

Coraz dłuższe promocje z okazji czarnego piątku

data aktualizacji: 2021.11.25



To co miało być Black Friday, staje się powoli Black Weeks, a za rok zapewne już Black November. Handlowcy coraz bardziej rozciągają w czasie „czarne” promocje, licząc na udany start sezonu zakupów przedświątecznych oraz na odrobienie strat po lockdownach. Niemal 2/3 Polaków deklaruje, że w tym roku zrobi zakupy na promocjach.

Jedno z największych handlowych wydarzeń, przynoszące wysyp okazji, promocji, rabatów i przecen, ewoluuje.

- Kiedy kilka lat temu pojawiły się w Polsce promocje spod znaku „black” były one bardzo ostrożne. Przeceny organizowane w sklepach były niewielkie, sięgały ok. 10-20 proc. Były też krótkie, spontaniczne i zwykle zamykały się w jednym dniu - w piątku. Rano pojawiała się informacja o

rabatach, wieczorem wraz z zamknięciem sklepu przeceny znikają - mówi **Marta Drzewiecka**, director w Newbridge, firmy, która skupia w swoim portfolio 6 centrów handlowych.

Ekspertka dodaje, że ostatnie 3 lata przynoszą znaczące zmiany. Marki, ale także same centra handlowe, coraz chętniej i częściej organizują nie jednodniowy Black Friday, ale dwudniowy Black Weekend czy 7-dniowy Black Week. Przyczyna tej zmiany jest prosta: pojawienie się dodatkowego, nawet krótkiego sezonu promocji znacząco wpływa zarówno na ruch w sklepach i centrach, jak również na ich obroty, zapewniając markom udane wejście w intensywny sezon świątecznych zakupów, kluczowy dla handlu.

Promocje „black” stają się coraz popularniejsze, cieszą się także większym zaufaniem niż przed laty. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez agencję BioStat dla SMSAPI, w tym roku aż 62 proc. Polaków zrobi zakupy podczas akcji spod znaku „black”. Co więcej, aż 67,7 proc. kupujących celowo odwleka wizytę w sklepach, czekając do końca listopada na moment, aż ceny zaczną spadać.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/coraz-dluzsze-promocje-z-okazji-czarnego-piatku,68815>