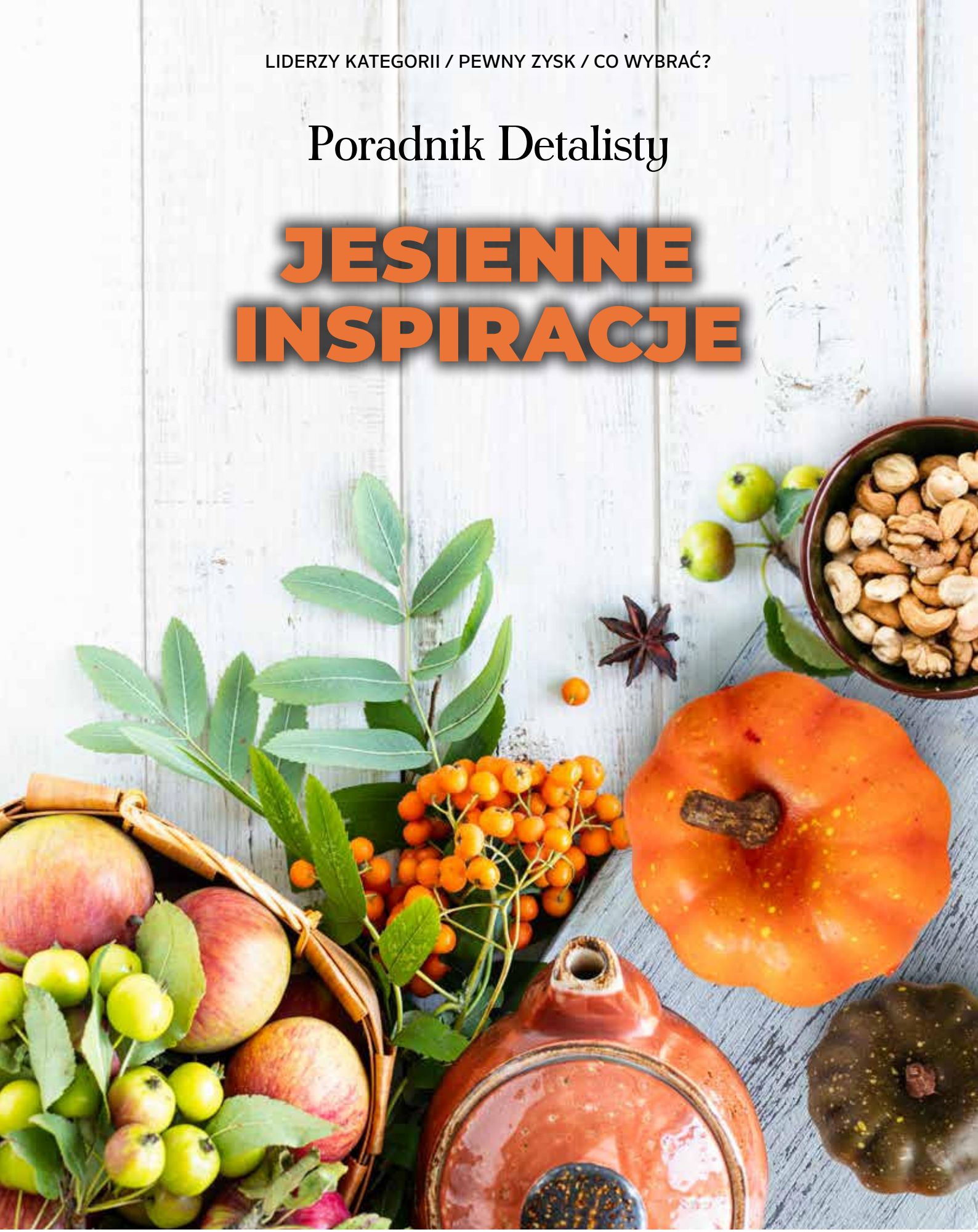
LIDERZY KATEGORII / PEWNY ZYSK / CO WYBRAĆ?

Poradnik Detalisty

JESIENNE INSPIRACJE



EUROCASH
CASH & CARRY

Złoto polskiej jesieni

Koniec sezonu wakacyjnego tradycyjnie wpływa na zmiany w placówkach handlowych. Uczniowie i studenci wracają do szkół, kończą się urlopy, a preferencje zakupowe rozpoczynają cykl związany z pracą i nauką.

Szczęśliwie w Polsce przypada w tym okresie szczyt podaży rodzimych owoców i warzyw. Klienci chętnie wybierają produkty świeże, pod kątem bieżącego spożycia i przygotowywania domowych zapraw. W ciągu ostatnich ośmiu lat zaobserwowano dynamiczny wzrost konsumpcji przetworów owocowych i warzywnych [1]. Trend ten związany jest też z coraz większą świadomością zdrowego żywienia, która silnie wpływa również na wzrosty kategorii niskoprzetworzonych wersji napojów, przekąsek i produktów roślinnych [2].

Dobrze przygotowana, także w oparciu o wiedzę na temat preferencji klientów, oferta pomoże konkurować z handlem dyskontowym i wielkopowierzchniowym, zwłaszcza że wiele placówek zajmujących niewielką powierzchnię posiada znakomitą lokalizację, np. blisko szkół czy miejsc zamieszkania. Znamienne jest, że znaczący wzrost sprzedaży w czerwcu tego roku był notowany w ostatnim dniu roku szkolnego [3].

Czym jeszcze przyciągnąć klientów? Warto zwrócić uwagę na komplementarność asortymentu. Ponad połowa decyzji zakupowych dotyczy produktów niezaplanowanych, wynikających z promocji lub kontekstu. Tworząc komplementarną, tematyczną ekspozycję, wzmacnianą promocjami, aktywizujemy potrzeby klientów i inspirujemy ich do wyboru konkretnych towarów.

Źródło: 1. https://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/polacy-jedza-coraz-wiecej-przetworow-owocowych-i-warzywnych,209611.html
2. https://www.portalspozywczy.pl/alkohole-uzywki/wiadomosci/hello-day-w-segmentach-rynkowych-ktore-generuja-najwiekszy-wzrost,208399.html
3. https://www.portalspozywczy.pl/handel/wiadomosci/sprzedaz-w-sklepach-maloformatowych-czego-kupowalismy-mniej-w-czerwcu,229392.html

W spiżarni i na stole

Lato powoli odchodzi. Na stołach pojawiają się nie tylko nasycone słońcem, świeże owoce i warzywa, ale także przetwory. Jesień to czas przygotowań do zimy. Spiżarnie zapełniają się zaprawami, a klienci szukają na sklepowych półkach zwiększonej porcji energii.

Owoce

Świeże i pachnące zawsze zwrócą uwagę kupujących. Szczególnie te kojarzone z krótką drogą od producenta. Jabłka, gruszki, śliwki, nektarynki, brzoskwinie i morele, a także winogrona oraz owoce leśne. Ta oferta sezonowa powinna być szczególnie wyeksponowana.

Warzywa

Soczyste pomidory i papryki, warzywa zielone, a także świeża włoszczyzna, kalafior, kapusta i inne, inspirują klientów do zakupów. Świeże warzywa są podstawą wielu dań. Korzystnie wpływają na zdrowie i inspirują do samodzielnego przygotowywania posiłków.

Przetwory

Znaczna część klientów samodzielnie zaprawia owoce i warzywa. Jednak prawie wszyscy Polacy kupują też gotowe przetwory. Niedługo rozpocznie się sezon na kupowanie kiszonych ogórków i kapusty. Konserwowe sałatki są dobre na każdą porę roku [1].

Produkty sypkie

Są niezastąpionym dodatkiem w wielu daniach, zarówno polskiej, jak i międzynarodowej kuchni. Różne gatunki ryżu, kasz i roślin strączkowych powinny się znaleźć w jesiennej ofercie. Szczególnie kasza, którą jako dodatek do obiadu wybiera aż 92% Polaków [2].

Słodycze

Z pierwszymi chłodnymi porankami i wieczorami wzrasta zapotrzebowanie na coś słodkiego. Pyszne przekąski i dodatki do kawy w ciągu dnia to swoisty polepszacz jesiennego nastroju. Pamiętaj o ich ekspozycji w gorących strefach i koniecznie na regałach impulsowych przy kasach.

Bakalie

Jesienią wracają do zakupowych koszyków. Jako przekąski w pracy i szkole, a także niezastąpiony dodatek do słodkich wypieków.

Kawa i herbata

Gorące napoje przywracają energię. Zwróć uwagę i wyeksponuj promocje, bo te produkty znajdują się w koszykach zakupowych wszystkich klientów.

!

PAMIĘTAJ O ZAOPATRZENIU W PRZYPRAWY.
NIE ZAPOMNIJ O TYCH ROZGRZEWAJĄCYCH – IMBIRZE, GOŹDZIKACH CZY KURKUMIE. ZNAJDZIESZ JE W OFERCIE TWOJEJ HURTOWNI.

Zadbaj o dostępność tych produktów:

owoce, warzywa świeże i konserwowe, sery, masło, mleko, miody, powidła, dżemy i konfitury, soki, kawa, herbata, bakalie, ciastka i słodycze, cukier, kasza, ryż, mąka, oliwa, ocet, rozgrzewające przyprawy.

