

Není tomu tak dávno, co byl spuštěn první slevový portál na našem území. Jde o jednoduchý princip hromadného nakupování. Na serveru se objeví nabídka možnosti nákupu nějaké služby, zboží či ubytování. Tato nabídka je slevněna o desítky procent, ale je možné ji získat až při nakoupení nějakého určitého minimálního počtu.

Do té doby není nabídka aktivní. Na druhé straně je pak omezení maximálního zakoupení daného produktu. Lidé tak mohou díky skupinovému nakoupení nějakého zboží získat slevy až přes 50%.

Fenomén dnešní doby

[Slevové portály](#) zachvátily i Česko. V přepočtu na jednoho obyvatele máme dokonce nejvíc slevových portálů v Evropě, kde se daný průzkum konal. Je to zřejmé – češi jsou velice počítačově gramotní a rádi slyší na nejružnější slevy. I velcí hráči na trhu maloobchodních prodejců tak přicházejí se svou nabídkou slevových portálů, kde nabízejí vouchery na nákupy ve svých provozovnách.

Výhodnost pro zákazníka

Je však třeba si uvědomit, že daná sleva nemusí být vždy a za každou cenu výhodná. Především pak balíček služeb, na kterém visí sleva 70%. Už to samo o sobě říká – pozor, nemusí to být tak úplně pravda. Do balíčku jsou třeba zahrnuty služby, které máte obvykle zdarma k jinému produktu a podobně. Či služby, které prakticky nevyužijete či si musíte doplatit přípravky, které jsou při dané službě použité. Proto vždy dobře čtěte nabídku portálu a porovnejte slevu s nabídkou daného prodejce třeba i na jeho webu. Možná zjistíte, že nemusíte mít všechny služby či produkty v balíčku a ušetříte ještě více.

Slevománie v ČR

Češi však na slevy slyší a rádi je využívají. Pobyty v hotelu, gurmánské zážitky, adrenalin, zlevněné produkty a podobně. To vše můžete najít v široké nabídce stovek slevových portálů u nás. V současnosti se vývoj nových relativně zastavil a spíše se spojují či rozdělují. Trh je relativně nasycen a fungování portálů se zaběhlo do zajetých kolejí.