

PORADNIK DeTALISTY

WIELKANOCNY KOSZYK



WIOSENNY SUKCES

Okres przedświąteczny w handlu już trwa, a im bliżej Wielkanocy, tym ruch w sklepach będzie większy, osiągając apogeum w ostatnie kilka dni przed świętami.

Analizując koszyk zakupowy Polaków w okresie wielkanocnym można zauważyć, że nadal najczęściej kupowanymi produktami są: jajka, wędliny, majonez i inne dipy, chleb, warzywa i owoce, ciasta i słodczyce oraz alkohole. W ostatnich latach wzrasta popyt na produkty ekologiczne oraz regionalne, co daje szansę małoformatowym sklepom na zdobycie przewagi konkurencyjnej.

Zmieniające się preferencje konsumentów w kierunku zdrowszego żywienia i wsparcia lokalnych producentów są już stałym trendem.

Według badań, w ubiegłym roku aż 81,5% konsumentów planowało wyszukiwać promocji. Przy budżecie deklarowanym w większości na poziomie 200-300 zł, (dla 16,5% pomiędzy 300-400 zł) [1] – dla ponad 70% kupujących najważniejsza była cena. Ponad 53% badanych wskazywało na jakość produktów [2].

Podobnego zachowania klientów można spodziewać się także w tym roku.

92% badanych Polaków deklaruje dokonywanie zakupów wielkanocnych z wcześniej przygotowaną listą produktów, co ma je ułatwić oraz sprawić, że będą one przemyślane [3].

Przygotowując sklep do przedświątecznego szczytu pamiętaj, że klienci doceniają przyjemną atmosferę sklepu. Zadbaj o ciekawe promocje, zwracające uwagę dekoracje świąteczne, czystą i pachnącą świeżością salę sprzedażową oraz co najważniejsze – uśmiechnięty i pomocny personel.

O innych inspiracjach dowiesz się z lektury Poradnika Detalisty, do której zapraszamy.



ŚWIĄTECZNY KOSZYK

Okres zbliżających się Świąt Wielkanocnych to czas intensywnej pracy dla personelu sklepów, starającego się perfekcyjnie zatowarować placówki i stworzyć wyjątkową atmosferę podczas przedświątecznych zakupów. Klienci z kolei pragną zaopatrzyć się w najlepsze produkty do tradycyjnego śniadania wielkanocnego oraz wyśmienitych potraw na świąteczny stół. Co Polacy jedzą w Wielkanoc? Poniżej niektóre świąteczne duety.



ŻUREK I PIECZYWO

Kiedyś postne danie, dzisiaj król świątecznych potraw.

BIŁA KIEŁBASA I CHRZAN

Obok jajek zajmują szczególne miejsce na świątecznym stole.



JAJA I MAJONEZ

To liderzy wśród wielkanocnych półmisków.



PASZTET I ŻURAWINA

Tradycyjne połączenie chętnie kupowane i spożywane.



CIASTO I KAWA

Serwowane razem uzupełniają świąteczne spotkania z bliskimi.



WARTO WIEDZIEĆ

Co dodatkowo kupują klienci, aby wypełnić koszyk wielkanocnej święconki? Są to: masło, chrzan, małe pieczywo i ciasto. Często do dekoracji dodają także gotowe pisanki.



LISTA ŚWIĄTECZNYCH ZAKUPÓW

jaja, masło, ser, śmietana, mąka, bakalie, dodatki do pieczenia, czekolada i słodycze, mięsa, szynka, kielbasa, pasztet, majonez, musztarda, chrzan, ketchup, sól, pieprz, cukier, warzywa świeże i konserwowe, kawa, herbata, napoje, woda, nasiona rzeżuchy i owsa, świąteczne dekoracje

RAZEM DAJEMY CI WIĘCEJ



1. Już teraz **zamawiaj wygodnie z dostawą** przez aplikację eurocash.pl.
2. Wybieraj z ponad **13 tysięcy produktów** dopasowanych do potrzeb sklepu.
3. Nie zamawiałeś z dostawą? Mamy dla Ciebie **atrakcyjną siatkę rabatową**.
4. **Zeskanuj kod i pobierz aplikację eurocash.pl** na telefon już teraz.
5. Do aplikacji zalogujesz się **tymi samymi danymi** jak do eurocash.pl Cash&Carry.



