

PORADNIK DeTALISTY

ZIMOWE SPECJAŁY ❄️





ZAKUPOWA MOC TRADYCJI



Tradycja bardzo silnie wpływa na decyzje zakupowe w okresie przygotowań do świąt Bożego Narodzenia.



Regionalne potrawy wigilijne, porządkowanie i przystrajanie domu, obdarowywanie prezentami – na sprostanie tym potrzebom musi być przygotowany Twój sklep. Zwłaszcza, że budżet na świąteczne zakupy (także tradycyjnie) przekracza średnią z pozostałych miesięcy. Odstępstwem od tradycji jest czas rozpoczęcia przygotowań. Zdecydowana większość klientów rozpoczyna zakupy już w listopadzie. Warto zatem pamiętać o wcześniejszym zatowarowaniu i przygotowaniu sklepu na ten okres.

Na ostatnie dni przedświątecznej gorączki klienci zostawiają kupno artykułów świeżych. Co roku zwiększa się też wolumen sprzedaży dań gotowych i półproduktów. Tempo życia, ilość obowiązków, a czasem zwykły brak umiejętności powoduje, że kupujący coraz częściej je wybierają. Zwłaszcza, gdy nawiązują do tradycyjnych świątecznych smaków.

Sklepy małaformatowe w tym segmencie mogą być konkurencyjne [1].

Prezenty to też ważna rzecz. Dobrze wyeksponowane propozycje „zdejną z głowy” problem wyboru i pakowania. Pamiętaj, że w sklepach małaformatowych często też się je kupuje na ostatnią chwilę – gotowe propozycje warto umieścić w gorących strefach.

Tradycja to też emocje i klimat przedświątecznych zakupów. W przyciągnięciu klientów pomogą atrakcyjne witryny, dobrze wyeksponowane promocje i łatwość znalezienia produktów i cen (brak cen często zniechęca kupujących).

Muzyka ma także wpływ na decyzje zakupowe. Emitując przyjemne melodie, wyróżnisz dodatkowo swój sklep. Pomyśl też o upominkach dla klientów – mały gadżet czy cukierek sprawi niespodziankę i wzmocni lojalność.

Inne sugestie zwiększenia zysków w tym tradycyjnie najbardziej rotującym okresie roku znajdziesz w naszym Poradniku.



ŚWIĄTECZNY DROGOWSKAZ

Czy przeanalizowałeś paragony z poprzedniego roku i wiesz jakich produktów klienci przed świętami poszukują najbardziej? To ważna wskazówka, uwzględnij ją przy sprawdzaniu kategorii produktów na swojej liście zakupowej. Czy masz na niej:

RÓŻNE RODZAJE ŚLEDZI ORAZ PRZETWORY RYBNE



WYROBY GARMAŻERYJNE ORAZ PRODUKTY GOTOWE



WARZYWA I GRZYBY
są podstawą wielu tradycyjnych dań



WARTO PAMIĘTAĆ

Przygotowując listę zakupową, dodaj do niej produkty w opakowaniach świątecznych oraz zestawy prezentowe.

ALKOHOLE PREMIUM,
także w zestawach prezentowych



BOMBONIERKI, CZEKOLADY, SŁODKIE FIGURKI I ŚWIĄTECZNE CIASTKA,
często kupowane na świąteczne prezenty



PRODUKTY, KTÓRE MOGA PRZYCIAGNĄĆ NOWYCH KLIENTÓW DBAJĄCYCH O ZDROWIE,
takie jak mąka bezglutenowa, wegański majonez czy nabiał bez laktozy

BAKALIE, PRZYPRAWY I DODATKI



Korzystaj z Wiem Więcej, aby mieć dostęp do najaktualniejszych treści prawnych oraz porad dla właścicieli sklepów! Najbardziej popularne artykuły znajdziesz w aplikacji mobilnej Cash&Carry.

PEŁNA SEKCJA WIEM WIĘCEJ DOSTĘPNA JEST NA eurocash.pl online.

- Znajdź pomarańczowy przycisk w menu głównym na eurocash.pl.
- Dane do logowania na eurocash.pl są takie same, jak do eurocash.pl Cash&Carry.
- Jeśli nie pamiętasz danych do logowania, skontaktuj się z Kierownikiem hurtowni lub Przedstawicielem Handlowym.

POLSKIE SMAKI

Nasze Marki

EC

Coraz popularniejsze stają się gotowe wersje tradycyjnych, świątecznych potraw. To doskonałe rozwiązanie dla osób, które cenią polską kuchnię, ale brakuje im czasu na gotowanie w świątecznym zgiełku.

kuchnia
Kachny

Marka Kuchnia Kachny oferuje tradycyjne produkty wytwarzane przez polskich producentów, z surowców dostarczanych przez polskich dostawców.



WARTO PAMIĘTAĆ

Przy zatowarowaniu sklepu na święta, pamiętaj o ofercie produktów gotowych. To kategoria z dużym potencjałem.



Nasze Marki

EC



ZBUDUJMY RAZEM NAJWIĘKSZE
SERCE ŚWIATA!

**PRZYGOTUJ SKLEP
NA AKTYWACJĘ**

PROSTY MECHANIZM

KUP
DOWOLNY PRODUKT
PUDLISZKI



ZESKANUJ
WWW.SMAKPOMAGANIA.PL



WSPIERAJ
SZLACHETNĄ
PACZKĘ

REJESTRUJĄC
PARAGON

WSPARCIE MEDIOWE



DLACZEGO WARTO WZIĄĆ UDZIAŁ W AKCJI SZLACHETNA PACZKA Z PUDLISZKI?

