Zdobyć klienta nie tylko asortymentem i niską ceną



fot. ABM S.A.

Właściciele sklepów zabiegają dziś o każdego klienta, gdyż doskonale wiedzą, że tylko dzięki niemu mogą utrzymać się na rynku. Współczesny klient jest wymagający – zwraca uwagę nie tylko na zaopatrzenie sklepu, porównuje ceny, jakość obsługi. Chce także przebywać w placówce handlowej, która jest wyposażona w nowoczesne meble zapewniające komfort zakupów i estetykę doznań. Później do takiego sklepu chętnie wraca.

JACEK RATAJCZAK

Właściciele sklepów niezależnych – w przeciwieństwie do swych sieciowych kolegów – nie muszą ulegać schematom narzuconym przez operatora i dostosowywać wyglądu swej placówki do z góry ustalonych standardów. Mogą się odróżnić od działającej w pobliżu konkurencji, co może być atutem w przyciągnięciu klienta do siebie. Są firmy oferujące meble sklepowe, takie jak np. krakowski ABM, które proponują wiele rozwiązań w zależności od wielkości sklepu oraz oczekiwań właściciela. – Czasem detalista przychodzi z konkretną wizją sklepu i dokładnie wie, czego potrzebuje, a czasem oczekuje wsparcia, wówczas nasi doradcy, współpracując z projektantami są na to przygotowani. Standardem jest wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom detalistów i projektowanie wnętrz na indywidualne zamówienie. Możliwości są tu ogromne – mówi Jolanta Hytkowska, Specjalista ds. Reklamy, Marketingu, PR z firmy ABM.

Obecnie wśród mebli, które najczęściej spotykamy w sklepach, dominuje system regałów metalowych. Szeroka paleta dostępnych modułów umożliwia w tym przypadku ekonomiczne zagospodarowanie całego sklepu i przystosowanie go do ekspozycji różnego rodzaju produktów. Do dyspozycji mamy typowe regały przyścienne, a przy większej powierzchni również tzw. gondole do ustawiania w środkowej części sklepu. Regały można ponadto łączyć w ciągi dowolnej długości, a regały narożne pozwalają wykorzystać dosłownie „każdy kąt" i zabudować miejsca nietypowe, jak słupy, wnęki. Regały ustawione wzdłuż ścian można dodatkowo obudować efektownie wyglądającą płytą meblową – sklep staje się dzięki temu zabiegowi przytulny i elegancki. Część kupców decyduje się na regały druciane z ażurowymi półkami. Są tak samo wytrzymałe, a jednocześnie odpowiednie dla klientów poszukujących nietuzinkowych rozwiązań. Na cięższe produkty proponowane są specjalne regały albo wzmocnione półki. W zależności od wagi, wielkości produktów półki mają też różne głębokości, ale zawsze są tak dobrane, by regał zachował stabilność nawet przy maksymalnym obciążeniu.

Z kolorów najczęściej wybierany jest neutralny kolor regałów RAL 9001, stanowiący dobre tło dla produktów w barwnych opakowaniach, chętnie wybierany jest także kolor antracytowy RAL 7016, ale tak naprawdę można zamówić dowolny kolor z szerokiej palety RAL.

Jeśli chodzi o nowatorskie rozwiązania, Jolanta Hytkowska z ABM wymienia modne ostatnio zastosowanie oświetlenia typu LED. – Możliwość ustawienia dowolnego koloru pozwala dobrać taki odcień barwy światła, który ładnie wyeksponuje walory produktów, inne oświetlenie zastosujemy w urządzeniach chłodniczych, a zupełnie inne w regale piekarniczym wykonanym z drewna – wyjaśnia tajniki doboru oświetlenia do mebli. Szczególnie istotne jest to w przypadku stoisk piekarniczych, warzywno-owocowych, alkoholowych, które wyróżniają się swą odmiennością od typowych regałów. Często to one pierwsze skupiają na sobie uwagę klienta po wejściu do sklepu. Pozytywne wrażenie decyduje wówczas o zainteresowaniu pozostałą częścią placówki handlowej. – Właściciele moder-



fot. ABM S.A.

nizowanych sklepów, którym proponujemy meble branżowe mówią potem, że klientom podoba się zmiana wystroju i że wzrastają im obroty w sklepie. Zmiana kolorystyki regałów, czy wyróżnienie ich „smakowitymi" wydrukami przyciąga wzrok kupujących i zachęca do zakupów – potwierdza Jolanta Hytkowska. Meble branżowe mogą uzupełniać ciąg regałów albo funkcjonować jako niezależne stoiska specjalistyczne w sklepie.

