

PORADNIK DETALISTY

Święta w detalach



WIELKANOC 2026



Wielkanocny czas!

W okresie wiosennym najważniejszym wydarzeniem sprzedażowym jest Wielkanoc. Święto to łączy w sobie tradycyjne smaki i wiosenną świeżość, a także jest świetną okazją do zwiększenia koszyka zakupowego Klientów. Nastrój i produkty świąteczne sklepy mogą wprowadzać już z miesięcznym wyprzedzeniem, by każdy Klient zdążył się zaopatrzyć.

Pamiętaj!

- Zabezpiecz dostawy produktów lokalnych i premium.
- Wprowadź sezonowe nowości.
- Zamów u dostawców tematyczne standy, np. z czekoladowymi zajaczkami.

Duże gramatury i opakowania zbiorcze

W czasie około świątecznym Klienci chętniej sięgają po opakowania zbiorcze najpotrzebniejszych produktów. Na półkach powinny się zatem znaleźć duże opakowania jajek, bloki serów twarogowych, czy wielopaki produktów do wypieków, jak cukier wanilinowy czy proszek do pieczenia. Szczególnie w tym czasie, jakościowe szynki w całości także znajdą swoich nabywców.

Postaw na

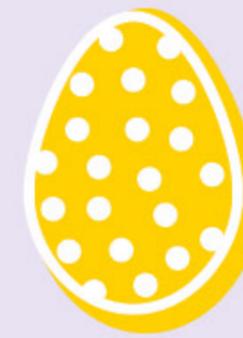
Jakość



Ilość



Estetykę



Źródła:
HURT & Detal. (2024, 19 lutego). Wielkanocne zakupy. https://hurtidetal.pl/article/art_id,41315-61/wielkanocne-zakupy/
HURT & Detal. (2025, 14 lutego). Wielkanocna oferta: czas zacząć przygotowania. https://hurtidetal.pl/article/art_id,43987-61/wielkanocna-oferta-czas-zaczac-przygotowania/
Poradnik Handlowca. (2015, 16 marca). Handel detaliczny przygotowuje się na Święta Wielkanocne. <https://poradnikhandlowca.com.pl/artykuly/handel-detaliczny-przygotowuje-sie-na-swieta-wielkanocne/>

Wykorzystaj ten czas!

Przygotuj swój sklep tak, aby Twoi Klienci znaleźli na półkach sklepowych w sposób szybki i wygodny wszystko, czego potrzebują na wielkanocnym stole. Pamiętaj, by zadbać o odpowiednią organizację sprzedaży. Możesz przygotować wyraźną ekspozycję wielkanocną już przy wejściu do sklepu, aby od razu przyciągała uwagę Klientów i zachęcała do zakupów. Produkty przeznaczone do koszyczka wielkanocnego najlepiej umieścić w jednym miejscu. Warto też przygotować gotowe zestawy świąteczne, które cieszą się dużą popularnością i pozwalają Klientom zaoszczędzić czas podczas zakupów.

Wprowadzenie limitowanej edycji lokalnych produktów świątecznych zwiększy atrakcyjność Twojej oferty.



Wielkanocny stół

Jakie dania najczęściej goszczą na polskich stołach podczas świąt Wielkiej Nocy?

Produkty, które Klienci będą chcieli kupić do święconki:

jajka, kiełbasa, chleb, sól, chrzan świeży, baranek (z cukru, masła lub ciasta).



Źródła:
https://hurtidetal.pl/article/art_id,41315-61/wielkanocne-zakupy/place,1/
<https://lifenkrakow.pl/w-miescie/9347,wielkanoc-na-krakowskich-targowiskach-zakupy-i-swiecenie-pokamow>
<https://anlagotuje.pl/przepis/ciasta-na-wielkanoc>
<https://mojewypiek.com/kategoria/okazje/wielkanoc>

Świąteczne hity mięsne

Co najlepiej sprzedaje się na Wielkanoc?

