

HANDEL

1230-9664
1 kwietnia 2009
nr 6 (239)
www.pwf.com.pl

Apetyt na jaja

Wielkanoc wypada w tym roku w kwietniu, co oznacza, że na początku tego miesiąca popyt na jaja konsumpcyjne wzrośnie, ale w maju znacznie spadnie. >> 19



Energetyzujemy się

Z roku na rok rośnie udział marek własnych w sprzedaży napojów energetyzujących. Pod koniec 2008 r. wyniósł już 30% ilościowo. >> 22

Zakupy na kredyt

Zdecydowana większość ankietowanych przez HANDEL detalistów przyznaje, że korzysta z kredytu kupieckiego. >> 28

ABC HANDLU

Zmiany na głowie

Budując regał z kolorantami najpierw należy podzielić farby pod względem stopnia trwałości koloru, a następnie blokować produkty markami. >> 34

Szcześliwa pięćsetka

O 120 sklepów ma się powiększyć w 2009 r. partnerska sieć Eden. Jak na razie sieć liczy 501 placówek, generujących ok. 550 mln zł obrotów rocznie.

Sieć handlowa Eden powstała w 2002 r. z inicjatywy kilkunastu kupców z Mazowsza. W ciągu tych siedmiu lat sieć rozrosła się do ponad pół tysiąca placówek (500. sklep otwarto w lutym br.) i nie ustaje w ambitnych planach rozwoju. W zamierzeniach na ten rok jest uruchomienie minimum jednego oddziału terenowego (obecnie działają cztery), otwarcie własnego sklepu wzorcowego, zmiana wizualizacji zewnętrznej w co najmniej 70 placówkach, wdrożenie programu lojalnościowego w większości sklepów oraz zakończenie pierwszego etapu projektu informatyzacji i komputeryzacji sieci. Ważnym krokiem będzie również podpisanie ok. 50 umów z producentami oraz renowacja dotychczasowych umów handlowych z dostawcami. „Nie bez znaczenia



„Dla mnie najważniejsza jest niezależność, na którą Eden mi pozwala”
– mówi Andrzej Łotko, właściciel sklepu Eden w Zabłudowie.

są dla mnie wynegocjowane centralnie opusty cenowe w hurtowniach oraz rabaty u przedstawicieli handlowych – podkreśla Andrzej Łotko, właściciel sklepu Eden w Zabłudowie (woj. podlaskie). – Korzyści z uczestnictwa w Edenie jest dużo więcej”. >> 32

CONTIMAX
smakuj co dzień

Niepowtarzalny
NATURALNY smak

NAJCZĘŚCIEJ wybierany
asortyment z sałatek

NALEPSZE portfolio
opakowań 650g

WWW.CONTIMAX.PL

4-KROTNIIE WIĘKSZE ZYSKI W KATEGORII SAŁATEK

NOWOŚĆ

Zadowolenie w Edenie

Rozmowa z **Andrzejem Łotko**, prowadzącym w Zabłudowie (woj. podlaskie) sklep należący do partnerskiej sieci Eden.

Ma Pan wieloletnie doświadczenie jako niezależny detalista.

Co więc spowodowało, że dwa lata temu zdecydował się Pan przystąpić do sieci Eden?

Swoją pierwszy sklep otworzyłem w 1993 r. w Zabłudowie. Wcześniej zajmowałem się sprowadzaniem z zagranicy m.in. odzieży oraz sprzętu rtv i sprzedażą tego towaru na białostockim bazarze. Z zachwytem wchodziłem w tamtych czasach do zachodnich sklepów, które przykuwały moją uwagę bogactwem asortymentu, umiejętną ekspozycją, bardzo dobrym oświetleniem prezentowanych produktów. Wtedy postanowiłem, że mój sklep – jeśli zdecyduję się na uruchomienie niezależnej placówki – będzie spełniał zachodnie standardy bez względu na to, czy zlokalizowany będzie w dużym czy małym mieście. Od 1995 r. prowadzę sklep, w którym teraz rozmawiamy. Z czystym sumieniem mogę powiedzieć, że w pełni realizuję swoje postanowienie sprzed lat. Przestrzegam podpatrzonych na Zachodzie standardów prowadzenia sklepu, co znalazło uznanie wśród klientów. Ciepłe, ale też pełne niedowierzania słowa słyszę także od przedstawicieli handlowych. Nie potrzebowałem więc przystępować do żadnej sieci aż do momentu, kiedy zapoznałem się z propozycją Edenu.

