

TISKOVÁ ZPRÁVA

Češky chtějí nakupovat výhodně, ale ne na úkor svého volného času

Dvě třetiny žen nakupují ve slevách i zboží, které nepotřebují, vyplývá z průzkumu dm drogerie

České Budějovice, 19. 10. 2020 – České ženy jsou svou zálibou ve slevových akcích pověstné. Celkem 58 procent českých žen výhodné ceny vyhledává aktivně. Bezmála dvě třetiny Češek pak přiznaly, že ve slevách nakupují často i produkty, které aktuálně nepotřebují. Více než polovina dotázaných zároveň uvedla, že je pro ně nakonec důležitější časová úspora než ta finanční. Vyplývá to z aktuálního průzkumu společnosti dm drogerie markt, který se zaměřil na nákupní chování Češek.

Průzkum pro společnost dm drogerie markt, do kterého se zapojilo více než 500 českých žen ve věku od 25 do 60 let, realizovala agentura STEM/MARK. Šetření ukázalo, že zlevněné zboží je pro Češky skutečně atraktivní. Pouhých 6 procent dotázaných dokáže slevám odolat a v průzkumu uvedlo, že si ve slevách jen zřídka pořídí produkty, které aktuálně nepotřebují.

Na 64 procent respondentek naopak sdělilo, že v akcích často nakoupí i zboží, které sice obvykle používají, v daný moment je ale nepotřebují. Celá čtvrtina žen pak ve slevách nakupuje i zboží, které běžně nepoužívá a jediným motivem k nákupu je právě sleva. „Slevy jsou pro zákazníky velkým lákadlem a někdy – často vlivem časového presu – je jim opravdu těžké odolat. Takové slevové akce jsou ale zpravidla vykoupeny užitekem, který prodejci přinesou. Někteří obchodníci je nabízejí výměnou za osobní údaje. Jiní pak spoléhají na to, že zákazníkovi v košíku nezůstane pouze jeden produkt a v obchodě utratí větší obnos, než původně zamýšlel,“ vysvětluje marketingový konzultant Radek Škornička.

Čas jsou peníze

Ženy se o slevové akce zajímají aktivně a vyhledávají je zcela záměrně. To potvrdilo 58 procent dotázaných. V případě žen do 29 let je to pak dokonce 68 procent. I přes zálibu ve slevách však až 53 procent dotázaných Češek dodává, že je pro ně mnohem důležitější časová úspora než ta finanční. Preference úspory času pak pozvolna roste s věkem. Průzkum ukázal, že ženy rády nakupují v akcích, nejsou ale ochotny tomu podřizovat svůj volný čas. Tento postoj souzní s přístupem společnosti dm. „Mottem dm drogerie markt je slogan Zde jsem člověkem. To nás zavazuje k ohleduplnosti vůči

Tisková zpráva:

Dvě třetiny žen nakupují ve slevách i zboží, které nepotřebují

19. 10. 2020

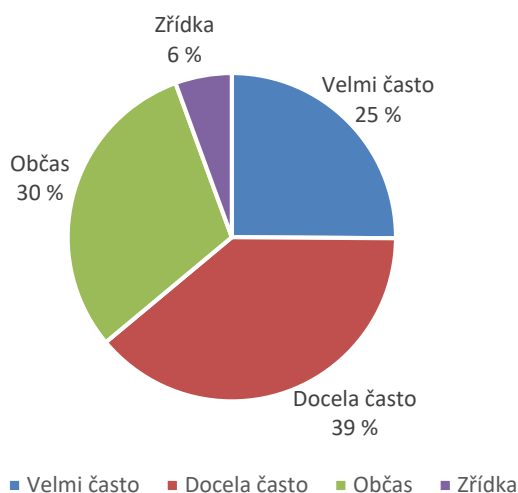
potřebám našich zákazníků. Proto jim garantujeme dlouhodobé ceny, které jsou nastavené tak, aby byly opravdu dlouhodobě výhodné. Pokud snížíme cenu produktů, platí toto snížení vždy minimálně po dobu čtyř měsíců. Zákazníkům tak dáváme možnost své oblíbené produkty nakoupit ve chvíli, kdy je skutečně potřebují. Šetří svým časem a samozřejmě i penězi," uvádí Jiří Peroutka, manažer komunikace společnosti dm drogerie markt.

Promyšlené, nebo spontánní nákupy? Půl na půl

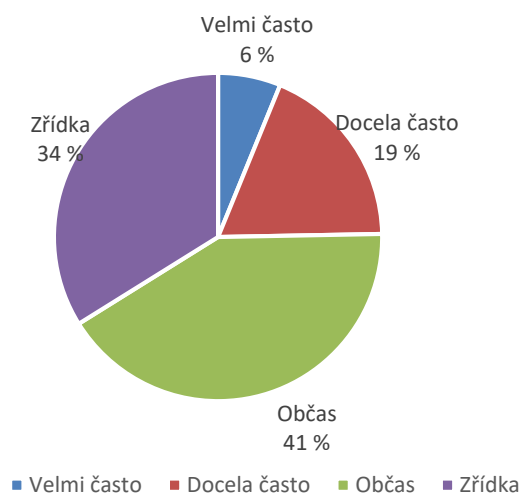
Z průzkumu dále vyplynulo, že Češky nejsou jednotné v otázce, zda plánují nákupy akčního zboží předem, nebo se k jeho pořízení rozhodnou až v prodejně. Polovina oslovených žen preferuje nákupy plánované s předstihem, druhá polovina pořizuje zboží ve slevách dle momentálního rozhodnutí během nakupování.