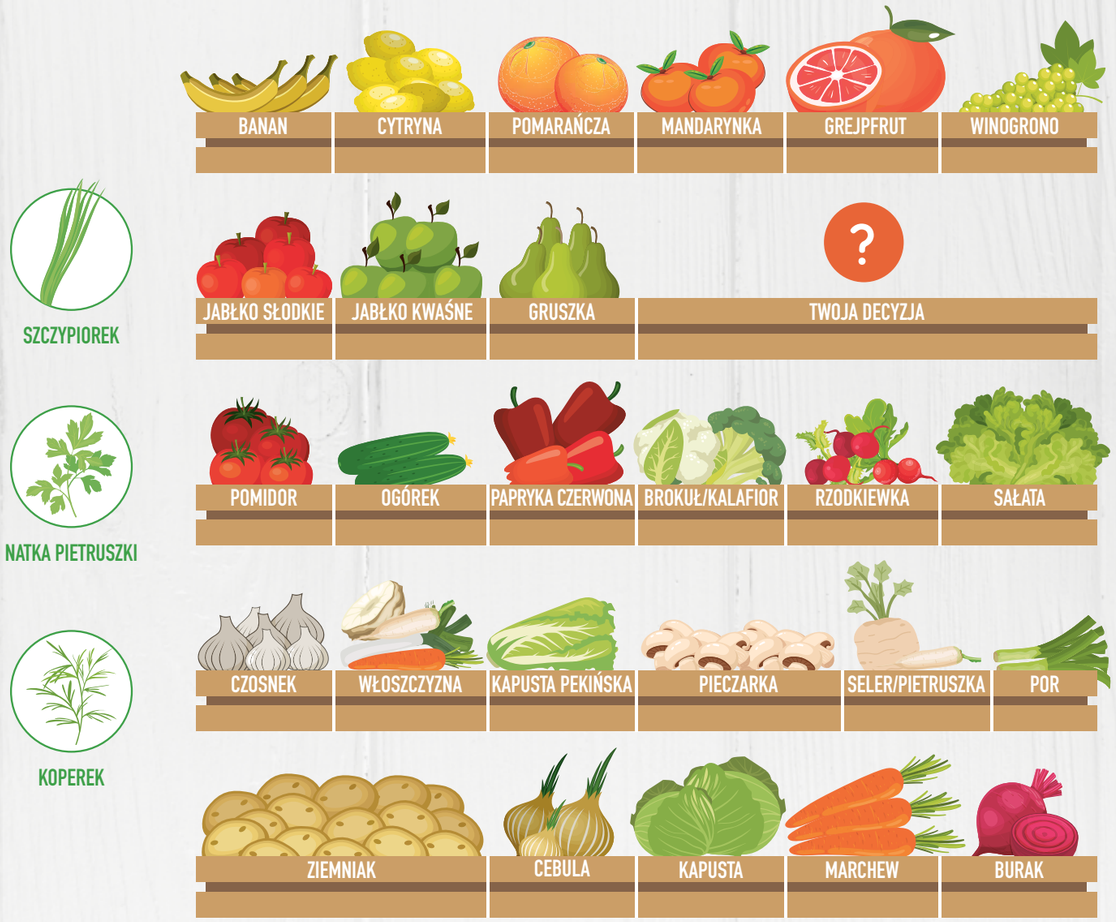
Źródło: 1. https://www.farmer.pl/farmer-po-godzinach/polacy-kochaja-przetwory,110982.html
2. https://www.diahandlu.pl/zakupy/na-polskich-stolach-wciaz-kroluje-kasza-gryczana-jaka-jadamy-najczeschiej,112711.html

Złota polska świeżość

Szeroka paleta warzyw i owoców to klucz do przyciągnięcia klientów do sklepu. Ich estetyczne wyeksponowanie dodatkowo pomoże zwiększyć sprzedaż i ukształtować korzystny wizerunek placówki.

28 września – Światowy Dzień Jabłka
20 października – Światowy Dzień Owoców i Warzyw
Przygotuj w swoim sklepie specjalną ofertę na te Święta!

PRZYKŁADOWY REGAŁ ŚREDNI JESIEŃ/ZIMA



CZY WIESZ, ŻE...

Ponad połowa Polaków przyznaje, że nie wie, ile owoców i warzyw powinni spożywać dziennie według rekomendacji dietetyków. Działania edukacyjne zwiększają sprzedaż tego segmentu. Motywują klientów i wzmacniają poczucie satysfakcji zakupowej [1].

Źródło: 1. https://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/Ktore-owoce-i-warzywa-jedlismy-najczeciej-w-2021-roku-analiza,207489.html

SEKRETY UDANEGO „ZIELENIAKA"

Jak sprawić, żeby regał w sklepie sprzyjał sprzedaży i sam sprzedawał? Mamy kilka podpowiedzi.

1 WYEKSPONUJ PRODUKTY

Zadbaj o atrakcyjną prezentację owoców i warzyw na regale. Ustaw je w taki sposób, aby były łatwo zauważalne i przyciągały wzrok klientów. Zastosuj przegrody porządkujące produkty.

2 ŚWIEŻOŚĆ JAKO PRIORYTET

Regularnie monitoruj stan swoich produktów i usuwaj te, które zaczynają tracić świeżość. Dbaj o to, aby regał zawsze prezentował się obficie i apetycznie, co zwiększy zaufanie klientów do jakości oferowanych przez Ciebie warzyw i owoców.

3 DOPASUJ ASORTYMENT DO PORY ROKU

Dostosuj wybór warzyw i owoców do aktualnej pory roku. Sezonowe produkty są zazwyczaj bardziej świeże i smaczne, co przyciągnie klientów i zachęci ich do zakupu.

4 OZNACZAJ POCHODZENIE

Informuj klientów o pochodzeniu oferowanych produktów. Oznaczenia typu „polskie", „lokalne", „ekologiczne" mogą zwiększyć atrakcyjność Twoich warzyw i owoców.

5 ZAPROPONUJ GOTOWE ROZWIĄZANIA

Przygotuj zestawy owoców i warzyw, które będą idealne na konkretny posiłek lub danie. Komplementarność oferty ułatwi klientom wybór i zachęci ich do większych zakupów.

6 CIEKAWE PROMOCJE

Organizuj różnego rodzaju promocje związane z warzywami i owocami. To skuteczny sposób na przyciągnięcie klientów i zwiększenie sprzedaży.

ZIELONY SPRZEDAWCA

Odpowiednio przygotowany „zieleniak" w sklepie może stać się prawdziwym sprzedawcą, który wspomoże sprzedaż owoców i warzyw. Zastosowanie powyższych wskazówek pozwoli Ci na wykorzystanie pełnego potencjału swojego regału i przyciągnięcie zadowolonych klientów.

Sezonowe skarby jesieni

Według badań spożycia owoców i warzyw, przeprowadzonych przez Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw, do najpopularniejszych i najczęściej kupowanych warzyw należą: ogórki, cebula, marchew i sałata. W sezonie sięga po nie od 70% do 83% badanych [1].

WARTO WIEDZIEĆ!

Kapusta i kalafior to zakupowe hity w kulinarnym menu Polaków. Co najmniej raz w miesiącu konsumuje je 93% respondentów, a co najmniej raz w tygodniu – ok. 50% badanych. Dużym uznaniem wśród kupujących cieszą się również: papryka i pieczarki, brokuły, cukinia oraz dynia, którą deklaruje spożywać aż 48% respondentów [1].

JESIENNY SEZON NA OWOCE I WARZYWA!

!

OWOCOWI ULUBIEŃCY

W sezonie ok. 90% Polaków poszukuje gruszek i malin. Do najpopularniejszych owoców zalicza się jabłka i borówki amerykańskie [1].

WRZESIEŃ, PAŹDZIERNIK, LISTOPAD

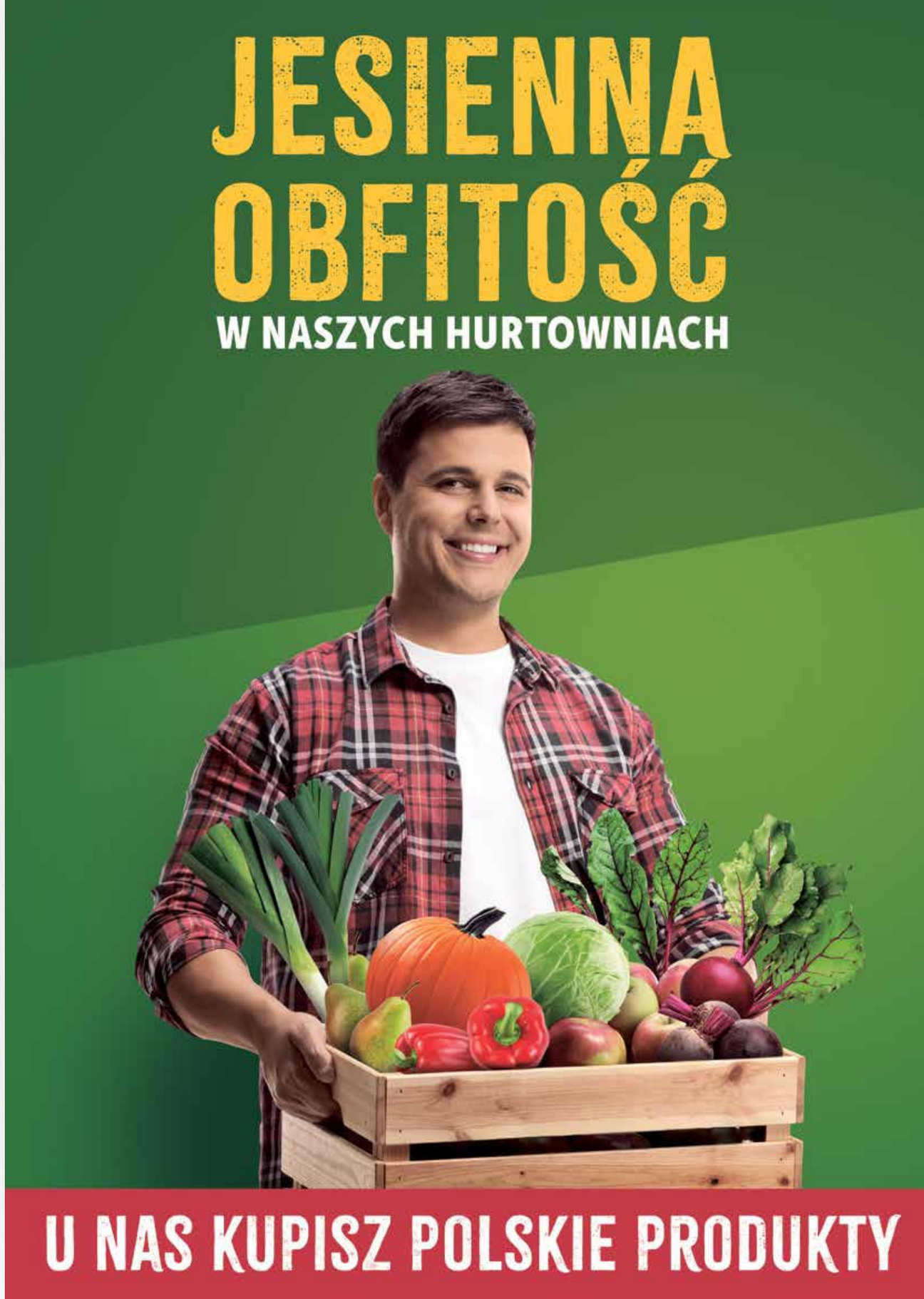
WARZYWA

bakłażan, brokuł, brukselka, burak, cebula wczesna obierana, chrzan, cukinia, czosnek, dynia, fasolka szparagowa, kalafior, kapusta, kapusta pekińska, koper do kiszenia, marchew, ogórek gruntowy, papryka, pietruszka korzeń, pomidor gałązka krajowy, por, seler korzeń, ziemniak krajowy

