



— INSELLO

Poradnik dla handlu



NOWOCZESNA LADA MIĘSNO - WĘDLINIARSKA

INSELLO.COM



WSTĘP

Polska kuchnia od zawsze jest związana z wędlinami i mięsami. Ich obecność kształtuje smakowe upodobania i kulinarną tożsamość Polaków. W 2024 roku, choć nadal cenimy sobie tradycyjne smaki, przy wyborze wędlin bardzo zwracamy uwagę także na inne aspekty, jak: świeżość, pochodzenie produktów oraz cena. Ten trend będzie rósł przez kolejne lata.

- Mięso i jego przetwory są uznawane przez polskiego konsumenta za bardzo ważny element diety. Ponad połowa Polaków wykorzystuje je do komponowania posiłków, a 34 proc. spożywa każdego dnia.
- Pod względem konsumpcji znajdujemy się w czołówce wśród Europejczyków – rocznie konsumujemy średnio 73,2 kg mięsa na osobę (średnia europejska wynosi 67,9 kg).
- Na rodzimych talerzach króluje mięso wieprzowe (64 proc. konsumpcji) oraz drobiowe (33 proc.). W trosce o zdrowie, autentyczność smaku oraz zapewnienie sobie i najbliższym produktów najwyższej jakości, sięgamy po produkty o prostym składzie, bez konserwantów i ulepszaczy.

Polskie wędliny i mięsa są symbolem tradycji i jakości, ale aby skutecznie przyciągały klientów, potrzebują odpowiedniej ekspozycji. W tym poradniku pokażemy, jak nowoczesnie prezentować te produkty w ladzie mięsnej, aby nie tylko zwiększyć sprzedaż, ale także zbudować lojalność klientów.

KLUCZOWE ZASADY NOWOCZESNEJ EKSPOZYCJI



1

Świeżość i jakość na pierwszym planie

Dzisiejsi konsumenci przykładają ogromną wagę do świeżości i składu kupowanych produktów. Blisko 65% Polaków woli kupować wędliny i mięsa bezpośrednio w regionalnych sklepach, ceniąc sobie tradycyjny sposób podawania. Warto wyeksponować dobre produkty w centralnej części lady, z jasnym oznaczeniem ich pochodzenia i składu, ponieważ buduje to zaufanie i lojalność klientów.

