

Na brak propozycji nie mogą narzekać także miłośnicy często wypijanej do śniadania kawy i herbaty. Wyselekcjonowane gatunki surowca, bogaty aromat i wyrafinowany smak, a przy tym eleganckie opakowania w klasycznym bądź nowoczesnym stylu mogą uprzyjemnić każdy poranek.

PIOTR IGNACZAK  
CATMAN GROUP



## NOWE TRENDY W SPRZEDAŻY PRODUKTÓW ŚNIADANIOWYCH

### • Które grupy produktów można zaliczyć do produktów śniadaniowych?

Odpowiedź na to pytanie, wbrew pozorom nie jest tak oczywista, jak się na pierwszy rzut oka wydaje. Po pierwsze, śniadanie spożywa się zarówno w domu, jak i w pracy oraz coraz częściej w drodze do niej. Po drugie, ilość produktów wchodzących w skład posiłku śniadaniowego jest coraz większa. Przykładowo pieczywo, którego różnorodność jest przeogromna i rozpoczyna się od tradycyjnego bochenka chleba, poprzez chleb razowy, tostowy, bułki, bagietki, kajzerki, rogalce, croissanty do... chleba bez mąki, czyli wypieczonego z samych ziaren. Następnie nabiał do smarowania lub nakładania, jak sery, serki, kremy i masła oraz margaryny, także nabiał do picia, jak mleko, jogurt, kefir czy maślanka i mleczne napoje funkcjonalne oraz jajka, które można spożywać na przynajmniej pięć sposobów. Z kolei płatki, zaczynając od naturalnych płatków owsianych, a kończąc na płatkach z dodatkiem owoców suszonych oraz bakalii, zawierających cukry pochodzące z owoców, które są zdrowe

dla ludzkiego organizmu. Wszystkie te grupy produktów z pewnością można zaliczyć do kategorii śniadaniowej. Ale... czy wędlina, dżem, powidła oraz miód również nie kojarzą się ze śniadaniem? A co z owocami, warzywami lub sałatkami z nich przyrządzonymi?

### RADZIMY!

*Posiadać w ofercie szeroki asortyment pieczywa (najlepiej od dwóch lub nawet trzech piekarzy), o bardzo dobrej jakości, ponieważ to właśnie w 90% od tej grupy produktowej zależy sukces sklepu w postaci udanych i smacznych porannych zakupów.*

### • W jaki sposób dobrać asortyment oraz pokazać klientom ofertę śniadaniową tak, by mogli zrobić zakupy nie tylko szybko, ale również atrakcyjnie?

Układając ofertę produktów śniadaniowych, należy kierować się przede wszystkim dwoma parametrami: lokalizacją sklepu oraz dostępnością produktów. Lokalizacja wpływa na rodzaj klientów, którzy przychodzą do sklepu robić zakupy, co jest ściśle powiązane z rodzajem spożywanego śniadania. Sklep osiedlowy (sklep, do którego zaglądną każdego typu klienci) powinien mieć szeroki wybór kategorii śniadaniowych oraz głęboki przekrój produktów. Każdy klient powinien móc w godzinach porannych znaleźć te produkty, które go interesują. Z kolei sklep przy szkole warto, żeby posiadał rozbudowaną kategorię produktów śniadaniowych, specjalnie dopasowanych do potrzeb dzieci i młodzieży. Sklepek w biurze powinien skoncentrować się na doborze produktów, które są nie tylko szybkie do spożycia (w tym gotowe kanapki), ale i zdrowe, jak warzywne przekąski. Pracownicy biur to coraz częściej konsumenci kreujący trend nie tylko zdrowego, ale również proekologicznego odżywiania się. Dostępność produktów to nic innego, jak ich sta-



### Beata Falkiewicz

Sprzedawca  
Sklep spożywczo-przemysłowy  
„Delicja”  
Ostróda

W zależności od upodobania klienci wybierają pomiędzy masłem, margaryną i mixem tych dwóch produktów. Na półce dostępne są także tłuszczce z różnymi dodatkowymi składnikami, jak np. z dodatkiem jogurtu czy oliwy z oliwek. Klienci w tej kategorii najczęściej kierują się ceną, a że mamy zawsze jakieś promocje, najlepiej rotują produkty w korzystnej cenie.