OWOCE

borówka amerykańska, brzoskwinia, morela, gruszka, jabłko, śliwka

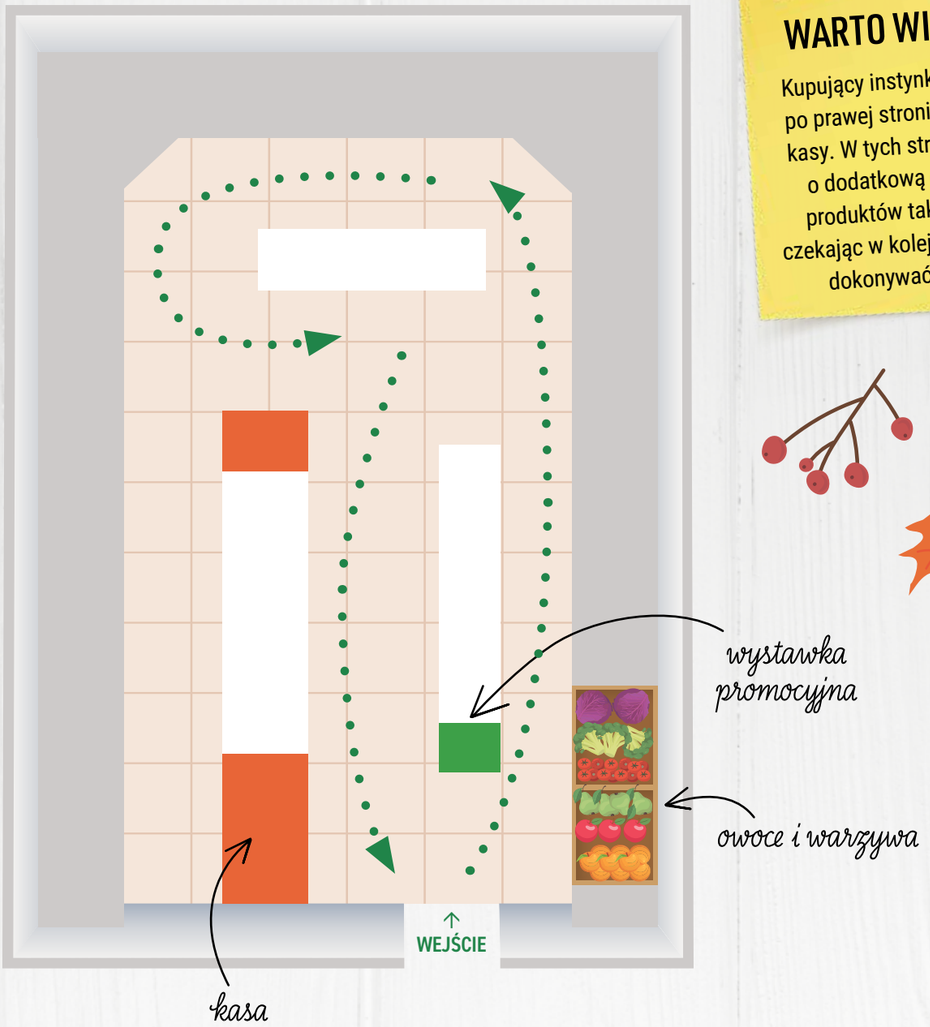
Źródło: 1. https://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/Ktore-owoce-i-warzywa-jedlismy-najczesciej-w-2021-roku-analiza,207489.html



W harmonii z klientem

Klienci odruchowo poruszają się w sklepie w kierunku przeciwnym do ruchu wskazówek zegara, dlatego tak ważne jest strategiczne rozmieszczenie towarów w taki sposób, aby „wciągnąć" kupujących w głąb regału lub sklepu, eksponując im jak najwięcej produktów.

! Atrakcyjna ekspozycja z promocjami przy wejściu zachęca do odwiedzenia sklepu. Wyeksponowanie świeżych produktów na początku trasy klienta uprzyjemni jego zakupy. Przy wejściu warto umieścić regał promocyjny, a pod nim wystawić produkty sezonowe, co przyciągnie uwagę kupujących.

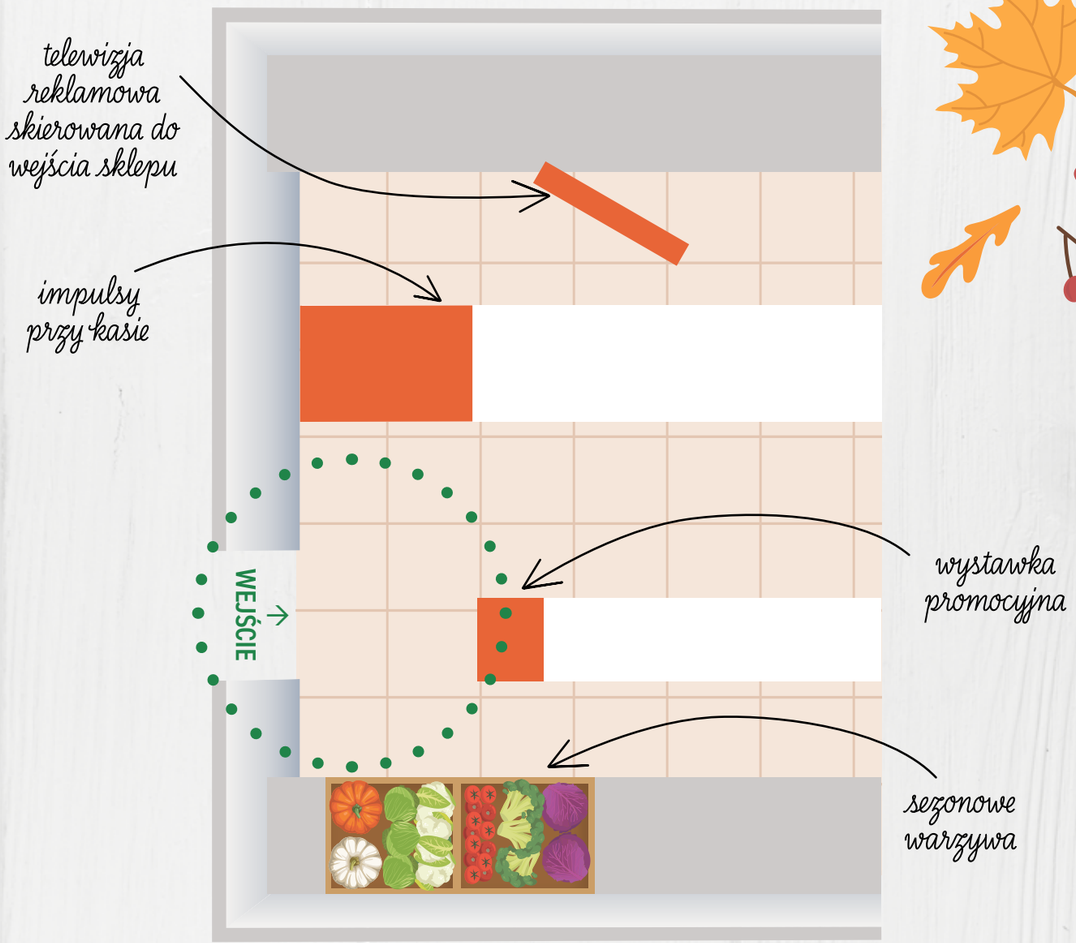


WARTO WIEDZIEĆ

Kupujący instynktownie stają po prawej stronie od lady lub kasy. W tych strefach zadbaj o dodatkową ekspozycję produktów tak, aby klient, czekając w kolejce, mógł nadal dokonywać zakupów.

ZAKUPY Z BALANSEM. STREFA PRZY WEJŚCIU

Dla zwiększenia widoczności produktów przy wejściu umieść tam artykuły sezonowe oraz promocyjne. Nie należy w tym obrębie zapominać o towarach najlepiej rotujących. Ich zadanie to przyciągnięcie uwagi klienta już od samego wejścia do twojego sklepu.



WARTO WIEDZIEĆ

W mniejszych sklepach stosuje się zasadę drzwi obrotowych lub „na klamkę". Spowalnia to ruch wchodzących i łagodzi efekt wejścia do strefy dekompresji.

!

WAŻNE!

Unikaj ustawiania w obrębie wejścia do sklepu impulsowych kategorii, które nie zatrzymają klienta w tej strefie, na przykład słodyczy.

Codzienne zakupy

Bogata oferta nabiału jest szczególnie istotna dla klientów będących rodzicami dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym. Wybierają produkty zawierające odpowiednią dawkę witamin i minerałów, w tym wapnia. Świeże produkty z tej kategorii sprzyjają częstszym zakupom i wzmacniają lojalność kupujących. Konsumenci sięgają po artykuły mleczne praktycznie codziennie. Upewnij się, że w kategorii nabiałowej masz zachowany logiczny układ produktów, pogrupowane podkategorie, zróżnicowane według smaków i rodzajów, oraz asortyment dostosowany do pory roku.