WIEM WIĘCEJ

eurocash.pl

wsparcie
w zarządzaniu
Twoim sklepem

Strefa info

- informacje prawne
- zarządzanie personelem
- porady sprzedażowe
- funkcjonalność eurocash.pl

Strefa kategorii

- informacje wspierające sprzedaż
- top produkty
- trendy rynkowe

Kalendarz

- terminy prawne
- dostawy
- kampanie
- gazetki
- webinary

Strefa marek

- kampanie
- wskazówki sprzedażowe producentów
- porady ekspozycyjne

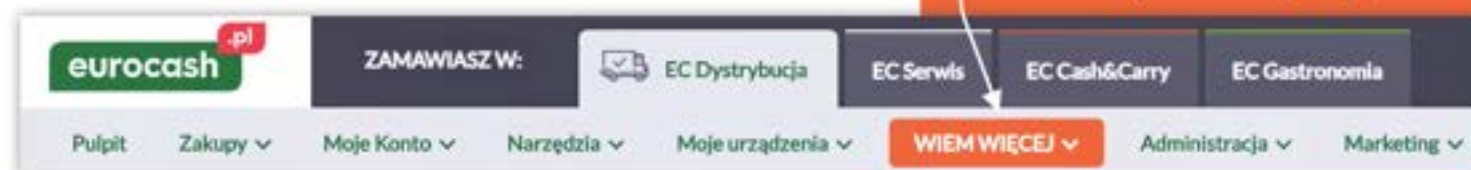
Strefa alkoholi

- porady sprzedażowe i ekspozycyjne
- najnowsze trendy
- 4 kategorie: alkohole premium, alkohole mocne, wino, piwo

Akcje handlowe

- Twoje osiągnięcia

**Rzuć okiem,
bądź na bieżąco,
zwiększaj zyski!**



4 SKUTECZNE TECHNIKI BUDOWANIA MARKI SKLEPU OSIEDLOWEGO

„Wyróżnij się, albo zgiń” – to stara marketingowa zasada. Jednak w oparciu o które czynniki najlepiej budować przewagę konkurencyjną? Dobra oferta asortymentowa i przykuwająca wzrok reklama to wstęp do przyciągnięcia i utrzymania klientów. A co ponadto?

Budowanie marki sklepu jest procesem długotrwałym. Obejmuje wszystkie skojarzenia, emocje i doświadczenia związane z miejscem zakupu. To opinia kupujących o danej placówce oraz relacje, jakie ich z nią łączą. To z kolei pozwala uzyskać lojalność klientów oraz wpływać na ich zachowania zakupowe. Dobra marka sklepu jest kluczem uzyskania przewagi konkurencyjnej, a w konsekwencji do wyższych zysków.

WYRÓŻNIJ SWÓJ SKLEP

Zadbaj o atrakcyjną, przykuwającą wzrok reklamę na zewnątrz sklepu i w okolicy. Wyjdź z działaniami marketingowymi poza mury placówki. Zadbaj o to, by w pobliżu sklepu pojawił się baner informujący o punkcie sprzedaży. Pamiętaj o zwracającej uwagę aranżacji witryny z naklejkami i plakatami nawiązującymi do aktualnych promocji. Pomyśl o ustawianiu tzw. „potykaczy” z informacją o ofercie. Zadbaj o wygląd – czystość i estetykę okien wystawowych oraz wejścia do sklepu, a także jego najbliższego otoczenia.

PROMUJ OFERTĘ – TAKŻE W INTERNECIE

Wizytówka Google czy media społecznościowe to skuteczne i, co najważniejsze, darmowe narzędzia, które pozwolą Ci zwiększyć świadomość marki sklepu w grupie potencjalnych nabywców. Z ich pomocą możesz także informować o aktualnej ofercie, zachęcając w ten sposób klientów do częstszych zakupów. Wykorzystaj media społecznościowe, by zbierać opinie klientów na temat funkcjonowania sklepu i oferowanego asortymentu.

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.

ASORTYMENT I PRZESTRZEŃ SPRZEDAŻY

Dopasuj do potrzeb nabywców ofertę produktową. Zadbaj, by była różnorodna, a klienci mieli w czym wybierać. Pamiętaj, by nie zabrakło w niej kilku wyróżników, czyli produktów niedostępnych w ofercie konkurencji. Taką funkcję mogą pełnić np. towary z segmentu premium lub pochodzące od lokalnych dostawców.

Dbaj, by w placówce panował porządek, a produkty wystawione na sprzedaż były najwyższej jakości. Systematycznie kontroluj asortyment, usuwając towary przeterminowane, uszkodzone lub nieświeże.

Dopilnuj komplementarności oferty. W strefie dekompresji umieść nowości, promocje lub produkty sezonowe. One zawsze przykuwają uwagę i sprawiają, że klient szybciej wchodzi w tryb kupowania.

ASORTYMENT NA SPECJALNE ZAMÓWIENIE

Przewagą małych sklepów jest bliski i bezpośredni kontakt z klientami. Warto zatem wyjść naprzeciw ich indywidualnym oczekiwaniom. Umożliwiając nabywcom zamówienie konkretnego asortymentu (np. droższych gatunków mięsa czy gotowych ciast przed świętami) sprawisz, że oferta Twojego sklepu wyda się bardziej atrakcyjna, unikając przy tym ryzyka, że towar się nie sprzeda. Pokażesz także, że zależy Ci na Twoich klientach, a ich sugestie i potrzeby są dla Ciebie ważne.

