**Roste obliba odložené platby, k vánočním nákupům ji letos využije rekordní množství lidí**

**Tisková zpráva, Praha, 30. října 2019: Odložená platba – tedy možnost nakoupit zboží a zaplatit za něj až po jeho rozbalení – se stává mezi zákazníky českých e-shopů stále využívanějším platebním nástrojem. Především o letošních vánočních nákupech by ji podle služby MALL Pay, která odloženou platbu nabízí, mohlo využít až třikrát více zákazníků než loni. Průměrná výše nákupu by se mohla zvýšit až na 1 700 Kč.  Odložená platba se tak stává nejrychleji rostoucí platební metodou, a to především na úkor dobírky. E-shopy láká rychlým vyplacením peněz od zákazníka a skutečností, že má oproti některým jiným platbám až o 20–30 % vyšší konverzi.**

Odloženou platbu podle odhadů MALL Pay při nákupu dárků na letošní svátky využijí již vyšší desítky tisíc lidí. Celkem by jich mělo být asi třikrát více než v loňském roce. Tuto platbu totiž nabízí stále více e-shopů, které tak nahrazují například dobírku.
*„Odložená platba roste z poměrně malého základu pravidelných uživatelů, ale o to rychleji nabírá na síle. Dokáže totiž vhodným způsobem spojit výhody pro zákazníka i pro e-shop. Zákazník zaplatí až za rozbalené zboží ve chvíli, kdy si ho chce nechat, e-shop pak není tolik omezen platebními metodami navázanými na dopravu pomocí třetích stran, jako je třeba dobírka, a dostává peníze od zákazníků rychleji,“* zmiňuje **Adam Kolesa, CEO platební služby MALL Pay.**

V 55 % případů odloženou platbu prostřednictvím MALL Pay využívají ženy, ve 45 % muži. Zajímá především zákazníky v produktivním věku - 58 % uživatelů MALL Pay je ve věku od 25 do 44 let. Není však bez zajímavosti, že skoro pětina uživatelů je starších 55 let. Nejsilnější skupinou zákazníků, které odloženou platbu využívají, jsou matky a otcové s menšími dětmi. Právě univerzálnost této platební metody je pro obchodníky velkým lákadlem.

*„Potvrzuje se, že odložená platba je metodou vhodnou pro všechny typy zákazníků. K jejímu využití není potřeba speciálních zkušeností a díky bezpečnosti láká i starší zákazníky, včetně těch, kteří si online svět teprve osvojují v posledních letech a nákupy vánočních dárků online pro ně zatím nejsou samozřejmostí. Takové zákazníky může odradit už jen nutnost zadat v e-shopu číslo karty, což u odložené platby odpadá. Navíc právě tito zákazníci mohou být pro e-shopy v letošním roce zajímavou zákaznickou skupinou,“* dodává **Kolesa.**

Službu mají nejraději lidé ve velkých krajských městech. Jednoznačně vede Praha, kde zákazníci udělají asi třikrát více transakcí než v Brně nebo Ostravě. Využívaná je však po celé České republice a v penetraci se neliší od jiných platebních metod.

*„Obliba odložené platby pochopitelně koreluje s celkovým počtem online nákupů v jednotlivých městech. Zákazníci si obecně pochvalují možnost platit až po vyzkoušení zboží nebo skutečnost, že nemusí při jeho vyzvednutí u kurýra nebo převzetí na poště či pobočce řešit, zda s sebou mají hotovost nebo platební kartu,“* vysvětluje **Kolesa.**

S odloženou platbou zákazníci nejčastěji platí zboží v hodnotě 1200 korun. Před svátky však tato částka stoupá hned o několik stokorun a letos by se mohla dostat až na 1700 korun. Nad 1500 korun se dostane každá čtvrtá objednávka a 15 % dokonce nad 2000. V předvánočním období se s odloženou splatností nejčastěji kupují bílé elektrospotřebiče a elektronika obecně, potřeby do domácnosti a pro dům a zahradu. V prosinci a lednu je to především móda a kosmetika. Dětské zboží je evergreenem v podstatě neustále.

*„O letošních Vánocích se bude průměrná cena nákupu přes odloženou platbu výrazným způsobem zvyšovat. MALL Pay předpokládá, že by mohla díky rostoucí oblibě vyrůst asi na 1700 korun. Složení zákazníků pak jasně ukazuje, jak důležitou cílovou skupinou jsou online maminky a ženy celkově,“* domnívá se **Kolesa.**

Odložená platba však není pro každého a služba MALL Pay ji umožňuje pouze spolehlivým zákazníkům. Dosáhne na ni zhruba 70 % z těch, kteří o ni požádají. Pro e-shopy je zároveň velice žádaná díky tomu, že peníze z transakce obdrží maximálně do tří dnů, což je klíčové pro jejich cash-flow. Metoda zároveň zvyšuje úspěšnost dokončení nákupního procesu právě díky tomu, že uživatele například nenutí zadávat číslo karty nebo platební příkaz. Podle odhadů dokáže v některých případech zvýšit průchodnost košíku o 20–30 %.

*„Tím, že v rámci odložené platby platíme za zákazníky zboží my, poskytujeme ji pouze těm uživatelům, které dobře známe. Rozhodně na ni nemá nárok každý. E-shopy tedy nemusí mít vůbec žádnou obavu, peníze dostávají zpravidla do tří dnů – stejně jako u ostatních platebních metod,“* dokončuje **Kolesa.**

**Kdo nejčastěji používá odloženou platbu:**

* muži: 45,2 %
* ženy: 54,8 %
* Lidé platící dobírkou nebo při převzetí na prodejně či bankovním převodem.
* Matky na mateřské a rodiny s malými dětmi do 6 let věku
* Rodiny s větším počtem členů domácnosti včetně psů nebo koček
* Lidé, kteří se bojí za nákupy platit předem a někdy zároveň nemají aktivní platební kartu na placení na internetu.

**Kolik nejčastěji utrácí:**

* Průměrná objednávka s odloženou platbou: 1200 korun
* Do 500 korun: 27%
* Do 1000 korun: 56%
* Do 1500 korun: 75%
* Na 1500 korun: 25%
* Nad 2000 korun: 15%

**Za co utrácí nejvíce:**

**Včasné Vánoce**

* Bílé zboží
* Dětské zboží
* Elektronika
* Domácnost
* Dům a zahrada
* Potřeby pro domácí mazlíčky

**Těsně před Štědrým dnem**

* Kosmetika
* Móda
* Dětské zboží

**Po Vánocích**

* Kosmetika
* Móda
* Potřeby pro domácí mazlíčky

**Pro více informací**

František Brož

FYI Prague

608 972 715

frantisek.broz@fyi.cz