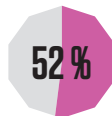


Velké nákupy řeší téměř všichni

Při velkých nákupech často pořizujeme i věci, které jsme neplánovali, říká výzkum Home Credit.

Pravidelně dělají velké nákupy na delší dobu hlavně ŽENY a také obyvatelé malých obcí a velké domácnosti. „Singles“ a bezdětní tyto nákupy nedělají.



lidí během velkých nákupů nakoupí i věci, které původně nechtěli.



¾ českých domácností vyráží za velkými nákupy několikrát do měsíce.

Polovina českých domácností provádí velké nákupy PRAVIDELNĚ. Celkem 85 % českých domácností vyráží za velkými nákupy alespoň občas.

Velké nákupy chceme mít rychle za sebou

Pozn.: N = ti, kteří dělají větší nákupy na delší dobu.



62 % lidí, kteří dělají velké nákupy, se snaží nakoupit **CO NEJRYCHLEJI**.



Pro 28 % lidí jsou velké nákupy **NOTNÝM ZLEM**.



33 % lidí se z velkých nákupů vrací s **DOBROU NÁLADOU**. Špatnou má naopak 22 %.

Útrata je v průměru 1700 Kč

Pozn.: N = ti, kteří dělají větší nákupy na delší dobu.



59 % nakupujících neutratí za velký nákup na delší dobu více než 1500 Kč.



80 % lidí používá při placení velkých nákupů platební kartu.

JEN

♦ 17 % nakupujících ♦

přesáhne u velkého nákupu částku 2000 Kč. Jsou to nejčastěji muži, lidé ve věku 30 až 44 let, velké domácnosti a rodiny se dvěma dětmi.

JEN

♦ 8 % nakupujících ♦

platí velké nákupy vždy v hotovosti. Častěji platí v hotovosti obyvatelé malých obcí.

27 %

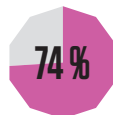
nakupujících tvrdí, že jejich platební karty umožňují různé výhody. 44 % tvrdí, že jejich karty výhody nenabízejí, a 29 % o tom neví.

76 %

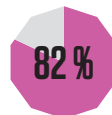
lidí, kteří vlastní kartu bez nabídky výhod, případně o nich nevědí, přitom vědí, že na trhu tento typ karet umožňující různé bonusy existuje.

VĚTŠINA LIDÍ AKTIVNĚ HLEDÁ SLEVY

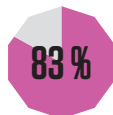
Pozn.: N = ti, kteří dělají větší nákupy na delší dobu.



lidí většinou nakupuje zboží ve slevě či akci.



lidí vyhledává informace o akcích a slevách.



lidí při nákupu vybírá zboží podle toho, jestli je v akci.

85 % lidí se snaží využít pro ně zajímavé slevové akce, pokud se o nich dozví např. na internetu, v obchodě nebo v televizi.

ZDROJ: HOME CREDIT; STEM/MARK; DUBEN 2014