CZY SPRZEDAWCA MOŻE BYĆ „WINNY GROSIIKA”? PRAWNIK ODPOWIADA.

Czasem zdarza się, że sprzedawca nie posiada wystarczającej ilości drobnych, aby wydać klientowi resztę. Jak powinien postąpić w świetle prawa?

WYDAWANIE RESZTY

Przepisy prawa nie nakładają na sprzedawcę obowiązku posiadania drobnych w celu wydawania reszty. To kupujący zobowiązany jest uiścić dokładną wartość sprzedaży. Klient rzadko jednak posiada odliczoną kwotę i w praktyce sprzedawca musi dysponować gotówką w odpowiednich nominałach, aby wydawać resztę.

BRAK PRZYSŁOWIOWEGO GROSIIKA

Gdy do wydania brakuje jednego lub kilku groszy, powinien zapytać „Czy może być bez groszika (albo kilku)”. Jest to zgodne z prawem o ile klient wyraża na to zgodę. Dochodzi do zawarcia umowy sprzedaży po cenie wyższej o ten jeden lub kilka groszy. **Niezbędnym warunkiem legalności takiego działania jest jawna zgoda klienta.** Sprzedawca nie może wydać za mało (nawet o 1 grosz) bez wiedzy i zgody klienta. Mielibyśmy wtedy do czynienia z przywłaszczeniem, co w przypadku drobnych kwot stanowiłoby wykroczenie karane grzywną do 5.000 zł. Dodatkowo sprzedawca naruszałby w ten sposób przepisy chroniące konsumentów, gdyż rzeczywista cena towaru byłaby wyższa niż ta ujawniona na etykiecie.

Gdy klient się nie zgadza, sprzedawca ma do wyboru dwa rozwiązania. Albo wydać wyższą kwotę i w ten sposób sprzedać towar taniej, albo odmówić sprzedaży. W takiej sytuacji można więc całkowicie legalnie i bez konsekwencji poinformować klienta o odmowie sprzedaży towaru.

Łukasz Cymerman
Kancelaria Adwokacka Adwokata Łukasza Cymermana

Treści zamieszczone w powyższym artykule mają charakter informacyjny i nie mogą być traktowane jako forma pomocy prawnej. Dokładamy wszelkich starań, aby informacje zawarte na tej stronie były kompletne, prawdziwe i aktualne. Nie będziemy jednak ponosić odpowiedzialności za ewentualne błędy lub braki w zamieszczonych materiałach, ani też za ewentualne rezultaty działań podjętych w oparciu o nie. Artykuł ma na celu przybliżenie przepisów regulujących tematykę artykułu i nie stanowi porady prawnej w konkretnej sprawie.



KORZYSTNA KOMPOZYCJA

Nasze Marki ^{EC}

Przygotowując sklep do wielkanocnych zakupów kieruj się wcześniejszymi wynikami sprzedaży. Zadbaj, by w świątecznej ofercie znalazły się produkty znane i cieszące się zaufaniem klientów. Wprowadzaj promocje. Kieruj się trendami rynku i oczekiwaniami klientów. Wyeksponuj dobre jakościowo i ekonomiczne marki własne oraz produktowe nowości.

KANKA

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.



WARTO WIEDZIEĆ

W roku 2023, przed Wielkanocą ceny jajek zanotowały rekordowe wzrosty. Wg analityków, podobnej sytuacji można się spodziewać w tym roku [1].

SEROVA TARTA



PRZEPIS NA ZAKUPY

ser biały, śmietana, jaja, masło, cukier, sól, mąka pszenna, cukier wanilinowy

INSPIRACJA KULINARNA:

W wielu regionach Polski składnikiem, będącym liderem świątecznych wypieków, jest ser twarogowy. Popularny jest sernik, ale też masa serowa do wielkanocnych mazurków oraz tart z masą serową.



Rocznie Polacy zjadają średnio 150 jaj na osobę, aż jedna dziesiąta tej ilości, czyli 15, przypada właśnie na trwające święta [1].

WIELKANOCNE TRENDY

Wielu Polakom trudno wyobrazić sobie święta bez domowych wypieków. Zauważalny wzrost sprzedaży mąki rozpoczyna się cztery tygodnie przed świętami wielkanocnymi. Konsumenci najczęściej wybierają spośród 4 najpopularniejszych rodzajów mąk pszennych [1].

Nasze Marki ^{EC}

Sarita

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

SMAK ŚWIAT

BAKADELIO

BAKADELIO oferuje szerokie portfolio produktów w asortymencie bakalii. To jedna z chętniej wybieranych marek wśród klientów Eurocash.

W okresie wielkanocnym popyt na bakalie gwałtownie rośnie. Odpowiednio zaprezentowane na półce sklepowej mogą znacząco zwiększyć sprzedaż i ułatwić klientom dokonywanie zakupów przed świętami [1].

