

PORADNIK DETALISTY 2015

KAWA & Herbata



Kawa czy herbata?

Duża zielona czy mała czarna? Co wybieramy i dlaczego? Polska jest krajem, w którym jest nieznacznie więcej zwolenników kawy niż herbaty. Wśród głównych motywów sięgania po kawę wymienia się pobudzające właściwości, następnie wskazuje się na towarzyski charakter związany z jej piciem, wyjątkowy smak oraz przyzwyczajenie. Picie herbaty ma nieco inny charakter, konsumenci traktują ją jako podstawowy napój gorący i coraz częściej, sięgają po nowe smaki i aromaty.

Okres świąteczny nie zmienia znacząco konsumpcji kawy i herbaty. Warto jednak pamiętać, że przed Świętami odczuwamy w sklepach wzrost sprzedaży jednej i drugiej kategorii, dlatego warto zatowarować sklep produktami najlepiej rotującymi i premium.

W tym czasie wyraźnie wzrasta sprzedaż kaw dobrego gatunku, ładnie opakowanych, często z gratisem lub objętych promocją cenową. W przypadku herbat, dobrym pomysłem jest zaopatrzenie sklepu w ciekawe smaki herbatek owocowych. Przedświąteczny okres zakupowy rozpoczyna się już w połowie listopada. W związku z tym przygotujmy się do niego jak najwcześniej.

Sprawdzonymi sposobami na zwiększenie sprzedaży jest wyjście z kawą i herbatą poza półkę i wyeksponowanie ich np. na wypożyczalni z produktami w promocyjnej cenie i/ lub w formie zestawów z gratisami. Taka forma ekspozycji sprawia, że klienci poszukujący prezentów dla najbliższych chętniej sięgną po kawowy lub herbaciany prezent.

W niniejszym Poradniku przedstawiamy Państwu najważniejsze produkty, których w czasie jesienno-zimowym nie może zabraknąć w Państwa sklepach. Wskazujemy nie tylko produkty, które niezmiennie cieszą się zainteresowaniem Polaków, ale również nowości czy propozycje, które w poprzednich latach w okresie jesieni i zimy cieszyły się dużym zainteresowaniem.

Zespół Eurocash C&C

HERBATY CZARNE

KLASYKA NA PÓŁCE

Herbata czarna stanowi **największy segment wśród herbat** (70% wielkości sprzedaży herbat). Można przygotować z niej napary o różnorodnych smakach, dlatego jest jednym z najpopularniejszych napojów na świecie i w Polsce.



Pamiętaj przed Świętami!

1. Konsumenci myślą o świątecznych zakupach kilka tygodni wcześniej.
2. Świąteczne zakupy mają swój szczyt w okresie **2 tygodni przed Świętami**.
3. Konsumenci kupują w tych samych sklepach **co zazwyczaj**.
4. Konsumenci kupują **więcej i drożej** – eksponuj produkty premium.



CZY WIESZ ŻE....

Herbata to ważny napój w Polsce. Pije się ją w aż 96% gospodarstw domowych (Źródło: GfK 2014). Polacy wypijają średnio **78 milionów filiżanek dziennie** (Unilever za H&E TNS 2012).



Ekspozuj sezonowe produkty

Małe i średnie sklepy spożywcze **sprzedają prawie co trzecią paczkę herbaty**, dlatego ekspozuj takie produkty tej kategorii, na które konsumenci powinni zwrócić uwagę w sezonie jesienno-zimowym: **herbaty aromatyzowane i czarne z dodatkami** (malina, owoce leśne, cynamon).



HERBATY OWOCOWE

POSTAW NA PEWNIAKI

Z kategorii herbat owocowych na półce powinny znaleźć się produkty lidera rynkowego segmentu: marki **Saga**. W szczególności powinny to być **Saga Owocowa: o smaku Malina, Pigwa z Truskawką i Owoce leśne, Żurawina**, a także nowość **Saga Owocowa o smaku Śliwka**.

NEW



Owocowa radość

Zadbaj o duży wybór

Owocowa to po czarnej najczęściej wybierana kategoria herbaty. W okresie jesienno-zimowym sprzedaż herbat owocowych wyraźnie wzrasta, dlatego bardzo ważne jest, aby na Twojej półce znalazł się duży wybór ich smaków. Odpowiednio zbudowana półka z herbatą wspiera efekt współkupownia, co przekłada się na wyższe zyski z obrotu kategorią.

Planuj i zyskuj!

1. Jeśli Twój klient jest przypadkowy – zawęż asortyment i postaw na najbardziej popularny, często wsparty reklamą. Jeśli masz stałych klientów, obserwuj ich potrzeby i zadbaj o obecność w Twoim sklepie ich ulubionych marek.
2. Jeśli prowadzisz sklep „osiedlowy”, musisz posiadać szeroki wybór średnich i małych opakowań.
3. Nie zapominaj o kliencie z grubszym portfelem – zadbaj o obecność produktów markowych i premium.



