

KOMUNIKAT PRASOWY

28.12.2023

Jak bardzo kuszą dni specjalnych ofert? Bank Pekao S.A. i Tpay przeanalizowali zakupy klientów podczas wyprzedaży

Okres poświąteczny tradycyjnie kojarzy się z wyprzedażami. Sklepy na witrynach kuszą promocjami i specjalnymi ofertami na zakup kolekcji jesienno-zimowych, a informacje o czyszczeniu magazynów zachęcają klientów do zakupów. Bank Pekao S.A. i operator płatności Tpay przeanalizowali ile transakcji wykonują klienci w okresie wyprzedaży i czy faktycznie szyldy „Sale” zachęcają do zakupów.

Już od kilku lat można obserwować, że sklepy stacjonarne i e-commerce przestają sztywno trzymać się terminów uważanych za wyprzedażowe. Obecnie informacje o specjalnych obniżkach i promocjach można znaleźć właściwie w każdym momencie roku.

Liczba transakcji w okresie poświątecznym

To, że poświąteczne wyprzedaże powoli tracą na swojej atrakcyjności, można zaobserwować w danych dotyczących liczby transakcji wykonywanych przez klientów Banku Pekao S.A. w 2022 roku. Średnia dzienna liczba transakcji w okresie 27-31 grudnia była w zeszłym roku o ok. 12% niższa od średniej dziennej liczby transakcji w okresie od 1 do 23 grudnia tegoż roku.

Mimo, że liczba transakcji po świętach nie wskazuje na to, by klienci masowo ruszali na poszukiwania okazji wyprzedażowych, widoczna jest zmiana w tym, za co płacili. Według danych z płatności POS (płatności kartami, portfelami elektronicznymi oraz płatności BLIK na terminalach) są kategorie, w których liczba płatności wzrasta i to znacząco. Niemal sześciokrotny wzrost liczby transakcji w 2022 roku Pekao odnotował w kategoriach związanych z opłatami za parkingi, przejazdy autostradami oraz płatnościami na stacjach paliw i w hotelach. Znaczące wzrosty właśnie w tych kategoriach mogą sugerować, że klienci zamiast poszukiwać atrakcyjnych ofert wyprzedażowych, wyruszyli na sylwestrowo-noworoczny wypoczynek. Również ponad pięciokrotny wzrost liczby transakcji w kategoriach związanych z płatnościami w kawiarniach, pubach, barach oraz cukierniach wskazuje, że klienci Pekao, wykorzystując tak dobrze u nas znane „długie weekendy”, wybrali np. spotkania rodzinne lub też ze znajomymi zamiast okazyjnych zakupów.

Zmiany trendów podczas Black Friday

Podejście do wyprzedaży zarówno u klientów, jak i w sieciach sprzedażowych można było zaobserwować już podczas Black Friday. Według danych Tpay, operatora płatności online, będącego strategicznym partnerem Banku Pekao S.A., tegoroczny Black Friday był mniejszym świętem wyprzedaży niż rok temu - 24 listopada sprzedaż w sklepach, z którymi współpracuje, wzrosła o ok. 116 % w porównaniu do pozostałych dni miesiąca, co oznacza równocześnie 2% spadek w stosunku do 2022 r. i aż 44% w porównaniu do 2021 r.

Analizując liczbę transakcji klientów Banku Pekao S.A. można zaobserwować podobną tendencję. Mimo że liczba wszystkich transakcji podczas Black Friday wzrosła o 114% w porównaniu do średniej liczby transakcji w inne dni listopada tego roku, to równocześnie ten wzrost jest o 6% mniejszy niż w 2022 r. Nie oznacza to jednak, że łączna liczba transakcji klientów Pekao w listopadzie spadła.

Rozwój różnych form płatności sprawia, że liczba transakcji realizowanych przez klientów banku systematycznie rośnie. W porównaniu do 2022 r. średnia dzienna liczba transakcji w

listopadzie wzrosła w tym roku o 117%. Z czego może w takim razie wynikać mniejsze zainteresowanie Black Friday?

Wiele sklepów wydłuża czas ofert promocyjnych z Black Friday do np. Black Week lub nawet Black Weeks. To oznacza, że klienci z okazjijnych cen korzystają nie tylko w czasie tego jednego dnia, ale szukają ciekawych okazji cenowych w zasadzie przez cały listopad. Podobnie jest podczas wyprzedaży poświątecznych – klienci szukają ciekawych ofert cały czas, konkretny moment w czasie traci tu na znaczeniu.

Wybór form płatności ma duże znaczenie dla klientów

Według danych z raportu Tpay z 2023 r. „Jak Polacy lubią płacić online. Rozważny konsument w niepewnych czasach”, aż 31% respondentów przy wyborze sklepu online zwraca uwagę na dostępne metody płatności. Dlatego tak istotne jest, nie tylko podczas okresów wyprzedażowych, aby klienci mieli dostęp do szybkich, prostych i bezpiecznych form płatności.

