TEMAT NUMERU

NOWOCZESNE TECHNOLOGIE W HANDLU 2014

SWITCHING ECONOMY, CZYLI JAK ZATRZYMAĆ KLIENTA

14 Przedsiębiorstwa będą mieć w tym roku dużą szansę, by zawalczyć o odbiorców rozczarowanych ofertą konkurencji.

HANDEL BEZ BARIER

26 Co zrobić, by wizyta konsumenta w sklepie czy galerii handlowej kończyła się zakupami, a nie tylko oglądaniem?

ŁATWO I PRZYJEMNIE

36 Rola nowoczesnych technologii w tworzeniu wygodnych, łatwych i przyjaznych warunków do zakupów.

SKLEP CZY SHOWROOM

18 Profesjonalnie zaaranżowane wnętrza wyposażone w designerskie przedmioty, wyznaczające najnowsze trendy.



PRZYGOTOWANY NA JUTRO?

40 Odkrywanie i przewidywanie oraz szybka reakcja na potrzeby to kierunek, w którym będą się rozwijać systemy IT.

wydarzenie

RetailTechnology Days 2014 CONFERENCE & EXPO 04

e-commerce

SEPA poczeka

Europejskie przedsiębiorstwa nie są gotowe na przyjęcie standardu płatniczego. 44

design i wyposażenie

Przystań na kawę

Trend zachęcający do zwolnienia tempa choć na chwilę w ciągu dnia przenosi się także na sklepy spożywcze. Coraz częściej można podczas zakupów w nich przysiąść, napić się kawy, herbaty, odpocząć i zjeść coś ciepłego. 46

bezpieczeństwo

Marionetki hakerów

Jednym z największych wyzwań współczesnego e-świata jest ochrona prywatności oraz zabezpieczenie przed wirtualną kradzieżą. ...50

marketing

Trafić w gust klienta

W dzisiejszych czasach świadomy konsument nie nabywa produktów i usług. Kupuje wrażenia i emocje, które są z nimi związane, rozumiejąc, że przez swój wybór deklaruje swoje wartości. 54

retail radar

Przegląd najnowszych rozwiązań dla sektora retail 58



Idea Ahead

Wydawca
Idea Ahead
Al. Komisji Edukacji Narodowej 36A lok 93A
02-797 Warszawa
+48.22.8551035
info@idea-ahead.com
idea-ahead.com

Dyrektor zarządzający
Robert Łapiński
rlapinski@idea-ahead.com

Redaktor prowadzący
Marcin Złoch
mzloch@idea-ahead.com

Kierownik działu reklamy
Marlena Kwiatkowska
mkwiatkowska@idea-ahead.com

Opracowanie graficzne i DTP
DFG Studio

Koszt rocznej prenumeraty
216 PLN (w tym 8% VAT)

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku. Za treść reklam i ogłoszeń redakcja nie odpowiada.

© Idea Ahead. All rights reserved.

codziennie nowe informacje

retail360.pl
what's next?

Przystań na kawę

Michał Kątny | redakcja@idea-ahead.com

Badania rynku potwierdzają, że udostępnienie miejsca do odpoczynku wzmacnia lojalność klienta i zachęca go do powrotu, generując dodatkowe zyski. Kąciki kawowe to idealne rozwiązanie dla wszystkich, którzy nie dysponując zbyt dużą powierzchnią, chcą zaoferować klientowi możliwość skosztowania pysznej kawy. Kąciki gastronomiczne sprawdzą się w sklepach, na stacjach benzynowych, w poczekalni, recepcji, wszędzie tam, gdzie zależy nam na zadowoleniu klienta.

PORADY FACHOWCÓW

Kąciki gastronomiczne można zaplanować już na etapie projektowania nowego wnętrza, a także instalować w istniejących lokalach handlowych

Sprzedaż kawy może być realizowana na różne sposoby: samodzielnie lub z pomocą operatora.



TREND ZACHĘCAJĄCY DO ZWOLNIENIA TEMPA CHOĆ NA CHWILĘ W CIĄGU DNIA PRZENOSI SIĘ TAKŻE NA SKLEPY SPOŻYWCZE. CORAZ CZĘŚCIEJ MOŻNA PODCZAS ZAKUPÓW W NICH PRZYSIĄŚĆ, NAPIĆ SIĘ KAWY, HERBATY, ODPOCZĄĆ I ZJEŚĆ COŚ CIEPŁEGO.

i usługowych. W każdym przypadku warto związać się z firmą profesjonalnie zajmującą się tworzeniem tych miejsc. Projektują i produkują one zabudowy dostosowane do istniejącej aranżacji i wymagań klienta. Współpracując z najlepszymi producentami ekspresów kawowych, jak również urządzeń gastronomicznych i chłodniczych, pomagają dobrać odpowiedni i wydajny sprzęt, mogący bezproblemowo służyć przez wiele lat.