Wielkanoc to moment, w którym kategoria mięsno-wędliniarska zyskuje wyjątkową dynamikę. Klienci szukają produktów tradycyjnych oraz wysokiej jakości.

Co Klienci kupują przed świętami?



Kiełbasy tradycyjne
cienkie, wędzone,
idealne na deski wędlin.



Biała kiełbasa
obowiązkowa do
żurku i na śniadanie
wielkanocne.



Mięsa do pieczenia
łopatka, karkówka,
boczek, często w formie
wygodnych porcji.



Szynki i schaby
najlepiej o krótkim składzie
i wysokiej mięsności, bo
Klienci coraz częściej
zwracają uwagę na etykiety.

Jak sprzedawać skuteczniej?

- Postaw na tradycję i jakość – komunikaty typu „bez fosforanów”, „100% mięsa z Polski” realnie wspierają decyzję zakupową.
- Zadbaj o ekspozycję – sezonowe oznaczenia i gotowe inspiracje kulinarne przyciągają uwagę.
- Łącz ofertę z lady i półki – Klienci chętnie kupują premium z lady, ale doceniają wygodę produktów pakowanych.
- Wprowadź promocje wielkanocne – szczególnie na wędliny w plastrach i produkty rodzinne (o większych gramaturach).

Cena pod presją, ale jakość wciąż kluczowa

Rosnące koszty życia sprawiają, że cena dla Klientów pozostaje ważnym kryterium wyboru. Jednocześnie badania pokazują, że w przypadku mięsa i wędlin konsumenci nie chcą rezygnować z jakości. Szukają kompromisu: dobrej jakości w rozsądnej cenie.



Źródła:
Poradnik Handlowca – trendy w kategorii mięsa i wędlin 2024.
Wiadomości Handlowe – analiza zachowań zakupowych w segmencie wędlin.
Hurt i Detal – raport o znaczeniu ceny i promocji w okresach świątecznych.



KRÓL SZYNKI
Krakus
TRADYCJA OD 1931



WIELKANOC

to czas, gdy konsumenci chętnie wybierają tradycyjne wędliny najwyższej jakości. Marka Krakus od lat gości na polskich stołach, oferując produkty idealne na świąteczne spotkania. Szczególną popularnością cieszy się linia „od Szwagra”, wyróżniająca się wyrazistym, rzemieślniczym charakterem, która pozwala detalistom stworzyć atrakcyjną i różnorodną ofertę wielkanocną.



Wielkanoc

napędza sprzedaż sosów



Sosy wykorzystywane są w wielu potrawach wielkanocnych: sałatkach, jajach, jako dodatek do wędlin.



Sosy wyeksponuj w sąsiedztwie jaj.



Sosy premium, czyli z dobrym składem i oparte na tradycyjnych recepturach sprzedają się teraz najlepiej!

Źródła:
Główny Urząd Statystyczny, Budżety gospodarstw domowych 2023 - dane o strukturze spożycia żywności.
NielsenIQ, raporty handlowe FMCG - sezonowość sprzedaży kategorii spożywczych w okresach świątecznych.
Kantar Polska, analizy konsumenckie FMCG - zachowania zakupowe w okresach świątecznych.



WINIARY

Zróbmy razem
coś dobrego
na Święta



OD 1845
Develey



ŚWIĘTA SMAKUJĄ NAJLEPIEJ Z DEVELEY



UWAGA!
PRZYGOTUJ SKLEP
NA REKLAMĘ TV

— LOTERIA 2026 —
ODKRYJ PRAWDZIWIY SMAK WŁOCH Z MUTTI

Marka Mutti tej wiosny zyskuje wyjątkową widoczność dzięki ogólnopolskiej kampanii reklamowej. Całość dopełnia loteria konsumencka, która dodatkowo zachęci klientów do zakupów.