Marka KANKA znalazła się w gronie Laureatów 14. edycji ogólnopolskiego, ponadbranżowego Programu Dobra Marka – Jakość, Zaufanie, Renoma, którego celem jest promowanie najbardziej innowacyjnych, rozwojowych i rozpoznawalnych marek dostępnych na polskim rynku. Przyznany tytuł jest potwierdzeniem najwyższej jakości prezentowanej przez ten brand oraz wyrazem zaufania odbiorców.

WARTO WIEDZIEĆ!

Jak wynika z badań, 23% polskich konsumentów twierdzi, że obecnie kupuje więcej marek własnych niż wcześniej, a 38% kupuje produkty będące aktualnie w promocji [1].

INSPIRACJA HANDLOWA

Na mleko bez laktozy warto przeznaczyć osobne miejsce w ekspozycji nabiałowej oraz wyróżnić je na przykład opisem „produkty bez laktozy" [4].

SPOŻYCIE MLEKA

Statystyczny Polak każdego roku wypija i zjada ponad 220 litrów mleka w postaci produktów mlecznych. Konsumenci szukają wyrobów od krów karmionych paszą niemodyfikowaną genetycznie, popularność zdobywają także produkty bez laktozy [2].

Źródło: 1. https://nielseniq.com/global/pl/press-releases/2022/48-polskich-konsumentow-oszczedza-na-zywnosci/
2. https://businessinsider.com.pl/lifestyle/jedzenie/kupuje-polskie-mleko/3kx04j
3. https://zywienie.abczdrowie.pl/pulapki-jedzenia-13-kg-rocznie-ten-rodzaj-omija-z-daleka
4. https://www.wiadomoschandlowe.pl/przemysl-i-producenci/rynek-mleczarski/wyroby-mleczarskie-bez-laktozy-koniecznosc-a-nie-moda-2428754.

Almette

Hochland

To jest pyszne!

Almette SEREK WIEJSKI

WYBÓR, KTÓRY SIĘ OPŁACA

Tajemnica pysznych serków Almette tkwi w naturalnym składzie i trosce o zawsze wysoką jakość składników.

Ich wyjątkowa, **sprawdzona receptura oraz różnorodność smaków** sprawiają, że są przepyszne i goszczą na milionach polskich stołów.

Pyszny smak i najwyższa jakość to znaki rozpoznawcze Hochland. Właśnie dlatego każdego dnia na polskich stołach pojawiają się nasze sery.

Nieustannie rozszerzamy ofertę serów, aby zaoferować konsumentom pyszne doznania.

Inne niż wszystkie - z dodatkiem kremowego twarożku, delikatnej ricotty lub naturalnego skyru.

Każdy wariant wyróżnia się nie tylko smakiem, ale i konsystencją oraz gęstością. Dlatego kiedy przyjemność chodzi Ci po głowie.... masz w czym wybierać!

Czy wiesz, że...?

98%
- mieszkańców Polski konsumuje ser

10,7 kg
- przeciętna roczna konsumpcja sera w Polsce per capita

273 PLN
- średnie roczne wydatki na ser per capita

Zakup #1
- sery to największa nieakcyzowa kategoria spożywcza

Ułożenie półki zgodnie z oczekiwaniami konsumentów!

WSZYSCY LUBIĄ łaciate®

mleko UHT łaciate®

WAŻNE !
Mleko UHT **Łaciate** czekoladowe doskonale sprawdzi się w plenerze, w podróży czy w szkolnym plecaku.

samo mleko łaciate®

CZY WIESZ, ŻE ...
Łaciate to kultowa marka i pyszne polskie mleko. Konsumenci na całym świecie pokochali mleko **Łaciate.**

samo mleko łaciate® bez laktozy

CZY WIESZ, ŻE ...
Mleko **Łaciate** bez laktozy 2% jest dobrym wyborem dla wszystkich konsumentów – szczególnie dla tych, którzy nie tolerują mlecznego cukru.

śmietanka łaciata®

WARTO WIEDZIEĆ !
Śmietanka **Łaciata** 18%, może być stosowana na zimno – jako dodatek do chłodników, ale również jako baza do sosów, dipów i koktajli, a poza tym nadaje się do zabielania i zagęszczania zup.

śmietanka łaciata®

WAŻNE !
Pamiętajmy, że przed rozpoczęciem ubijania Śmietanka **Łaciata** 30% musi być odpowiednio schłodzona i spędzić w tym celu w lodówce co najmniej 12h godzin. **Sukces gwarantowany!**

MLEKPOL.COM.PL

FACEBOOK.COM/MLEKPOL

Idealne drugie śniadanie

Mleko smakowe zyskuje coraz większą popularność, a wpływ na to ma wiele czynników. Jednym z nich jest oczywiście jego atrakcyjny smak. Istnieje jednak również ważniejszy aspekt – dzisiejsi klienci poszukują wygodnych, szybkich i przyjemnych doświadczeń konsumpcji. Chętnie kupują gotowe produkty, które są estetyczne i łatwe do spożycia w ciągu dnia, zarówno w pracy, szkole, jak i podróży [1].

MÜLLER DAIRY to firma sprzedająca z sukcesem produkty w Europie już od ponad 100 lat. Od ponad 10 lat marka jest obecna także w Polsce. Jest to najlepszy dowód na to, że wierność tradycji i wysoka jakość produktów zawsze są w cenie.

WARTO WIEDZIEĆ!

Marka Müllermilch cieszy się ogromnym zainteresowaniem, szczególnie wśród młodszych konsumentów, którzy chętnie sięgają po te produkty [2].

Deser

Mleczno-ryżowy deser z wyrazistą nutą wanilii. Kremowa konsystencja mlecznego ryżu doskonale harmonizuje z waniliowym składnikiem. Jest spożywany jako drugie śniadanie, deser po posiłku oraz jako przekąska w ciągu dnia.

Mleka smakowe

Produkty Müllermilch dedykowane są klientom, którzy lubią eksperymentować z nowościami, ale równocześnie dbają o zdrowy styl życia, nawet w biegu. W tym kontekście mleko smakowe doskonale wpisuje się w ten trend, spełniając oczekiwania współczesnych konsumentów [1].

Źródło: 1. https://www.forummleczarskie.pl/raporty/590,mleko-smakowe
2. https://hurtdetal.pl/article/art_id,23359-61/rynek-nabialu/

Stabilna podstawa

Pierwszy posiłek powinien być pożywny, zróżnicowany i dostarczać energię na cały dzień. Płatki śniadaniowe są pod tym względem znakomitym wyborem. Zwróć uwagę na ich ekspozycję w strefie śniadań. Rozszerzaj ofertę smaków i rodzajów. To podstawowa kategoria, której sprzedaż utrzymuje się na stabilnym poziomie przez cały rok [1].

BATONY ZBOŻOWE

Znakomite jako przekąska do szkoły, na uczelni, w pracy czy podróży. Różnorodność wzmacnia ich sprzedaż. Umieść też w strefie impulsowej przy kasach [1].

Źródło: 1. https://hurtdetal.pl/article/art_id,30735-41/smakowe-produkty-place.1/

PŁATKI ŚNIADANIOWE NESTLÉ TO POMYSŁ NA SZYBKIE ŚNIADANIE KAŻDEGO DNIA.

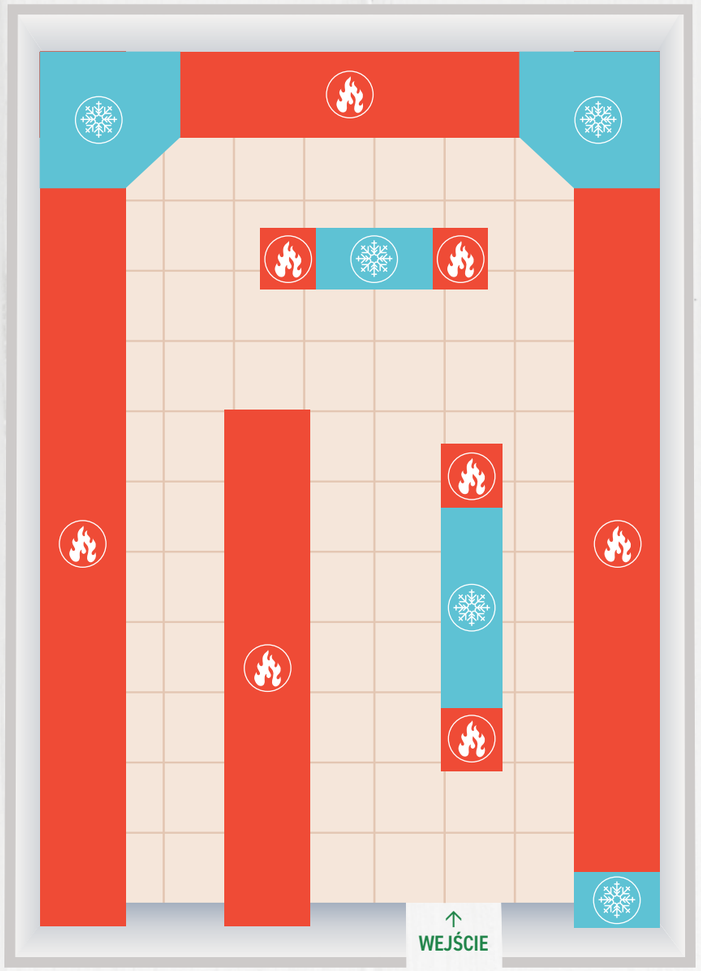
W chłodne i jesienno-zimowe poranki płatki śniadaniowe Nestlé są idealnym wyborem. Postaw na różnorodność: rozkoszuj się doskonałym połączeniem smaku mlecznej czekolady i chrupkości wafelka nowych płatków **Nestlé KitKat**, ukochanym smakiem czekoladowym kuleczek płatków **Nestlé Nesquik** z witaminami lub delektuj się **Nestlé Cini Minis** z ciepłym mlekiem, teraz o bardziej cynamonowym smaku! Zapewnij sobie lub swojej rodzinie dobry poranek z płatkami Nestlé. Jesień i zima jeszcze nigdy nie smakowały tak dobrze!