- Możliwość pomagania w bardzo łatwy sposób
- Budowanie trafiku w sklepie
- Budowanie zakupu bez promocji cenowej
- Wsparcie akcji, która łączy tych, którzy potrzebują pomocy z tymi, którzy chcą pomagać
- Zobowiązaliśmy się do przekazania 200 000 PLN dla Szlachetnej Paczki

Akcja trwa od 04.11 do 31.12.2024 r.
Szczegóły w regulaminie na www.smakpomagania.pl

Maksymalna kwota wsparcia na rzecz Szlachetnej Paczki to 200 tys. złotych. Pamiętaj aby zachować dowód zakupu. Organizatorem akcji jest Hand Made Sp. z o.o., ul. Czarnowiejska 55, 30-049 Kraków.

ZIMOWE WITAMINY

Nasze Marki ^{EC}

Produkty konserwowe to kategoria ciesząca się dużym zainteresowaniem w okresie świąteczno-noworocznym.

Różnorodność tych produktów pozwala na komplementarne przygotowanie wielu potraw. Nadają smak i dekorują.



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



Buraczków i koncentratu nie może zabraknąć w świątecznej kuchni.

Warzywa konserwowe SŁONECZNY OGRÓD są dodatkiem, który sprawdza się do przygotowywania tradycyjnych sałatek.



Statystyczny Polak zjada rocznie 1,5 kg majonezu. Jest obecny w 9 na 10 polskich domach [1].



PRZEPIS NA ZAKUPY

kukurydza, groszek, ziemniaki, marchew, natka pietruszki, jajka, chrzan i majonez, sól i pieprz

INSPIRACJA KULINARNA:

Klienci tradycyjnie przygotowują na Święta klasyczną sałatkę jarzynową. Komponując jej skład, szukają inspiracji wśród szerokiej gamy warzyw konserwowych.



INNOWACYJNIE



Coraz więcej osób preferuje dietę wegańską. Z myślą o nich, warto do listy zakupów dodać produkty, które nie są oczywiste w okresie świąteczno-noworocznym, a są poszukiwane przez tę grupę klientów.



WARTO WIEDZIEĆ

Pasztetki z czerwonej czy białej fasoli, z soczewicy lub ciecierzycy oraz innych warzyw to bogate źródło roślinnego białka i błonnika. Są popularne wśród konsumentów wege i osób dbających o zbilansowaną dietę.



BONDUELLE — TO LIDER —

w branży warzywnej, oferujący wysokiej jakości warzywa w puszkach oraz mrożone.

Marka stawia na zdrową, zrównoważoną dietę, łącząc smak z wartościami odżywczymi.

W NASZYM PORTFOLIO

znajduje się wiele warzyw strączkowych, takich jak:

fasola, ciecierzycza, soczewica

które są bogatym źródłem białka, błonnika i minerałów, idealne do zdrowej, zbilansowanej diety.



STRACZEK WEEKENDU POCZĄTEK

STAWIAJ NA STRĄCZKI Z BONDUELLE, BO:

- to 2 pod względem wartości (segment na rynku warzyw w puszkach)
- od kilku lat rośnie ich sprzedaż
- wspieramy je w mediach (digital) i sklepach (materiały POS, konkursy konsumenckie)



RÓŻNORODNOŚĆ TRADYCJI

WARTO WIEDZIEĆ

Mięso i wędliny są kupowane zazwyczaj w ostatnich dniach przed świętami. Klientom zależy na maksymalnej świeżości tych produktów [1].

W okresie świąt, sylwestra i karnawału, klienci tradycyjnie sięgają po różnorodne wędliny, z których przygotowują pomysłowe przekąski.

W tym okresie, przy decyzjach zakupowych, cena ustępuje miejsca jakości produktu [1].

W czasie zakupów w hurtowni nie przegap okazji i zwróć też uwagę na nowości.



WARTO PAMIĘTAĆ

Produkty marek własnych są dobrej jakości i atrakcyjne cenowo.

Ponad 27 % klientów deklaruje ten czynnik wyboru [2].



Nasze Marki

EC

ZACNY

WĘDLINY

Smak ponad wszystko!

NOWOŚCI



BOCZEK
W KOSTCE
Sowity



KIEŁBASA
DROBIOWA
Delikatna



SZYNKA
KONSERWOWA
Wyrazista

🔍 Szukaj w lodówce 🔍

Czy wiesz, że...?

98%

Mieszkańców Polski konsumuje ser

285 PLN



średnie roczne
wydatki na ser na osobę

11 kg



Przeciętna roczna
konsumpcja sera
w Polsce



D'ORIGINE FRANÇAISE
VALBON
DEPUIS 1922



SMAK DLA PRZYJEMNOŚCI WITAMINY DLA ZDROWIA

DOSTĘPNE WARIANTY



maślanym
smak



o smaku swojskiego
masełka



śmietankowy
smak



lekko solona



Chcąc zapewnić magiczne wspomnienia
i zadbać o zdrowie całej rodziny,

wypróbuj SmakoWitą



bogatą w komplet witamin
rozpuszczalnych w tłuszczach.