To doskonały moment, aby zadbać o odpowiednią ekspozycję produktów Mutti w Państwa sklepach i wykorzystać rosnące zainteresowanie marką.

ŁĄCZNA PUŁA NAGRÓD
— 100 000 ZŁ —



Szczegóły na:
www.loteriamutti.pl
Loteria trwa od 16.02.2026 r.
do 19.04.2026 r.
Zachowaj oryginalny paragon.



WINIARY

Zróbmy razem
coś dobrego

DOSTĘPNE
W DRUGIEJ
POŁOWIE
MARCA



ROBI RÓŻNICĘ
NA KANAPKACH

Jaja

symbol świąt Wielkiej Nocy

Jak przygotować ekspozycję jaj?



Stawiaj na widoczność:

jaja powinny być łatwe do znalezienia w ciągu kilku sekund.

Ułóż asortyment w logiczne segmenty:

klasa wagowa + metoda chowu + marka



Zadbaj o świeżość w odbiorze:

- stosuj rotację FIFO (pierwsze weszło - pierwsze wyszło),
- regularnie sprawdzaj daty minimalnej trwałości.



Podkreśl jakość i bezpieczeństwo:

- czytelne ceny,
- czytelne oznaczenia „0/1/2/3”,
- wyraźna informacja o rozmiarze (S/M/L/XL).



Ustaw produkty premium na wysokości wzroku



Produkty ekonomiczne

- (klasa M/L, chów klatkowy) trzymaj niżej - dla Klientów szukających oszczędności.

Nasze Marki

EC



Jak układać półkę z jajami?

Praktyczne schematy

Najbardziej skuteczny układ to taki, który skraca Klientowi czas decyzji.

Najlepszy układ (rekomendowany)

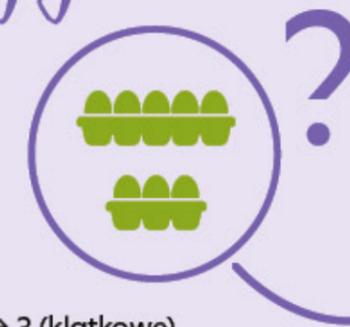
- segmentacja według metody chowu:
0 (BIO) → 1 (wolny wybieg) → 2 (ściółkowe) → 3 (klatkowe)

W ramach każdego segmentu:

- podział na rozmiary: S → M → L → XL

Dlaczego to działa?

- Klienci premium nie muszą „przebijać się” przez najtańsze produkty,
- Klienci budżetowi szybciej trafiają do segmentu „3”.



Źródła:
Rozporządzenie Komisji (WE) nr 589/2008 - szczegółowe zasady dotyczące norm handlowych w odniesieniu do jaj, w tym oznaczenia metod chowu i klasyfikacji.
Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 - organizacja wspólnych rynków produktów rolnych (w tym normy handlowe).
European Commission - Marketing standards for eggs (informacje o znakowaniu i klasach jaj w UE).
Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (IJKARS) - materiały o jakości handlowej i znakowaniu jaj.
FAO (Food and Agriculture Organization) - materiały edukacyjne dot. bezpieczeństwa i obrotu produktami pochodzenia zwierzęcego.

3 praktyczne wskazówki

dotyczące **ekspozycji stoiska owocowo-warzywnego** w okresie Świąt Wielkanocnych



Postaw na komfort i szybkość zakupów

Stoisko ustaw w miejscu dobrze widocznym, blisko wejścia lub głównej alejki. Zadbaj, aby przestrzeń była przejrzysta i nie przytłaczała Klientów.



Pamiętaj, że najważniejsze jest pierwsze wrażenie

Świeże owoce i warzywa wyeksponuj w sposób estetyczny - skrzynki ustaw równo, w logicznym układzie.

Postaw na bogaty asortyment. Klienci po zimie chętnie sięgają po świeże produkty. Zadbaj o porządek na stoisku



Zadbaj o porządek i czytelność

Każdy produkt powinien mieć dobrze widoczną cenówkę.