WARTO WIEDZIEĆ

Przed świętami Wielkiej Nocy konsumenci preferują klasyczne bakalie do wypieków i jako dodatki do potraw. Zwłaszcza tradycyjne mazurki, baby drożdżowe i serniki wymagają dodatku bakalii [1].



WARTO WIEDZIEĆ

Największym zainteresowaniem klientów cieszą się opakowania mąki o wadze kilogramowej, które stanowią niemal 90% sprzedaży tego asortymentu [1].



WARTO PAMIĘTAĆ

Podczas aranżowania ekspozycji świątecznych kluczowe jest uwzględnienie ścieżki zakupowej klientów. Kreowanie obszarów, gdzie produkty komplementarne są umieszczone obok siebie, nie tylko usprawnia proces dokonywania zakupów, lecz także zwiększa jego efektywność [1].



SONKO NA PÓŁCE



WARTO PAMIĘTAĆ

Klienci szukają inspiracji kulinarnych,
a do takich należą mieszanki ryżów
dostępne na rynku. Ciekawe rozwiązania
to połączenia: ryż do dań kuchni azjatyckiej,
ryż parboiled z ryżem czerwonym lub ryż
biały z ryżem czarnym jaśminowym.

Zatowarowanie sklepu w różnorodny
ryż może okazać się trafioną inwestycją.
W Polsce obserwuje się rosnące
zainteresowanie zdrowym odżywianiem.
Ryż jest coraz popularniejszym składnikiem
w polskiej kuchni i często zastępuje
w daniach tradycyjne ziemniaki. Według
badań CBOS, 47% Polaków deklaruje
spożywanie tego składnika kilka razy
w tygodniu [1] [2].



SONKO to polska marka z doświadczeniem
i tradycją sięgającą 1989 roku. Jej celem jest
dostarczanie zdrowej żywności i promowanie
dobrych nawyków żywieniowych. Wychodząc
naprzeciw oczekiwaniom konsumentów,
Sonko stawia również na innowację i rozwija
swoje portfolio w kierunku
żywności funkcjonalnej.

WYPRÓBUJ NOWE WYJĄTKOWE MIESZANKI RYŻÓW OD SONKO!

- Ryż biały z ryżem czarnym jaśminowym świetnie sprawdzi się jako baza sałatki wielkanocnej.
- Ryż parboiled z ryżem czerwonym to opcja dedykowana dla dań rybnych i mięsnych.
- Ryż do dań kuchni azjatyckiej to alternatywa dla osób, które lubią zaskoczyć swoich gości orientalnymi smakami. Doskonale wpisze się w dania tj. tikka masala, curry czy gong bao.



BARWNE ŻYCIE

Klienci szukają kolorowego
jedzenia ze względu na
estetykę, pozytywne
skojarzenia, różnorodność
składników oraz możliwość
wyrażania kreatywności
w kuchni.

Nasze Marki

EC



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



PRZEPIS NA ZAKUPY

kukurydza, groszek,
papryka, marchewka,
ziemniaki, koperek,
majonez, sól

INSPIRACJA KULINARNA:

Różnobarwne sałatki mają
wielu amatorów. Klienci
przygotowując potrawy
z warzyw konserwowych
zazwyczaj wybierają kilka
rodzajów tego produktu,
dlatego warto zadbać
o ich szeroki
wybór.

WIELKANOCNE DIPY



WARTO WIEDZIEĆ

Przed Wielkanocą sprzedaż majonezu znacząco wzrasta. W ostatnich dniach przed świętami może się nawet potroić [2].



Majonez i chrzan stanowią nieodłączny składnik świątecznych potraw. Klienci wybierają zarówno klasyczne sosy chrzanowe, jak i delikatne dipy na bazie majonezu.

Chrzan tarty to nieodzowny składnik wielkanocnego koszyka zakupowego, cieszący się ogromną popularnością jako dodatek do mięs, wędlin lub jaj. Niekiedy jest również używany do doprawienia barszczu wielkanocnego, nadając mu charakterystyczny smak i aromat [1].

DOBRE, BO LOKALNE

CIEKAWY

Na Podkarpaciu od pokoleń tradycyjną potrawą Wielkiej Niedzieli jest żur z wkładką [1]. Ta tradycja jest kultywowana także w innych regionach Polski.



Każdy region ma swoje unikatowe produkty, które są wynikiem tradycji przekazywanych z pokolenia na pokolenie. Wielu klientów małych sklepów spożywczych podziela opinię o niezwyklej atrakcyjności polskich produktów regionalnych i poszukuje ich w lokalnych placówkach.



Żelatyna spożywcza wieprzowa CYKORIA 50 g



Żurek Staropolski MOSSO 500 ml



Koncentrat Żurek Staropolski z beki domowy BRACIA ZAWADZCY 500 ml



Zupa Żurek Śląski Domowy WB EKA 500 ml kubek

MODA NA SMAK

W branży spożywczej coraz popularniejsze są produkty regionalne. Cechuje je wyrafinowany smak i niezmiennosc recepturowa od pokoleń. Trend konsumencki zmierza w kierunku poszukiwania oryginalnych produktów i ciekawych smaków - często charakterystycznych dla danego regionu Polski. To element społecznego dziedzictwa lokalnego.



