

Dny Marianne jsou zpět. Oblíbená prodejní akce každoročně startuje předvánoční nákupní shon

9.10.2024 - | HP TRONIC Zlín

Českým spotřebitelům se pomalu vrací chuť utrácet. Jako největší lákadlo však nadále fungují slevy. Častější nákupy ve slevách totiž letos podle průzkumu FOCUS Marketing & Social Research plánuje hned 36 % Čechů. Zájem o výhodné a atraktivní ceny potvrzuje i přední prodejce elektroniky DATART. Během jarních dnů Marianne, jedné z největších prodejních akcí, opět zaznamenal výrazný nárůst návštěvnosti a prodejů. Podzimní Dny Marianne zahajující období předvánočních nákupů startují už 13. září a potrvají až do 16. září.

Už 13. září v DATARTu začínají podzimní Dny Marianne – prodejní akce, která se v posledních letech mezi českými spotřebiteli těší mimořádné oblibě. Během Dnů Marianne DATART tradičně zaznamenává vyšší návštěvnost jak kamenných prodejen, tak i e-shopu. Vzhledem k úspěchu letošních jarních Dnů Marianne se dá očekávat, že jinak by tomu nemělo být ani nyní na podzim.

„Dny Marianne každoročně patří mezi nejvýznamnější nákupní události a očekáváme, že letošní podzim nebude výjimkou. Zákazníky láká široká škála slev a akčních nabídek, což se pravidelně odráží i v nárůstu tržeb. Právě zářijové Dny Marianne jsou zároveň takovým neoficiálním začátkem předvánočních nákupů, což můžeme vidět na produktech, o které bývá největší zájem,“ vysvětluje **Lenka Mastešová, ředitelka marketingové komunikace DATART.**

Spotřební elektronika a domácí spotřebiče

V průběhu Dnů Marianne se zákazníci podle statistik maloobchodního prodejce elektroniky DATART nejčastěji zaměřují na nákup spotřební elektroniky. Velmi populární jsou zejména mobilní telefony a příslušenství k nim. Velký zájem je však mezi českými spotřebiteli také o malé domácí spotřebiče, jako jsou rychlovarné konvice či vysavače. Stále více si lidé začínají všímat i velkých domácích spotřebičů, mezi nimiž většinou vedou pračky, trouby a ledničky.

„Průměrná útrata v průběhu Dnů Marianne většinou přesahuje běžné hodnoty, což ukazuje, že pokud mají spotřebitelé k dispozici atraktivní cenové nabídky, jsou ochotní do kvalitní elektroniky a spotřebičů investovat i vyšší částky. Zároveň nemůžeme zapomínat na sílu slev, na které Češi vždy velmi dobře slyšeli. Mnoho z nich s nákupem vybraných produktů – a zejména těch dražších – čeká na větší slevové akce, jako jsou právě Dny Marianne, kde je mohou získat levněji,“ upřesňuje **Lenka Mastešová.**

Spotřebitelská nálada se zlepšuje, lidé ale zůstávají opatrní

Již velmi vysokou popularitu slev mezi českými spotřebiteli v posledních letech ještě více podpořila nepříznivá ekonomická situace. V důsledku vysoké inflace a klesající kupní síly české domácnosti pečlivěji zvažovaly každý svůj výdaj. Větší investice proto častěji odkládali a čekali právě na velké slevové akce, jako jsou Dny Marianne či Black Friday.

Průzkum agentury FOCUS Marketing & Social Research realizovaný na konci roku 2023 na vzorku

1001 respondentů naštěstí naznačuje, že z nejhoršího už jsme pravděpodobně venku. Ačkoliv spotřebitelské chování českých domácností stále reflektuje důsledky zdražování, situace se oproti předchozímu roku zlepšuje. 49 % domácností uvádí, že se svými příjmy dokáží vyjít bez větších omezení a očekávají, že to tak bude dále pokračovat během celého roku.

„Češi jsou stále obezřetní, ale chuť nakupovat roste. Především během cenově atraktivních akcí, jako jsou Dny Marianne,“ komentuje výsledky průzkumu **Lenka Mastešová**. Hned 36 % dotázaných uvedlo, že plánují v budoucnu nakupovat v cenových akcích více než dosud. Více než polovina (55 %) očekává, že bude nakupovat stejně často.

[1] Kvantitativní výzkum byl provedený na vzorku populace České republiky starší 18 let. Velikost výběrového souboru byla 1001 respondentů. Sběr dat probíhal v prosinci 2023.

<https://www.datart.cz/novinky/tiskove-zpravy/dny-marianne-jsou-zpet-oblibena-prodejni-akce-kazdoro-cne-startuje-predvanocni-nakupni-shon>