Regularnie uzupełniaj stoisko tak, aby nie było pustych miejsc.

Produkty układaj delikatnie na skos, aby były dobrze widoczne.

Poszerz asortyment o rzeżuchę i kielki.

Rzeżucha świetnie sprawdza się jako ozdoba świątecznego stołu, a kielki są nie tylko modnym dodatkiem do sałatek, ale też cenionym źródłem witamin.



Jak układać warzywa i owoce?



Podziel je na grupy, dzięki czemu Klient łatwo znajdzie to, czego szuka



Warzywa korzeniowe



Warzywa liściaste



Owoce cytrusowe



Owoce egzotyczne



Zioła i dodatki świąteczne

Tego nie może zabraknąć w Twoim sklepie.

Warzywa, po które chętnie sięgają Klienci w okresie przygotowań do Wielkiej Nocy:

- chrzan,
- rzodkiewka,
- sałata masłowa, lodowa, roszonek, rukola,
- szczypiorek, cebula dymka ze szczypiorem,
- koperek, natka pietruszki,
- marchew, pietruszka, seler, por,
- buraki,
- kapusta młoda,
- ogórki szklarniowe, pomidory malinowe i koktajlowe.

Pamiętaj, że Klient ocenia sklep przez pryzmat stoiska z produktami świeżymi. Codziennie kontroluj i usuwaj owoce i warzywa, które nie nadają się do sprzedaży.

Źródła:

Warto Szkolić.pl. (2026). W świącie merchandisingu: Jak zwiększyć sprzedaż na stoisku owocowo-warzywnym? Warto Szkolić. <https://wartoszkolic.pl/baza-wiedzy/w-swiate-merchandisingu-jak-zwiekszyc-sprzedaz-na-stoisku-owocowo-warzywnym/> (Warto Szkolić)
Warto Szkolić.pl. (2026). W świącie merchandisingu: Grupowanie owoców i warzyw – czyli ułatw klientowi zakupy. Warto Szkolić. <https://wartoszkolic.pl/baza-wiedzy/w-swiate-merchandisingu-grupowanie-owocow-i-warzyw-czyli-ulatw-klientowi-zakupy/> (Warto Szkolić)
Warto Szkolić.pl. (2026). Jak powinna wyglądać ekspozycja na stoisku warzywno-owocowym? Warto Szkolić. <https://wartoszkolic.pl/baza-wiedzy/jak-powinna-wygladac-ekspozycja-na-stoisku-warzywno-owocowym/> (Warto Szkolić)
Poradnik Handlowca. (2025). Sklep spożywczy - dobre praktyki. Poradnik Handlowca. <https://poradnikhandlowca.com.pl/artykuly/sklep-spozywczy-dobre-praktyki/> (Poradnik Handlowca)
https://www.franczyzawhandlu.pl/zarzadzanie-sklepem-i-szkolenia/zarzadzanie-kategoria/warzywa-i-owoce-w-malym-sklepie-jaka-strategie-wybrac-2526758?utm_source=chatgpt.com

Wielkanocne wypieki

szansa wyższej sprzedaży
dla Twojego sklepu

Dla wielu Klientów przygotowania do Wielkanocy nie zaczynają się w Wielkim Tygodniu, lecz nawet kilka tygodni wcześniej. Szczególnie wypieki coraz więcej osób planuje z wyprzedzeniem: robi zapasy suchych i trwałych składników, a część ciast powstaje wcześniej i czeka na święta (np. kruche spody, babki czy serniki mrożone). **To doskonała okazja dla właścicieli sklepów na zwiększenie zysków - pod warunkiem odpowiedniego zatowarowania!**



Tradycja

Babka drożdżowa i piaskowa zajmują drugie miejsce w rankingu popularności. Klienci chętnie sięgają po aromaty, polewy, lukry i gotowe mieszanki.