Ćwikła z chrzanem
ORZECH
280 g



Buraczki domowe
UNAMEL
460 g



Mieszanka warzywna
grostek marchewka
UNAMEL
440 g



Ogórki konserwowe łagodne
HETMAR
900 ml



Ogórki konserwowe
GLOBAL
900 ml



Ogórki kwaszone domowe, na ostro
BRACIA ZAWADZCY
750 g



WARTO PAMIĘTAĆ

Proponując w swoim sklepie polskie produkty regionalne wspieramy lokalnych producentów i rolników, co ma ogromne znaczenie dla rozwoju lokalnej gospodarki.



Chrzan śmietankowy, delikatesowy
MOSSO
200 ml



Musztarda sarepska
MOSSO
200 ml



Musztarda sarepska
DAGOMA
200 g



Musztarda stołowa
PEGAZ
200 g



Musztarda sarepska
OCETIX
180 g



Majonez Napoleonowski
MOSSO
260 g



Majonez bez konserwantów
BIALUTY
260 g



Majonez ŚWIDNICKI
300 ml



Majonez stołowy
KĘTRZYŃSKI
460 g



Majonez pomorski
OCETIX
620g

WARTO WIEDZIEĆ

Konsumenci doceniają lokalne pochodzenie produktów, zwłaszcza ich jakość, bezpieczeństwo spożycia i smak [2].



WARTO PAMIĘTAĆ

Rynek produktów regionalnych w Unii Europejskiej powstał w 1986 roku. W Polsce uaktywnił się w roku 2004 [2].

SŁODKI CZAS



WARTO PAMIĘTAĆ

Właściciele sklepów w okresie przedświątecznym muszą być gotowi na wzmożony ruch, jednocześnie dbając o atrakcyjne promocje i wyjątkową prezentację asortymentu. Różnorodność oferty, uwzględniającej klasykę i nowoczesne trendy w kategorii słodczy, zachęci klientów do zakupów i odkrywania nowych smaków.

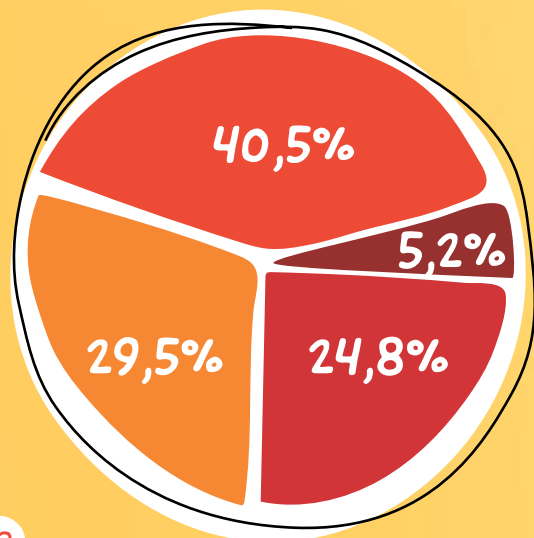
Nadchodzi okres świąt wielkanocnych – pełen tradycji i słodkich przyjemności. Kategoria słodczy staje się wówczas niezwykle istotna dla klientów, którzy poszukują wyjątkowych smakołyków, szczególnie dla dzieci. Wielkanoc to doskonała okazja, aby wzbogacić asortyment o atrakcyjne słodkości – od tradycyjnych zajączków czekoladowych po pyszne czekoladowe batoniki.

WARTO WIEDZIEĆ

Znaczna liczba respondentów badań (83,6%) przyznaje się do spożywania słodczy od czasu do czasu. Co istotne, prawie połowa z badanych (47,8%) preferuje słodczy o obniżonej zawartości cukru [1].

WARTO WIEDZIEĆ

W kategorii słodczy klienci chętnie wybierają produkty innowacyjne, w mniejszych opakowaniach, także funkcjonalne – zastępujące jeden posiłek [2].



PODZIAŁ POLSKIEGO RYNKU SŁODYCZY

- wyroby czekoladowe
- produkty na bazie cukru
- lody
- ciastka i herbatniki [2]



WIOSENNE DUETY

WARTO WIEDZIEĆ

Dla większości miłośników kawy w Polsce, picie jej w towarzystwie mleka lub jego roślinnej alternatywy stało się niemalże rytuałem. W tej grupie dominują głównie kobiety oraz młodzi dorośli [1].



