

Měsíčně provedou 30 milionů transakcí. Kdo jsou a proč tak rádi nakupují u společnosti Pepco?

30.6.2025 - | PROTEXT

Co mají společného ženy z České republiky, Slovenska, Řecka, Srbska, Portugalska, Chorvatska a dalších 12 evropských zemí? Všechny rády nakupují u společnosti Pepco. Výsledky studie Shopper Study ukazují, že většinu pravidelných návštěvníků prodejen Pepco v 18 evropských zemích tvoří ženy. Proč mají tuto značku tak rády?

Studie Shopper Study každoročně sleduje trhy, na kterých se nacházejí prodejny Pepco. Od České republiky přes Polsko a Slovensko až po Řecko, Itálii a Španělsko. Tazatelé oslovili téměř 10.000 nakupujících, aby zajistili vysoce reprezentativní vzorek. Společnost Pepco využívá tyto údaje k vypracování a pravidelnému sledování indexu spokojenosti zákazníků (CSI). Umožňuje hodnotit takové aspekty, jako je zákaznický servis a přístup, nabídka a dostupnost. Také vizuální atraktivitu prostoru prodejny a cenovou atraktivitu. Výsledky jsou vysoce hodnoceny. V letošní studii získal index CSI 89 bodů ze 100 možných.

Jaký je profil zákazníka?

Studie také pomáhá vytvořit profil zákazníka pro značku Pepco. Výsledky posledního průzkumu hovoří jasně. Hlavní skupinou mezi zákazníky jsou ženy. Tvoří 86 % všech návštěvníků. Téměř polovina z nich je ve věku 25-45 let, zatímco průměrný věk všech zákazníků je 41,5 roku. Téměř 80 % účastníků průzkumu potvrzuje, že mají dobrou nebo průměrnou finanční situaci. Více než 1/3 z nich má děti mladší 14 let.

Více než polovina respondentů (55 %) navštěvuje prodejny Pepco častěji než jednou měsíčně - v průměru třikrát měsíčně. Téměř 50 % respondentů navštěvuje Pepco kvůli konkrétnímu nákupu. Až 70 % z nich odchází z obchodu s alespoň jedním výrobkem.

"Tento výsledek nás těší. Nepochybně je ovlivněn naší nabídkou, která je šitá na míru potřebám našich zákazníků. Pravidelně ji obnovujeme a optimalizujeme, každou sezónu do ní přidáváme více než 130 nových kolekcí. Porozumění potřebám a očekáváním zákazníků je jednou z klíčových věcí, na kterých je postavena naše strategie. Umožňuje nám relevantně reagovat na měnící se realitu na trhu. Proto pravidelně provádíme výzkumy a hloubkové analýzy v oblastech, jako je vnímání značky, chování spotřebitelů a vliv makroekonomických faktorů. Získané údaje využíváme k rozhodování v rámci celé organizace. Od plánování sortimentu a investic až po vystavení výrobků v prodejnách. To nám pomáhá optimalizovat nabídku a vzhled našich prodejen a co nejvíce reagovat na potřeby našich zákazníků," vysvětluje Agnieszka Olejniczak, marketingová ředitelka společnosti Pepco.

Proč společnost Pepco?

V nejnovějším vydání studie Shopper Study byli zákazníci z celé Evropy dotazováni, proč si ze všech řetězců vybrali právě Pepco. Neuvěřitelných 67 % respondentů uvedlo jako silnou stránku tohoto řetězce nízké ceny. Pro 43 % respondentů byl hlavním faktorem jejich volby široký výběr produktů. Následoval dobrý poměr ceny a kvality (35 %) a široký výběr pod jednou střechou (23 %). Účastníci studie rovněž zdůraznili význam blízkosti prodejny k jejich bydlišti (21 %).

Studie potvrzuje, že zákazníci na různých trzích jasně rozpoznávají a oceňují silné stránky značky. Kombinace cenové dostupnosti, rozmanitosti nabídky a pohodlné dostupnosti prodejen zákazníky přitahuje. Tyto výsledky také ukazují, že Pepco přesně reaguje na každodenní potřeby evropských domácností.

Pepco

Pepco, tzv. hodnotový maloobchodní řetězec. Jedná se o nejrychleji rostoucí maloobchodní řetězec v Evropě, který nabízí oblečení pro celou rodinu a domácí potřeby za velmi atraktivní ceny. Po téměř 21 letech nepřetržitého rozvoje navštěvují prodejny Pepco zákazníci, kteří měsíčně uskuteční 30 milionů transakcí. Společnost se sídlem v Poznani v současné době zaměstnává více než 31.000 lidí v 18 evropských zemích a má více než 3900 prodejen.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/mesicne-provedou-30-milionu-transakci-kdo-jsou-a-proc-tak-radi-nakupuji-u-spolecnosti-pepco/2692792>