W 2025 roku sernik został uznany za najpopularniejsze ciasto wielkanocne w Polsce.

Warto wyeksponować na półkach sklepowych takie produkty jak: twarogi, masy sernikowe, herbatniki, polewy - idealne miejsce na produkty marki własnej.

Mazurek, choć mniej popularny niż sernik i babka, pozostaje jednym z najbardziej rozpoznawalnych wypieków świątecznych. Jego siłą jest dekoracyjność i możliwość personalizacji.



Trendy

Badania pokazują, że 15% konsumentów planuje przygotować wypieki wegańskie, a odsetek ten rośnie szczególnie wśród osób w wieku 18-29 lat. Daje to możliwość zatowarowania produktów takich jak:

- roślinne zamienniki nabiału,
- oleje premium,
- orzechy i bakalie,
- barwniki i dekoracje.

Coraz większą popularność zdobywają także wypieki „wiosenne”:

- tarty cytrynowe,
- babki jogurtowe,
- ciasta szpinakowe („Leśny Mech”),
- wypieki z herbatą Earl Grey.

Źródła:
Poradnik Handlowca, „Polacy zdecydowali - sernik królem wielkanocnego stołu 2025”, 15.04.2025,
<https://poradnikhandlowca.com.pl/artykuly/polacy-zdecydowali-sernik-krolem-wielkanocnego-stolu-2025/>



Wielkanocne słodkości



Samodzielne pieczenie czy gotowe wypieki?

Z badań wynika, że:

35%

Polaków piecze wyłącznie samodzielnie.

33%

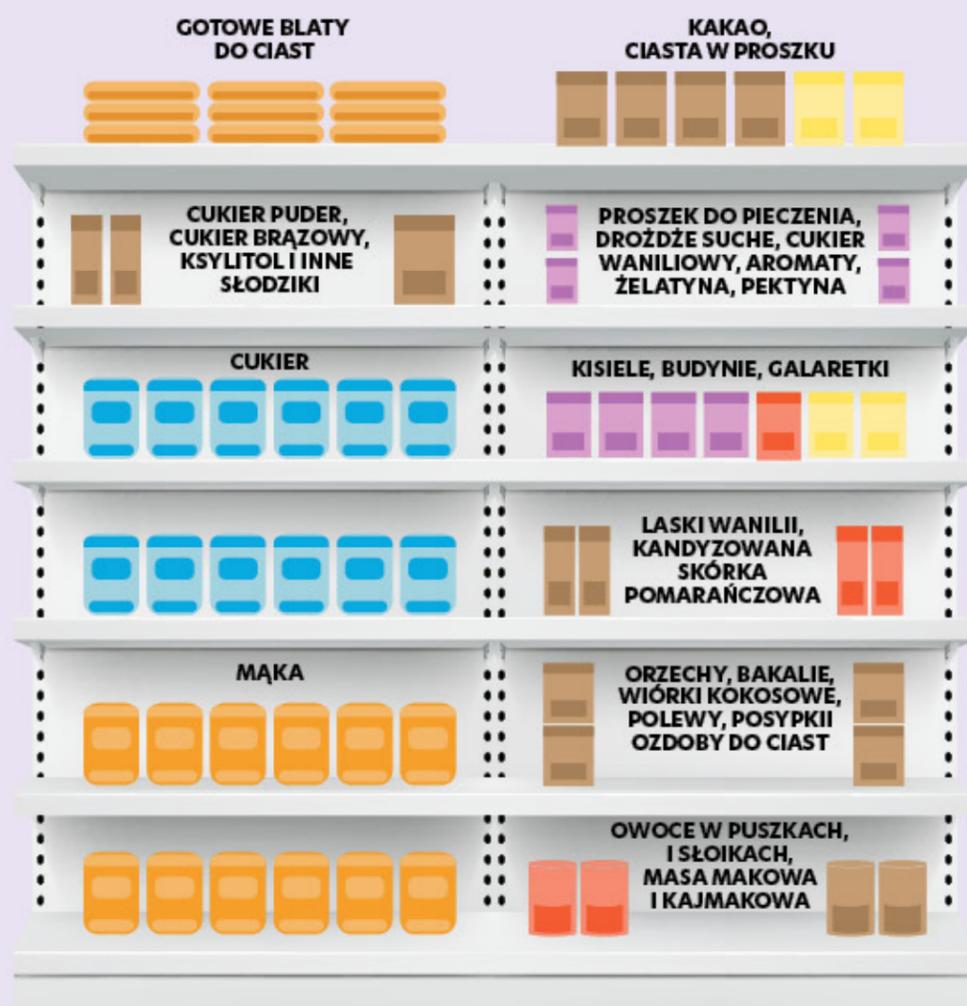
łączy pieczenie z zakupem gotowych ciast.