Polscy konsumenci wykazują szczególne zainteresowanie kawą. Są otwarci na innowacje w tym segmencie. Aż 87% osób pijących kawę czyni to codziennie, przy czym połowa spośród nich sięga po nią kilkakrotnie w ciągu dnia. Najlicniejsza grupa – 31%, spożywa dwie filiżanki dziennie, 30% jedną, a 22% trzy. Średnie dzienne spożycie kawy w naszym kraju wynosi 2,4 filiżanki na osobę [1].

CIEKAWO

Kawa mielona i rozpuszczalna zajmują najwyższą pozycję na rynku, jednak to wariant w ziarnach rozwija się najszybciej [1]. W okresie wielkanocnym kawa jest częstym wyborem na prezent.



MOKATE Z przyjemnością



Mokate Cappuccino towarzyszy nam podczas rodzinnych spotkań już od ponad 30 lat! Czy wśród Twoich najbliższych są miłośnicy tego kultowego napoju? Łagodne w smaku, aromatyczne, z puszystą pianką – cappuccino doskonale sprawdzi się w duecie ze świątecznymi deserami. Wybierz ulubiony smak i delektuj się nim razem z najbliższymi.



KREM CAPPUCCINO DO TORTÓW I BABECZEK
SKŁADNIKI
– 200 ml śmietanki 30%
– 250 g sera mascarpone
– 60 g Mokate Cappuccino*
– 80 g cukru pudru
PRZYGOTOWANIE
Do schłodzonej śmietanki dodajemy cukier puder, ubijamy na sztywną pianę. Następnie, cięgle mieszając, dodajemy porcjami ser mascarpone oraz cappuccino. Mieszamy do uzyskania jednolitej konsystencji.
*Wybierz swój ulubiony smak Mokate Cappuccino i przygotuj krem z jego dodatkiem. (Na opakowaniach Mokate Cappuccino znajdziesz inne inspirujące przepisy kulinarne.)

DOSTĘPNE RÓWNIEŻ INNE FORMATY OPAKOWAŃ

Źródło: 1 https://hrtideta.pl/article_id.18538-6j/wielkanocne-napojie-%E2%80%93%2A0cieple-i-zimne/place.1/
2. <https://www.portalspozywczy.pl/napojie/wiadomosci/okres-wielkanocy-to-czas-wzrostu-sprzedazy-sokow-nektarow-i-napojow.156825.html>

A vibrant, top-down illustration of a refreshing beverage. In the center is a clear glass filled with ice cubes, lemon slices, and a sprig of fresh mint. Surrounding the glass are several other elements: a whole lemon slice to the left, another lemon slice to the right, and several sprigs of fresh mint leaves scattered around. The entire scene is set against a solid, bright yellow background. In the bottom left corner, there is a small, stylized red sun icon with rays.



W miesiącu przypadającym na Wielkanoc, kategoria soków, napojów i nektarów przeżywa swoje najlepsze dni w roku. Jej sprzedaż w tym okresie porównywalna jest do okresu bożonarodzeniowego [2].



TYMBARK 1936

NEKTAR
POMARAŃCZA
ŹRÓDŁO WITAMINY C

TYMBARK 1936

NEKTAR
CZARNA PORZECZKA
ŹRÓDŁO WITAMINY C



NOWOŚĆ

KLASYCZNY
SMAK
**BEZ
KOFEINY**

**0.0%
CAFFEINE**



**ZERO
SUGAR**

MOJITO
O SMAKU



**POWER
IS BACK**



**OFERTA
NA CZASIE**

o o o o o o o
»PRZYDASIE«

Zestaw okazji, które można
wykorzystać przygotowując
w sklepie akcje promocyjne

Wraz z nadejściem wiosny, przyszedł też czas na odświeżenie ofert i przyciągnięcie klientów poprzez wyjątkowe promocje związane ze zbliżającymi się świętami i okazjami kalendarzowymi. Wiosna to nie tylko czas odradzającej się natury, ale także moment, w którym konsumenci szukają świeżości i nowości w swoich kulinarnych doświadczeniach. W kalendarium znajdują się daty, które mogą stać się doskonałą okazją do zwiększenia ruchu w sklepach. Święta Wielkiej Nocy, spotkania rodzinne, zbliżający się Dzień Czekolad lub Marchewki to tylko niektóre z wydarzeń, na które warto zwrócić uwagę.

ŚWIĘTA TYPOWE I NIETYPOWE

6 marca	Dzień Czystego Stołu	4 kwietnia	Dzień Marchewki
7 marca	Dzień Płatków Śniadaniowych	5 kwietnia	Dzień Karmelu
8 marca	Dzień Kobiet	12 kwietnia	Dzień Czekolady
10 marca	Dzień Mężczyzn	12 kwietnia	Dzień Czystych Okien
15 marca	Dzień Piekarzy i Cukierników	19 kwietnia	Dzień Czosnku
18 marca	Światowy Dzień Recyklingu	24 kwietnia	Europejski Dzień Śniadania
21 marca	Pierwszy Dzień Wiosny	24 kwietnia	Dzień Zięcia
31 marca	Niedziela Wielkanocna	28 kwietnia	Dzień Sera Camembert
1 kwietnia	Poniedziałek Wielkanocny		



**Dobry wybór wina
na każdą okazję**

POZNAJ NASZ REGAŁ Dołącz do Faktorii Win

Regały Faktorii Win znajdują się w 6000 sklepach w całej Polsce. Stylowe i eleganckie regały gwarantują klientom komfort wyboru, a właścicielom sklepów dużą wygodę. Stanowią samodzielne narzędzie do ekspozycji i sprzedaży wina.

