



Polacy już rezerwują w swoich kalendarzach czas na listopadowe zakupy. 6 na 10 naszych rodaków regularnie korzysta z promocji podczas Black Week, a dodatkowe 12% planuje zrobić to w tym roku, wynika z badania przeprowadzonego przez SW Research dla MediaMarkt. Jakie zwyczaje zakupowe towarzyszą nam w tym okresie?

Grunt to dobre przygotowanie

Mimo, że Polacy chętnie korzystają z promocji na Black Week, to nie jest to dla nich powodem do nadmiernej ekscytacji. Dokładnie 50% z nich zaczyna planować zakupy z kilkudniowym wyprzedzeniem. Okazuje się jednak, że spora część, bo aż co trzeci badany, zaczyna planowanie na kilka tygodni przed Black Week.

Z badania przeprowadzonego dla MediaMarkt wynika również, że przygotowania obejmują także porównywanie cen – z porównywarek internetowych korzysta aż 69% kupujących. Polacy dobrze wiedzą, ile zamierają wydać podczas jesiennych promocji – i wcale nie jest to mało. Co trzeci ankietowany zamierza pozwolić sobie na wydatek powyżej rzędu 1000 zł, co czwarty planuje wydać od 500 do 1000 zł, a jeden na pięciu zadowoli się skromniejszym budżetem od 100 do 200 zł.

Black Friday powodem do obaw? Wręcz przeciwnie!

W tygodniach poprzedzających Black Week sklepy prześcigają się w pomysłach, prowadząc walkę o klienta. Nic dziwnego – 49% biorących udział w Black Week uważa, że reklama ma wpływ na ich decyzje zakupowe – choć to

mniejszy odsetek osób, niż ci przekonani w wyniku rekomendacji rodziny (57% badanych). Dzięki reklamom informacje o niskich cenach z pewnością dotrą do większej liczby potencjalnie zainteresowanych klientów, ale mogą też doprowadzić do tego, że część zakupów zostanie dokonana pochopnie. 4 na 10 osób, które kiedykolwiek kupiły elektronikę podczas Black Week przyznaje się, że zdarzyło im się dokonać zakupu pod wpływem impulsu. Nic zatem dziwnego, że z Black Week wiążą się również pewne obawy. 57% kupujących przyznaje, że obawia się fałszywych promocji. Co trzecia osoba ma obawy związane z presją podczas zakupów, a 29% - z dostępnością towaru.

*- Black Week to okres, w którym wiele osób daje się ponieść zakupowemu szaleństwu, nierzadko zdarza się też, że klienci żałują powziętych decyzji zakupowych. Warto zatem w tym okresie podejść do zakupów ze spokojem i wcześniej zaplanować zakupy. Nasi klienci mogą to zrobić z łatwością, odwiedzając naszą stronę internetową lub aplikację mobilną, gdzie wszystkie produkty i promocje zaprezentowane są w czytelny sposób. Na tych, którzy preferują zakupy w sklepie, czekają nasi doradcy, którzy rozwieją wszystkie wątpliwości – mówi **Maciej Dolega**, Head of PR w MediaMarkt Polska.*

Gwarancje z efektem wow

Z okazji Black Friday sieć sklepów MediaMarkt przygotowała wyjątkowe promocje dla swoich klientów, które swoje apogeum osiągną 29 listopada – czyli we wspomniany Czarny Piątek. Warto pamiętać, że oprócz atrakcyjnych zniżek na produkty, sieć daje również gwarancje transparentności promocji, a także szybkiej dostawy przy zakupach online. Dzięki współpracy z Uber Direct, kupujący otrzyma zamówiony produkt w zaledwie 90 minut (warunek: produkty do 15 kg, dostawa do 8 km od najbliższego sklepu MediaMarkt). Kolejną niespodzianką dla klientów jest akcja „Chcesz Taniej, Miej Taniej”. W jej ramach klient, który chce kupić dany produkt w MediaMarkt, ale znalazł go na stronie internetowej konkurencji w niższej cenie, może zadzwonić na infolinię MediaMarkt lub wskazać niższą cenę pracownikowi sklepu i kupić go w niższej cenie – dokładnie takiej, jak w konkurencyjnym sklepie. Warto skorzystać z wyjątkowych promocji i już teraz zaplanować zakupy na Black Week.



newss.pl

Zakupowy szal czy zimna kalkulacja? - Polacy podczas Black Week

MediaMarktSaturn Polska

[press box](#)