

Důchodci zuří. Obchodní řetězce přišly na to, jak jim zamezit nakupovat ve slevách

 aazdravi.cz/duchodci-zuri-obchodni-retezce-prisly-na-to-jak-jim-zamezit-nakupovat-ve-slevach

Všechny příspěvky autora Anna Štěpánková

6. 1. 2023



O slevových akcích se v poslední době velmi vzrušeně diskutuje. Zaznívají například i hlasy, že by se měly úplně zrušit, protože nejde o něco, co by ve skutečnosti prospívalo zákazníkům, jak si mnozí myslí, ale není to nic jiného než marketingová vábnička obchodních řetězců, které si potom mohou pohrávat s cenami a třeba vysoce našponovat standardní ceny.

Letáky pomalu mizí

Některým se potom slevové akce nelíbí z toho důvodu, že v období, kdy začínají, se v některých obchodech nedá rozumně nakupovat. Nahrnou se do nich totiž davy akcíchtivých jedinců, často seniorů, kteří se snaží ulovit výrobky s výrazně sníženou cenou.

Dlouhou dobu byly slevové akce promovány prostřednictvím papírových letáků. Jistě si pamatujete na doby, kdy vám do schránky chodily celé štosy těchto letáků, že se tam často ani nevešly. Tyto doby však pomalu, ale jistě pomíjejí. Řada řetězců se papírových letáků vzdává, případně je nedistribuuje v takové míře, a nahrazuje je modernějšími cestami.

Ty však příliš nevoní důchodcům, kteří jsou zvyklí na staré dobré zaškrťávání v letácích a novým věcem se moc učit nechtějí, případně jsou na ně zkrátka složité. Stále častěji se tak stává, že narážejí na tyto neviditelné bariéry a k mnoha zajímavým akcím, kterých by jinak využili, se prostě nedostanou.

Předpokladem k řadě výhod v obchodních řetězcích se totiž stává věrnostní program svázaný obvykle s mobilní aplikací na chytrém mobilním telefonu. Ty však starší lidé často nevlastní, případně je neumí tak dobře využívat.



Foto: Shutterstock

Individuální nabídky

Na mobilní aplikace v poslední době vsadily především oblíbené řetězce jako Lidl a Kaufland, které v nich nabízejí opravdu atraktivní slevy, ať už na konkrétní produkty nebo celé sortimentní kategorie.

Svým způsobem to dává logiku. Slevy je totiž v aplikaci vždy nutné aktivovat, a kdo tak neučiní, nakupuje za plnou cenu. Obchodní řetězce tímto způsobem lákají ty, kdo mají o slevy zájem a jsou ochotni investovat určitý čas. Ostatní, kdo o slevy zájem nemají, je také nedostanou. Pak jsou tu ale právě i senioři, kteří by zájem měli, ale o slevě se nedozví, případně ji nedokáží využít.

Dá se přitom předpokládat, že tento trend se bude dále prohlubovat. Je možné, že plošné slevy pro všechny z obchodů vymizí a k dispozici budou jen individuální nabídky přes mobilní aplikace, které budou zohledňovat profil daného člověka. Také v tom spočívá výhoda moderních technologií.

Foto: Shutterstock

Nenechte si ujít