**U nových zákazníků online služeb je odložená platba stále častěji hlavní volbou, pomáhá s prvními nákupy, zásobováním i při objednávání jídla**

Tisková zpráva, Praha, 8. dubna 2020

**Koronavirová krize přepisuje běžné uživatelské návyky v e-commerce a přináší všem online podnikatelům nové výzvy. Jednou z nich je zajištění bezpečné možnosti placení v případech, kdy není možné přijímat hotovost, ale zákazníci zároveň nechtějí nebo nemohou platit v předstihu kartou. To vyžadují především ti, kteří na internetu nenakupují příliš často, zároveň jich je nyní kvůli koronaviru v online prostoru rekordní množství. I z toho důvodu roste role odložené platby. Podle fintechu MALL Pay, který ji e-shopům a online službám zajišťuje, narostlo jen v posledních týdnech využívání odložené platby u nových uživatelů e-shopů na dvojnásobek.**

Podle odhadů může koronavirová krize v první fázi přinést do české e-commerce navíc desítky miliard korun. Jen za březen e-shopy informovaly o zhruba 50–70% nárůstu transakcí. S počtem transakcí logicky roste i využívanost odložené platby. Zajímavé však je, že noví zákazníci, kteří si online přišli nakoupit jen kvůli koronaviru, ji využili dvojnásobně častěji než za běžné situace.

“*Jasně vidíme nárůst v momentech, kdy došlo ke zlomovým událostem – vyhlášení nouzového stavu, zavření škol nebo vyhlášení domácí karantény. V takové momenty bylo evidentní, že se domácnosti začínají zásobovat potravinami, dětským zbožím nebo drogerií. Odložená platba jim evidentně pomohla rozložit tyto nárazové platby tak, aby je rodinný rozpočet zvládl*,” zmiňuje **Adam** **Kolesa, CEO MALL Pay**. “*Tyto domácnosti totiž dělaly v průběhu měsíce hned několik zásobovacích nákupů v součtu za tisíce korun a snažily se využít nákupní promoakce*.”

Na nadprůměrný nárůst odložené platby mají také vliv hygienická a bezpečností opatření e-shopů, kurýrů, logistických firem nebo rozvozových společností obecně. Většina z nich přestala od zákazníků preventivně přijímat hotovost a omezila nebo úplně zrušila dobírku, velká část omezila i možnost platit pomocí platebního terminálu při převzetí a nákup podmiňují i kvůli svému cash-flow platbou předem. Počet menších rozvozů po celé České republice navíc skokově vzrostl.

"*Do rozvozů se pouští zcela noví hráči, cílící na nové zákazníky v domácích karanténách. Nutnost platit dopředu se však stává jednou z hlavních bariér, která je o klienty připravuje. Část z nich totiž chce službu nejprve vyzkoušet a platit až posléze. I tady má odložená platba své místo*,” zmiňuje **Kolesa**, jehož MALL Pay navázal jen za poslední dny spolupráci s několika rozvozovými službami.

Posledním z důvodů, proč odložená platba roste, je pak nárůst nových cílových skupin v online prostoru. Tradičně se jedná buď o méně erudované online uživatele nebo seniory. Právě zde sehrála odložená platba největší roli.

"*Podle mých odhadů začalo online nakupovat pravidelně asi 60 % domácností, které doposud patřily buď mezi občasné zákazníky e-shopů a online služeb anebo nenakupovaly vůbec. I u nich sehrála odložená platba důležitou roli, a odstranila jednu z hlavních bariér při nákupu,“* myslí si **Kolesa**. “*Právě tato cílová skupina používá dlouhodobě nejkonzervativnější způsoby plateb – tedy hotovost nebo převod z účtu. Ve chvíli, kdy platba v hotovosti není možná, a přesto mají chuť nakupovat, je odloženka v podstatě jedinou cestou, jak o ně ze strany e-shopů nebo online služeb nepřijít. Za zboží zaplatí až po převzetí a sami se v klidu rozhodnou, jakou platební metodu zvolí,*” zakončuje **Kolesa.**

**O MALL Pay**

**MALL Pay** (MallPay s.r.o.) je společný e-commerce fintech skupiny **MALL Group** (MALL Group a. s.) a **ČSOB** (Československá obchodní banka, a. s.), který umožňuje bezplatně odložit splatnost nákupů na e-shopech. Umožňuje zcela oddělit výběr platební metody od samotného nákupu a za zboží zaplatit teprve ve chvíli, kdy se zákazník rozhodne, že si ho ponechá. Takzvaná "odloženka" bývá považována za nejrychleji rostoucí platební metodu současnosti, a to především kvůli oboustranné výhodnosti pro zákazníka i e-shop jako takový. Ten, na rozdíl třeba od dobírky nebo placení zboží při převzetí, totiž dostává své peníze takřka okamžitě.

**Pro více informací**

**Za MALL Pay**

František Brož

FYI Prague

608 972 715

frantisek.broz@fyi.cz