciu o jedną bazę produktową, uruchamiamy wiele platform językowych. Posiadamy odpowiednie zaplecze logistyczne (2 magazyny) zlokalizowane w Łazach pod Warszawą. Polska jest krajem atrakcyjnym cenowo a nasze ceny są konkurencyjne, dbamy o szeroki asortyment (ponad 5 tys. produktów w sklepie) oraz przywiązujemy wagę do wysokiej jakości obsługi klienta w sklepach zagranicznych. W tej chwili jesteśmy na etapie budowania świadomości naszej marki poza granicami.

### ● Dlaczego warto?

Internetowa sprzedaż transgraniczna to kusząca perspektywa. Można stosunkowo łatwo powiększyć rynek docelowy i zyskać nowych klientów. Tym co zachęca do rozszerzenia działalności są też historie sukcesów takich marek jak CCC, Reserved, eobuwie. Międzynarodowa ekspansja sprawiła że nasze przychody w stosunku do przedniego roku wzrosły o ok 20%.

*Tworzenie przedsiębiorstwa e-commerce od początku było niezwykle ciekawym i trudnym wyzwaniem. W tej chwili rozwijamy się na każdym z uruchomionych rynków zagranicznych, zdecydowanie wzrosła świadomość naszej marki w ostatnim roku wśród klientów, zwłaszcza w Polsce. Działamy w biznesie pomimo nieidealnych warunków i trudnych wyzwań związanych z pandemią. Inwestujemy w zespół, rozwijamy rozwiązania dla e-commerce oraz infrastrukturę. Postawiliśmy na sprawdzonych największych partnerów w zakresie performance marketingu. Od ponad roku współpracujemy z firmą Tradedoubler, które to partnerstwo jest nie do przecenienia w dążeniu do osiągnięcia międzynarodowych celów rozwojowych.*

- Joanna Beisert

### ● Charakterystyka firmy i jej działalności

R-GOL.com to największy sklep piłkarski w Polsce i jeden z największych w Europie. Ogromny wybór sprzętu wszystkich liczących się producentów, profesjonalna obsługa i atrakcyjne ceny sprawiły, że markę wybierają setki tysięcy miłośników futbolu.

R-GOL.com prowadzi także we współpracy z PZPN Oficjalny Sklep Kibica Reprezentacji Polski, w którym znaleźć można wszystkie gadzety kibicowskie, włącznie z aktualnymi trykotami reprezentacji. W ofercie marki jest ponad 8 000 piłkarskich produktów. Atutami sklepu są: ekspresowa darmowa wysyłka i zwroty, 10% cashback w programie lojalnościowym czy też hafty na butach piłkarskich i nadruki na odzieży.

### ● Ekspansja zagraniczna

Ekspansja zagraniczna sklepu R-GOL.com polega na sprzedaży produktów piłkarskich bezpośrednio do Klientów na rynkach zagranicznych. Pierwszym krajem była Rumunia na początku 2018 roku. Pozytywne doświadczenia z tego rynku utwierdziły firmę w zasadności kontynuowania obranej strategii ekspansji. Idąc za ciosem otwierała ona e-sklepy kolejno w: Węgrzech, Słowacji, Czechach, Ukrainie i Bułgarii. W pierwszych krokach strategia R-GOL obejmowała kraje Europy środkowo-wschodniej. Są to rynki szybko rozwijają się, niespenetrowane przez dużą europejską konkurencję - dzięki czemu relatywnie tanio można prowadzić skuteczne działania marketingowe. Istotna przy wyborze krajów jest również liczba aktywnych piłkarzy. Szybkie osiągnięcie pozycji lidera na każdym z rynków, jest dla firmy jednym z celów strategicznych.

### ● Kierunki ekspansji

Polska, Rumunia, Węgry, Chorwacja, Czechy, Słowacja, Bułgaria, Ukraina, Irlandia

### ● Opis wykorzystania Cross-Border e-Commerce

R-GOL.com w swojej strategii bardzo mocno postawił na rozwój sprzedaży zagranicznej. E-sklep R-GOL.com funkcjonuje w 10 wersjach językowych: polskiej, angielskiej, czeskiej, niemieckiej, słowackiej, węgierskiej, rumuńskiej, bułgarskiej, rosyjskiej i ukraińskiej. Oferuje dostawę do 26 krajów Unii Europejskiej oraz na Ukrainę, a w tym roku będzie również możliwość dostawy do Rosji, Białorusi, Kazachstanu czy Izraela. W 2021 roku sklep będzie realizował więc wysyłki do 31 krajów. R-GOL oprócz sklepów stacjonarnych w Polsce, prowadzi także sprzedaż w sklepie stacjonarnym w Bratysławie.