25%

kupuje wypieki gotowe.

To oznacza, że warto wcześniej zatowarować sklep, zarówno w poszczególne składniki, jak i o ofertę ciast gotowych.

Modelowa półka



Marka Własna w najlepszej formie

BAKADELIO

BAKADELIO oferuje szerokie portfolio bakalii. To jedna z chętniej wybieranych marek wśród Klientów Eurocash.



KANKA

Marka KANKA oferuje produkty (bez mleka w proszku i konserwantów), w tym mleko, masło, jogurty, kefiry, twarogi i sery, produkowane głównie w polskich mleczarniach.



Sarita

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.



Kawa, która buduje marzę

Klienci coraz częściej sięgają po kawę premium - w okresie świąt warto wykorzystać ten trend.



Na półce z kawą wyraźnie wydzieli segmenty cenowe: ekonomiczny, mainstream, premium.



Podkreśl jakość.



Zbuduj swoją ofertę wokół najlepiej rotujących indeksów, nie zamrażaj kapitału w zbyt szerokim asortymencie.



Źródło:
Główny Urząd Statystyczny, Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2023, dział:
Spożycie w gospodarstwach domowych (m.in. dane dotyczące konsumpcji kawy).



Nasze Marki ^{EC}



MOKATE

TWÓJ SPRAWDZONY PLAN
NA WIELKANOCNY SUKCES!



Wielkanoc to rozmowy przy stole, zapach ciasta i chwile tylko dla siebie. Warto zadbać, by w Twoim sklepie Klienci znaleźli wszystko, co umili im ten wyjątkowy czas. Mokate Cappuccino to mała, słodka przyjemność z puszystą pianką, która idealnie dopełnia świąteczne spotkania.

Niemarnowanie żywności

Temat niemarnowania żywności jest istotny nie tylko ze względów ekonomicznych, ale także etycznych. Każdego roku w Polsce wyrzucane są tony jedzenia, które przy lepszym gospodarowaniu mogłyby zostać w obrocie. Zapobiegaj i wprowadź w swoim sklepie poniższe zasady:



1 Rotuj produkty na półkach

Stosuj zasadę FIFO ("first in, first out", czyli "pierwsze przyszło, pierwsze wyszło") lub FEFO (First Expired, First Out), czyli tak wstawiaj na półce produkty spożywcze, by z przodu znajdowały się te o najkrótszej dacie przydatności, a z tyłu te o dłuższej dacie przydatności. Tę samą zasadę stosuj przy magazynowaniu żywności na zapleczu.

2 Kontroluj daty przydatności do spożycia i usuwaj przeterminowaną żywność.

3 Pamiętaj, że:

"**Najlepiej spożyć przed**" to oznaczenie, które wskazuje sugerowaną datę przydatności, po której upłynięciu produkt może nadal być bezpieczny. Przykładowe produkty: konserwy, produkty suche.

"**Należy spożyć do**" to oznaczenie, które wskazuje produkty łatwo psujące się. Po wskazanej dacie produkty te nie mogą być sprzedawane. Przykładowe produkty: jogurty, wędliny, sery.