2

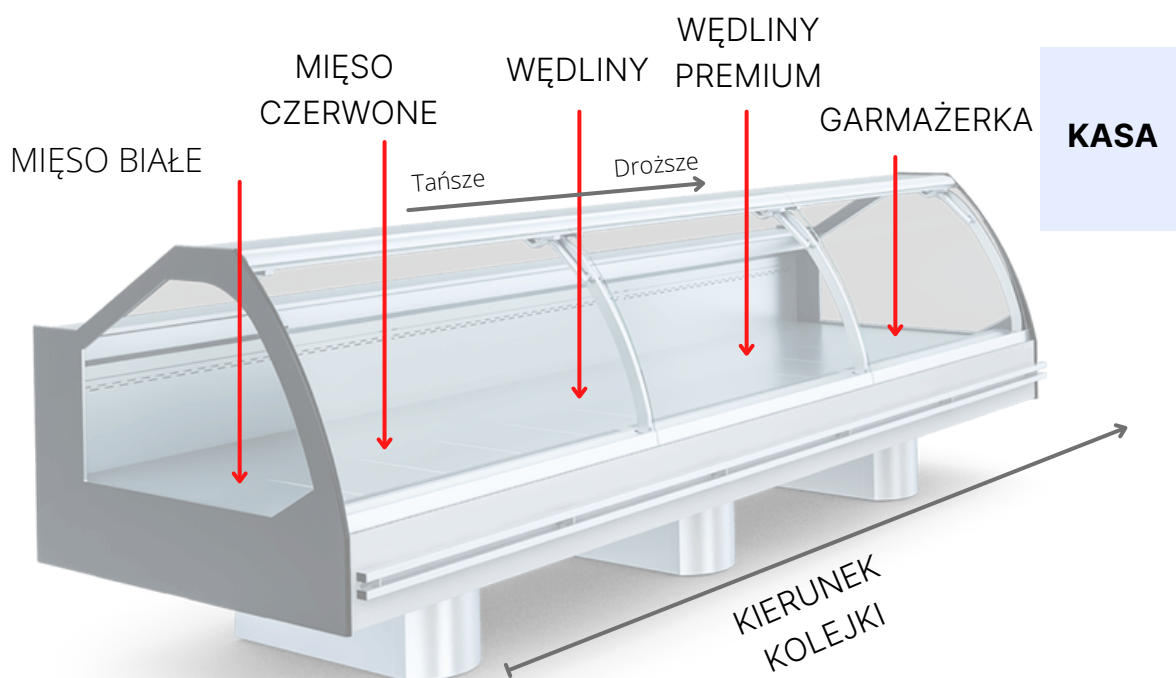
Przejrzystość i dostępność

Używanie szerokich, przeszklonych lad, które zapewniają pełny widok na produkty, to podstawa. Segmentacja produktów według kategorii, np. tradycyjne wędliny, wędliny premium i wyroby regionalne, ułatwia klientom odnalezienie tego, czego szukają.

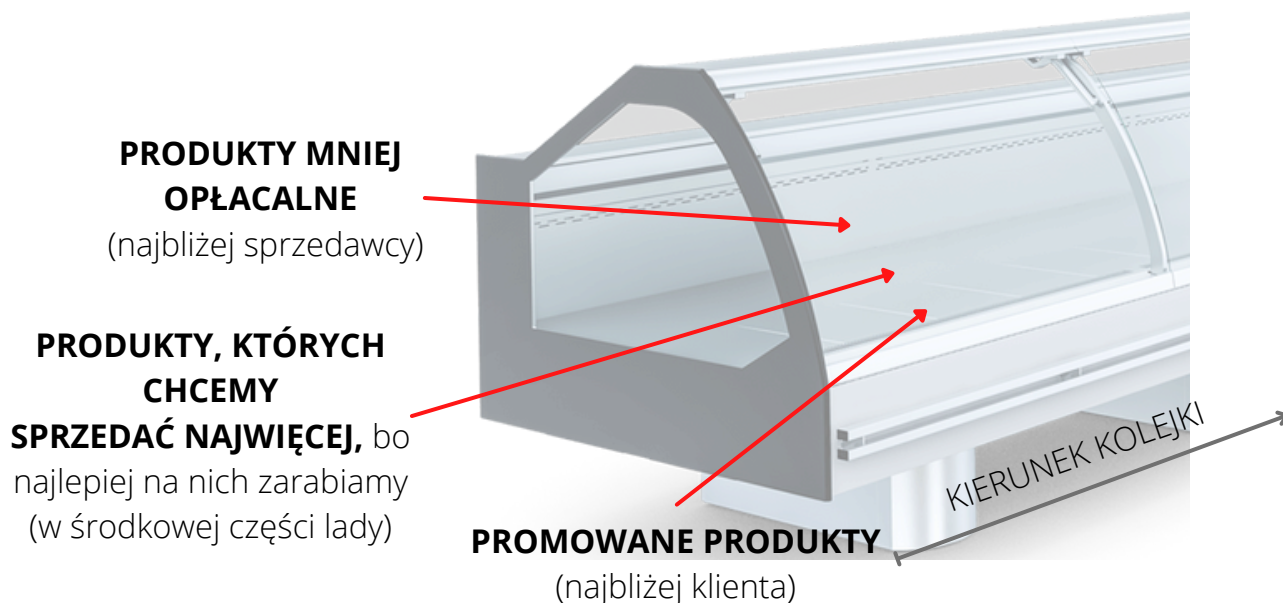
ORGANIZACJA PRZESTRZENI W LADZIE



Ostatnie badania rynkowe pokazują, że prawie **80% konsumentów** decyzję o zakupie podejmuje w miejscu sprzedaży, ważne jest więc odpowiednie zaprezentowanie produktu w ladzie chłodniczej. Klienci kupują oczami, dlatego ekspozycja musi być obfita, estetyczna i zachęcająca do zakupu.