Na każdym z rynków dostępna jest darmowa dostawa, a czas dostarczenia przesyłek zazwyczaj wynosi około 2-4 dni roboczych od momentu złożenia zamówienia. Darmowy zwrot i kontakt z BOK w rodzimym języku to również standard dla każdego kraju. W planach jest organizacja usług fulfillment'owych w regionach ekspansji. Na rynkach wschodnich (poza strukturami UE) sklep realizuje procesy podatkowo-celne niezbędne do dokonywania zakupów przez lokalnych Klientów. Na każdym z rynków firma prowadzi dedykowane social media, które znacząco wpływają na świadomość marki i odsprzedaż.

### ● Dlaczego warto?

R-GOL.com to lider polskiego rynku artykułów piłkarskich. Dzięki wejściu na rynki zagraniczne stosunkowo szybko dotarł do nowego grona Klientów, z którymi mógł podzielić się swoją miłością do piłki nożnej. Dzięki temu znacząco wzmocnił rozpoznawalność brandu w krajach europejskich, podniósł obroty i już dziś jest jednym z największych sklepów tego typu w Europie. Dzięki obecności na wielu rynkach, skutecznie zdywersyfikował swój biznes, chroniąc go przed lokalnymi zawirowaniami sezonowości lub popytu. Skalowanie biznesu poprzez ekspansję umocniło również relację z producentami markowych produktów.

*Pragniemy być przyjacielem wszystkim naszym europejskich Klientów, bezkompromisowo dostarczać jak najlepsze Customer Experience i zrażać autentyczną pasją do piłki nożnej. Najlepszą nagrodą i zachętą do dalszej pracy jest 100% pozytywnych opinii od naszych Klientów. Jestem dumny, że polska, rodzinna firma może szcycić się mianem jednego z największych sklepów piłkarskich w Europie. Bezsprzecznie nie byłoby to możliwe bez prowadzonej ekspansji.*

- Wojciech Radziwon - Dyrektor ds. Marketingu i E-Commerce



### ● Charakterystyka firmy i jej działalności

W Ferze kochamy zwierzęta, dlatego naszą misją jest dbanie o to, żeby każdy zwierzak był zdrowy, szczęśliwy i miał pełny brzusek. Od momentu powstania w 2014 roku pracujemy nad tym, aby się ciągle rozwijać i wyznaczać nowe standardy w opiece nad zwierzętami. Dostarczamy klientom jedną z najszerzych ofert: ponad 13 000 produktów dla zwierząt, w tym 3 marki własne na wyłączność.

### ● Opis wykorzystania Cross-Border e-Commerce

Jesteśmy dumni, że budujemy kolejną polską markę – na wszystkich rynkach funkcjonujemy pod spójną marką Fera/Fera24. Nie przejmujemy innych firm, organicznie budujemy siłę naszej spółki, bazując na dotychczasowych doświadczeniach. Nasz główny magazyn także znajduje się w Polsce.

### ● Ekspansja zagraniczna

Wykorzystując nasze możliwości technologiczne i logistyczne naszą ekspansję zagraniczną rozpoczęliśmy od Czech i Litwy. Stale podnosimy sobie poprzeczkę i próbujemy naszych sił na coraz trudniejszych i większych rynkach, m.in. na bardzo rozwiniętym rynku niemieckim. Poznajemy kolejne lokalne rynki oraz zachowania konsumentów, dzięki czemu mamy poczucie, że zwiększamy nasze przewagi konkurencyjne oraz kompetencje w zakresie ecommerce. Ekspansja zagraniczna to dla nas źródło wyzwań, ale także niesamowite źródło wiedzy o marketingu i sprzedaży.