Właśnie takie rozwiązania mogą zyskać przedsiębiorcy, dzięki wspomnianej już strategicznej współpracy pomiędzy Bankiem Pekao S.A. oraz operatorem płatności Tpay. Klienci biznesowi Pekao, którzy prowadzą sklep internetowy, mogą korzystać z rozwiązań ułatwiających im prowadzenie biznesu. Jest to w pierwszej kolejności bramka płatnicza oferująca szeroki wybór kanałów płatności, np. BLIK, przelew online, płatności kartami i portfelami elektronicznymi. Przedsiębiorca może wybrać te kanały, które najlepiej odpowiadają na potrzeby jego biznesu i klientów.

Od zeszłego roku, dzięki współpracy Pekao i Tpay, klienci Banku mogą korzystać także z oferty zakupów ratalnych całkowicie online. Dostęp do kredytów ratalnych ma znaczenie nie tylko dla klientów indywidualnych planujących zakupy, ale także dla prowadzących internetowe biznesy. Obecność Banku Pekao wśród metod płatności jest ważnym wyróżnikiem, podnoszącym wiarygodność sklepów internetowych.

Klienci Pekao podczas Black Friday sięgali po karty płatnicze

Sklepy, z którymi współpracuje Tpay, chętnie korzystają z tej szerokiej oferty kanałów płatności. Popularność poszczególnych z nich dobrze obrazują dane ze wspomnianego Black Friday. Według danych Tpay w 2023 r. w trakcie Czarnego Piątku najczęściej wybieranym przez użytkowników sposobem dokonywania płatności online był BLIK. Zrealizowano nim aż 82% transakcji odbywających się za pośrednictwem Tpay. Na drugim miejscu, według danych operatora płatności, znalazły się przelewy online (tzw. Pay-By-Linki) – wybrało je 9% internautów, co oznacza znaczny spadek w stosunku do 2022 r., kiedy ich udział wynosił 33%. Na trzecim miejscu znalazła się płatność kartą – 6% transakcji, czyli również mniej niż rok temu (15%).

Wśród klientów Banku Pekao S.A., realizujących zakupy zarówno w sklepach tradycyjnych jak i internetowych, podczas Black Friday zdecydowaną większość transakcji, bo aż ponad 77% stanowiły te wykonane kartą. Choć transakcje kartami płatniczymi było najwięcej, to także w porównaniu do zeszłorocznego Czarnego Piątku można zaobserwować spadek o ok. 1,5% liczby transakcji wykonanych za ich pomocą. Na drugim miejscu uplasowały się płatności BLIK. W tym roku stanowiły prawie 7% wszystkich transakcji realizowanych 24 listopada i jest to wzrost prawie o jeden punkt procentowy w porównaniu do zeszłego roku. Wśród różnych opcji płatności BLIKIEM, klienci Pekao najczęściej wybierają płatności online, co pokazuje, jak systematycznie rośnie potencjał zakupów e-commerce, a co za tym idzie współpracy pomiędzy Pekao i Tpay.



O Banku Pekao S.A.:

Bank Pekao S.A., założony w 1929 r., jest jedną z największych instytucji finansowych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej i drugim największym bankiem uniwersalnym w Polsce z 310 mld zł aktywów. Posiadając drugą co do wielkości sieć oddziałów, Bank Pekao obsługuje ponad 6,6 mln klientów. Jako wiodący bank korporacyjny w Polsce, obsługuje co drugą korporację w Polsce. Status banku uniwersalnego opiera się na wiodącej na rynku pozycji w private banking, zarządzaniu aktywami i działalności maklerskiej. Zróżnicowany profil działalności Banku Pekao jest wspierany przez wiodący na rynku bilans i profil ryzyka odzwierciedlony w najniższych kosztach ryzyka, silnych wskaźnikach kapitałowych i odporności na warunki makroekonomiczne (Pekao okazało się najbardziej odpornym bankiem, zajmując pierwsze miejsce w testach warunków skrajnych, przeprowadzonych przez EBA w 2023 roku wśród 70 banków w Europie). Od 1998 r. Bank Pekao jest notowany na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie i uczestniczy w kilku lokalnych (w tym WIG 20 i WIG) oraz międzynarodowych indeksach (w tym MSCI EM, Stoxx Europe 600 i FTSE Developed). Pekao jest jedną z najbardziej dywidendowych spółek giełdowych w Polsce na przestrzeni ostatnich 10 lat, wypłacając łącznie 20 mld zł w ciągu dekady.

Kontakt dla mediów:

Paweł Bernat

Departament Komunikacji Korporacyjnej

Bank Pekao S.A.

media@pekao.com.pl