Wszystkie produkty, których data przydatności upłynęła, bez względu czy opisana była jako "Najlepiej spożyć przed", czy "Należy spożyć do", nie mogą znajdować się w sprzedaży.



4 Sprawdzaj dostawy i dbaj o odpowiednie warunki magazynowania

Każdą dostawę produktów warto zweryfikować nie tylko pod kątem ilościowym, ale także jakościowym.

Sprawdź, czy opakowania nie są uszkodzone lub zawilgocone. Warto zadbać o częste dostawy, by nie musieć magazynować zbyt dużych ilości towarów. Jeśli jednak zapasy się pojawią przechowuj je w chłodnym i suchym środowisku.

Warto wprowadzać promocyjne ceny na produkty, których data przydatności zbliża się ku końcowi.

Źródła:
Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. (2023). Nie marnuj żywności - żywność to wartość. Gov.pl. <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/nie-marnuj-zywnosci-zywnosc-to-wartosc-miedzynarodowy-dzien-swiadomosci-o-stratach-i-marnotrawstwie-zywnosci>
Federacja Polskich Banków Żywności. (2024). Marnowanie żywności w Polsce - skala problemu i sposoby przeciwdziałania. <https://bankzywnosci.pl>
Główny Inspektorat Sanitarny. (2022). „Najlepiej spożyć przed” a „należy spożyć do” - co oznaczają te terminy? Gov.pl. <https://www.gov.pl/web/gis/najlepiej-spozyc-przed-nalezny-spozyc-do-co-to-oznacza-i-do-kiedy-produkt-moze-znajdowac-sie-w-obrocie>
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie. (2021). Zarządzanie zapasami w handlu - metody FIFO i FEFO. <https://bazawiedzy.uwm.edu.pl>

Kaucja w praktyce

Przewodnik dla Detalisty, który chce działać bez chaosu

Od 1 października 2025 r. obowiązuje w Polsce system kaucyjny. Dla właścicieli sklepów spożywczych to z jednej strony wyzwania organizacyjne, ale z drugiej szansa na poprawę wizerunku oraz zwiększenie lojalności Klientów.

> Obowiązki sklepów są zależne od powierzchni:

Sklepy powyżej 200 m²

Obowiązkowe:

- pobieranie kaucji,
- zwrot kaucji,
- przyjmowanie pustych opakowań,
- przekazywanie ich operatorowi systemu.

Konieczność zawarcia umowy z każdym operatorem, który się zgłosi.

Sklepy poniżej 200 m²

Obowiązkowe:

- pobieranie kaucji.

Dobrowolne:

- przyjmowanie opakowań i zwrot kaucji (z wyjątkiem butelek szklanych wielokrotnego użytku - tu obowiązek jest pełny).

> Jakie opakowania obejmuje system kaucyjny?

Zgodnie z obowiązującymi przepisami, system obejmuje trzy główne grupy opakowań:



Monitoruj zmiany prawne. System będzie rozwijany i doprecyzowywany.



Pamiętaj: opakowania kaucyjne nie mogą być zgniecione.

Kaucja wynosi:



Korzyści:

- większy ruch Klientów,
- poprawa wizerunku sklepu jako ekologicznego,
- możliwość zwiększenia sprzedaży produktów w opakowaniach zwrotnych.

Wyzwania:

- dodatkowa logistyka i miejsce magazynowe,
- konieczność przeszkolenia pracowników,
- obsługa Klientów zwracających opakowania bez paragonu.



