



## KONCEPCIE STRATÉGIE MIESTA

# Hromadný (kvantitatívny) predaj

### O TEJTO TÉME:

**Hromadný (kvantitatívny) predaj** predstavuje koncepciu distribúcie a predaja, ktorá sa zameriava na čo najširšie sprístupnenie produktov zákazníkom. Typicky ide o produkty každodennej spotreby – potraviny, nápoje, drogéria či základný spotrebný tovar. Podstatou je **intenzívna distribúcia** cez široko rozvetvenú sieť predajných miest, kde je dôležitá predovšetkým kvantita predaja a dostupnosť, nie exkluzivita alebo prémiová prezentácia.

V praxi to znamená, že tovar nájdeme na čo najviac miestach – v supermarketoch, hypermarketoch, diskontných reťazcoch, convenience predajniach či vo veľkých e-shopoch. Pre zákazníka je kľúčové, že produkty sú dostupné rýchlo, lacno a blízko jeho každodenného života.

Medzi typické znaky patrí nižšia náročnosť na interiérové riešenia predajní, veľké predajné plochy a často lokalizácia mimo centier miest. Globálne značky ako Walmart, Carrefour, Aldi či Amazon stavajú svoju stratégiu na masovom predaji za nízke ceny, čo im umožňuje dosahovať obrovské objemy predaja a pritom udržiavať konkurencieschopné ceny. Táto stratégia je základom pre väčšinu moderných obchodných reťazcov, ktoré cieľia na široké masy spotrebiteľov po celom svete.

## ČO SA DOZVIEŠ:

- 📌 Základná charakteristika
  - 📌 Funkcie a ciele
  - 📌 Chcete si z témy odhryznúť ešte viac? Tu je pár tipov
- 

## Základná charakteristika

**Hromadný predaj** je forma distribučnej stratégie, ktorá sa spája s intenzívnou distribúciou. Jeho cieľom je dostať produkt k čo najväčšiemu počtu zákazníkov prostredníctvom maximálneho pokrytia trhu. Nejde o exkluzívne či selektívne umiestnenie, ale naopak o masový prístup: „byť všade tam, kde je zákazník“.

### Charakteristické prvky:

- **Široká dostupnosť:** produkty sú v supermarketoch, hypermarketoch, diskontoch, čerpacích staniciach či e-shopoch.
- **Cenová orientácia:** dôraz na nízke ceny a akcie, ktoré podporujú vysoké objemy predaja.
- **Štandardizovaný tovar:** najčastejšie ide o bežné produkty dennej spotreby (**FMCG** – fast moving consumer goods).
- **Jednoduchosť predaja:** menej náročný merchandising a nižšie nároky na predajnú prezentáciu.

Príkladom je **Walmart**, najväčší maloobchodný reťazec sveta, ktorý prevádzkuje tisíce predajní v USA a vo svete a zakladá si na filozofii „Everyday Low Prices“. Podobne Carrefour či Aldi sa spoliehajú na masové objemy a cenovú dostupnosť. V online prostredí ide o **Amazon**, ktorý vďaka obrovskému portfóliu produktov a rýchlej logistike zastrešuje model hromadného predaja vo virtuálnom priestore.

---

## Funkcie a ciele

### Maximálna dostupnosť

Hlavným cieľom je, aby sa produkty dostali ku každému zákazníkovi, kedykoľvek ich potrebuje. 7-Eleven má viac než 83 000 pobočiek po celom svete, otvorených 24/7. Predáva základný sortiment – od nápojov, snackov až po hygienické potreby – presne tam, kde to ľudia najviac potrebujú: na čerpacích staniciach, pri dopravných uzloch.

### **Nízke ceny a objemový predaj**

Vysoké objemy umožňujú predávať lacnejšie. IKEA dokázala vďaka masovej produkcii a efektívnej logistike ponúknuť kvalitný dizajnerský nábytok za dostupné ceny. Kľúčom je vysoký objem predaja rovnakých produktov po celom svete – preto stojí známa polička Billy relatívne málo v New Yorku aj v Bratislave.

### **Široký sortiment**

Hromadný predaj prináša zákazníkom obrovský výber. Target (USA) je reťazec, ktorý kombinuje nízke ceny s ponukou širokého sortimentu – od potravín cez kozmetiku až po elektroniku a oblečenie. Zákazníci tak nemusia navštíviť viacero obchodov, ale nájdu všetko pod jednou strechou.

### **Pohodlný nákupný proces**

Cieľom je minimalizovať čas a úsilie zákazníka. Tesco rozvinulo koncept „Scan & Shop“, kde si zákazník tovar počas nakupovania skenuje sám a na konci iba rýchlo zaplatí. Vďaka tomu sa skraca čas pri pokladni a proces je oveľa pohodlnejší. Tento model kombinujú aj s online objednávkou a vyzdvihnutím nákupu v drive-in zóne.

---

## **CHCETE SI Z TÉMY ODHRYZNÚŤ EŠTE VIAC? TU JE PÁR TIPOV:**

- <https://www.globalsources.com/knowledge/selective-vs-exclusive-vs-intensive-distribution-which-one-is-right-for-your-business/>
- <https://productdistributionstrategy.com/selective-vs-exclusive-distribution/>
- <https://www.go-sidely.com/en/post/how-to-choose-distribution-mode>