

Příručka nakupování

LMS



Úvod
Online obchody
Kamenný obchody
Problematika nakupování
Změny nakupování

• — LMS — •



3 Jak na nákupy

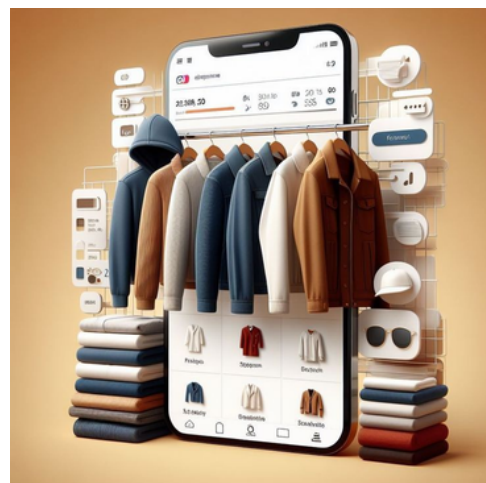
5 Online nákupy

7 Kamenné obchody



9 Problematika nakupování

11 Změny nakupování



*Jak na
nákupy ?*



**Na otázku kde nakupovat
jídlo, pití, oblečení,
květiny, nábytek atd..
Vám odpoví všichni.
Každý má svůj oblíbený
obchod kde nakupuje.**

Každý člověk má jiné preference. Někdo nakupuje jen online, jiný zase jen v kamenných obchodech a někdo to střídá.

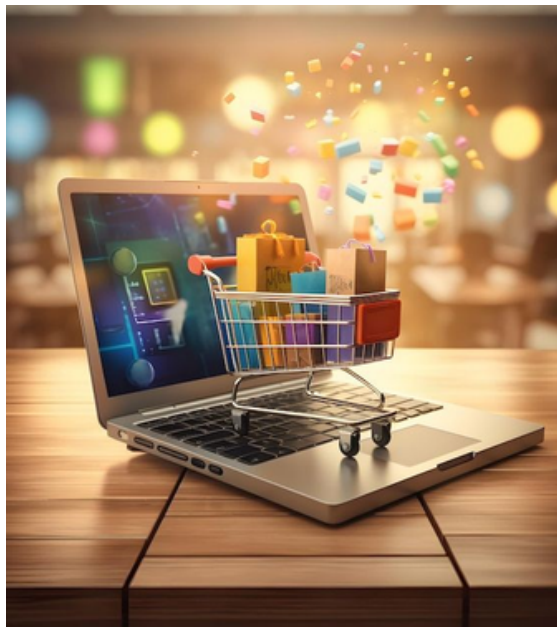


**A co je tedy nejlepší?
Nakupovat v online
obchodech nebo v
kamenných.**

Mladší generace preferuje online nakupování a hlavně bezkontaktní platbu. Starší generace nakupuje převážně v kamenných obchodech, ale zkoušejí i novější technologie. Snaží se nakupovat i online, ale bojí se o svoje peníze ale i s kvalitou vybraného produktu

ONLINE OBCHODY

Výhody online obchodů



Online nakupování nabízí pohodlí, ale může být spojeno s rizikem podvodů, problémy s doručením nebo s vrácením zboží. Online obchody, nebo také e-shopy.

Zákazníci mohou nakupovat kdykoliv a odkudkoliv, aniž by museli opustit domov.

Často nabízejí širší sortiment zboží než kamenné obchody, protože nemají omezený prostor na skladování.

Zákazníci mohou snadno porovnat ceny různých produktů a obchodů.

Nevýhody online obchodů

Zákazníci si nemohou fyzicky osahat nebo vyzkoušet zboží před jeho zakoupením, což může vést k nespokojenosti s konečným produktem.

Online objednávky mohou trvat několik dní nebo dokonce týdnů, než dorazí.

Často se k ceně zboží připočítávají náklady na dopravu, což může zvýšit celkovou cenu nákupu.

V případě, že zboží nevyhovuje, může být vrácení komplikovanější než v kamenném obchodě, kde je možné zboží vrátit přímo na místě.