### ● Dlaczego warto?

Świat ecommerce to niesamowity wyścig. Każdy podmiot musi liczyć się z tym, że jeżeli nie rozwija swojego biznesu, może po prostu nie przetrwać. Ekspansja zagraniczna to jedna z tych możliwości nie tylko na zwiększenie sprzedaży czy poszerzenie bazy klientów, ale też fantastyczne źródło wiedzy o tym, jak działają i kupują inni. Jest to „okno na świat”, które ciągle uczy i motywuje do poszukiwania coraz bardziej innowacyjnych rozwiązań i niezwykle ważnej w ecommerce ciągłej optymalizacji.

### ● Kierunki ekspansji

● Kraje Unii Europejskiej – m.in. Niemcy, Czechy, Słowacja, Rumunia, Litwa, Węgry.

*Jesteśmy dumni z tego, że plasujemy się w czołówce największych i najszybciej rozwijających się sklepów internetowych z produktami dla zwierząt w Polsce. Ekspansja zagraniczna to dla nas wyzwanie, dzięki któremu rozwijamy nasz biznes i sprzedajemy więcej.*





### ● Charakterystyka firmy i jej działalności

Massi to polska firma rodzinna, która z małego przedsiębiorstwa rozwinęła się w prężnie działającą organizację, działającą na rynku wyposażenia łazienek. Swoje działania prowadzi zarówno w kanale tradycyjnym, jak i w obszarze e-commerce, który rozpoczęło w kwietniu 2020 w odpowiedzi na obostrzenia związane z pandemią. Misją firmy jest ułatwienie tworzenia łazienek, w których ludzie mogą poczuć się sobą.

W Polsce oraz na Litwie działa pod nazwą Massi:

PL: <https://sklep.massi.pl/>

LT: <https://massi.lt/>

### ● Opis wykorzystania Cross-Border e-Commerce

MakesYouLocal podjęło się pełnej lokalizacji, czyli profesjonalnego przetłumaczenia sklepu oraz dostosowania go do lokalnej kultury e-commerce. Dzięki temu dla lokalnego kupującego sklep jest wiarygodny a sam proces zakupowy w pełni dostosowany do oczekiwań litewskich konsumentów. Przed decyzją związaną z wyborem kraju przeprowadziliśmy dokładną analizę porównawczą przyglądając się potencjalnej konkurencji. Na tej podstawie doradziliśmy aby rozpocząć ekspansję od Litwy. Obecnie prowadzimy również działania związane z obsługą klienta na tym rynku, dzięki czemu firma nie musi zatrudniać dodatkowych pracowników litewsko-języcznych. Sam proces lokalizacji trwał około dwóch miesięcy.

### ● Ekspansja zagraniczna

Od początku swojej działalności sklep posiadał kilka wersji językowych swojej strony internetowej dzięki czemu pojawiały się zamówienia również z poza Polski. Było to argumentem przemawiającym za koncentracją i poprawieniem procesów sprzedaży poza Polską. Firma rozpoczęła działania związane z pełną lokalizacją sklepu na rynkach zagranicznych. Pierwszym rynkiem który działa na tej zasadzie jest Litwa.

### ● Dlaczego warto?

Nie zwiększając swojego asortymentu czyli sprzedając dokładnie to samo, dzięki ekspansji zagranicznej firma zwiększa swoją sprzedaż. Liczba zamówień spływających z Litwy potwierdza, że lokalizacja była właściwą decyzją. Zwiększa się również rozpoznawalność marki, narazi na Litwie ale są plany na kolejne kraje.

### ● Kierunki ekspansji

Litwa

*Nasza oferta spotkała się z żywym zainteresowaniem partnerów zagranicznych. Od paru już lat prowadzimy z sukcesem sprzedaż do krajów byłego Związku Radzieckiego i rozwijamy kanał sprzedaży na rynkach europejskich. Możemy śmiało powiedzieć, że dużo sobie obiecujemy po odzwie ze strony naszych aktualnych i przyszłych partnerów biznesowych spoza Polski. Dzięki zgranemu zespołowi ambitnych, fantastycznych ludzi, udało się nam sprawić, że Massi, z małej firmy rodzinnej, stało się jedną z najszybciej rozwijających się marek na rynku wyposażenia łazienek.*



massi