ŚWIĄTECZNY CHLEB FIŃSKI JOULULIMPPU



Idealna do świątecznych kanapek

Przepis na ten oraz wiele innych chlebów
znajdziesz na smakowitychleb.pl



ŚWIĄTECZNIE



NASZE ULUBIONE SERY



naturadobregosera.pl



KOMUNIKACJA Z KLIENTAMI

Jak tworzyć ciekawe i atrakcyjne, z punktu widzenia klientów, treści na Facebooku?

Myśląc „post” masz jedną myśl – ładne zdjęcie oraz tekst. Facebook (FB) jednak daje o wiele więcej możliwości.

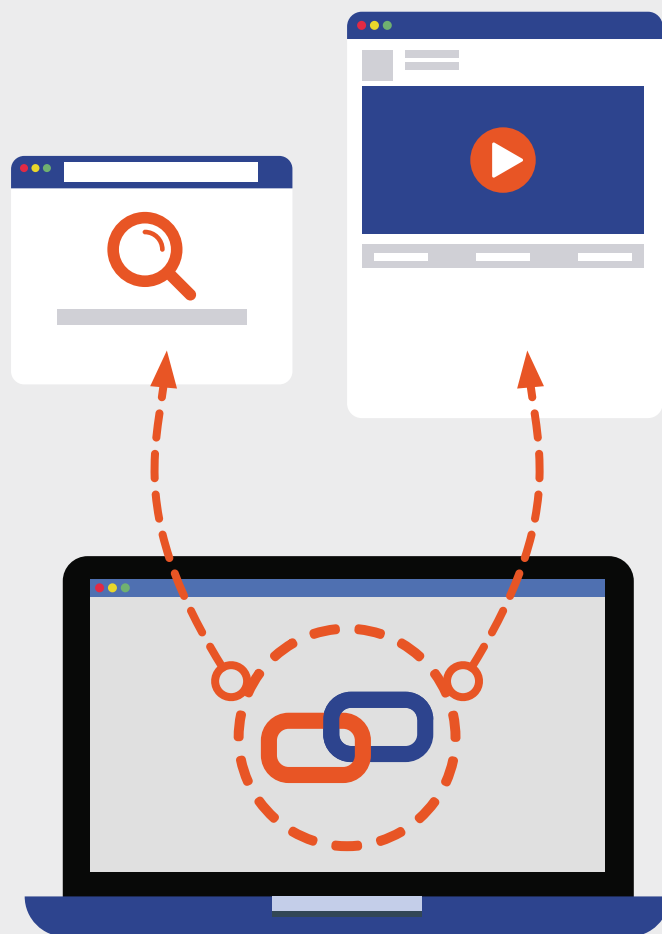
LINKPOST – to wpis, w treści którego jest zamieszczony link, który prowadzi do konkretnej witryny (twojego sklepu) lub udostępnia artykuły czy promocje sieci, z którą współpracujesz.

Przykładowy wpis:

-  [Zdjęcia wnętrza sklepu i popularnych produktów]
- Twój osiedlowy sklep z najlepszymi promocjami czeka na Ciebie! 🎉
-  Kosmetyki, przekąski, napoje i wiele więcej – to wszystko masz dosłownie pod ręką! 🏃
-  Znajdziesz nas tutaj: [Adres sklepu]
- Złap promocje, zanim inni je zgarną!** 🚀

GALERIA – to dobre miejsce do pokazania dużej ilości zdjęć lub informacji o promocji z opisem.

FILMY – VIDEO – tu możesz umieścić krótki filmik z telefonu, pokazujący towar na półkach, z zaproszeniem na promocję lub z zainscenizowaną zabawną sytuacją.



POŁĄCZ SWOJĄ WITRYNĘ FIRMOWĄ Z FB



JAK ATRAKCYJNIE PREZENTOWAĆ OFERTĘ SWOJEGO SKLEPU?

Strona na Facebooku będzie Twoją wizytówką i ma przyciągać klientów. Pamiętaj o estetyce, którą cenią użytkownicy mediów społecznościowych.



WARTO WIEDZIEĆ

Co zrobić, jeśli wykonane zdjęcia czy filmiki wymagają poprawy? Canva to bezpłatne, dostępne w internecie narzędzie do edycji zdjęć. Możesz poprawić ostrość, kolory, czy przyciąć zdjęcie, a na YouTube nie brakuje instrukcji z jego korzystania.

WARTO WIEDZIEĆ

Dzięki stronie na FB masz możliwość bieżącej rozmowy z klientami i badania ich potrzeb z za pomocą monitora komputera czy ekranu smartfona.