Některé online obchody nemusí nabízet všechny preferované metody plateb.



1. Alza – Český e-shop specializující se na elektroniku a technologické produkty.
2. Zalando – E-shop zaměřený na módu a obuv.
3. Mall.cz – Český online obchod, který nabízí širokou škálu produktů od elektroniky po domácí potřeby.

ONLINE NAKUPOVÁNÍ ZAŽILO
OBROVSKÝ BOOM. VÍCE LIDÍ
PREFERUJE NAKUPOVÁNÍ Z
POHODLÍ DOMOVA.



MNOHO LIDÍ
NAKUPUJE
PROSTŘEDNICTVÍM
MOBILNÍCH APLIKACÍ
NEBO WEBOVÝCH
STRÁNEK.

Influencer marketing se stal
populárním způsobem, jak oslovit
zákazníky a propagovat produkty
online.



KAMENNÉ OBCHODY

Výhody kamenného obchodu

Zákazníci mají možnost setkat se s prodáváči a získat osobní poradenství a doporučení.

Mohou zboží ihned zakoupit a odnést domů, aniž by museli čekat na dodání

V kamenném obchodě si mohou zákazníci zboží prohlédnout, osahat a vyzkoušet.

Často nabízejí příjemné prostředí, které může být součástí celkového zážitku z nakupování.

Nákup v kamenných obchodech pomáhá podporovat místní podnikatele a ekonomiku.



Nevýhody

Provoz kamenného obchodu zahrnuje náklady na pronájem prostor, energie, zaměstnance.

Často nemohou nabídnout tak široký výběr zboží jako online obchody.

Fyzické obchody mají obvykle stanovenou otevírací dobu, což může být pro některé zákazníky nevhodné.

Nákupy v kamenných obchodech vyžadují od zákazníků fyzickou přítomnost, což může být časově náročné a méně pohodlné než nákupy online.

Kamenné obchody čelí výzvám, jako jsou vyšší náklady na provoz, konkurence s online prodejem a měnící se spotřebitelské návyky. V posledních letech se mnoho kamenných obchodů snaží přizpůsobit a kombinovat online a offline prodeje, například skrze „click-and-collect“ služby, kde si zákazníci objednají zboží online a vyzvednou si ho v obchodě.



Návštěva obchodu může být také společenskou aktivitou.

Zákazníci si mohou zboží prohlédnout, osahat a vyzkoušet před koupí. mohou získat rady a doporučení přímo od prodejců.

Obchody se stále více zaměřují na vytváření jedinečných a atraktivních nákupních zážitků.

Obchody se přizpůsobují novým trendům a potřebám zákazníků, což často zahrnuje otevřenější prostory, pohodlnější zóny pro sezení a interaktivní výlohy.

PROBLEMATIKA NAKUPOVÁNÍ

Kvalita služeb a podpora zákazníků může být často nedostatečná, což může ovlivnit celkovou zkušenost s nakupováním.

Spotřebitelé se čím dál více zajímají o to, jak byly produkty vyrobeny a jaký mají dopad na životní prostředí.

Mnoho lidí má omezený rozpočet, což může ovlivnit jejich rozhodování při nákupu.

Spotřebitelé se často potýkají s problémy s kvalitou zakoupených výrobků. Někdy je výrobek jiný, než jak byl prezentován, což může vést k nespokojenosti a ztrátě důvěry v značku.



PROBLEMATIKA V ONLINE NAKUPOVÁNÍ

Existuje riziko podvodných webů, které mohou ohrozit osobní a finanční informace zákazníků. Uživatelé nemají možnost si zboží prohlédnout, osahat nebo vyzkoušet, což může vést k nespokojenosti s finálním produktem. Pokud dojde k technickým problémům nebo výpadku internetu, může to znemožnit nákup.



