**Vánoční dárky kupované s pomocí odloženky jsou zaplacené, výsledky jsou výrazně lepší než loni**

Tisková zpráva, Praha, 3. března 2020

**Loňský Štědrý den byl pro českou e-commerce rekordní. Nyní, po více než dvou měsících, se ukazuje, že nejen v útratách Čechů za dárky. Rekordně totiž také ubylo lidí, kteří při nákupu dárků přecenili své finanční možnosti. Asi 35% zlepšení platební morálky registruje například fintech MALL Pay. Podle něj je důvodů několik. Za zlepšením stojí hladší průběh celé sezony, větší zkušenosti zákazníků, rostoucí bohatství Čechů, ale také nové, bezpečnější platební metody, přísnější skóring nebo snaha e-shopů, obchodníků a platebních služeb o finanční osvětu.**

Češi podle APEKu v předvánočním čase utratili na e-shopech přes 52 miliard korun, tedy zhruba o 16 % víc než rok před tím. Stalo se tak i díky dlouhé sezoně, která trvala od listopadového Black Friday v podstatě až do 23. 12. Fintech MALL Pay, který umožnil odložit platbu za dárky o více než 2 měsíce (i ti, kteří nakupovali již v listopadu, mohli platit až v lednu) registroval nákupy za desítky milionů korun a služba jako taková zaznamenala dvojnásobný růst. Stoupla i průměrná hodnota nákupu uhrazeného pomocí MALL Pay – ve špičce až na 1700 korun.

Nyní se ukazuje, že vyšší útrata pomocí odložené platby paradoxně přinesla zlepšení v ochotě zaplatit za odebrané zboží ve stanoveném termínu. Zatímco v loňském roce se s platbou do prodlení alespoň jednoho dne dostala zhruba třetina lidí, v tomto roce to bylo 17 % zákazníků. Jedná se spíše o roztržitost, ještě před druhou upomínkou jich zboží uhradí naprostá většina z nich. Třetí upomínku je třeba poslat pouze jednotkám procent lidí, přičemž v letošním roce jich bylo o 35 % méně než loni. Což jsou lepší výsledky než u spotřebitelských úvěrů.

Podle Adama Kolesy je to dobré znamení a výsledky jasně ukazují, proč je odložená platba u e-shopů tak oblíbená. Služba se navíc zaměří na to, aby byl počet pozdě zaplacených nákupů ještě výrazně nižší. Již nyní jejím skóringem neprojde třetina žadatelů a pro nové uživatele, se kterými ještě nemá vybudovanou potřebnou důvěru, je nastaven snížený startovní limit.

*„Našim cílem je mít mezi klienty pouze ty, kteří odloženou platbu využívají k účelu, pro který je určená. Tedy jako platební metodu, která umožní vylepšit cashflow, zaplatit okamžitě bez nutnosti hledat platební kartu nebo jako možnost pro ty lidi, kteří chtějí za zboží zaplatit, až když vědí, že si ho nechají,“* zmiňuje **Kolesa**.

Za dobrým výsledkem podle Kolesy stojí i e-shopy. Ty totiž promují odloženou platbu jako bezpečnou platební metodu stále více a nebojí se jí nabízet jako alternativu ke spotřebitelskému úvěru.

*„Odloženou platbu využívají ti zákazníci, kteří ve spotřebitelských úvěrech spatřují riziko a bojí se zadlužení, navíc pro jejich nákupy v řádech nižších tisíců korun jsou úvěry zbytečně robustní. Klienti samozřejmě také vítají, že oproti úvěru je odložená platba zdarma a nemá charakter půjčky,“* zakončuje **Kolesa.**

Takzvanou odloženou platbu letos využil k nákupům dárků rekordní počet lidí. Podle odhadů se s odloženou splatností v rámci e-commerce provedlo asi třikrát více transakcí a samotná metoda se začala podílet asi na 2–3 % všech transakcí.

**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