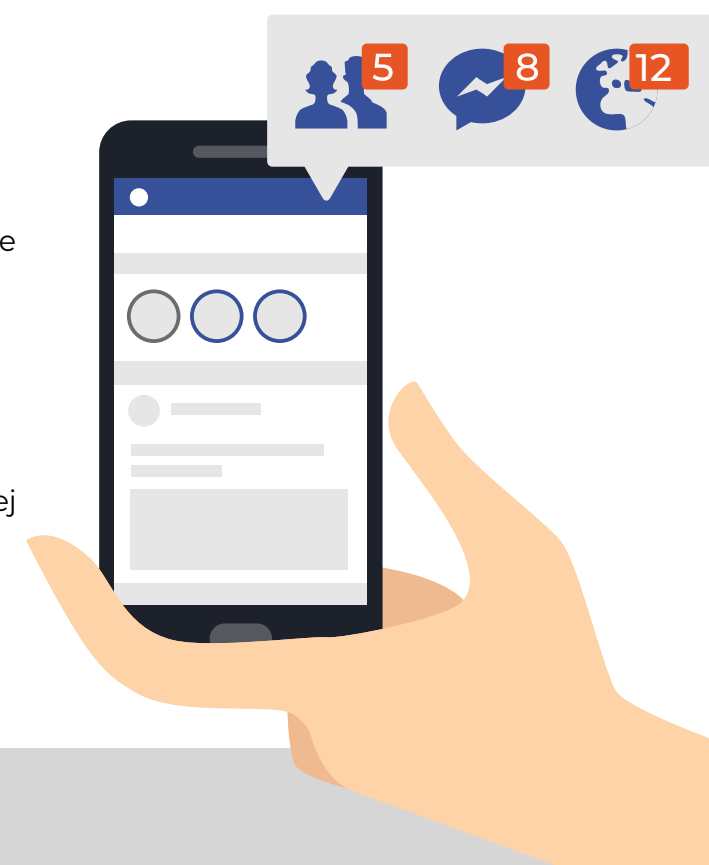
JAK MÓWIĆ DO KLIENTÓW, BY NAS SŁUCHALI?

Zastanów się, jakie są Twoje ulubione strony na Facebooku – co w nich lubisz, a co Cię zniechęca.

Wiele firm, które prowadzą *fanpage*, decyduje się na luźny styl komunikacji.

Jeśli sklep odwiedzają głównie osoby młode, możesz właśnie tak się z nimi komunikować.

Jeśli większość klientów sklepu, to osoby starsze, zadbaj, by komunikować się w bardziej poważny i zrozumiały sposób. Najważniejsze jest prowadzenie stałego dialogu z klientami.



WYBORY KLIENTÓW

Nasze Marki

EC

Marki własne w Polsce notują wysoki wzrost sprzedaży. Ich wartość w 2023 r. przekroczyła 50 mld zł i wzrosła o 19% rdr. W nadchodzącym 2025 r. przewiduje się dalszy poziom wzrostu do 25% [1]. Marki Grupy Eurocash są w ścisłej czołówce – ich wolumen wynosi już 604 produkty [2].



MLEKOVITA Jedną z najlepiej rozpoznawalnych polskich marek, już od ponad 90 lat cieszy się zaufaniem klientów i wyznacza standardy na rynku, proponując najwyższej jakości produkty mleczarskie – to największy wybór nabiału w Polsce i w Europie.



WARTO WIEDZIEĆ

Przy podejmowaniu decyzji zakupowych najwyższy odsetek (55%) klientów polega na poleceniu produktów przez przyjaciół i członków rodziny. Drugą co do ważności (46%) jest przyciągająca uwagę sklepowa witryna i ekspozycja [1].

WARTOŚĆ DODANA

Na codzienną rutynę chrupania
zdrowych przekąsek nakłada się
apetyt na świąteczne łakocie.

Ryby, mięsa, kompoty, ciasta
i desery – bez dodatku bakalii nie mają
smaku i świątecznego charakteru.
To jedna z najważniejszych kategorii
w tym okresie sprzedaży.

WARTO PAMIĘTAĆ

Przed świętami, kategoria bakalii
na sklepowej półce powinna być szczególnie
monitorowana i na bieżąco uzupełniana.
Klienci w tym czasie częściej wybierają
większe opakowania.



Nasze Marki

BAKADELIO

Zgrana paczka



KOLOROWE ŚWIĘTA



Wspólne przygotowywanie świątecznych
pierniczków to bajkowa zabawa dla całej rodziny.
Wcześniej przygotuj gamę produktów do pieczenia
– koniecznie mix do ciasta na pierniczki oraz ich
dekoracji, np. kolorowe pisaki.



Dr. Oetker to od ponad 120 lat synonim pieczenia
i gotowania, w oparciu o produkty najwyższej
jakości. Przygotowanie i dekorowanie ciasta
i deserów daje ogromną radość.



Wśród nowości Dr. Oetker znajduje
się **Pisak Brokatowy Czerwony**
z drobkami złotego, jadalnego
brokatu. Przygotowując ekspozycję
w swoim sklepie, zwróć dodatkowo
uwagę na ten produkt.



W każdym kartoniku znajduje się
1 foremka z zimowej kolekcji Dr. Oetker.



Serie **Shrek** oraz
Koci domek Gabi to mix
posypek w bajkowych
kolorach.



RADY DLA CIEBIE

Przygotowania do świąt w sklepie to nie tylko odpowiedni asortyment, ale także dbałość o detale, które przyciągną uwagę klientów.

ATRAKCYJNA WITRYNA – witryna sklepu to pierwsze, co widzi klient, dlatego warto zadbać, aby była wyjątkowa. Najlepiej sprawdzą się dekoracje tematyczne, takie jak ozdobne bombki czy świąteczne lampki. Warto wstawić kosze prezentowe i produkty na upominki.



WARTO WIEDZIEĆ

Dobrze przygotowany sklep na święta to też przygotowany personel i odpowiednia atmosfera, która sprawi, że klienci chętnie wrócą na zakupy.

PROMOCJE – w dobie inflacji promocje przyciągają klientów jak magnes. Atrakcyjne oferty mogą być decydującym czynnikiem w wyborze miejsca zakupu.

Badania pokazują, że aż 85% konsumentów jest gotowych zmienić swoje plany zakupowe pod wpływem promocyjnych ofert.



ATRAKCYJNY WABIK – darmowe upominki czy gorące napoje mogą być skutecznym sposobem na zachęcenie klientów do wejścia do sklepu.

