

Obchodní řetězec ohromil Čechy. Ceny najednou snížil o 30 %. Stojí to jako v Polsku, není třeba nikam jezdit

aazdravi.cz/obchodni-retezec-ohromil-cechy-ceny-najednou-snizil-o-30-stoji-to-jako-v-polsku-neni-treba-nikam-jezdit/

Existují určité náznaky, že ceny v českých obchodních řetězcích narazily na svůj strop. Nakonec nepomohly žádné zásahy úřadů, které byly stejně spíše na oko, ani apely nejvýše postavených činitelů, ale spíše prostý pokles poptávky ze strany samotných zákazníků.

Slušná nabídka

Ti stále více hledali nejrůznější alternativy, ať už v tuzemsku nebo v zahraničí, a nakonec je našly. V českých obchodech tak více než rok v kuse klesaly maloobchodní tržby. Je docela možné, že se situace začne obracet k lepšímu.

Jedna věc je totiž snížená daň z přidané hodnoty, což se ale projeví jen v malých procentech a částkách, druhá potom snaha některých řetězců přilákat více zákazníků. Například Lidl tak již oznámil, že u řady produktů zlevnění způsobené snížením DPH zdvojnásobí.

Premiantem v tomto ohledu je nicméně Tesco, kde se dá ušetřit skutečně značná částka. Spousta lidí toho ale překvapivě nevyužívá. Pokud se to naučíte, nemusíte platit zdaleka tak vysoké částky za zboží jako ostatní. *“Moc nerozumím tomu, proč lidé jezdí do nějakého Polska. Tady nakoupím ještě levněji než oni, aniž bych se někam musel trmácet,”* říká pan Michal z Brna.

Naráží na dvojí ceny v Tescu, které už tu platí nějakou dobu, avšak rozdíl je stále výraznější. Dnes se počítá s tím, že pokud budete nakupovat s klubovou kartou, ušetříte přibližně 30 % oproti běžným cenám, které jsou skutečně standardně účtovány.



Foto: Shutterstock

Rázem proděláte tisíce korun

“Ten rozdíl mě vždycky překvapí. Jezdím sem na velké nákupy. Tuhle jsem nakoupil za 4000 Kč a na účtence stálo, že díky Clubcard jsem ušetřil 1350 korun,” říká Michal. Vždycky to vychází nějak takhle na třetinu.

Nechápe však, že někteří zákazníci si nejsou kartičku schopni zřídit, respektive spíše převzít od prodavačky, když se tak dá tolik ušetřit. *“Přede mnou nakupovala rodina. Měla toho asi za pět tisíc, ale na dotaz prodavačky, jestli mají kartičku, odpověděli, že ne a že o ni zájem nemají. V ten moment propálili minimálně 1500 Kč,”* diví se zákazník.

Někteří však postup Tesca příliš nechápu a byli by rádi, kdyby účtovalo snížené ceny všem. Takto prý dělí zákazníky do dvou kategorií, navíc levnější ceny jsou vykoupeny předáváním osobních údajů o nákupním chování, kterých pak lze využít.

Foto: Shutterstock