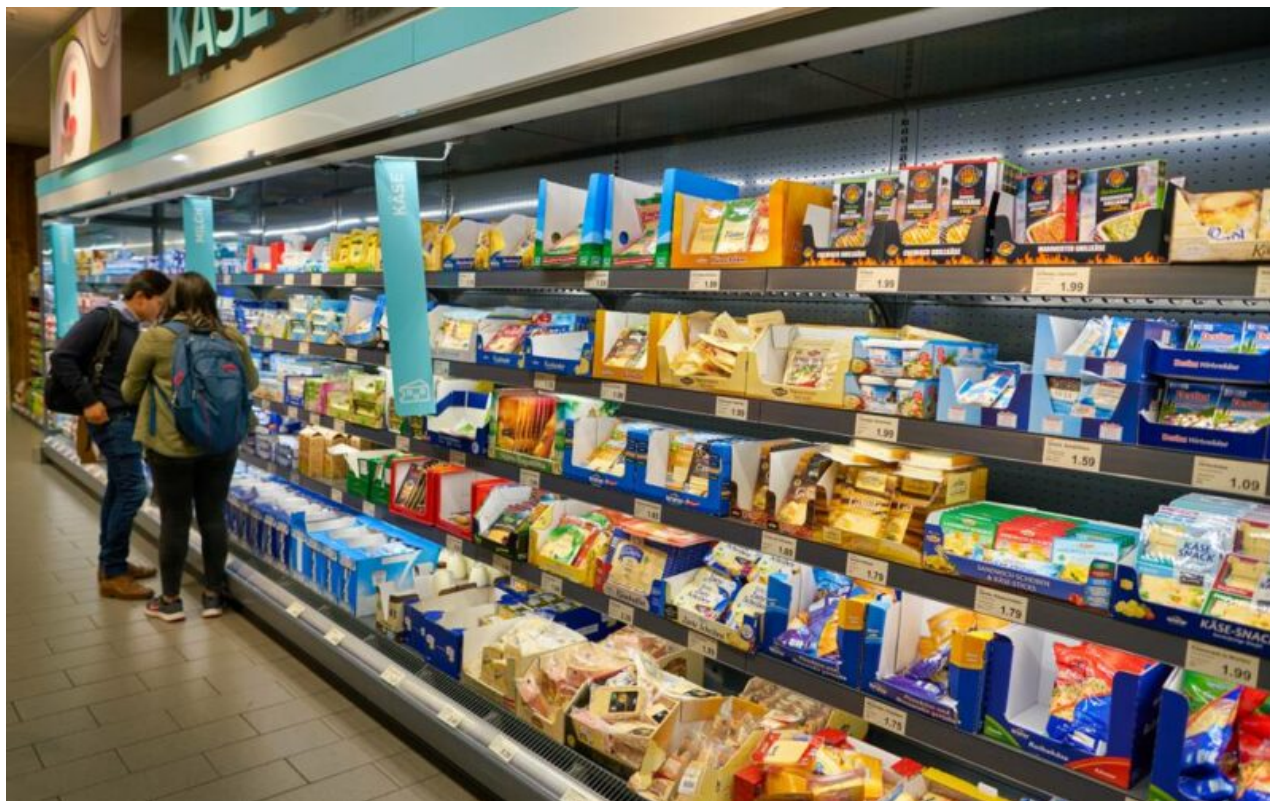


Konec slevových akcí v Česku. První obchodní řetězec s nimi končí. Ukázalo se, jak moc škodí

aazdravi.cz/konec-slevovych-akci-v-cesku-prvni-obchodni-retezec-s-nimi-konci-ukazalo-se-jak-moc-skodi

Všechny příspěvky autora Anna Štěpánková

26. 2. 2023



Asi bychom nenašli žádnou jinou zemi, ve které by byly slevové akce tak moc oblíbené, jako právě v České republice. Lidé tu mají neustále pocit, že tímto způsobem mohou ušetřit značné peníze a že slevy jim dávají možnost, jak vydělat na úkor obchodních řetězců, kteří si takto podle všeobecného přesvědčení snižují marže a zisk.

Škodlivé slevy

Jenže ono je to přeci jen trochu složitější, a jak už to tak bývá, velké společnosti jsou před obyčejnými zákazníky napřed. Naopak, slevové akce jsou jejich marketingovým prostředkem, jak přilákat co možná nejvíce lidí a prodat co největší množství zboží. A skutečně se u toho nepřipravují o možný zisk, ba právě naopak.

Jak se totiž ukazuje, řetězce s takto masivními slevami, jaké probíhají v Česku, dopředu počítají při cenotvorbě. Jednoduše tu tak máme vysoce nadsazené standardní ceny, ze kterých se potom snadno sundávají desítky procent. Jenže teprve poté, co se tak stane, si vlastně nakoupíte za normální cenu. Tedy takovou, kterou mají třeba v Polsku nebo Německu zcela standardně.

Jde pouze o vyspělost daného trhu, která v České republice bohužel není velká. A proto mohou obchodníci toto kouzlo neustále opakovat a ono pořád funguje. Teď už se ale ledy dost možná skutečně začaly lámat. Na svědomí to má skutečnost, že v loňském roce to obchodní řetězce přehnalý se zdražováním a mnozí se vyjeli podívat za hranice, jak se nakupuje tam. A zjistili, že u sousedů skutečně nakoupí levněji, aniž by každá druhá věc byla v akci.



Foto: Shutterstock

Výhodné pro všechny

Navíc tu máme první vlaštovky značící, že už i český trh by se mohl posunout přeci jen dále. Jak totiž uvedl oblíbený řetězec Makro, v jeho případě dochází ve věci cenových akcí k velkým změnám. Postupně od nich chce ustupovat a omezovat je. Vlastně také přiznává, že to celé byla jen hra, když dále uvádí, že chce nabízet dlouhodobě nízké ceny, které nebudou výhodné pouze v té které akci.

Doufejme, že budou následovat i další obchodní řetězce. Náznaky tu jsou. Některé už opouštějí tak oblíbené tištěné letáky, které byly pro mnohé základem cenových akcí. Chtějí se také soustředit více na individuální nabídky a využívat moderních technologií. Snad to vše povede k tomu, že si nakonec všichni nakoupíme levněji, aniž bychom museli obcházet pět obchodů a vybírat jednu slevu po druhé.

Foto: Shutterstock

Nenechte si ujít