**Se Skip Pay loni Češi udělali transakce za miliardu. Většina klientů ho již používá jako svou hlavní platební metodu**

Praha, 9. března 2023

**Fintech Skip Pay má za sebou další rekordní rok v řadě. Získal desítky tisíc nových klientů, kteří s ním pravidelně nakupují nebo platí své účty, a poprvé se v celkové hodnotě zprostředkovaných transakcí dostal přes miliardu korun. 60 % klientů ho navíc začalo využívat jako svou hlavní platební metodu. Počet e-shopů, které Skip Pay nabízí mezi svými platebními metodami, překonal hranici 13 000.**

V roce 2022 Skip Pay pravidelně používalo více než 130 tisíc Čechů – tedy o třetinu více než rok předtím. Celkový počet registrovaných klientů pak přesáhl 420 tisíc. Dohromady meziročně realizovali téměř čtyřnásobek transakcí – tedy odložených plateb, převodů, výběrů nebo investic. Celková hodnota transakcí realizovaných se Skip Pay poprvé přesáhla jednu miliardu, což je přes 340 % předloňských objemů.

Výrazný nárůst počtu transakcí i jejich objemu je o to hodnotnější, že přišel v roce, kdy se celá e-commerce potýkala s historicky prvním meziročním propadem – a to rovnou celých 10 %. Podle **Richarda Kotrlíka, CEO Skip Pay,** službě výrazně pomohla snaha e-shopů nepřijít o zákazníky a zvýšit s pomocí odložených plateb míru dokončených nákupů. Motivace však rostla i u domácností, které začaly chytřeji hospodařit s penězi a každodenními náklady.

*„Do jisté míry se dá říci, že našim službám pomohla nepříznivá situace naopak ještě víc vyniknout,“* zmiňuje **Richard Kotrlík, CEO Skip Pay**. *„Podobně jako v koronavirových letech jsme se opět přesvědčili, že jakmile se v rámci e-commerce objeví turbulence, odložená platba většinou dokáže najít odpověď. Platilo to i tentokrát. Směrem k zákazníkům jsme dokázali zhodnotit naši dlouhodobou propozici: tedy to, že jsme partner pro jejich jednoduché a férové nákupy, který je chrání před většinou běžných rizik.“*

**Ze Skip Pay se definitivně stal hlavní nástroj ke každodennímu placení**

To ostatně potvrzuje také jedna z důležitých změn, která se mezi novými i stávajícími zákazníky Skip Pay odehrála. Skoro 60 % klientů začalo Skip Pay využívat pravidelně jako hlavní platební metodu. Tedy nejen k nákupům spotřebního zboží, ale také úhradě služeb, platbám nájmu nebo energií nebo dalších pravidelných výdajů. A i díky možnosti zdarma využívat virtuální kartu nebo vybírat bez poplatku v bankomatech v Česku i zahraničí se ze Skip Pay loni stal důležitý společník i pro dovolené a cestování.

*„Vloni jsme se definitivně posunuli z roviny poskytovatele odložených plateb do role nástroje, který celkově pomáhá domácnostem s hospodařením. A většina nových klientů nás již takto vnímá. Tedy jako službu, se kterou chtějí pokrýt v podstatě všechny běžné platby a svůj hlavní bankovní účet si nechat jen na ty specifické,“* vysvětluje **Richard Kotrlík.**

Zásadní posun za hlavního investora, banku ČSOB, potvrzuje i **Michaela Bauer, členka představenstva ČSOB zodpovědná za technologie, inovace a operations.**  
*„Dlouhodobě se snažíme přinést odpovědi na všechny potřeby našich klientů. A díky Skip Pay se nám podařilo úspěšně rozvíjet koncept chytrého placení, který přinesl jednoduché, komfortní a bezpečné řešení každodenních transakcí – ať už je to nákup nových tenisek, platba za víkendový hotel nebo úhrada telefonu. A také cestu, která je maximálně férová vůči zákazníkovi, například díky možnosti nabídnout jako bezplatný benefit k nákupům pojištění a prodlouženou záruku přes ČSOB Pojišťovnu,“* uvádí **Michaela Bauer.** *„Přes platby Skip Pay jsme navíc výrazně podpořili obchodníky. Především v e-commerce jim totiž umožňujeme dosáhnout na skvěle hodnocenou zákaznickou zkušenost v tom nejkritičtějším kroku, kterým platba bezesporu je.“*

**E-shopům Skip Pay ušetřil stovky tisíc korun a přivedl nové zákazníky**

Důležité inovace Skip Pay v loňském roce přinesl také pro své byznysové partnery. Jejich počet především díky spolupráci s e-shopovými platformami a platebními bránami loni vzrostl o 45 % na více než 13 tisíc. Pomocí odložené platby Skip Pay tak mohou zákazníci nakupovat na většině velkých e-shopů.

Zásadní inovací bylo rozšíření nabídky platebních možností o Nákup na Třetinu: tedy platbu za zboží ve třech po sobě jdoucích splátkách bez jakéhokoli navýšení. Ten ocení především obchodníci s dražším zbožím, za které zákazníci nebudou muset platit najednou – tedy sportovní výbavou, elektronikou, bílou technikou nebo třeba nábytkem. Pilotní provoz jasně ukázal, že takzvané rozložené platby mají šanci násobně zvedat míru dokončení nákupu a také přilákat nové zákazníky. Pro své e-shopy ho jako první nabídla platební brána Comgate a platformy Shoptet, Retailys nebo eBrána.

Obchodníkům s vysokým podílem vratek zase Skip Pay přinesl jednoduchý systém pro vracení nevhodně zvoleného zboží. Čas nutný k realizaci vratky se tak snížil na pouhou čtvrtinu, zároveň se mu díky synergii s logistickými partnery dařilo šetřit asi 75 % nákladů, které by musely e-shopy v obvyklých situacích platit. Za půl roku spolupráce se takto e-shopům podařilo ušetřit stovky tisíc korun.

„*Na jedné straně známe dokonale zákazníka, protože většina z nich využívá naše služby dlouhodobě a pravidelně. Na druhé straně známe e-shopy a víme, na čem ztrácejí peníze. A jsme schopni toto zásadní know-how v našich produktech propojit dohromady,“* zmiňuje **Richard Kotrlík.**

**O Skip Pay**

[**Skip**](http://www.mallpay.cz/) **Pay** (dříve MallPay s.r.o.) je fintech přední české banky **ČSOB** (Československá obchodní banka, a. s). Jeho misí je vytvořit komplexní ekosystém chytrých služeb spojených s placením.

S chytrou platební kartou Skip, kterou využívají tisíce spokojených Čechů, je možné zdarma odkládat platbu až o 50 dní do výše 50 tisíc korun a s každým nákupem bezplatně získat tříletou záruku a roční pojištění na veškeré kupované zboží. Z limitu je možné také uhradit platby libovolným třetím stranám nebo si nastavit trvalý příkaz.

Skip Pay je jedním z nejrozšířenějších poskytovatelů BNPL plateb (buy now – pay later) v Česku. V současnosti je s ním možné nakupovat ve více než 13 000 českých e-shopech nebo on-line službách, jako je MALL.cz, Vivantis, CZC.cz, Košík.cz, LeoExpress.cz, Qerko, Patro.cz, Tescoma, Gant, Hudy, Husky nebo Trenýrkárna.cz.

**Pro více informací**

**Za Skip Pay**

František Brož

PR agentura FYI Prague

608 972 715

[frantisek.broz@fyi.cz](mailto:frantisek.broz@fyi.cz)