ORGANIZACJA PROMOCJI



Najlepsze miejsce w ladzie przeznacz na produkty, na których sprzedaż najbardziej Ci zależy. Jakie to miejsca?

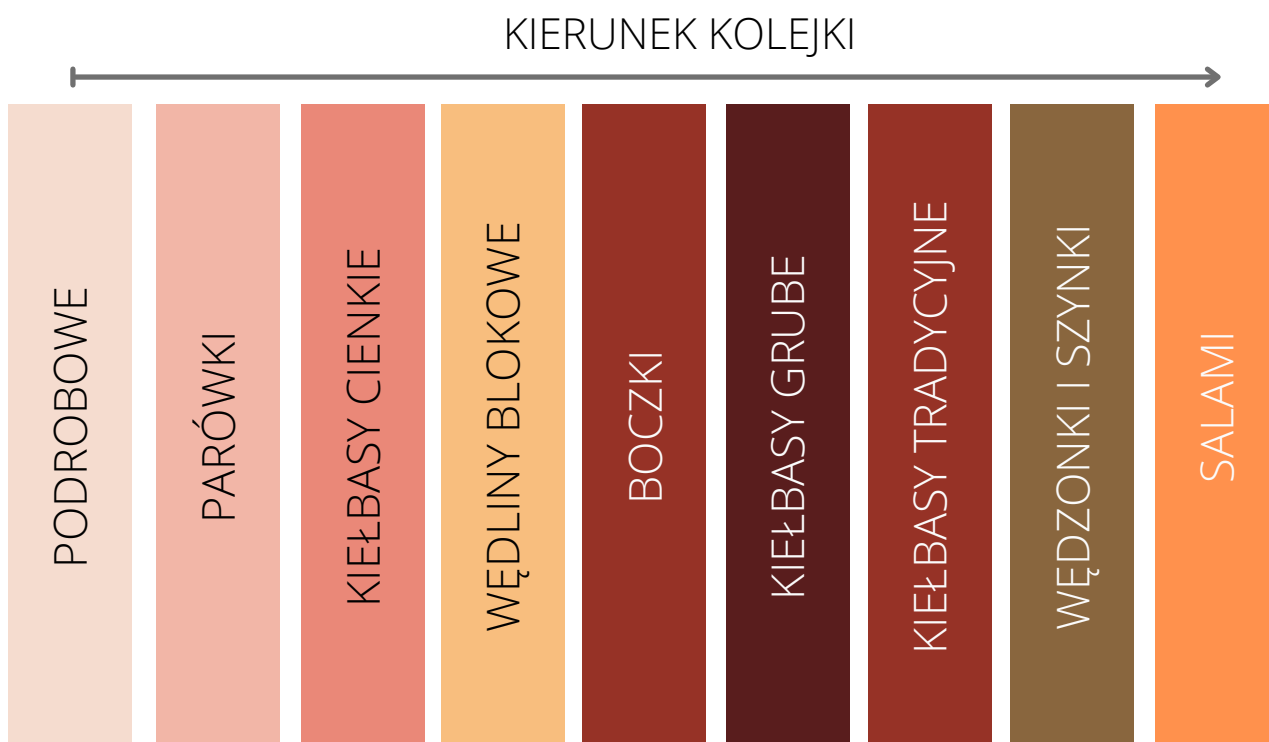
Najlepszym miejscem jest jej sam środek, gdzie możemy zapewnić po pierwsze najlepsze oświetlenie. A po drugie stoi tam najczęściej waga, która jest „przewodniczką” klienta – zawsze popatrzy w jej okolice, a przy okazji może zdecydować się na nieplanowany wcześniej, dodatkowy zakup.