Co ważne, oferowane meble nie dość, że są trwałe, to dają praktycznie nieograniczone możliwości, jeśli chodzi o dostosowanie ich do wielkości produktów. Przykładowo perforacja nogi regału umożliwia rozmieszczenie wsporników z półkami – prosto lub ukośnie i w dowolnych odstępach – nawet co 2,5 cm. W ofercie są różne rodzaje półek – z metalu, szkła albo przeznaczonych specjalnie do regałów branżowych, np. drewniane półki w regale piekarniczo-cukierniczym mogą być otwarte albo mogą przyjmować formę wysuwanych, ale zamykanych pojemników na bułki i drożdżówki.

Uzupełnieniem oferty mebli jest system zapewniający klientowi bezproblemowe przypisanie ceny do konkretnego produktu. Odpowiedzią na różnorodność regałów sklepowych jest zatem wiele rodzajów listew cenowych. Przykładowo w ofercie firmy VKF Spork Heinz Renzel jest ponad 250 rodzajów listew cenowych! – Posiadamy listwy do każdego rodzaju półki: metalowej, drewnianej, szklanej i drucianej, mocowane za pomocą taśmy klejącej i magnetycznej, przyklejane od frontu, od góry i od spodu, wsuwane na półkę lub nakładane na przystosowany do tego celu profil, z możliwością ustawienia kąta nachylenia – mówi Renata Jaworska, Specjalista ds. marketingu tej firmy.

Na pytanie, z jakich typów listew najczęściej korzystają właściciele spożywczych sklepów detalicznych, wymienia popularne „DBR" – listwy przyklejane. Są to listwy bardzo uniwersalne z punku widzenia montażu, do zastosowania na każdej półce. Największą popularnością wśród klientów cieszą się listwy DBR 39 (gdzie 39 informuje o wysokości etykiety cenowej). Ponadto w tej grupie jest największe zróżnicowanie kolorów. Kolejne na liście najczęściej zamawianych są listwy nakładane.

Wiadomo również, że towar w sklepie eksponowany jest na wiele sposobów – także na paletach, w koszach, w ladach chłodniczych, w skrzyniach. Tu popularne są wszelkiego formatu i występujące w wielu kolorach kasetki cenowe oraz ramki plakatowe. Za ich pomocą właściciele sklepów w bardzo prosty i estetyczny sposób dostarczają niezbędnych informacji o produktach. Zdaniem Renaty Jaworskiej klienci coraz chętniej zamawiają też tzw. osłonki cenowe, znane na rynku jako stopery regałowe. Są to wykonane na zamówienie, z indywidualną grafiką klienta elementy wyposażenia, służące promocji w miejscu sprzedaży, tzw. „zatrzymywacze" klientów. Wyróżniają artykuły na tle innych i informują o aktualnych promocjach. Przyszłością rynku będą natomiast etykiety elektroniczne. Ze względu na stosunkowo wysokie koszty inwestycyjne wciąż są mało popularne, jednak jest to bez wątpienia kierunek, który będzie zyskiwał zwolenników.







fot. VKF Spork Heinz Renzel

PORADNIK HANDLOWCA

V EDYCJA

KONKURSU DLA NIEZALEŻNYCH HANDLOWCÓW

ODŚWIEŻ SWÓJ SKLEP

KTO MOŻE WZIĄĆ UDZIAŁ?

W konkursie „Odśwież swój sklep" może wziąć udział każdy właściciel niezależnego sklepu z produktami FMCG o powierzchni do 150 m².

NA CZYM POLEGA ZADANIE KONKURSOWE?

Na kuponie konkursowym zamieszczonym poniżej publikujemy kilka sentencji dotyczących zagadnień z branży FMCG. Państwa zadanie polega na wskazaniu prawidłowych odpowiedzi poprzez wpisanie litery „T" (tak) lub „N" (nie). We wskazaniu prawidłowych odpowiedzi pomocna na pewno będzie lektura „Poradnika Handlowca" oraz naszej strony internetowej www.poradnikhandlowca.com.pl. Następnie wystarczy już tylko wysłać wypełniony Kupon Konkursowy na adres redakcji z dopiskiem na kopercie „Odśwież Swój Sklep".