Przestrzeń ma znaczenie

Podczas planowania układu sklepu pamiętaj, że przede wszystkim powinien on być wygodny dla kupujących, zachęcać ich do odwiedzenia jak największej części sali sprzedażowej oraz wydłużać czas spędzony w sklepie. Badania pokazują, że ok. 70% klientów podejmuje decyzje zakupowe przy sklepowej półce [1].

JAK ZATRZYMAĆ UWAGĘ KLIENTA NA DŁUŻEJ?

Jednym ze sposobów jest zmiana układu produktów w sklepie, na półkach lub w alejkach. Remodeling to skuteczny sposób na osiągnięcie tego celu. Dzięki temu zabiegowi można skłonić kupujących do przejścia przez wszystkie alejki, co zwiększa szansę na dodatkowe zakupy, których pierwotnie nie mieli w planach [2].



strefy zimne

strefy gorące

WAŻNE

MIEJSCA W SKLEPIE NAJBARDZIEJ SKUPIAJĄCE UWAGĘ KLIENTÓW:

- kasy
- centralna część półek lub alejek.

To są „STREFY GORĄCE", w których produkty są łatwo zauważalne, dlatego warto umieścić w nich najbardziej rentowne kategorie.

„STREFY ZIMNE" znajdują się w narożnikach sklepu i przy wejściu. umieść w nich mniej rentowne, ale istotne dla kupujących kategorie.

Źródło: 1. https://marketerplus.pl/emocje-zmysly-a-podejmowanie-decyzji-konsumenckich/
2. https://sprytnykupiec.pl/post/dlaczego-sklepy-spozywcze-stosuja-remodeling

WSPÓŁGRAJĄCE KATEGORIE

Klient przychodzi do sklepu z konkretnymi potrzebami. Właściwe umiejscowienie kategorii produktów uzupełniających się, pomoże w dokonaniu komplementarnych zakupów.

ZASADY KOMPLEMENTARNEJ EKSPOZYCJI

1. Ustaw kategorie uzupełniające się **blisko siebie**, aby naturalnie uzupełnić zakupy.
2. Eksponuj produkty w swoich **grupach towarowych**, a nie według marek czy kolorystyki opakowań.
3. Ustal strefy kategorii dla **okazji zakupowych** (np. śniadania, gotowanie) oraz dla **grup klientów** (np. dzieci, dorośli). Ułatwi to znalezienie poszukiwanych produktów.

WAŻNE

Ustal kluczowe 20% towarów generujących 80% zysku. Rozwiązanie tego wyzwania pomoże zoptymalizować asortyment i osiągnąć sukces sprzedażowy poprzez komplementarność ekspozycji [1].

STREFA ŚNIADANIA

PIECZYWO → NABIAŁ → PŁATKI ŚNIADANIOWE → DŻEMY/KREMY

STREFA GOTOWANIA

RYŻE MAKARONY → SOSY/FIXY → PRZYPRAWY → PRZETWORY

STREFA DOROSŁYCH

NAPOJE GAZOWANE → PIWO → PRZEKĄSKI

STREFA DZIECIĘCA

NAPOJE I SOKI DLA DZIECI → PRZEKĄSKI → SŁODYCZE

Źródło: 1. https://grupaeuroceh.pl/blog/jak-zarządzać-asortymentem-w-sklepie-spożywczym

Podstawy jesiennego menu

Dania rozgrzewające i jednogarnkowe to oblicze jesiennej kuchni. Pożywne zupy, leczo oraz gulasze koniecznie z kaszą. To obok ziemniaków najpopularniejszy dodatek do dania głównego. Spożywana jest też na śniadanie i kolację (wskazania 16 i 15% respondentów) oraz na deser (11%) [1].

Marka SARITA specjalizuje się w produktach podstawowych – od mąki przez ryże, kasze i rośliny strączkowe, po makarony z mąki z pszenicy durum oraz pełnoziarniste. W jej ofercie znajdują się produkty pochodzące od polskich dostawców.

Kasze Sarita

Gryczana to najpopularniejszy rodzaj kaszy wśród Polaków. Jęczmienna zajmuje drugie miejsce, wybierana przez jedną trzecią badanych. Kaszę jaglaną jako trzeci w kolejności produkt preferuje prawie co piąty respondent (18%) [1].

Mąka Sarita

Mąka Sarita to sypka mąka, która sprawdza się zarówno do dań wytrawnych jak i na słodko. Na rynku znajdziemy między innymi mąkę Wrocławską, Tortową, Luksusową i Krupczatkę.

Ryż Sarita

To idealny towarzysz do przygotowania śniadaniowej zupy mlecznej z ryżem. Świetnie komponuje się ze słodkimi powidłami lub owocowymi sosami. Stanowi również doskonały składnik dania głównego lub smacznej kolacji.

WARTO WIEDZIEĆ!

W Polsce najczęściej kupowany jest ryż biały. Neutralny w smaku i łatwy w przygotowaniu jest popularnym dodatkiem do dań mięsnych, zup, potraw jednogarnkowych i sałatek [3].

DANIE ORIENTALNE
Inspiracja kulinarna

Pilaf

SKŁADNIKI:
Ryż biały (długoziarnisty lub basmati)
Cebula
Czosnek
Masło lub oliwa
Przyprawy: pieprz, sól, kurkuma, kminek lub przyprawa typu garam masala
Bakalie

INSPIRACJA KULINARNA
W Polsce znacząco wzrasta popularność kuchni orientalnej [2]. Klienci, robiąc zakupy, kompletują produkty w zestawy. Zobacz opis produktów do przygotowania dania azjatyckiego. Zainspiruj się i zaskocz swoich klientów – dołącz produkty do swojej listy zakupowej.

Źródło: 1. https://www.diahandu.pl/zakupy/na-polskich-stolach-wciaz-kroluje-kasza-gryczana-jaka-jadamy-najczesciej,113271.html
2. https://www.horecatrends.pl/trendy/119/badanie_coraz_wiekszа_populamoscia_wsrod_polakow_cieszа_sie_smaki_orientalne,2653.html
3. https://hurtidetal.pl/article/art_id,8168,-swiat-ryzu/

Na gotowo

Współczesny konsument coraz częściej poszukuje szybkich i wygodnych rozwiązań. Początek roku akademickiego to wzrost sprzedaży dań w puszkach, słoikach oraz instant.

RYNKOWY PEWNIAK W TRUDNYCH CZASACH

Prognozy i analizy wskazują, że sektor dań gotowych w Polsce przeżywa dynamiczny wzrost i w najbliższych latach oczekuje się, że będzie rósł średnio o ok. 7% rocznie [3].

WARTO WIEDZIEĆ!

Kategoria dania gotowe w słoikach odnotowała wzrost sprzedaży w ciągu roku o 16% [1]. Dzięki nowoczesnym technologiom i recepturom, gotowe potrawy oznaczają dobry smak i bezproblemowe przygotowanie [2].

Źródło: 1. https://www.rp.pl/gastronomia/art3622591-apetyty-leniwych-warte-juz-ponad-miliard-zlotych
2. https://wiadomosciprzyweza.pl/artykuly/6203/dania-gotowe-wszystko-co-musisz-wiedziec-o-tym-rynku/
3. https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykul/rynek-dan-gotowych-w-polsce-bedzie-rosl-analiza-pmr-dla-sadsky-pentow

Marka SŁONECZNY OGRÓD posiada bogaty wybór warzyw konserwowych w puszkach i słoikach, koncentrat pomidorowy 30% oraz przecier pomidorowy.

Marka KUCHNIA KACHNY w swoim asortymencie posiada szeroki wybór dań gotowych, wśród których znajdziemy wszystkim dobrze znane posiłki z surowców dostarczanych między innymi przez polskich dostawców.