Zwrot kaucji odbywa się **bez konieczności okazania paragonu**. Opakowanie musi posiadać symbol kaucji oraz czytelny kod kreskowy



Źródła:
Biznes.gov.pl. (2025). Obowiązki jednostek handlowych w systemie kaucyjnym. <https://www.biznes.gov.pl/pl/porta/006398>
Niebezpieczna Logistyka. (2025). System kaucyjny w Polsce - obowiązki sklepów, producentów i konsumentów. <https://niebezpiecznalogistyka.pl/aktualnosci/system-kaucyjny-obowiazki-sklepow-producentow-i-konsumentow>
Franczyza w Handlu. (2026). System kaucyjny w małych sklepach: Ministerstwo Klimatu ujawniło zdumiewające dane. <https://www.franczyzawhandlu.pl/zaradzanie-sklepem-i-szkolenia/podsumowanie-wdrozenia-systemu-kaucyjnego-2026-rokiem-pelnej-odpowiedzialnosci-producentow-2531443>





JACOB'S CREEK



OTWÓRZ SIĘ NA AUSTRALIĘ
MARKA NR 1
WIN AUSTRALIJSKICH W POLSCE.*

*Źródło danych: Nielsen, sales value MAT 31.08.2025, Total Poland



GRAPEtalk

Nowa marka
Faktorii Win
już w sprzedaży.



Wiosna to sezon czystości

Sezon
CZYSTOŚCI

Sezon
ZYSKU

W okresie przed Wielkanocą, Klienci przygotowują domy na święta, robią generalne porządki i **aktywnie szukają produktów do czyszczenia**. Jak pokazują obserwacje rynku, to nie cena, a **widoczność i dostępność produktu** decydują o zakupie impulsowym w tej kategorii.

W okresie świątecznym Klienci:

- Częściej sięgają po chemię „przy okazji” zakupów spożywczych.
- Wybierają produkty widoczne i łatwo dostępne.
- Nie szukają, tylko biorą to, co jest dobrze wyeksponowane.

Dlatego podstawą jest sezonowa ekspozycja tematyczna.

Produkty higieniczne przy kasie generują jeden z najwyższych wskaźników sprzedaży dodatkowej w sklepach osiedlowych. Idealne do sprzedaży impulsowej są w szczególności ściereczki, ręczniki papierowe, czy worki na śmieci.

Strefy sezonowe
zwiększają sprzedaż
chemii nawet
o 30-40%
w porównaniu
do standardowej półki.

Źródła:
Wiadomości Handlowe - analizy zachowań zakupowych klientów w sezonach świątecznych
Poradnik Handlowca - sezonowość sprzedaży chemii gospodarczej
Wiadomości Handlowe - znaczenie ekspozycji problemowej
Hurt i Detal - sprzedaż impulsowa w małych formatach
Portal Spożywczy - zaufanie do rekomendacji sklepu
Next Gazeta Handlowa - planowanie sezonowych ekspozycji

Ekspozycja problemowa, a nie produktowa

Ekspozycja problemowa to takie ułożenie produktów, które odpowiada na problem Klienta z czyszczeniem okien, łazienki, kuchni, czy z szybkimi porządkami. **Klient nie szuka „płynu”, tylko rozwiązania problemu.**

Ekspozycja problemowa skraca decyzję zakupową Klienta średnio o 5-7 sekund, co w szczycie sezonu ma ogromne znaczenie. Dlatego warto ustawić produkty tematycznie:

Błysk w całym domu



Czysta łazienka
nie tylko od święta



Szybkie porządki w kuchni





SZANOWNI PAŃSTWO!

Z OKAZJI ŚWIĄT WIELKANOCNYCH ŻYCZYMY
SPOKOJU, ZDROWIA I CHWILI ODDECHU
OD CODZIENNEGO TEMPRA PRACY.

NIECH WIOSNA PRZYNIESIE
NOWE MOŻLIWOŚCI,
ZADOWOLONÝCH KLIENTÓW
I DOBRE WYNIKI SPRZEDAŻY.

WESOŁYCH ŚWIĄT
I POMYŚLNOŚCI W BIZNESIE!

ŻYCZY:
ZESPÓŁ EUROCASH DYSTRYBUCJA
I CASH&CARRY