PROBLEMATIKA NAKUPOVÁNÍ V KAMENNÝCH OBCHODECH

Kamenné obchody mohou mít omezený výběr zboží ve srovnání s online nabídkou. Ceny v kamenných obchodech mohou být vyšší kvůli nákladům na pronájem a provoz. Kamenné obchody mají zpravidla omezené otevírací hodiny, což může být nevhodné pro zákazníky s nabitým programem. Pro některé lidi může být nákup v kamenném obchodě stresující kvůli interakcím s prodáváči nebo jinými zákazníky.



Obě formy nakupování mají své specifické výhody a nevýhody. Zákazníci si musí zvážit, co je pro ně důležitější – pohodlí a široký výběr online, nebo osobní kontakt a okamžitou dostupnost v kamenných obchodech. Mnoho lidí dnes využívá kombinaci obou přístupů, aby maximalizovali výhody každého z nich.



ZMĚNY NAKUPOVÁNÍ



Rozvoj mnoha e-shopů a online platformem.

Obchody začaly využívat data a algoritmy k personalizaci nabídek a doporučení pro zákazníky.

Mnoho obchodníků nyní preferuje online a offline prodej, což umožňuje zákazníkům nakupovat a vrátet zboží jak v obchodě, tak online.

Spotřebitelé se stále více zajímají o ekologické a etické aspekty nakupování. Mnoho značek se snaží být transparentní ohledně svých praktik a nabízet udržitelné produkty.

V důsledku pandemie COVID-19 se zvýšil důraz na hygienu a bezpečnost při nakupování, což vedlo k růstu bezkontaktních plateb a zvýšeným hygienickým normám v obchodech.



Podpora lokálních výrobců: Růst online obchodu také podpořil rozmach malých, lokálních podniků, které začaly prodávat své produkty přímo spotřebitelům prostřednictvím online platform.



Zánik některých tradičních maloobchodních řetězců: Některé tradiční obchodní modely (např. kamenné knihkupectví) se dostaly pod tlak díky online konkurenci a změnám v nákupních zvyklostech se staly obětí tohoto trendu.

AI bude hrát klíčovou roli při personalizaci nabídky a predikci nákupních trendů. Algoritmy budou schopné předpovědět, co bude zákazník chtít koupit na základě jeho předchozích nákupů.

Technologie AR bude umožňovat zobrazování informací o produktech v reálném čase – například zobrazení výhod produktu, recenzí nebo dostupných barev a velikostí, když se na něj zaměříte v obchodě.



Dodání do hodiny nebo do několika minut: Zákazníci budou stále více požadovat rychlé dodání, v některých případech i během několika minut.

Sociální platformy jako Instagram, TikTok a Facebook budou stále více integrovány s nákupními funkcemi, kde zákazníci mohou nakupovat produkty přímo z příspěvků a videí.

GENERACE Z (1997–2012)

Generace Z vyrůstala v prostředí internetu, chytrých telefonů a sociálních médií, což znamená, že jejich přístup k nakupování je vysoce digitální. Pro tuto generaci je online nakupování naprostou samozřejmostí.

Sociální média hrají zásadní roli při jejich nákupních rozhodnutích. Generace Z je ovlivněná influencery a často nakupuje produkty přímo přes sociální platformy.



SILENT GENERATION (1928–1945)

Tato generace, která prošla válkami a ekonomickými krizemi, klade důraz na osobní interakci při nákupu. Kamenné obchody jsou pro ně stále preferovaným místem pro nákup. Většina z nich není tak zvyklá na nakupování online, i když v posledních letech se i někteří z nich začali orientovat na internet. preferuje značky a obchody, které mají dlouhou tradici a které považují za spolehlivé a kvalitní. preferuje značky a obchody, které mají dlouhou tradici a které považují za spolehlivé a kvalitní.

Mapa obchodních center



zalando



VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA
A STŘEDNÍ ZEMĚDĚLSKÁ ŠKOLA
TÁBOR

tiráž:

škola: VOŠ a SZeŠ Tábor

adresa školy: nám. T. G. Masaryka 788/1, 390 02 Tábor

redakční tým: Jakub Mikeš, Lucie Černá, Daniela

Slunečková

koordinátor: Ing. Zuzana Prokopová, MPA