Informacja o takim wabiku powinna być widoczna – potykacz przed wejściem, plakat w witrynie czy informacja na drzwiach mogą zwiększyć liczbę odwiedzających.



Nasze Marki

EC

OD 1851

E. Wedel

E.WEDEL NA WYJĄTKOWE OKAZJE

Zbliża się zimowy czas i dużo okazji do spotkań z rodziną oraz obdarowywania się prezentami.

W okresie zimowym konsumenci częściej sięgają po wyroby czekoladowe, takie jak czekolada, **Ptasie Mleczko**® czy praliny. Częściej pieką czekoladowe ciasta, np. brownie, które można przygotować, używając czekolady mlecznej klasycznej **E.Wedel** oraz gorzkiej klasycznej 64% **E.Wedel**.

E.Wedel jest drugą największą marką w okresie świąt Bożego Narodzenia w ujęciu całego rynku! Jest to doskonała okazja, aby wzbogacić swój asortyment o atrakcyjne słodkości.

Ptasie Mleczko® jest liderem w kategorii pralin, a sama marka jest bardzo silna w świadomości konsumentów. Już od wielu lat konsumenci chętnie wybierają **Ptasie Mleczko**®, aby obdarować kogoś bliskiego, dlatego warto w swojej ofercie mieć szerokie portfolio tego produktu.

POWIEDZ MI
COŚ SŁODKIEGO

KUPIĘM
PTASIE
MLECZKO®



IDEALNIE DOPASOWANE POD OKAZJE:



WIGILIA



DZIEŃ BABCI



DZIEŃ DZIADKA



WALENTYNKI



DZIEŃ KOBIET



MUZYKA WSPOMAGA SPRZEDAŻ

We współczesnym marketingu muzyka jest jednym z narzędzi do kształtowania atmosfery zakupów. Muzyka nie tylko „łagodzi obyczaje”, ale również buduje pozytywne doświadczenia zakupowe. Właściciele sklepów mogą skutecznie ją wykorzystać w swojej przestrzeni sklepowej.

CO KLIENCI SĄDZĄ O MUZYCE W SKLEPIE?

- 🎵 Aż 84,5% klientów zwraca uwagę na dźwięki w miejscach sprzedaży.
- 🎵 80% klientów stwierdza, że muzyka to ważny element wpływający na poprawę nastroju w przestrzeni handlowej [1].
- 🎵 Odpowiednio dobrane melodie, mogą wpływać na postrzeganie cen przez klientów. Przyjemna atmosfera może powodować, że koszty zakupów wydadzą się bardziej akceptowalne.



JAK TEMPO MUZYKI WPŁYWA NA ZACHOWANIA KLIENTÓW?

RANKIEM, kiedy klienci są w biegu, warto zastosować nieco szybsze melodie, aby ułatwić im szybkie zakupy.

WIECZOREM, gdy klienci są bardziej zrelaksowani, spokojne dźwięki mogą zachęcać do dłuższego przebywania w sklepie i podnieść sprzedaż nawet o 12%! [2].

WARTO WIEDZIEĆ

Nie emituj w kółko zbyt małej liczby tych samych utworów. Czas playlisty powinien być dłuższy niż czas przeciętnych zakupów.



GDZIE SZUKAĆ MUZYKI, KTÓRĄ MOŻNA EMITOWAĆ W SKLEPIE?

W Polsce istnieje szereg organizacji, od których można otrzymać płatną miesięcznie licencję na muzykę różnych wykonawców. Istnieje też możliwość przygotowania własnej Playlisty, np. zakładając kanał na YouTube i stosując się do zasad, które tam obowiązują (licencja Creative Commons) [4].



Za nielegalne odtwarzanie muzyki w lokalu, wg art. 79 Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, grozi grzywna lub utrata wolności do lat trzech [3].



MIKSUJ Z MOKATE



Napoje kawowe *3in1* konsumenci wybierają nie tylko na wyjazdy. Jest to dla nich przede wszystkim kawa idealna do zabrania ze sobą do pracy. Aż 50% kupujących *3in1* Mokate to osoby pracujące zawodowo w wieku 25-44 lat.

-  NA SPOTKANIE
-  DO PRACY
-  NA WYCIECZKĘ



Nasze Marki ^{EC}



ZIMOWE NAPoje



Nasze Marki ^{EC}

80% Polaków pije codziennie herbatę. To oznacza, że na 1 osobę rocznie przypada ok. 1 kg tego produktu [1].

W okresie zimowym, a szczególnie przed świętami Bożego Narodzenia, znaczącym wzrostem sprzedaży, cieszą się herbaty zielone oraz owocowe [2].



Magiczna Kraina, to syropy znakomicie komponujące się z herbatą, z dodatkiem cytryny. Są też niezastąpione jako dodatki smakowe, do sylwestrowych drinków.



Zima to doskonały czas na herbatę z miodem i cytryną. Ustaw w sklepie czasową ekspozycję tych produktów.



Magiczny Ogród znacząco wzbogaci ofertę poszukiwanych herbat smakowych w twoim sklepie.



POSTAW NA SOKI



WARTO WIEDZIEĆ

Według badań, w sklepach małaformatowych, klienci najchętniej kupują napoje bezalkoholowe, jest to ok. 45% wartości sprzedaży. 11% badanych deklaruje picie soku codziennie, a 1 na 5 osób, 2 razy w tygodniu [1].