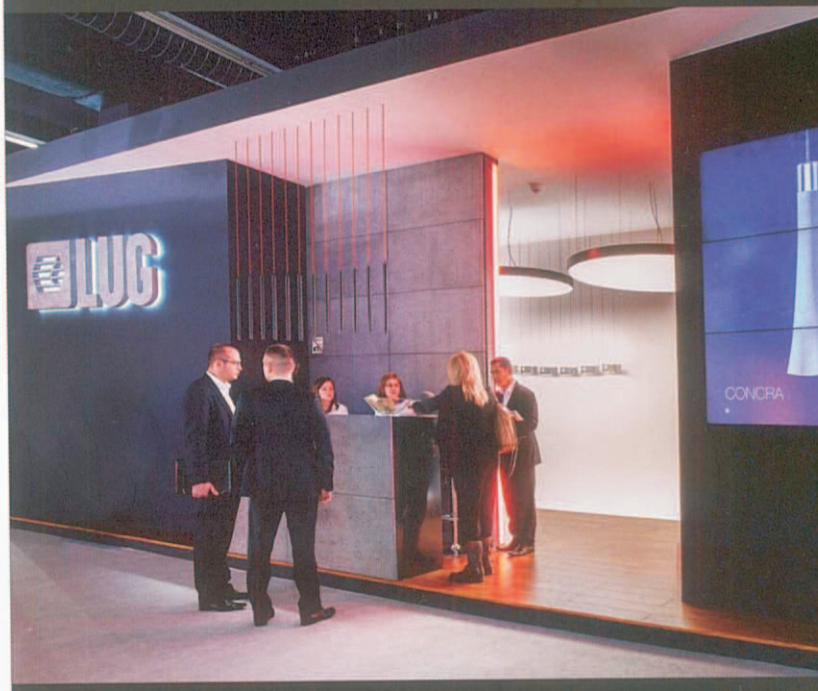
– Nasze nowe meble modułowe umożliwią zagospodarowanie dwóch rodzajów kącików gastronomicznych w małych i dużych sklepach. Są to stanowiska z ekspresem do kawy oraz obsługowe stoiska małej gastronomii z napojami i jedzeniem. Dostępne mogą być w wersji standard, czyli z jedną lub kilkoma szafkami. Jest także wersja lux – z pełnym wyposażeniem dodatkowym: ekspres do kawy, urządzenie chłodnicze na kanapki, sałatki i produkty cukiernicze, wyciskacz do soków, roller do kiełbasek, opiekacz do gorących kanapek i zlewozmywak. W zależności od potrzeb, możliwości i inwencji właściciela sklepu – wyjaśnia Jolanta Hytkowska z ABM.



W OUTSOURCINGU

„Przystanek na kawę" wprowadziły już wszystkie wiodące na polskim rynku koncerny paliwowe oraz wiele mniejszych sieci i niezależnych właścicieli stacji. Kącik kawowe pojawiające się w coraz większej liczbie sklepów, oprócz zwiększenia atrakcyjności miejsca, mogą stanowić również dochodowe przedsięwzięcie ➤

LIGHT & DESIGN



light+building
2014

www.flashdq.com



LUG®
LUG LIGHT FACTORY Sp. z o.o. ul. Gorzow
65-127 Zielona Góra, Polska
e-mail: export@lug.com.pl | handlowy@lug.c

OPERATOR USŁUGI PONOSI KOSZT ZAKUPU URZĄDZEŃ DO ZAPARZANIA KAWY ORAZ KOSZT ICH AMORTYZACJI. W RAMACH MIESIĘCZNEJ OPŁATY ZA UŻYTKOWANIE ZAPEWNIA TEŻ OKRESOWĄ KONSERWACJĘ EKSPRESU ORAZ WYKONUJE NAPRAWY NA MIEJSCU.

dla właścicieli lokalu. Jednak pod warunkiem, że dystrybucja gorących napojów zostanie zorganizowana w sposób właściwy i profesjonalny.

Sprzedaż kawy może być realizowana na różne sposoby: samodzielnie lub z pomocą operatora. Dobrym pomysłem na zbudowanie profesjonalnego i dochodowego biznesu, opartego na dystrybucji gorących napojów, jest outsourcing, czyli zlecenie usługi dystrybucji napojów gorących operatorowi. Powinien on mieć doświadczenie w tej dziedzinie, zarówno w doborze urządzenia oraz odpowiednich produktów, jak również w samej koncepcji kącika kawowego. Głównym argumentem przemawiającym za outsourcingiem w tej dziedzinie jest złożoność procesu dystrybucji, od odpowiedniego doboru urządzenia, po wymagający serwis i logistykę. Sztuką jest nie tylko posiadanie dobrego urządzenia oraz wyśmienitej kawy, ale przede wszystkim utrzymanie sprzedaży przez cały rok.

Współpraca właściciela obiektu handlowego ze specjalistyczną firmą przy organizacji sprzedaży kawy polega na scedowaniu na usługodawcę: wyboru urządzenia, zagospodarowania przestrzeni, przeprowadzenia instalacji urządzenia i jego obsługi serwisowej. W zamian uiszcza się zryczałtowaną miesięczną opłatę za użytkowanie ekspresu oraz zakup produktów do jego napełniania. Dodatkowo firma pomaga zaplanować i zorganizować kawiarenki oraz odpowiednio wyeksponować miejsce, gdzie kawa jest serwowana.

Doświadczeni outsourcerzy oferują kilka rodzajów automatów do zaparzania kawy. Wybór odpowiedniego modelu urządzenia jest podyktowany potencjałem sprzedażowym (wydajność urządzenia) oraz wielkością miejsca przeznaczonego na kącik kawowy. Oprócz podstawowych produktów (kawa ziarnista, czekolada) w zestawach znajdują się wszystkie akcesoria (m.in. kubki, pokrywki, mieszadełka) niezbędne do wytworzenia gotowego do sprzedaży napoju.

Zazwyczaj właściciel sklepu nie ponosi żadnych kosztów dystrybucji związanych z logistyką produktów i ich magazynowaniem. Zestawy mają bowiem wielkość dopasowaną do jednomiesięcznej sprzedaży.

Kąciki kawowe pojawiające się w coraz większej liczbie sklepów, oprócz zwiększenia atrakcyjności miejsca, mogą stanowić również dochodowe przedsięwzięcie.