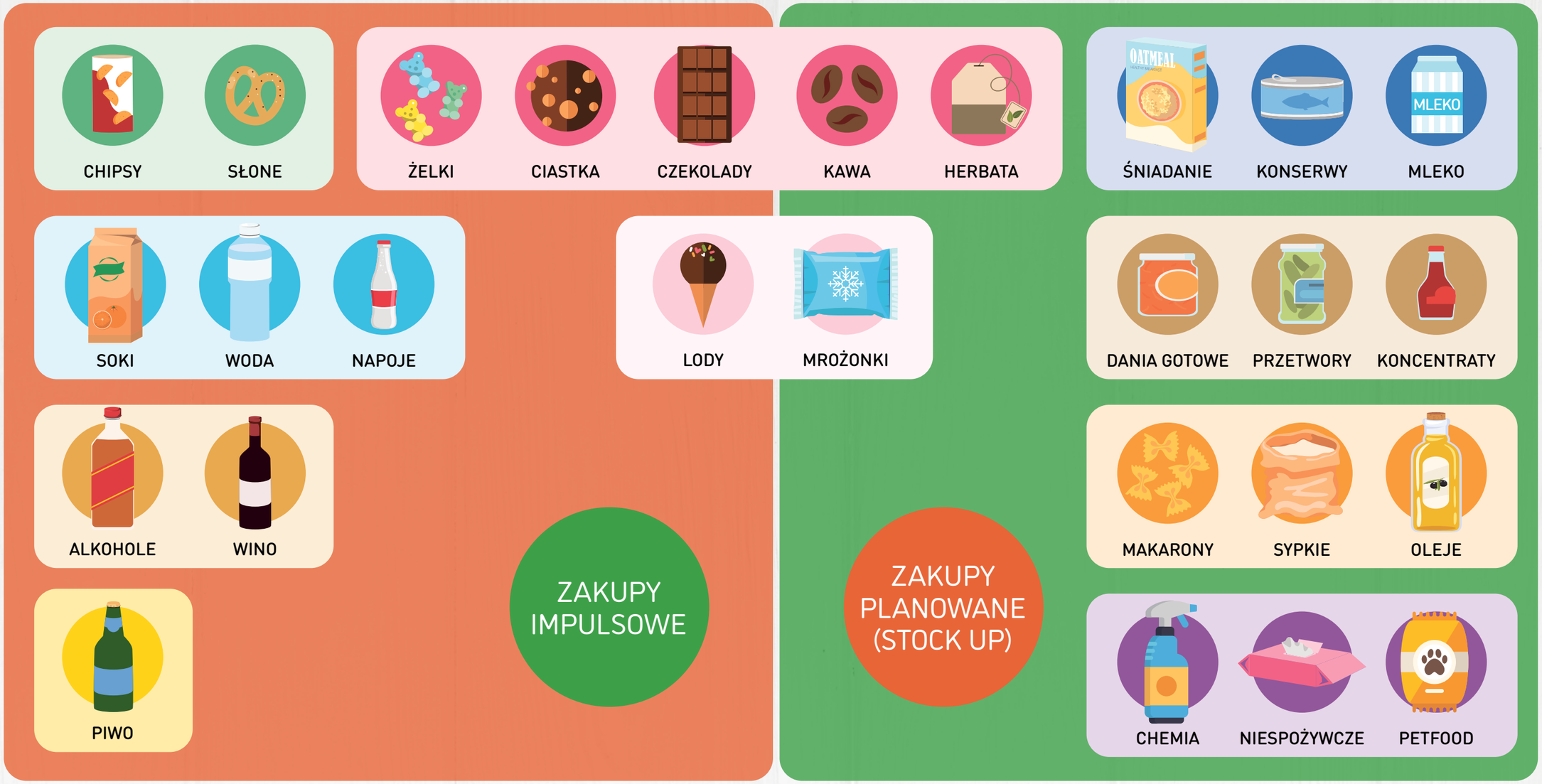
Złoty środek

Głównym aspektem branym pod uwagę podczas planowania rozmieszczenia produktów w sklepie powinno być zapewnienie klientom poczucia komfortu. Dobrze przemyślany układ poszczególnych kategorii skłoni kupujących do odwiedzenia całej sali sprzedażowej. Pozwoli to na zapoznanie się z różnorodnością oferty oraz wydłuży czas przebywania w sklepie.

WAŻNE

Koszyk z impulsowymi produktami może być nawet o 40% droższy, dlatego istotne jest stworzenie atrakcyjnej oferty w okolicy kasy. Należy wyeksponować różne kategorie, aby przyciągnąć uwagę klientów oczekujących w kolejce [2].

WYKORZYSTAJ POTENCJAŁ SWOJEGO SKLEPU STOSUJĄC ZASADY ŁĄCZENIA KATEGORII NA MAŁEJ SALI SPRZEDAŻOWEJ



Źródło: 1. https://www.zdrowiefinansowe.pl/czytelnia/planowanie-i-oszczedzanie/99-zakupy-planowane-i-nieplanowane
2. https://www.hurtidetal.pl/article/art_id.36112-61/impulsowe-zakupy/

Gorąca jesień

Szacunkowo, polski rynek herbaty generuje spożycie ok. 20 tysięcy ton tego produktu rocznie. Klasyfikuje nas to na czwartej pozycji w Europie, za Wielką Brytanią, Irlandią i Rosją [1].

ZMIANA LIDERA

Według danych, rynek herbaty charakteryzuje się stabilnością z tendencję spadkową zarówno pod względem ilościowym, jak i wartościowym. Spadek popytu dotyczy szczególnie herbaty czarnej, podczas gdy herbaty owocowe, zielone, ziołowe i funkcjonalne radzą sobie stosunkowo lepiej [1].

WARTO WIEDZIEĆ!

Z raportu firmy Nielsen wynika, że znaczące udziały na rynku herbat mają: owocowe (14,8%), ziołowe (12,1%), Earl Grey (11,1%). Herbaty zielone stanowią 8,1% rynku, natomiast herbaty czerwone mają udział na poziomie 1,3% [2].

Źródło: 1. https://www.herbata.info/rynek-herbaty/
2. https://www.portalspozywczy.pl/napoje/wiadomosci/badanie-polacy-pija-wiecej-herbaty-niz-chinczycy-czy-japonczycy,166074.html
3. http://www.syropy.biz/?m=prezentacje&s=15

INSPIRACJA HANDLOWA

Oferta herbat owocowych uzupełniona o syropy owocowe może zachęcić klientów do zakupu i przyczynić się do zwiększenia sprzedaży. Segment syropów odczuwa sezonowe trendy [3].

Melodia smaków

Według danych, klienci w sklepach osiedlowych częściej wybierają kawy mielone, cappuccino oraz zbożowe. W przypadku kawy rozpuszczalnej, konsumenci kupują ją zarówno w sklepach małego formatu (50%), jak i w sklepach wielkopowierzchniowych (także 50%) [1].

WARTO WIEDZIEĆ!

Kawa, podobnie jak herbata, cieszy się w Polsce imponującym spożyciem. Z badań wynika, że ponad 66% Polaków regularnie pije kawę, a połowa zaczyna od niej dzień. Rocznie sprzedaż kawy wynosi 94,9 tys. ton [1].

PAMIĘTAJ!

Miody oraz inne dodatki śniadaniowe warto umieszczać blisko siebie, a jesienią także obok herbaty. W sezonie jesiennym herbata z miodem to częste połączenie.

INSPIRACJA HANDLOWA

Regały z kategorii kawy i herbaty to dobre sąsiedztwo dla produktów towarzyszących, jak słodycze czy miody.

PRZYKŁADOWE USTAWIENIE PRODUKTÓW Z KATEGORII KAWY I HERBATY NA PÓŁKACH W MAŁYM SKLEPIE

KAWY INSTANT W SASZETKACH	HERBATY DUŻE
KAWY ROZPUSZCZALNE	HERBATY CZARNE EKSPRESOWE
CAPPUCINO / ŚMIETANKI	HERBATY ZIOŁOWE
KAWY MIELONE	HERBATY OWOCOWE
KAWY ZBOŻOWE	HERBATY GRANULOWANE

Źródło: 1. https://wiadomoscispozywcze.pl/artykuly/9130/polacy-wypijaja-ok-95-litrow-kawy-rocznie-jak-ksztatuje-sie-kategoria/

Tchibo

Przygotuj swój sklep na promocje konsumencką.

DRUGA KAWA WRACA

ODBIERZ DO 50 ZŁ ZA DRUGĄ KAWĘ

Czas trwania: 11.09 - 1.10.2023 r.

KUP 2 PRODUKTY PROMOCYJNE TCHIBO

ZACHOWAJ I ZAREJESTRUJ DOWÓD ZAKUPU

ODBIERZ ZWROT GOTÓWKI ZA ZAKUP

5000 ZŁ

CODZIENNA PULA ZWROTÓW: 5 000 ZŁ

Kup 2 produkty promocyjne marki Tchibo na jednym paragonie: Exclusive, Barista, Espresso Milano, Espresso Sicilia, Caffè Crema Intense, Gusto Tradizionale (z wyłączeniem kaw w kapsułkach i zestawów kaw), zachowaj dowód zakupu i wyślij zgłoszenie na: www.kawawraca.pl, aby otrzymać zwrot za zakup tańszego produktu. Czas trwania sprzedaży promocyjnej i przyjmowania zgłoszeń: **11 września - 1 października 2023 r.** Pula zwrotów w promocji ograniczona do 105 000 zł. Pula zwrotów na dobę 5 000 zł, maksymalna wartość jednego zwrotu 50 zł. Jedna osoba oraz jedno gospodarstwo domowe ma prawo do 3 zwrotów w czasie trwania promocji (jeden zwrot tygodniowo). Regulamin oraz informacje dotyczące przetwarzania danych osobowych na www.kawawraca.pl. Promocja dla osób pełnoletnich. Organizator: Advalue sp. z o.o.

Słodki sposób na niepogodę

Słodycze należą do jednej z głównych kategorii na rynku spożywczym. Przeciętny Polak zjada w ciągu roku ok. 6 kg tego rodzaju produktów. Niezależnie od obecnej koniunktury, rynek słodyczy zanotował wzrost o ok. 3%, co potwierdza, że Polacy mają słabość do słodkości [1].

DESSIMO to jedna z najchętniej wybieranych marek w kategorii ciastek przez klientów Eurocash Cash&Carry. W jej szerokim portfolio można znaleźć wiele rodzajów, smaków między innymi wafli, biszkoptów z galaretką, pierników oraz ciastek. Różnorodność produktów oraz idealne połączenie składników sprawiają, że na pewno każdy znajdzie coś dla siebie.

WARTO WIEDZIEĆ!

Na rodzimym rynku polskie produkty z działu słodycze cieszą się wysokim popytem wśród konsumentów i często trafiają do koszyków nabywców [2].

Wafle, pierniki i biszkopty

Odkryj bogactwo korzyści, sięgając po grupę produktów: wafle, pierniki i biszkopty DESSIMO. Są kupowane przez klientów na spotkania z rodziną czy dla umilenia chwili relaksu.

CIEKAWE

Według raportu Banku Pekao S.A., w polskiej branży słodyczy, w tym wyrobów ciastkarskich, odnotowano wzrost produkcji o ok. 40%. Mimo zawirowań, ostatnie 6 lat dla tego sektora to stały wzrost [3].

Źródło:
1. https://wiadomoscispozywcze.pl/artykuly/10454/najpierw-pandemia-teraz-wojna-jak-radzi-sobie-globalny-i-krajowy-rynek-sodyczy/
2. https://ciechocinek.biz/pl/696_artykuly-sponsorowane/4280_sprzedaz-slodyczy---czy-to-dobry-pomysl-na-biznes.html
3. https://www.portalspozywczy.pl/slodycze-przekaski/wiadomosci/polskie-ciastka-niezakloconv-rozwoj-raport-banku-pekao-sa,223773.html
4. https://www.portalspozywczy.pl/slodycze-przekaski/wiadomosci/mimo-problemow-rynek-slodyczy-w-polsce-rosnie-w-sile-jego-wartosc-przekroczyla-8-mld-zl,222087.html

AMELIA to marka reprezentująca różnorodne produkty czekoladowe. W jej ofercie można znaleźć wiele smaków czekolad nadziewanych, pianek, kremów. Zastosowane składniki powodują, że otrzymane wyroby rozpieszczają kubki smakowe.

WARTO WIEDZIEĆ!