HERBATY ZIELONE I ZIOŁOWE

NOWOŚCI W TWOJEJ OFERCIE

Konsumentom podążającym za trendem zdrowia i naturalności marka Saga dedykuje NOWOŚĆ – **Herbatę zieloną o smaku Brzoskwinia**. Połączenie goryczki tego rodzaju herbaty z łagodną brzoskwinia doceniane jest przez konsumentów.



NEW



Najlepiej sprzedający się wariant z asortymentu Sagi zielonej ekspresowej.

Trendy w piciu herbaty

1. Konsumenti stale poszukują nowych doznań smakowych. Często sięgają po herbatę specjalną, traktując ją jako aromatyczny napar.
2. Polacy coraz większą uwagę przykładają do kwestii zdrowia. Stąd rosnące znaczenie segmentu herbat ziołowych, zielonych oraz funkcjonalnych.
3. Premiumizacja – konsumenci są skłonni zapłacić więcej za produkty wysokiej jakości, które służą ich zdrowiu.

Największą popularnością wśród konsumentów cieszą się smaki mięty i melisy.



Wspieraj sprzedaż

Wspieraj sprzedaż herbat ziołowych, organizując degustacje dla klientów. Smak jest najważniejszym czynnikiem decydującym o wyborze herbat ziołowych i owocowych. Są one kupowane także ze względu na różnorodność wariantów, właściwości zdrowotne i relaksujące, a także możliwość picia ich bez ograniczeń.

W zgodzie z naturą



KAWY ZIARNISTE I MIELONE

NEW



Odpowiedź marki Jacobs na nowe trendy.

RÓŻNE STYLE PICIA KAWY

Polscy konsumenci dokonują obecnie wyborów dotyczących stylu picia kawy. Systematycznie odchodzą od tradycyjnego parzenia kawy „po turecku”. Wraz ze wzrostem dostępności ekspresów do kawy, należy spodziewać się **coraz większej sprzedaży kaw ziarnistych i mielonych.**

Towaruj z głową!

Zimą i w okresie przedświątecznym obroty w kategorii wzrastają ok. 15% względem pozostałych okresów w roku. Detalista powinien skupić się na odpowiednim poziomie zatowarowania kawą, szczególnie produktami najlepiej rotującymi. W okresie Świąt zdecydowanie wzrasta sprzedaż kaw z segmentu premium oraz kaw ziarnistych.



Dodatkowa ekspozycja

Planując dodatkową ekspozycję kawy, pamiętaj by była ona wystawiona zgodnie ze ścieżką, jaką zwykle porusza się klient w sklepie. Oprócz tego musi być możliwie blisko kategorii kawy, czyli przy wejściu do alejki lub też przy kategoriach komplementarnych tj. słodczyce czy pieczywo.

Dobry wybór!



Nowe trendy w picciu kawy

NEW



WŁAŚCIWE MARKI NA TWOJEJ PÓŁCE

Handel małoformatowy jest jednym z najważniejszych kanałów dla segmentu kaw mielonych - właśnie na nich przede wszystkim powinny skupić się małe i średnie sklepy spożywcze. **Zadbaj o dostępność produktów znanych marek mających wsparcie reklamowe.**



KAWY ROZPUSZCZALNE



Celuj w zysk!

Warto, by kawa sąsiadowała z herbatą oraz słodczymi (tabliczkami czekoladowymi, ciastkami). Takie ustawienie kategorii pozwoli na **zwiększenie impulsowych zakupów słodczych** przy okazji kupowania kawy, a co za tym idzie, **zwiększenia obrotów.**

WAŻNA ROLA MARKI DOBRY WYBÓR!

Konsumenci propagują racjonalne planowanie budżetu domowego poprzez kupowanie rzeczy dobrych jakościowo, w atrakcyjnej cenie. Marka DOBRY WYBÓR!, wpisując się w ten trend, daje konsumentom przekonanie, że dokonali mądrego i przemyślanego wyboru, zachowując właściwą relację pomiędzy jakością a ceną wybranego produktu.

Kawa we właściwym miejscu

Kawa jest jedną z ważniejszych kategorii „docelowych”, więc powinna być łatwa do odnalezienia dla klienta. Ustaw ją w **miejscu największego ruchu klientów** i/lub zapewnij klientowi odpowiedni rodzaj **nawigacji**, który umożliwi mu **łatwe znalezienie półki** czy dodatkowej ekspozycji z ulubioną kawą.

Idealna półka

Kawy rozpuszczalne należy ustawić powyżej kaw mielonych lub po ich lewej stronie, ze względu na wyższą cenę jednostkową produktu. Dzięki temu zwiększysz ich sprzedaż, a co za tym idzie - zysk sklepu. Z podobnych względów również, **większe opakowania** warto ustawić **po lewej stronie opakowań mniejszych** - dzięki temu zwiększasz szanse na zakup większej gramatury kawy, a co za tym idzie - zysk sklepu.



Petnia aromatu





 **EUROCASH**
CASH & CARRY

Dla Ciebie tanio i wygodnie!