Drobny sekret

Umieść produkty promocyjne przy wadze, czyli tam, gdzie ekspedientka najczęściej przebywa. Ten zabieg daje podświadome wrażenie, że towar, przy którym stoi, jest najczęściej sprzedawany, a więc warto go zakupić.

PRAWDIŁOWE UŁOŻENIE RODZAJÓW WĘDLIN



Nasze wskazówki

- Kiełbasy grube powinny być ułożone przekrojonym końcem prostopadle w ladzie.
- kiełbas cienkie powinny być ułożone równoległe do przejścia.

ZATOWAROWANIE

Kolejnym istotnym aspektem jest dostosowanie wielkość zamówień do potrzeb sklepu. „Wydaje się to być oczywiste, ale często właśnie z nadmiaru zamówień wynikają straty.

Jeżeli nie dopasujemy wielkości zamówień do rzeczywistego zapotrzebowania, świeżość produktu może być wątpliwa. A jak wiemy, jest ona najważniejsza. Klient, który dokona zakupu i w domu rozczaruje się jakością towaru, może zrezygnować z kolejnych wizyt w tym sklepie.

Dlatego chociaż właściwa ekspozycja czy rodzaj oświetlenia odgrywają kluczową rolę, to przede wszystkim należy postawić na jakość i świeżość produktów.



ZASADA FIFO

Towar powinien być na bieżąco dokładany, przy zastosowaniu zasady „First In, First Out” .

Tłumacząc dosłownie, znaczy to **PIERWSZE WESZŁO, PIERWSZE WYSZŁO**.

Według tej zasady dokładamy świeży towar (od strony klientów), a sprzedajemy ten starszy (od strony obsługi).

WYGLĄD LADY WĘDLINIARSKIEJ

W momencie kiedy strefy są już ułożone z uwzględnieniem kontrastu, widoczności i poziomu cen - kolejnym etapem, jest odpowiednie przystrojenie ekspozycji i estetyczne zaaranżowanie.



Obecnie klienci zwracają coraz większą uwagę na sposób eksponowania produktów. Odpowiednia prezentacja może zadecydować o zakupie lub zniechęcić do niego.

Kluczowe zasady ekspozycji na dziale mięsno-wędliniarskim to według najnowszych badań:

● Czystość i estetyka. Ważne, aby pokazać, że się o tę ladę dba, to jest działanie na podświadomość klienta. Jeżeli podchodzi do lady i nie musi się zastanawiać, czy szyba była myta, czy nie, to już jest bardzo dobrze.

● Dbaj o świeżość produktów: mięso nie może być śliskie ani lepkie.

● Ladę wypełniaj maksymalnie do jednej trzeciej jej wysokości, tak aby nie utrudniać sobie podawania towaru klientom.

● Kluczowa dla klienta jest informacja o cenie produktu: umieszczaj etykiety cenowe tak, aby klient nie musiał dopytywać, który produkt ile kosztuje, to zdecydowanie zniechęca do większych zakupów. Oprócz ceny na etykiecie umieść informację o dacie przydatności do spożycia.



Nasze wskazówki

W zestawieniu wystawionych na sprzedaż produktów należy uwzględniać sezonowość, dni tygodnia oraz święta. Pamiętaj również o dostosowaniu asortymentu do aktualnych ofert promocyjnych konkurencji.



Jak zwiększyć sprzedaż na dziale mięsno-wędliniarskim? Oprócz podstawowych zasad eksponowania mięsa i wędlin, warto stosować również mniej oczywiste, ale skuteczne metody, oddziałujące na podświadomość klienta.

W następnym rozdziale przedstawimy tricki, które pomogą zwiększyć sprzedaż wędlin i mięsa.

TRICKI ZWIĘKSZAJĄCE SPRZEDAŻ



1

Uzyskuj efekt obfitości asortymentu poprzez np. układanie małych produktów w dużych ilościach – dodatkowo praktyka ta ułatwi klientowi zauważanie ich w ladzie.