Nasze Marki ^{EC}

Orzeźwiający smak soków konsumenci doceniają także zimą. Zatowaruj swój sklep w różne smaki. Dzięki temu, zapewnisz swoim klientom kompletne zaopatrzenie świąteczne.



KUBUS K **PORCJA OWOCÓW**

BEZ DODATKU CUKRU | **DOBRY SKŁAD!**

NOWOŚĆ

TRUSKAWKA

DUUUŻY MUS

BRZOSKWINIA

200g

NOWOŚĆ

20% SOKU

TYMBARK

W

JEST GAZ

KOCHAJ ŻYCIE

ŻYWIEC ZDRÓJ[®]

MINERALS+

75% **DZIENNEGO ZAPOTRZEBOWANIA* W 1L**

MAGNEZ

CYNK, WITAMINY B3, B5, B6

ŻYWIEC ZDRÓJ[®]

MINERALS+

Magnez

Cynk | B₃ | B₅ | B₆

75% DZIENNEGO ZAPOTRZEBOWANIA* W 1L

*RWS – Referencyjna wartość spożycia dla przeciętnej osoby dorosłej (8400 kJ / 2000 kcal). Dla przeciętnej osoby dorosłej: 4 porcje (1 L) pokrywają 75% dziennej RWS witamin B3, B5, B6 oraz magnezu i cynku. Nie należy przekraczać dziennej RWS. Indywidualne zapotrzebowanie na składniki odżywcze może się różnić w zależności od wieku, płci i stanu fizjologicznego.

SZUKAJ CZARNEGO WIECZKA

CZARNE WIECZKO = LEKKA KOFEINA*

TIGER **CLASSIC**

CAFFEINE 14 mg/100ml

14mg/100ml

KOFEINY

KUPUJ BEZ DOWODU

Q

*LEKKA KOFEINA – lekkość dzięki zmniejszeniu o 56% zawartości kofeiny względem Tiger Energy Drink Classic.

ŁAP NOWY IZOTONIK

BEZ KONSERWANTÓW

DrWitt[®] ISO VITAMIN WATER

SZYMON MARCINIAK

AMBASADOR MARKI DR WITT

Mg

B6 **B12** **NIACIN**

MANGO CYTRYNA

BEZ KONSERWANTÓW

DrWitt[®] ISO VITAMIN WATER

Mg

B6 **B12**

MANGO CYTRYNA

BEZ KONSERWANTÓW

ODKRYJ PYSZNE OWOCOWE SMAKI!

TERAZ W NOWYM OPAKOWANIU

ŻYWIEC ZDRÓJ[®]

JABŁKOWY **SMAK**

TRUSKAWKOWY **SMAK**

CYTRYNOWY **SMAK**

BEZ BARWNIKÓW KONSERWANTÓW

BEZ BARWNIKÓW KONSERWANTÓW

BEZ BARWNIKÓW KONSERWANTÓW

DLACZEGO WARTO KUPOWAĆ MAŁE PACZKI



1.



Wysoka częstotliwość
spożywania przekąsek
w ciągu dnia w Polsce.

2.



Potencjał wzrostu
spożycia słonych
przekąsek w ciągu
dnia.

3.



Małe paczki jako
możliwość zwiększenia
sprzedaży kategorii
słonnych przekąsek.

DODATKOWE EKSPOZYCJE MAŁYCH OPAKOWAŃ

SŁODYCZE

NAPOJE

ALKOHOL

PIWO

PRZEKĄSKI

Strefy przykasowe są kluczowe
do sprzedaży małych opakowań,
ponieważ klienci w tym miejscu
kupują pod wpływem impulsu.

Nasze Marki ^{EC}

Pssst!



Fala orzeźwienia

Nasze Marki ^{EC}

DRINER'S

READY TO SERVE

SEZON NA DRINER'SY!

WCIAŻ TRWA!



NAGRODA
DLA
GIN & TONIC



NIE TYLKO NA TOAST

Wzmocnij czytelność oferty alkoholi.
Warto przygotować dodatkowe ekspozytory,
takie jak: displaye, wobblery
przy półkach – na wysokości wzroku klientów.
Podobnie w okresie między świętami
a sylwestrem – koniecznie zadbaj też
o ekspozycję napoi z bąbelkami.



Sezon na sprzedaż grzanych
win trwa do końca zimy.
Po świętach nie rezygnuj z tego
asortymentu na półkach.



WARTO WIEDZIEĆ

Ważnym elementem
świątecznej półki z alkoholem
są zestawy prezentowe.
Zwróć uwagę klientów
na takie produkty i wyróżnij
je informacją, np. NAJLEPSZE
NA PREZENT!





CHEVAL CHARDONNAY

Intensywny kolor z żółtym odcieniem, aromat zielonych jabłek, cytrusów i przyjemnych nut kory dębu.

Wino bardzo dobrze komponuje się z sałatkami, wędzonymi rybami oraz białym mięsem.

temperatura spożycia:
12° - 14° C.

CHARDONNAY

100%
Alk. - 13.00%
Wino dojrzewa przez 5 miesięcy w beczkach z francuskiego dębu, dla 30% partii.
Leżakowanie: 3 lata



CHEVAL MAVRUD

Wspaniały rubinowo czerwony kolor, aromat to mieszanka przypraw, czerwonych jagód i lekkiego posmaku garbowanej skóry. Smak zdecydowany i wyrazisty.

Wino świetnie komponuje się z dziką kaczką i pieczonym mięsem.

temperatura spożycia:
18° - 20° C.