Sposób prezentowania wina na regale ułatwia Klientom podjęcie decyzji zakupowej:

- wydzielona strefa dla win musujących
- wina w promocji oznaczone specjalną cenówką „dobra cena”
- wina ułożone są według poziomu cenowego oraz podzielone na trzy okazje



dobrze
na prezent



na spotkanie
z przyjaciółmi



a może
relaks?



DOBRY WYBÓR WINA
NA KAŻDĄ OKAZJĘ



Radość wspólnych chwil



Więcej informacji uzyskasz u Przedstawiciela Handlowego.

FAKTORIA
— WIN —
W

Dobry wybór wina
na każdą okazję

Old Tbilisi

Gotowi na gruzińską gościnność



WIOSENNA ŚWIEŻOŚĆ

Zapach jest często pierwszym wrażeniem, którego konsument doświadcza wchodząc do sklepu. Przyjemna woń może przyciągać klientów i zachęcać ich do zakupów. Odgrywa ona kluczową rolę w biznesie spożywczym. Idealnie gdy zapach kojarzy się ze świeżością i czystością. Oto kilka sugestii, jak to zrobić:

Intensywne sprzątanie:

Rozpocznij sezon wiosenny od sprzątania, dezynfekcji i dezynsekcji sklepu. Wyczyść wszystkie powierzchnie, podłogi, regały, lady, aby usunąć kurz, brud i bakterie.

Zapach środków czystości:

Używaj środków czystości o przyjemnym zapachu, które nie tylko usuwają brud, ale również pozostawiają świeży aromat. To może pomóc w tworzeniu aury czystości w sklepie.

Wiosenne dekoracje:

Dodaj wiosenne dekoracje do wnętrza sklepu. Ekspozycję uatrakcyjnią też świeże kwiaty, chętnie kupowane w okresie wielkanocnym, lub nasiona roślin poszukiwane w tym czasie. Postaw na sezonowe wystawy. To stworzy przyjemną atmosferę i uczyni sklep przyjaznym dla klientów.

Zmiana aranżacji sklepu:

Jeśli to konieczne, zmodyfikuj układ sklepu, aby uniknąć zatłoczenia i umożliwić klientom swobodne poruszanie się. Czysty i uporządkowany układ może sprawić, że sklep będzie wydawał się bardziej przyjazny i przytulny.

Zapachy w obszarach konkretnych produktów:

Pamiętaj, że zapachy w konkretnych obszarach produktowych, np. świeże owoce i warzywa powinny mieć naturalny, przyjemny aromat.

Promocje na środki czystości:

Wiosenne porządki należą do tradycji świątecznych przygotowań. Wyeksponuj najbardziej poszukiwane produkty, takie jak płyny do mycia okien i innych powierzchni, środki do czyszczenia czy odświeżacze powietrza.

Zapewnienie świeżości produktów spożywczych:

Upewnij się, że wszystkie produkty spożywcze są świeże i dobrze prezentują się na półkach. Regularnie kontroluj terminy ważności. Stosuj zasadę: „pierwsze przyszło, pierwsze wyszło” – nową dostawę układaj za produktami z krótszym terminem przydatności.

Otwarcie drzwi:

Jeśli pogoda na to pozwala, otwórz drzwi, aby wpuścić świeże powietrze do wnętrza. To może odświeżyć atmosferę i uczynić sklep bardziej przyjemnym dla klientów.

Wentylacja:

Skuteczna wentylacja w sklepie spożywczym pomaga w utrzymaniu świeżego powietrza i eliminowaniu niepożądanych zapachów. Wykonuj regularne przeglądy urządzeń wentylacyjnych i klimatyzatorów.

Kontrola zapachów:

Kontroluj zapachy w sali sprzedażowej. Pamiętaj, że nieprzyjemna woń może odstraszać i zniechęcać klientów.

Higiena obsługi:

Zadbaj o schludny wygląd personelu. Strój powinien być czysty i wyprasowany. Zwracaj uwagę na stosowanie rękawiczek i upięte włosy na stoiskach sprzedaży tradycyjnej.

Określ oczekiwania dotyczące czystości:

Wyjaśnij pracownikom, jakie są oczekiwania dotyczące czystości w różnych obszarach sklepu, w tym regałów, lad, kasy itp. Upewnij się, że wszyscy pracownicy rozumieją znaczenie utrzymania wysokich standardów czystości i o nie dbają.

