

Jaký vypadá český zákazník



Zákazníky lze obecně rozdělit do sedmi skupin:

1. **Ovlivnitelný typ:** Jako ovlivnitelný typ je označen **milovník reklamy, kterého lze získat především vzhledem výrobku**. Tento typ zákazníka často odchází z prodejny s úplně jiným zbožím, než měl původně v úmyslu koupit. Typickým představitelem této cílové skupiny je mladší žena s vyšším příjmem.
2. **Náročný zákazník:** Náročný zákazník **vyžaduje dostatečnou šířku i hloubku sortimentu**. Vyhledává proto často hypermarkety. Rád platí kartou a oceňuje nabídku dalších služeb. Opět se jedná spíše o ekonomicky aktivní ženy mladšího a středního věku s vyšší kupní silou.
3. **Mobilní pragmatik:** Jejich mužským protipólem je mobilní pragmatik. **Nakupuje ve velkém a je ochoten si pro nákup dojet do vzdálenější prodejny**, když mu vyhovuje. Preferuje velkoplošné jednotky, kupuje raději značkové a modernější zboží. Je často otcem rodiny a vyhovuje mu platit kartou.
4. **Loajální hospodyňka:** Ve skupině loajální hospodyňka jsou především o ženy, které už nejsou ekonomicky aktivní, tedy obvykle nad 55 let. **Vyhledávají menší prodejny s příjemnou a ochotnou obsluhou**. Obvykle za nákupy necestují. Přicházejí nejčastěji pěšky nebo využívají MHD. Nakupují často a méně, většinou v hlavní prodejně.

5. **Opatrný konzervativec:** Typem, který vždy **nakoupí jen to, co plánoval**, je opatrný konzervativec. Reklamě zásadně nevěří a není náročný. Je však citlivý na cenu.
6. **Nenáročný flegmatik:** Nenáročný flegmatik **bere nákup jako nutné zlo a snaží se trávit cestou za nákupy i nákupem samotným co nejméně času**. Opět jde spíše o muže, a to jak mladšího, tak staršího. K tomuto typu patří i podskupina odpůrců globalizace, kteří zásadně nenakupují v mezinárodních řetězcích. Zahrnuje jak muže, tak ženy, a to spíše mladšího a středního věku.
7. **Šetřivý typ:** Galerii typologie nakupujících uzavírá poměrně rozšířený šetřivý typ. Známe ho z oficiálních otevření nových prodejen, kde probíhají mimořádně výhodné nabídky, ochutnávky a soutěže. Často jde o seniory, a to jak muže, tak ženy. **Důkladně pročítají letáky a mají dokonalý přehled o cenách všech prodejen v okolí**. Jsou ochotni za nákupy cestovat, častěji veřejnou dopravou než autem.