Fot. Olga Tyrcińska



ła obecność w ofercie. Nie ma nic gorszego w działalności sklepu, jak brak asortymentu, po który z samego rana przychodzi głodny klient. Pamiętajmy, że klient głodny staje się „klientem złym” tylko w tej sytuacji, w której nie zostaną zaspokojone jego potrzeby, a do takiej sytuacji dochodzi w przypadku braku produktów na półce.

### RADZIMY!

*Dobierać śniadaniowy asortyment w taki sposób, by konsument, który ma ochotę na smaczne śniadanie, nie musiał iść do innego punktu sprzedaży. Warto pamiętać o zasadzie, że zakupowe przyzwyczajenia klientów buduje się latami, a traci niestety podczas kilku nieudanych zakupów.*

- **W jaki sposób układać i sprzedawać produkty śniadaniowe, by zadowolić coraz bardziej wymagających klientów?**

Jednym z nowych trendów handlowych jest tworzenie specjalnej strefy zakupów śniadaniowych. Trend ten popularny na zachodzie, a co ciekawe, wywodzący się z kultury azjatyckiej, coraz śmielej zagląda pod dachy polskich sklepów. Rozmieszczenie grup produktów wprost śniadaniowych w bliskiej sobie lokalizacji jest pierwszym krokiem do stworzenia takiej strefy. Rozrzucenie produktów świeżych po całej powierzchni sprzedaży to luksus, na który mogą sobie pozwolić tylko sklepy wielkopowierzchniowe. Pieczywo, nabiał oraz wędliny powinny być maksymalnie blisko siebie. Tak blisko, jak się da, by klient mógł ogarnąć tę przestrzeń wzrokiem, nie ruszając się z miejsca. Czy ta zasada Państwu czegoś nie przypomina? Przecież to wypisz, wymaluj mały sklepik z obsługą zza lady, który posiada jedną ladę chłodniczą, a w niej... prawie całą ofertę śniadaniową. Ten sam efekt można osiągnąć w sklepie samoobsługowym, ustawiając regał chłodniczy koło regału z pieczywem a obok nich regał ze smarowidłami w postaci dżemów. Osiąga się w ten sposób mieszankę doznań zakupowych ciepło – zimno oraz świeżo – zapachowo, choć czasem część produktów nabiałowych, jak i wędlin jest paczkowana.

Innym sposobem, w który wpisuje się merchandising śniadaniowy jest tworzenie tzw. ekspozycyjnego koszyka śniadaniowego na półce. Inaczej mówiąc, budowanie ekspozycji z kilku produktów, które współgrają ze sobą śniadaniowo. Zbudowanie na jednej półce ekspozycji płatków z mlekiem czy paczkowanego pieczywa z dżemem, to naprawdę niewielki wysiłek. Dopieszczając ekspozycję, warto stworzyć specjalne etykiety „śniadaniowe”, które powinny być na tyle widoczne i zrozumiałe dla klienta, by ukierunkować jego uwagę na te produkty, które handlowiec chce polecić danego dnia. Jeszcze łatwiej jest przygotować specjalną ekspozycję śniadaniową w tzw. drugiej pozycji sprzedaży. Jeśli dodatkowo będziemy taki koszyk konstruować codziennie (a jeszcze lepiej godzinowo), oferując śniadaniowe produkty w atrakcyjnym mikście cenowym to... szybko usłyszymy od klientów słowa uznania i wdzięczności. W taki właśnie sposób buduje się przewagę konkurencyjną. ↙

REKLAMA

**Nowość!**

**inka**  
GOSKA W SWEJ NATUREE

**Z ORKISZEM**

W KONKURENCYJNEJ CENIE

**inka**  
GOSKA W SWEJ NATUREE

**KAWA ZBOŻOWA  
Z ORKISZEM**

ZO TOREBEK | DO ZAPARZANIA

**W SASZETKACH  
DO ZAPARZANIA**

**20%  
ORKISZU**