# Češi jsou připraveni na cirkulární projekty. Obchod No neke za podpory KB SmartPay zažil úspěšný pilotní provoz

Praha 22. února 2023

**Pilotní projekt 1. cirkulárního obchodu v České republice s názvem No neke je u konce a přináší unikátní data, která nasbíral. V ČR jde o první ucelená data o tom, jak se Češi staví k nakupování a prodeji věcí z druhé ruky. Terminály od KB SmartPay během provozu značnou měrou napomohly komfortu zákazníků.**

No neke se zákazníkům za podpory KB SmartPay představilo měsíčním pilotním projektem cirkulárního obchodu, který se otevřel v prosinci roku 2022 v největším českém nákupním centru Westfield Chodov. Veškeré zboží v obchodě bylo z druhé ruky, ale na jeho kvalitě ani na podobě obchodu to zákazníci nepoznali. Pod jednou střechou bylo možné nakoupit zboží od 9 značek v 6 kategoriích – móda, home decor, knihy, elektronika, zboží pro děti či elektrokola.

# **Bezkontaktní platby nedílnou součástí**

*„Partnery projektu No neke jsme se stali, protože stejně jako jeho zástupci věříme, že budoucnost se bez jisté formy cirkulární ekonomiky neobejde,“* říká Jitka Palatová, generální ředitelka KB SmartPay. *„Z našich dat vyplývá, že i o zboží z druhé ruky je zájem. Za necelé tři týdny se na zapůjčených platebních terminálech realizovalo téměř 700 transakcí s průměrnou výší transakce 515 korun, což je srovnatelné s daty, která máme v rámci celé sítě,“* pokračuje Jitka Palatová.

# **No neke v číslech[[1]](#footnote-2)**

Nejprodávanější kategorií byla móda (63 %), následoval home decor (15 %) a knihy (13 %). Elektronika naopak zákazníky téměř neoslovila.

Každý 4. zákazník, který navštívil No neke, nakoupil – konverze tedy byla 25 %. Ženy tvořily drtivou většinu (85 %) zákazníků. Většina byla z Prahy (77 %) a zbytek z Čech. Více než polovina zákazníků byla ve věku 19 až 44 let (59 %). Skoro polovina (48 %) zákazníků uvedla, že má příjem domácnosti vyšší než 30 000 Kč.

# **Nejdůležitější zjištění:**

1. **96 % zákazníků, kteří zboží z druhé ruky nikdy nenakupují, uvedlo, že po návštěvě No neke změnili názor.** Až 74 % z nich řeklo, že se do obchodu určitě vrátí.
2. **Češi jsou hladoví po cirkulárních řešeních**, protože si uvědomují, že planeta není nafukovací.
3. Zákazníci vůbec **nepodléhali spontánnímu nákupu elektroniky**. Chtějí si to předem nastudovat, a když už, tak preferují specializované prodejny.
4. I když z online průzkumu trhu vyplynulo, že **největším motivátorem** při nákupu věcí z druhé ruky **je** **snaha ušetřit** (uvedlo až 80 % respondentů), tak No neke prodejnu více navštěvovali zákazníci, kteří na cenu až tak nekoukali a jejich motivací spíš bylo podpořit ekologii či zamezit plýtvání (70 %)
5. Nedostatečný výběr velikostí zákazníky překvapoval – lidé jsou zvyklí, že mají k dispozici vždy více velikostí, což je u věcí z druhé ruky problém.
6. **Zákazníci tolik nepodléhají impulzivním nákupům.** Nebyli frustrovaní, pokud si z nabídky obchodu nic nevybrali, jelikož nechtějí zbytečně nakupovat další věci.

# **Příležitosti**

1. Lidé nevědí, kam dávat nepotřebné věci – **uvítali by jednoduchou možnost výkupu**.
2. **Lidé se chtějí cítit, jako že nakupují nové zboží**. Pokud je obchod čistý a zboží v top kvalitě, jsou lidé **ochotni utrácet více peněz**, než je pro ně za zboží z druhé ruky obvyklé – vzniká prostor pro inovace obchodů, které spoléhají pouze na nižší cenu zboží z druhé ruky.
3. O elektroniku nebyl v No neke takový zájem, což mohlo být způsobeno širokým záběrem celého konceptu. Ve specializovaných obchodech s odpovídajícím servisem má elektronika velký potenciál.

# **Data pro všechny**

Průzkum trhu a pilotní projekt tým No neke uskutečnil proto, aby získal data a zkušenosti, které mu pomohou správně nastavit dlouhodobý model fungování No neke. Zároveň taková data v Česku chyběla i pro budoucí cirkulární iniciativy. Proto tým No neke bude rád, když z jeho dat budou čerpat i jiné projekty. Budoucnost nakupování totiž tkví v cirkulární ekonomice.

**Další data a výsledky výzkumů naleznete na webu No neke:** [**www.noneke.store**](http://www.noneke.store)

**Kdo za projektem No neke stojí:**

**Michaela Kloudová** – ex CEO Genster, Alimenty dětem, Unilever

**Noema Pšenicová** – freelancer, ex CMO Genster, ex PR & Marketing xPORT VŠE

**Radek Hampl** – ředitel pobočkové sítě Bonami

**O společnosti KB SmartPay**

KB SmartPay je obchodní značka společnosti Worldline Czech Republic, s.r.o. reprezentující na českém trhu alianci společnosti Worldline NV/SA a Komerční banky a. s. Společnost KB SmartPay obsluhuje v ČR více 25.000 zákazníků a provozuje více než 50.000 platebních terminálů a platebních bran. Více informací naleznete na webových stránkách [www.kbsmartpay.cz](http://www.kbsmartpay.cz).

**Skupina Worldline**

Skupina Worldline je evropským lídrem a zároveň čtvrtou největší společností na světě v oblasti platebních styku a transakčních služeb. Poskytuje trvale udržitelné služby nové generace a umožňuje tak svým zákazníkům nabídnout koncovým spotřebitelům inovativní a moderní řešení pro jejich potřeby. Společnost Worldline působí ve více než 50 zemích světa a zaměstnává více než 20.000 zaměstnanců. Více informací o skupině Worldline naleznete na [www.worldline.com](http://www.worldline.com/).

**Kontakt pro média:**

Crest Communications

Petra Kopecká

mobil: +420 725 582 965

petra.kopecka@crestcom.cz

1. Výzkum názorů spotřebitelů provedla InsightLab pod vedením Andrei Vozníkové. Sponzor výzkumu byla společnost INSTORE CONSULTING EU s.r.o (pořadatel CX hodnocení prodejen „VISA Czech Top Shop“). [↑](#footnote-ref-2)