2

Małe produkty z przodu lady, a duże i ciężkie bliżej sprzedawcy – lepsza widoczność wszystkich produktów i estetyka. Jednocześnie różnicuje wysokość ekspozycji.

3

Kolejną rzeczą jest usunięcie wszelkich opakowań z towaru, czy to jest folia, czy sznureczki – to wszystko musi zostać usunięte.



4

Na „hity sprzedażowe” przeznacz większą część miejsca w ladzie, tak aby były bardziej widoczne.

5

Unikaj układania obok siebie produktów o podobnym kolorze – w ten sposób produkty nie zleją się w oczach klienta w jedną masę

6

Z kolei dobrą praktyką jest układanie obok siebie produktów podobnej wielkości.

7

Szynka zawsze powinna być pokazana w przekroju, jednak aby minimalizować straty, nie przecinamy jej na pół, ale odkrawamy kilka plasterków, to wystarczy.

8

Na początek dnia odkrawaj zawsze pierwszy kawałek wędliny: w ten sposób osiągniesz efekt świeżości produktu.

9

Wołowinę owiń w folię spożywczą – w przypadku pozostawienia jej bez żadnego zabezpieczenia bardzo szybko wyschnie na skutek obiegu chłodniczego w ladzie. Inne rodzaje mięs i wędliny nie są aż tak wrażliwe na niską temperaturę.

Na koniec trick, który może rozśmieszyć, ale świetnie pokazuje jak bardzo w sprzedaży na dziale mięsno-wędliniarskim liczą się detale. Kielbas NIGDY nie układamy pętkiem w dół, który przypominał będzie ... smutną minę.

Badania pokazały, że takie ułożenie wzbudza podświadomie negatywne emocje w kliencie. Dlatego pętka zawsze układamy „uśmiechem do góry”. Małe rzeczy mają wielkie znaczenie.



Nasze wskazówki

Pamiętaj, że lada musi żyć na okrągło, tam się cały czas coś musi dziać, przyciągać uwagę klienta.





PODSUMOWANIE

Nadchodzi moment sprzedaży: klient staje przed ladą i zastanawia się, co kupić. Powinniśmy sobie zadać pytanie: czy zrobiłem wszystko, żeby zachęcić do zakupu? Czy towar wygląda świeżo i estetycznie? Czy ułożenie lady mięsnej spełnia wszystkie zasady? A lady wędliniarskiej?

Pamiętajmy, że nie wystarczy zadać sobie tych pytań raz dziennie. Zadaniem ekspedientki jest ciągła kontrola ekspozycji i przestawianie, poprawianie produktów, w miarę potrzeb. Równie ważne jest zaskakiwanie klienta, wprowadzanie nowości, przecen i zmian w prezentacji produktów.

W dzisiejszych czasach wędliny są drogie, a żaden sklep nie może sobie pozwolić na wyrzucanie przeterminowanych produktów. Lada wędliniarska generuje wysokie obroty, ale może też przyczyniać się do strat, jeśli o nią nie zadbamy.

Dlatego tak ważne jest, by personel był odpowiednio przeszkolony i miał świadomość, że codzienna dbałość o ekspozycję to klucz do sukcesu. Sklepy, które inwestują czas i zasoby w odpowiednią opiekę nad ladą, minimalizują straty i maksymalizują zyski.



Zachęcam do zapoznania się z poradnikiem. Zawarłem w nim swoją wiedzę oraz doświadczenie i mam wielką nadzieję, że wskazówki zawarte w tym poradniku pomogą Ci generować większe zyski i przyciągać nowych klientów do Twojego sklepu.

Chętnie wysłucham wszystkich opinii i przemyśleń.

Jeśli masz dodatkowe pytania, bardzo chętnie pomogę.

Pozdrawiam serdecznie
Rafał Kola



www.insello.com



info@insello.com

Obserwuj nas w social mediach:

[Facebook](#) | [Youtube](#) | [LinkedIn](#)