MAVRUD

100%
ALK. - 14.50%
Wino dojrzewa przez 6 miesięcy w beczkach z francuskiego dębu, dla 35% partii.
Leżakowanie: 5 lat

NAGRODZONE:



CHEVAL ROSE

Delikatny kolor fioletowy z lekkim różowym odcieniem. Aromaty wanilii i owoców cytrusowych. Smak jest zrównoważony, delikatny, z owocowymi aromatami, przyjemną świeżością i zapadającym w pamięć finiszem.

Wino doskonale komponuje się ze świeżymi sałatkami, owocami, świeżymi serami, rybami morskimi oraz owocowymi deserami.

temperatura podawania:
14° - 16° C.

MERLOT 60%;
MALBEC 30%;
SYRAH 10%
Alk. - 13.00%
Leżakowanie: 3 lata



POLSKIE
WINA Z
TRACJI



NA ZIMOWE WYPADY



Primitivo Grzaniec Włoski to wyjątkowa kompozycja łącząca bogate, włoskie wino Primitivo z aromatycznymi przyprawami.

To idealny wybór na chwilę relaksu i przyjemności w chłodne dni.



Yaboll to BAW SIĘ

POZNAJ NOWY WYMIAR RTD!

YABOLL - napój alkoholowy na bazie cydru. Odpowiedź na nudę w kategorii cydrów i napojów typu RTD



BULGARIUS
Prestige



MAKE
FRIENDS

FAKTORIA
— WIN —
~

Dobry wybór wina na każdą okazję

GORĄCY POWRÓT GRZAŃCA ZIMOWEGO

*Przygotuj się na zimowy sezon
z rozgrzewającym zyski
HITEM SPRZEDAŻY
Faktorii Win!**

*Na podstawie ilościowych danych sprzedażowych Eurocash S.A.
za okres 10-12.2023, najlepiej sprzedająca się marka Faktorii Win.

ŚLIWKA
W CZEKOŁADZIE

Idealny balans
słodczy, zamknięty
w butelce.

WERSJA
KLASYCZNA

Aromatyczne
połączenie
wina z przyprawami
korzennymi.



Pij odpowiedzialnie.

FAKTORIA
— WIN —

Wznieś

Old Tbilisi

T oast gruzińskim winem!



Nowy wygląd, ten sam smak!



OLD TBILISI ALAZANI

białe, półsłodkie

●●●●●

delikatny aromat słodkich
suszonych owoców
i żółtej śliwki

idealne do serów



OLD TBILISI ALAUERDI

czerwone, półwytrawne

●●●●●

aromaty czereśni, śliwki
i jeżyny, z nutą
czekoladowej słodyczy

idealne do warzyw i grzybów



OLD TBILISI RKATSITELI

białe, wytrawne

●●●●●

intensywne nuty cytrusów,
brzoskwiń i owoców
tropikalnych

idealne do ryb



OLD TBILISI ALAZANI

czerwone, półsłodkie

●●●●●

nuty smakowe kwaśnej
wiśni i słodkiej maliny

idealne do deserów



Pij odpowiedzialnie.

TO, CO NAJLEPSZE

*Dla Tych
Najważniejszych*



SOPLICA

**Jak zabawa, to klasycznie – ze smakiem!
Najlepiej w towarzystwie Soplicy!**

Dodaj Soplicę Gorzką i Gorzką z miętą
do asortymentu Twojego sklepu – postaw
na produkty, których receptury inspirowane
są tradycją, pełne bogactwa smaku.



Domówkowe Mohito

Szklankę wypełnij lodem.
Dodaj ćwiartkę limonki.
Wlej **40 ml Soplicy Gorzkiej Miętowej**
i uzupełnij gazowanym napojem cytrynowym.
Mmm...Mohito!



WYBOROWA

IDZIE CYTRY NÓWKA

200ml

500ml



KORZYSTAJ Z ALKOHOLU ODPOWIEDZIALNIE
Więcej na: www.wise-drinking.com

— ESTD 1846 —
Dewar's
DLA CIEKAWYCH

NOWOŚĆ



— ESTD 1846 —
Dewar's
Aged 12 Years

Szkocka whisky, której drugi etap starzenia odbywa się w beczkach po bourbonie typu 1st fill, dzięki czemu otrzymujemy wyborną whisky blended o wyczuwalnych nutach wanilii, cytrusów i suszonych owoców.

— ESTD 1846 —
Dewar's
Aged 15 Years

Szkocka whisky wyróżniająca się miodową słodyczą z nutą owoców i ciągnącego się toffee. Delikatny kwiatowy aromat uwalnia się przyjemnym, długim finiszem.

PIJODPOWIEDZIALNIE.PL



NOWOŚĆ

ORYGINALNA SZKOCKA WHISKY

Clan Campbell - tradycyjna, szkocka whisky, która nosi nazwę jednego z najstarszych i najstynniejszych szkockich klanów: The Clan Campbell. To whisky wytwarzana zgodnie ze szkocką tradycją z najlepszych whisky zbożowych i słodowych, destylowanych i dojrzewających w Szkocji, w dębowych beczkach po Bourbonie.

Whisky Clan Campbell ma delikatnie bursztynową barwę, słodki zapach wanilii, suszonych owoców i miodu oraz dymne wykończenie. Składniki whisky Clan Campbell pochodzą z górzystego regionu Szkocji – Highlands, skąd pochodzi klan Campbell.