Według raportu Dun&Bradstreet, w roku 2023 prognozowany jest 5% wzrost rynku czekolady w Polsce. Przeciętny konsument zje o 10% więcej wyrobów czekoladowych – samej czekolady oraz batonów i pralin [4].

DLACZEGO KLIENCI KUPUJĄ CZEKOLADĘ?

Czekolada cieszy zmysły w jesienne wieczory. Słodkie tabliczki to rotujący produkt w każdym sklepie. Kupowana także na prezent, odkrywa prawdziwy uśmiech na twarzy przy kolejnej kostce.

Goplana 1912

Jeżyki®

Najeżone pomaganiem

Jesienią marka Jeżyki rusza z kolejnymi aktywnościami na rzecz podopiecznych Ośrodka Rehabilitacji Zwierząt „Jeżurkowo". Współpraca z placówką dbającą o osierocone jeżowe maluchy w okresie poprzedzającym kalendarzową zimę jest szczególnie ważna – pozwala przygotować się zwierzakom do zimowego snu oraz realnie wpływa na przedłużenie gatunku.

Dlaczego pomoc jeżom jest tak ważna jesienią?

Jeże tuż przed zimową hibernacją poszukują większej ilości pożywienia, a z uwagi na niższe temperatury jest go znacznie mniej. Liczba owadów w ekosystemie spada, brakuje również wody, a przez to zwierzęta stają się niedokarmione i ciężko znoszą pierwsze mrozy. "Fundacja Jeżurkowo" nie tylko dostarcza jeżom odpowiedni pokarm, ale też zapewnia podopiecznym miejsce do zimowania.

Warto pomagać

Działania CSR marki Jeżyki przynoszą wymierne korzyści dla środowiska naturalnego. Dają szansę na przetrwanie zwierzętom, które bez pomocy człowieka często nie są w stanie właściwie funkcjonować. Budowanie świadomości wśród szerokiej społeczności o potrzebach jeży jest jednym z wyzwań, jakie marka nakreśliła w swojej strategii na kolejne lata.
Działania te zostały pozytywnie ocenione przez konsumentów, co stanowi potwierdzenie słuszności podjętej inicjatywy.

Działania CSR marki będą szeroko wspierane w mediach poprzez kampanie digitalową i radiową, a także poprzez ekspozycje POS.
Jesienią marka będzie też wspierać kampanią TV oraz kinową ciastka Jeżyki oraz nowość w portfolio - Jeżyki Coolki.

Produkty marki Jeżyki to obowiązkowa pozycja na sklepowych półkach tej jesieni!

KUPUJĄC, RATUJESZ JEŻE

Część dochodu ze sprzedaży naszych produktów przekazujemy na wsparcie jeży z Ośrodka Rehabilitacji Jeżurkowo.

zajrzyj na www.jezykiciastka.pl

Sezon na chrupanie

Jak zachęcić klientów do zakupu przekąsek? Pomysłów jest kilka, zwłaszcza, że okazji do zajadania jesienią nie brakuje. Emocje piłkarskie, wieczory filmowe czy przegryzanie podczas dnia. Bakalie do śniadania, popcorn po pracy, chipsy w chwilach relaksu. Eksponuj je kontekstowo, np. przy piwach i zimnych napojach, rotuj na szczytach regałów i w strefach gorących. Zadbaj o estetykę opakowań – pomięte torebki nie zachęcają do zakupów.

WAŻNE

Rynek bakalii pakowanych wzrasta dynamicznie, szczególnie w segmencie przekąsek. **Sprzedaż bakalii w małych opakowaniach** rozwija się dwukrotnie szybciej niż w pozostałych kategoriach, co stanowi wyjątkowy trend na rynku [1].

Spożycie owoców suszonych, orzechów oraz przetworów owocowych wzrosło o ponad 50% [2].

WARTO WIEDZIEĆ!

Przekąski cieszą się dużym zainteresowaniem wśród konsumentów. Szczególnie segment tych słonych utrzymuje wysoki poziom popytu. Według danych od NielsenIQ za rok 2021, aż jedną trzecią polskiego rynku przekąsek stanowiły warianty o słonym smaku [3].

PAMIĘTAJ!

Spożycie bakalii wpisuje się w trendy zdrowego żywienia. Jako niskoprzetworzony produkt, są one coraz częściej wybierane przez klientów świadomych swoich zdrowotnych potrzeb. Eksponuj je przy zdrowej żywności i nabiale.

Źródło: 1. https://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/rynek-bakalii-paczkowanych-wart-jest-ponad-1-6-mld-zl-i-wciaz-sie-rozwija,166593.html
2. https://www.portalspozywczy.pl/owoce-warzywa/wiadomosci/palacy-jedza-coraz-wiecej-przetworow-owocowych-i-warzywnych,209611.html
3. https://ads.listonic.com/aktualnosci/slone-przekaski-ranking/

Okazja czyni zakupy

Polacy uwielbiają przeceny i promocje. 8 na 10 osób przyznaje, że czasem wstrzymuje się z zakupami lub celowo czeka na rozpoczęcie wyprzedaży. Ulubionymi okazjami, z jakich korzystają konsumenci, są promocje posezonowe, poświąteczne i noworoczne wyprzedaże oraz przeceny w ramach Czarnego Piątku [1].

„PRZYDASIE"

ZESTAW OKAZJI, KTÓRE MOŻNA WYKORZYSTAĆ PRZYGOTOWUJĄC W SKLEPIE AKCJE PROMOCYJNE

KLASYCZNE ŚWIĘTA I OKAZJE	
1 WRZEŚNIA	ROZPOCZĘCIE ROKU SZKOLNEGO
9 WRZEŚNIA	DZIEŃ URODY
20 WRZEŚNIA	DZIEŃ PRZEDSZKOLAKA
23 WRZEŚNIA	KALENDARZOWY POCZĄTEK JESIENI
30 WRZEŚNIA	DZIEŃ CHŁOPAKA
1 PAŹDZIERNIKA	POCZĄTEK ROKU AKADEMICKIEGO
11 PAŹDZIERNIKA	DZIEŃ DZIEWCZYNY
14 PAŹDZIERNIKA	DZIEŃ NAUCZYCIELA (DZIEŃ EDUKACJI NARODOWEJ)
31 PAŹDZIERNIKA	HALLOWEEN
1 LISTOPADA	DZIEŃ WSZYSTKICH ŚWIĘTYCH
11 LISTOPADA	NARODOWE ŚWIĘTO NIEPODLEGŁOŚCI
15 LISTOPADA	CZARNY PIĄTEK (BLACK FRIDAY)
17 LISTOPADA	MIĘDZYNARODOWY DZIEŃ STUDENTA
29-30 LISTOPADA	ANDRZEJKI

OKAZJE NIETYPOWE	
29 WRZEŚNIA	DZIEŃ KAWY
1 PAŹDZIERNIKA	ŚWIATOWY DZIEŃ WEGETARIANIZMU
4 PAŹDZIERNIKA	ŚWIATOWY DZIEŃ ZWIERZĄT
10 PAŹDZIERNIKA	ŚWIATOWY DZIEŃ OWSIANKI
13 PAŹDZIERNIKA	ŚWIATOWY DZIEŃ JAJA
16 PAŹDZIERNIKA	ŚWIATOWY DZIEŃ CHLEBA
24 PAŹDZIERNIKA	ŚWIATOWY DZIEŃ FLACZKÓW
25 PAŹDZIERNIKA	ŚWIATOWY DZIEŃ MAKARONU
31 PAŹDZIERNIKA	DZIEŃ DYNI
1 LISTOPADA	ŚWIATOWY DZIEŃ WEGAN
3 LISTOPADA	ŚWIATOWY DZIEŃ KANAPKI
7 LISTOPADA	DZIEŃ KOTLETA SCHABOWEGO
8 LISTOPADA	EUROPEJSKI DZIEŃ ZDROWEGO JEDZENIA I GOTOWANIA
16 LISTOPADA	DZIEŃ MŁODEGO WINA

Źródło: 1. https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/80-proc-polakow-czeka-z-zakupami-na-promocje-i-wyprzedaze-co-trzeci-kupuje-dodatkowe-produkty

Impuls pełen energii

Napoje w szkole są równie ważne jak drugie śniadanie. Woda, soki i napoje funkcjonalne dodają energii i uzupełniają codzienną dietę w niezbędne składniki. Małe pojemności są wygodniejsze i chętniej wybierane przez rodziców mieszczą się w plecakach i mniej ważą.

WAŻNE

Lokalizacja sklepu w pobliżu szkoły dodatnio wpłynie na rotację produktów impulsowych, w tym wody mineralnej, soków i napojów w mniejszych opakowaniach – do 330 ml [1]. Zadbaj o ich dostępność. Pamiętaj też o obsadzie kas, zbyt długa kolejka często zniechęca do zakupów.

WARTO WIEDZIEĆ!

Preferencje zakupowe rodziców nie zawsze idą w parze z wyborami dzieci. Rodzice wybierają produkty bezpieczne i o walorach zdrowotnych: wodę oraz soki – tradycyjnie pomarańczowy, jabłkowy lub warzywne [2]. Wybory dziecięce dyktowane są emocjami, modą i przyzwyczajeniem do marki.