Komunikacja z klientami:

Zachęcaj klientów do dzielenia się opiniami także w zakresie kultury obsługi i czystości sklepu. Otwórz się na ich sugestie i zareaguj na ich potrzeby, aby zapewnić im najlepsze doświadczenie zakupowe.

WARTO WIEDZIEĆ

Zapachy w sklepie spożywczym mają istotny wpływ na zachowania klientów, wpływając pozytywnie na decyzje zakupowe. Wykorzystanie aromamarketingu w branży spożywczej sprzyja wzrostowi sprzedaży [1].

CZYSTY DOM

WARTO PAMIĘTAĆ

Uzupełniając asortyment swojego sklepu pamiętaj o nowościach, które pojawiają się na rynku. Wprowadź je na swoją półkę.

Wiosną, a szczególnie w okolicach przypadającej w tym okresie Wielkanocy, wiele osób decyduje się na porządki w swoich domach, co może wpłynąć na wybory zakupowe klientów sklepów małoformatowych. Poszukiwane będą chemiczne środki czystości oraz ręczniki papierowe i ścierki. Zwracaj uwagę na trendy i preferencje klientów w swojej okolicy, ponieważ mogą się one zmieniać w zależności od pory roku i trendów prezentowanych w mediach. Dostosowanie bieżącej oferty do potrzeb klientów to klucz do zwiększenia sprzedaży.



Przygotowując listę zakupów dla swojego sklepu pamiętaj o popularnych wśród klientów ręcznikach papierowych, ścierkach i workach.

Nasze Marki

EC

Płyny do toalet są niezbędnym elementem czyszczenia łazienek. Warto mieć w ofercie ich różne warianty, o zróżnicowanych formułach, które będą odpowiadać indywidualnym preferencjom klientów.



WARTO PAMIĘTAĆ

Wiosenne odświeżenie domów często obejmuje czyszczenie okien. W kategorii środków specjalistycznych płyny do mycia szyb to istotna kategoria, która koniecznie powinna zająć dobre miejsce na półce. W ujęciu wartościowym chemii gospodarczej to 20,6% wartości rynku [1].



Według badań, na rynku uniwersalnych domowych środków czystości, najwyższe udziały wartościowe uzyskały środki chemii gospodarczej w płynie – wynoszą 44,1%, a uniwersalne środki w kremie 36,4% [1].

WARTOŚĆ DODANA

Chcesz zwiększyć sprzedaż oraz zaproponować kompleksową ofertę?
Przygotuj i wyeksponuj wcześniej produkty dekoracyjne na ten wyjątkowy czas przedświątecznych zakupów.
Klienci to docenią.



Uwielbiane przez dzieci i dorosłych tatuaże i naklejki na jajka.



WARTO WIEDZIEĆ

Barwniki i owijki termokurczliwe do jajek są często wybierane przez kupujących jako alternatywa dla tradycyjnych pisanek.



Atłasowa serwetka i kurczak na patyku do koszyczka z wielkanocną święconką.



WARTO PAMIĘTAĆ

Śmigusówki, pianki i pistolety na wodę to produkty, które w okresie ostatniego tygodnia przed Wielkanocą warto wyeksponować tuż przy kasie.



ŚWIEŻA ATMOSFERA

Nadchodzi wiosna, czas rozbudzenia natury i planowania ogrodowych projektów. Z myślą o wszystkich pasjonatach ogrodnictwa oraz miłośnikach przydomowych upraw, zaprezentuj w sklepie bogaty wybór nasion na wiosenny sezon.

Vilmorin Garden

Firma VILMORIN GARDEN powstała w 1999 roku. Jest światowym liderem w sektorze amatorskim, specjalizującym się w sprzedaży nasion, cebulek, traw i innych produktów, przeznaczonych dla osób uprawiających działki i ogródki. Jej oferta jest dostępna na wszystkich kontynentach.



W okresie poprzedzającym Wielkanoc klienci chętnie sięgają po nasiona rzeżuchy i owsa, które stanowią uzupełnienie świątecznego stołu. Wyeksponuj te produkty.



Własne uprawy warzyw, nawet w mikroskali są na topie. Klienci coraz chętniej kupują nasiona ulubionych roślin.

Wśród jadalnych kwiatów chętnie uprawiane są kolorowe aksamitki, nagietki i nasturcje. Pamiętaj o nich przy zamówieniu.



WARTO PAMIĘTAĆ

Zachęć klientów do wyboru nasion kwiatów o różnych terminach kwitnienia, aby mogli cieszyć się pięknem ogrodu przez cały sezon. Docenią to.



Szukaj nasion w hurtowniach Eurocash Cash&Carry na specjalnych standach

**Życzymy Państwu radosnego odpoczynku
w gronie najbliższych, pomyślności i świątecznej energii
w biznesie, harmonii w relacjach z klientami
oraz sukcesów, które będą kwitnąć
jak wiosenne kwiaty.**

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