Butelkę whisky ozdabiają charakterystyczne dla klanu Campbell symbole podkreślające dziedzictwo i szkockie korzenie marki. Górna część etykiety ozdabia herb klanu Campbell, a w jej środkowej części znajduje się typowy dla regionu Highlands górzysty krajobraz.

pijodpowiedzialnie.pl



W E L C O M E T O T H E C L A N

Nasze Marki EC



PREZENTY DLA ZMYŚŁÓW

Kosmetyki są jednym z najpopularniejszych wyborów na świąteczne prezenty. Aż 67% Polaków sięga po nie, uznając je za elegancki i praktyczny upominek. Gotowe zestawy prezentowe wybiera 44% z nich [1].

WARTO PAMIĘTAĆ

Okolo 30% Polaków wydaje na prezent świąteczny od 250-500 zł [1].



WARTO WIEDZIEĆ

Ponad 60% konsumentów twierdzi, że kupowanie upominków sprawia im przyjemność [1].



SYLWESTROWE AKCENTY

Hurtownie Eurocash Cash&Carry wychodząc naprzeciw trendom i oczekiwaniom rynku, posiadają w swojej ofercie zarówno najpopularniejsze fajerwerki, jak i (nowość!) produkty przyjazne dla zwierząt. Przygotowując listę zakupową pamiętaj także o nich!

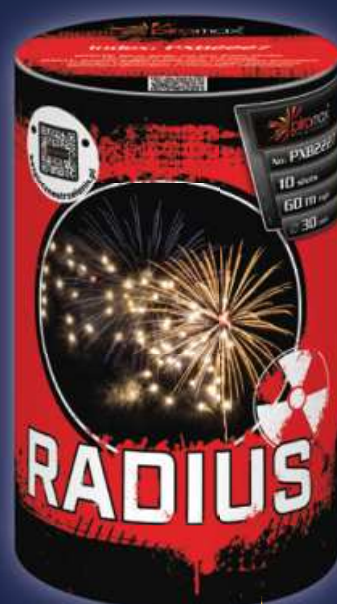


W ZGODZIE Z NATURĄ

Kolekcja cichych fajerwerków wychodzi naprzeciw oczekiwaniom klientów, którzy doceniają troskę o stres zwierząt. Fajerwerki z różnorodnymi efektami wizualnymi wyzwolą emocje, będąc jednocześnie przyjazne otoczeniu.



Podczas sprzedaży fajerwerków można zwrócić uwagę klientów na zasady dotyczące bezpieczeństwa obsługi sztucznych ogni. Firma Piromax przygotowała kampanię dotyczącą bezpieczeństwa, którą możesz polecić nabywcom: <https://bezpiecznestrzelanie.pl/>



WAŻNE

Materiały pirotechniczne należy przechowywać i sprzedawać z zachowaniem szczególnych środków ostrożności. Wymagania te są szczegółowo określone w rozporządzeniu z dnia 9 listopada 2003 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy przy produkcji, transporcie wewnątrzzakładowym oraz obrocie materiałów wybuchowych, w tym wyrobów pirotechnicznych (Dz. U. Nr 163, poz. 1577), oraz w przepisach o ochronie przeciwpożarowej [1].

O! ZDOBNY GRUDZIEŃ



arpex

Marka Aspex od ponad 30 lat oferuje produkty uświetniające celebrowanie różnego rodzaju świąt oraz innych szczególnych okazji.

Okres świąt Bożego Narodzenia i Sylwestra to czas, w którym ponad 90% Polaków ustraja swoje domy. Dobrze wyeksponowane dekoracje świąteczne, tworzą atmosferę sklepu, zachęcając jednocześnie do ich zakupów [1].



Prawie 90% Polaków wybiera świętowanie Sylwestra w domu. To stały trend ostatnich lat [2].

WARTO WIEDZIEĆ

Większość Polaków dekoruje swoje domy w pierwszych dwóch tygodniach grudnia, kupując co roku nowe dekoracje.

Jak skutecznie sprzedawać dekoracje świąteczne?

- czytelnie oznakuj produkty na półce
- utrzymuj porządek w ekspozycji
- promuj produkty w swoich mediach społecznościowych



NA WYSOKI POŁYSK

Koniec roku to czas wzmożonych zakupów, także z asortymentu chemii gospodarczej. Aby usprawnić klientom wybór w tej kategorii, ustaw produkty na półce komplementarnie – np. ręczniki papierowe w pobliżu płynu do czyszczenia i mycia szyb.



WARTO PAMIĘTAĆ

Zima to też czas przeziębień, kiedy chusteczki stają się artykułem pierwszej potrzeby.



Nasze Marki ^{EC}

WARTO WIEDZIEĆ

W okresie przedświątecznym ręczniki papierowe mają wiele zastosowań. Rozważ ekspozycję na szczycie regału.



DRODZY KLIENCI!

**Święta Bożego Narodzenia to nie lada okazja,
żeby życzyć Wam wszystkiego, co najlepsze!
Mnóstwa radości, spokoju, rodzinnego ciepła
i... najlepszych ofert każdego dnia.**

**Dziękujemy, że jesteście z nami — oby nadchodzący rok był
pełen sukcesów i udanych zakupów w naszych hurtowniach!
Niech Wasze biznesy się rozwijają.**

**Wesołych Świąt
i okazji, że HO HO w Nowym Roku!**

**Zespół Eurocash Cash&Carry
i Eurocash Dystrybucja**