PRZYKŁADOWY REGAŁ SOKI / NAPOJE / WODY

IZOTONIKI / ENERGETYKI	SOKI / NEKTARY 1 L
NAPOJE GAZOWANE BUTELKA / PUSZKA	NAPOJE NIEGAZOWANE 1 L
NAPOJE GAZOWANE 1,5 L DROŻSZE	NAPOJE NIEGAZOWANE < 1 L
NAPOJE GAZOWANE 1,5 L TANIE	SOKI / NAPOJE PRZECIEROWE
WODY SMAKOWE	NAPOJE NIEGAZOWANE/ SOKI 2 L
WODY GAZOWANE / NIEGAZOWANE	NAPOJE NIEGAZOWANE/ SOKI 2 L

Źródło: 1. https://poradnikhandlowca.com.pl/artykuly/napoje-dla-ucznia-zdrowo-i-smacznie/
2. https://www.portalspozywczy.pl/napoje/wiadomosci/rynek-sokow-w-polsce-analiza,146522.html

WYGODA TO
MUS
BEZ DODATKU
CUKRU
KUBUŚ
MUS
TRUSKAWKA
BEZ DODATKU CUKRU
DUUUŻE
OPAKOWANIE
1936
TYMBARK
MUSLY
KASZA MANNA
PŁATKI OWSIANE
JABŁKO, BANAN, OWOCE LEŚNE
BEZ DODATKU CUKRU
1936
TYMBARK
MUS
100%
OWOCÓW
TRUSKAWKA
JABŁKO BANAN
MARCHEW
bez dodatku cukru

DARIUSZ MICHALCZEWSKI
TIGER
ZERO
SUGAR
BRZOSKWINIA
POZIOMKA
ZERO SUGAR
TIGER
ZERO SUGAR
PEACH
ZERO SUGAR
TIGER
ZERO SUGAR
WILD STRAWBERRY
POWER IS BACK
TIGER
ZERO
BEZ CUKRU
NOWOŚĆ

OWOCUJE PEŁNIĄ SMAKU
Bahama
Bahama
JABŁKO
SOK 100 %
1Le
Bahama
POMARAŃCZA
SOK 100 %
1Le
Bahama
MULTIWITAMINA
NEKTAR
1Le
Bahama
ANANAS
NEKTAR
1Le
Bahama
BANAN
NEKTAR
1Le
Bahama
CZERWONA I CZARNA PORZECZKA
NEKTAR
1Le
Bahama
POMIDOR
SOK
1Le
Bahama
POMIDOR
SOK

NOWA ENERGIA!
V-MAX
ENERGY LOADING
V-MAX
ENERGY
Classic
V-MAX
ENERGY
Classic
V-MAX
ENERGY
Classic
V-MAX
ENERGY
Żurawina
V-MAX
ENERGY
Mojito
V-MAX
ENERGY
Mango

Procenty z jesiennej półki

Chłód za oknem tradycyjnie zwiększa popyt na alkohole, w tym grzańce i wysokoprocentowe. Rozbuduj swoją ofertę tak, aby wyeksponować elementy związane z jakością, różnorodnością oraz zaspokojeniem potrzeb klientów, co może skutecznie zachęcić do nabywania produktów z tego segmentu.

WARTO WIEDZIEĆ!

Średnie dzienne spożycie alkoholu wśród deklarujących picie osób w Polsce wynosi 33 gramy czystego alkoholu etylowego. To ilość równoważna dwóm kieliszkom wina, dużemu piwu lub dwóm kieliszkom alkoholi wysokoprocentowych [1].

!

SEZONOWE ATRAKCJE

Oferuj promocje pakietowe, w których klient może nabyć wina typu grzaniec w zestawie z owocami jesieni oraz przyprawami i aromatami. To ułatwi decyzje zakupowe i zachęci do dokonywania kolejnych, zwiększając sprzedaż w sklepie.

INSPIRACJA HANDLOWA

Proponuj klientom szeroki wybór w różnych kategoriach, dostosowanych do zróżnicowanych gustów konsumentów. W przypadku wątpliwości, specjaliści hurtowni Eurocash Cash&Carry pomogą w doborze idealnych alkoholi dla klientów sklepów małoformatowych.

- WHISKY DUŻE / PREMIUM
- WHISKY / EGZOTYCZNE
- LIKIERY / EGZOTYCZNE
- WINA / WERMUT
- GRZANIEC / WINA TAŃSZE
- WINA TANIE / SPIRYTUS

Egzotyczne: gin, rum, koniak, tequila, Metaxa

WYRÓŻNIJ SIĘ!

Podkreśl znaczenie fachowej obsługi klienta, aby wyróżnić swój sklep i przewyższyć konkurencję. Indywidualne podejście do kupujących zwiększa sprzedaż i buduje lojalność klientów [2].

Źródło: 1. https://stopuzależnieniom.pl/fakty-o-alkoholu/statystyki-spozycia-alkoholu/
2. https://gomobi.pl/how-to-do/jak-zwiekszyc-sprzedaz-9-sposobow-na-skuteczne-zwiekszenie-sprzedazy/

JEDYNY TAKI

Grzaniec Galicyjski zachwyca charakterystyczną kompozycją korzennych przypraw, bogactwem smaku i wspaniałą rubinową barwą.
Nic więc dziwnego, że jest jednym z trunków, po które Polacy najczęściej sięgają w mroźne zimowe wieczory.

FAKTORIA WIN

Dobry wybór wina na każdą okazję

ESTD HARDYS 1853

Wyróżnij się na rynku winem Hardy's!
Znajdziesz je tylko wśród naszej kolekcji win!

Gdy za oknem zaczyna być szaro, wśród konsumentów wzrasta chęć spędzania czasu w domowym zaciszu. Jesień to idealny czas, by przeżywać go wraz z najbliższymi, na grze w planszówki, domowych seansach filmowych czy wspólnym gotowaniu. Wino z regału Faktorii Win będzie idealnym uzupełnieniem jesiennych wieczorów. Naszą propozycją jest wino Hardy's!

Hardy's jest jedną z najstarszych australijskich winnic, pierwszy swój rocznik wypuścił na rynek w 1857 roku. Do dziś marka znana jest z pionierskiego i wizjonerskiego podejścia do produkcji wina, pieczołowicie dbając o jego wysoką jakość.

Hardys Crest

Australia

białe, wytrawne

idealne do owoców morza

nuty smakowe: żółtych owoców

Hardys VR Sauvignon Blanc

Australia

białe, wytrawne

idealne do ryb

nuty smakowe: żółtych owoców

Hardys Crest

Australia

czerwone, wytrawne

idealne do czerwonego mięsa

nuty smakowe: czerwonych owoców

Hardys VR Merlot

Australia

czerwone, wytrawne

idealne do potraw mącznych

nuty smakowe: dojrzałych czerwonych owoców

Wysokoprocentowa oferta

Kategoria alkoholi mocnych, wśród których znajduje się whisky, to szeroki asortyment, który otwiera wiele możliwości dla sklepów małoformatowych. Dopasowana do preferencji konsumentów oferta pozwoli rozwinąć sprzedaż poszczególnych grup produktowych.

INSPIRACJA HANDLOWA

TRUNKI W MAŁYCH POJEMNOŚCIACH SZYBCIEJ ZNAJDUJĄ NABYWCÓW

Tradycyjnie dobrze rotują alkohole mocne (czyste i smakowe) w małych objętościach. Stały trend wzrostu notują też gotowe drinki w puszkach z segmentu ITD. Są popularne wśród młodszego pokolenia bez względu na płeć. Z racji niewielkiej objętości i niskiej zawartości alkoholu stanowią alternatywę dla alkoholi sprzedawanych w butelkach 0,33 l. Półka z gotowymi drinkami na bazie ginu, tequili, rumu, wódki czy whisky to dobra propozycja trunków w stosunkowo niskiej cenie [1].

5 ZASAD DOBRZE ROTUJĄCEJ PÓŁKI Z WHISKY

Co warto zrobić, by przyciągnąć uwagę kupujących i zachęcić ich do bliższego zapoznania się z ofertą sklepu.

1. Wyeksponuj **różnorodne whisky** na widocznym regale lub w wyraźnym miejscu w sklepie.
2. Udzielaj klientom **krótkich informacji** na temat różnych rodzajów whisky, które masz na półkach w sklepie. Podkreśl ich pochodzenie, sposób destylacji czy unikalne cechy smakowe.
3. Zadbaj, by personel sklepu został **odpowiednio przeszkolony** w zakresie whisky, aby sprzedawcy mogli służyć klientom fachowym doradztwem, pomagając im w wyborze odpowiedniego do ich preferencji i okoliczności produktu.
4. Eksponuj **opakowania oraz etykiety** na butelkach whisky, które przyciągają wzrok klientów i tworzą pozytywne skojarzenia z jakością produktu,
5. Oferuj **promocyjne ceny** na wybrane whisky i wyeksponuj zestawy prezentowe na różne okazje.

Źródło: 1.https://www.portalspozywczy.pl/alkohole-uzywki/wiadomosci/rosnie-zapotrzebowanie-na-gotowe-drinki-w-puszkach-i-i-malych-butelkach,104056.html

Czysty zysk

Czyste i uporządkowane pomieszczenia w pracy i domu sprzyjają poczuciu harmonii i komfortu. Powakacyjne porządki pomogą przygotować wnętrza na nadchodzący jesienno-zimowy sezon. Usuwanie zbędnych przedmiotów, segregacja, pranie garderoby oraz ogólne sprzątanie pomieszczeń pozwala cieszyć się miłą i ciepłą atmosferą w domowym zaciszu.

Źródło: 1. https://sprytnykupiec.pl/post/dlaczego-sklepy-spozywcze-stosuja-remodeling
2. https://hurtidetal.pl/article/art_id,19977-200/domowy-niezbednik-czystosci/

PRODUKTY DO PRANIA

Pogrupuj produkty od góry regału na: do prania tkanin białych, kolorowych, wełnianych, środki do płukania i przeciw osadom w pralce.

KOLOR MA ZNACZENIE

Układaj produkty w sekwencjach kolorystycznych, odróżniających je znacząco od siebie, np. zielony-biały-zielony zamiast zielony-zielony-biały. Zminimalizujesz tym samym ryzyko pomyłki klienta i wyeliminujesz stres związany z ewentualnym zwrotem towaru [1].

WARTO WIEDZIEĆ!

Skuteczność, wydajność i cena to najważniejsze elementy, które są brane pod uwagę przez konsumentów, przy zakupie artykułów chemii gospodarczej. Klienci wybierając miejsce zakupu środków czystości kierują się wygodą, wybierają dogodne lokalizacje - w pobliżu pracy lub miejsca zamieszkania [2].

INSPIRACJA HANDLOWA

Jeśli nie zdecydujesz się na promocje uzupełniające, wyeksponuj sekwencję kategorii na ścieżce klienta według poniższej kolejności. Pamiętaj także, aby zarówno regały produktowe, jak i same produkty, były czyste oraz zachęcające do kupowania.

CHEMIA → NIESPOŻYWCZE → PETFOOD