Obecně se k plánování nákupů předem přiklánějí starší ženy. „Díky dlouhodobým cenám, které jsme zavedli již v roce 2007, si mohou zákazníci nákupy předem promyslet a v klidu plánovat s časovým předstihem. Nejsou tak nuceni do neuvážených nákupních rozhodnutí," uzavírá Peroutka.

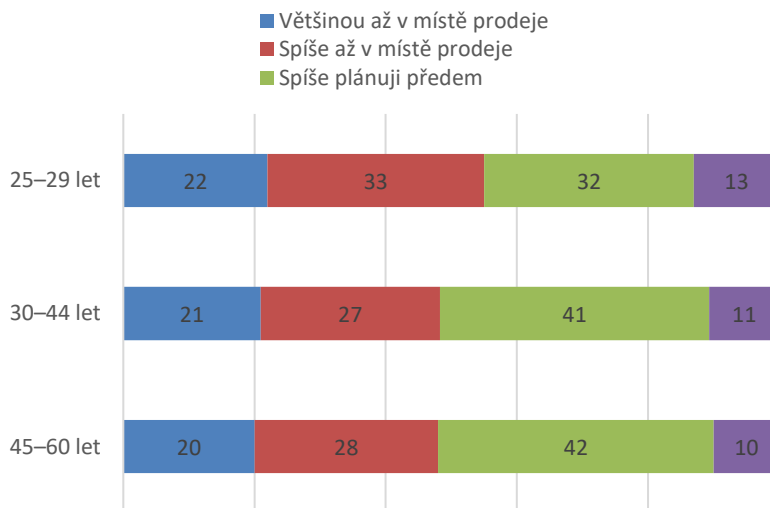
Jak často si v akci koupíte produkt, který obvykle používáte, ale v daný moment ho vyloženě nepotřebujete?



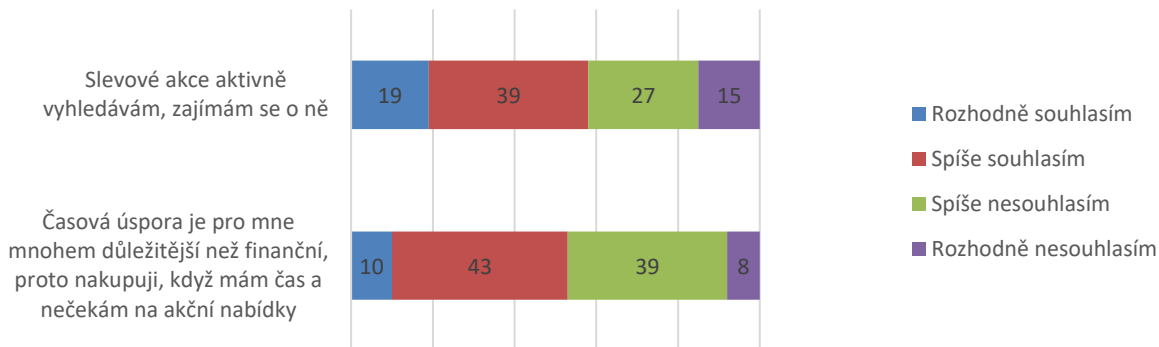
Jak často si v akci koupíte produkt, který obvykle nenakupujete a v daný moment ho ani vyloženě nepotřebujete?



Nákupy v akci plánujete předem, nebo se o koupi akčního zboží rozhodnete až v místě prodeje?



Uved'te, do jaké míry jsou následující výroky pravdivé.



O společnosti dm drogerie markt Česká republika

Společnost dm drogerie markt s.r.o. v České republice zahájila činnost v roce 1992 jako 100% dceřiná společnost dm drogerie markt GmbH Rakousko. V roce 1993 otevřela svou první prodejnu v Českých Budějovicích. Společnost sídlí v Českých Budějovicích. Svých 232 prodejen zásobuje po celé České republice ze svého logistického centra v Jihlavě. Jednateli společnosti jsou Gerhard Fischer, Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3 393 spolupracovníků. V obchodním roce 2018/2019 vykázala dm v České republice obrát ve výši 10,584 mld. CZK a upevnila tak své postavení jedničky na trhu specializovaných drogerií. Na trh uvádí mimo jiné dm značky Balea, alverde přírodní kosmetika, babylove, Mivolis, Denkmít, SUNDANCE, Visiomax, dmBio, trend IT UP či nejnovější SEINZ.

Tiskové zprávy a fotografie v tiskové kvalitě společnosti dm naleznete v [dm presscentru](#).

V případě zájmu o další informace kontaktujte:

Ing. Jiří Peroutka

Manažer komunikace

T +420 387 748-220

M +420 739 531-696

jiri.peroutka@dm.cz

www.dm.cz

www.facebook.com/dm.cesko