WARUNKI KONKURSU

Przyjmowanie zgłoszeń rozpocznie się 7 kwietnia 2014 r., a zakończy 19 września 2014 r. Zgłoszenia i rozwiązania nadesłane po tym terminie nie będą rozpatrywane (decyduje data stempla pocztowego). Po zakończeniu konkursu niezależna komisja (składająca się z przedstawicieli naszej redakcji oraz Sponsorów) wyłoni laureatów. Dla ułatwienia informujemy, że w okresie trwania konkursu na łamach „Poradnika Handlowca" ukażą się teksty redakcyjne związane z zagadnieniami konkursowymi! Ogłoszenie wyników konkursu nastąpi na łamach październikowego wydania „Poradnika Handlowca". Regulamin konkursu znajduje się na stronie www.poradnikhandlowca.com.pl

NAGRODY V EDYCJI ODŚWIEŻ SWÓJ SKLEP:

I nagroda

- **Projekt sklepu** ufundowany przez organizatora sieci Groszek
- **Wyposażenie sklepowe** (meble oraz regały sklepowe) – ufundowane przez firmę ABM oraz organizatora sieci Groszek
- **Zakupy** w Eurocash Dystrybucja o wartości 1000 zł
- **Sprzęt fiskalny** – Drukarka Epson TM-T801FV z kopią elektroniczną oraz czytnik wieloliniowy Unitech PS705 ufundowane przez firmę TORELL
- **Pakiet systemów komputerowych** do kompleksowej obsługi sprzedaży PC-Market i PC-POS – ufundowane przez firmę INSOFT
- **Profesjonalny kalkulator** Casio JV 220 z dwoma wyświetlaczami ufundowany przez firmę ZIBI

Pozostałe nagrody

- **2 podwójne weekendowe pobyty w najlepszych hotelach SPA w Polsce** ufundowane przez markę Lirene
- **2 kasy fiskalne** SHARP ER-A285P z kopią elektroniczną ufundowane przez firmę TORELL
- **4 pakiety zakupów** w Eurocash Dystrybucja o wartości 1000 zł każdy
- **2 pakiety oprogramowania** magazynowego PC-Market 7 – ufundowane przez firmę INSOFT
- **19 kalkulatorów biurowych** – ufundowanych przez firmę ZIBI
- **2 ekspresy Cassimo DUO** – ufundowane przez firmę TCHIBO Warszawa
- **5 zestawów akcesoriów wspierających sprzedaż** ufundowanych przez firmę VKF Spork Heinz Renzel

Zgłoszenia z dopiskiem „Odśwież swój sklep" prosimy przesyłać na adres: „Poradnik Handlowca", ul. Szczęsna 10, 60-587 Poznań lub mailem konkurs@poradnikhandlowca.com.pl

Życzymy powodzenia!

SPONSOR GŁÓWNY:

groszek – sieć sklepów Groszek

SPONSORZY:

abm – wyposażenie sklepów

TORELL – urządzenia fiskalne

INSOFT – systemy komputerowe

Lirene DERMOPROGRAM DNA PROTECT – kremy przeciwzmarszczkowe

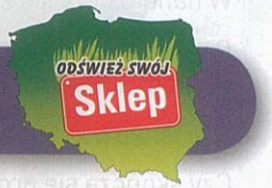
Tchibo – ekspresy do kawy

CASIO www.kalkulatory.pl – kalkulatory biurowe

VKF Renzel – wyposażenie sklepów

ZADANIE KONKURSOWE

WSKAŻ PRAWIDŁOWE ODPOWIEDZI WPISUJĄC LITERĘ „T" (TAK) LUB „N" (NIE)



- ☐ *Kluczem do sukcesu małego sklepu jest indywidualne podejście do klienta*
- ☐ *Brak ceny przy produkcie wpływa negatywnie na jego sprzedaż*
- ☐ *Cena produktu w strefie kasy nie powinna przekraczać 10 zł*
- ☐ *Produkty w dużych i ciężkich opakowaniach powinny znajdować się jak najdalej od kasy*
- ☐ *Chemia ciężka powinna być eksponowana z dala od większości kategorii spożywczych*
- ☐ *Produkty dla dzieci umieszczamy wysoko, by dzieci nie mogły same po nie sięgać*
- ☐ *Kopia elektroniczna w kasach fiskalnych zapisywana jest na płycie CD*
- ☐ *Oprogramowanie wspierające sprzedaż pomaga w optymalizacji asortymentu w sklepie*

KUPON KONKURSOWY

Zgłoszenie uczestnictwa w konkursie „ODŚWIEŻ SWÓJ SKLEP" V edycja

Nazwa firmy:

Imię i nazwisko właściciela:

Adres sklepu:

Telefon kontaktowy:

Powierzchnia sklepu:

e-mail:

(podpis i pieczątka sklepu)

Zapoznałam/em się z regulaminem konkursu. Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez Organizatora: