TRENDY NA RYNKU WÓZKÓW I KOSZYKÓW SKLEPOWYCH

WÓZEK PIERWSZEGO KONTAKTU

Nic tak nie irytuje klienta, jak zdezelowany, brudny wózek sklepowy z zacinającymi się kółkami. Zamiast myśleć o zakupach, trzeba cały czas walczyć ze zbaczającym z pożądanego kursu rozklekotanym urządzeniem. A przecież wózek czy koszyk to jedna z pierwszych rzeczy, z którymi styka się klient zaraz po wejściu do sali sprzedaży. Ich wygląd, stan i ergonomia wiele mówią o samym sklepie.

W ofercie producentów i dystrybutorów wózków sklepowych można znaleźć modele z koszami wykonanymi z tworzyw sztucznych czy też ekologiczne, powstałe wyłącznie z materiałów recyklingowych. Jednak, mimo pojawiających się nowości, często kuszących atrakcyjnym wzornictwem, w sklepach wciąż dominują wózki druciane, których największą zaletą jest trwałość.

O wyborze typu wózka bądź koszyka najczęściej decyduje profil sklepu. Dla marketów spożywczych przeznaczone są przede wszystkim wózki koszowe, dla budowlanych czy ogrodniczych – te z platformą: drucianą, wykonaną z tworzywa lub ze sklejki. Drugim kryterium wyboru jest wielkość danego obiektu handlowego.

– Na małej powierzchni najlepiej sprawdzają się wózki o umiarkowanych gabarytach. Natomiast na dużych przestrzeniach doskonale radzą sobie wózki z koszem o znacznej pojemności, dochodzącej do 275 litrów – komentuje **Marta Rumińska** z firmy Damix. Ponadto, bez względu na rodzaj placówki handlowej, ważne jest oczywiście, aby zakupione wyposażenie było dobrej jakości, służyło przez lata i dawało satysfakcję zarówno właścicielom, jak i klientom.

Ostatecznie decyduje właściciel

Jak wskazuje **Jola Hytkowska** z firmy ABM, przeciętnie klienci kupują od 10 do 15 wózków na 200 mkw. powierzchni handlowej oraz dodatkowo koszyki, a właściciele mniejszych sklepów wybierają wyłącznie

Fot. Fotolia



Przeciętnie jeden wózek powinien przypadać na 3-5 mkw. sali sprzedaży sklepu o mniejszej powierzchni, a w przypadku supermarketów – na 5-7 mkw.