Co więc Pana skusiło?

Jako detalista cenię sobie niezależność, zarówno jeśli chodzi o dobór asortymentu, jak i sposób czy miejsce zakupu sprzedawanych w moim sklepie



Sieć Eden działa w siedmiu województwach: warmińsko-nazurskim, kujawsko-pomorskim, podlaskim, mazowieckim, lubelskim, łódzkim, świętokrzyskim. Ma oddziały w Białymstoku, Ciechanowie, Kielcach i Siedlcach. Bieżący rok sieć chce zamknąć liczbą 600 sklepów.

Liczba sklepów: 500

Średnia powierzchnia

przedaży: ok. 90 m²

Liczba SKU: 3-3,5 tys.

Personel w sklepie:

średnio 3 osoby.

artykułów. Eden zapewnia mi swobodę podejmowania decyzji oraz 2–3% opusty cenowe w hurtowniach, w których do tej pory zaopatrywałem się samodzielnie. Również u przedstawicieli handlowych mam wynegocjowane przez sieć 5–6% rabaty. Co ważne, centrala nie pobiera opłat abonamentowych miesięcznych ani rocznych, jedynie na początku wpłaciłem jednorazowo 500 zł na materiały sieciowe. Podczas symbolicznego otwarcia sklepu, który przystąpił do sieci, Eden zorganizował mi konkurs z nagrodami dla pierwszych trzech klientów; wsparł mnie też materiałami reklamowymi, foliówkami, otrzymałem firmowe stroje dla personelu.

Miał Pan propozycje z innych sieci?

Oczywiście, i to wiele. Ale nie interesuje mnie twarda franczyza, przeciwny jestem też opłatom na rzecz sieci, więc odmawiałem. Dopiero w Edenie znalazłem to, czego szukałem. Nic nie straciłem, a tylko zyskałem. Działamy na partnerskich zasadach.

Czy specjaliści z centrali zmienili Panu aranżację sali sprzedaży lub udzielili praktycznych wskazówek, np. jak eksponować towar?

Nie było takiej potrzeby. Mój sklep, który opisywała Pani w HANDLU 4/09, stał się wizytówką sieci, pokazującą placówką wskazującą, do jakiego modelu zarządzania należy dążyć. W centrali podają mój adres tym detalistom, którzy wahają się przed przystąpieniem do sieci.

Jak Pan ocenia współpracę z Edenem?

Bardzo dobrze. Gdy tylko czegoś potrzebuję, mogę śmiało porozmawiać o tym z przedstawicielem sieci. Wykleili mi okno z godzinami pracy sklepu, bez problemu zrobili szyld z nową nazwą. Eden wydaje kilka razy w roku gazetki, które informują o atrakcyjnej ofercie promowanych produktów. Typ promocji jest zbieżny z potrzebami moich klientów. Czegoż chcieć więcej?

Gdyby jednak sieć zdecydowała się na wprowadzenie opłaty miesięcznej, pozostałby Pan w niej?

Mocno bym się nad tym zastanawiał. Ale raczej zrezygnowałbym z uczestnictwa. Mam nadzieję, że nie postawią mnie przed takim wyborem.

Dziękuję za rozmowę.

Katarzyna Pierzchała

Dotychczas w cyklu

W HANDLU nr 1 wywiadem z Krzysztofem Postkiem, franczyzobiorcą sieci Groszek, rozpoczęliśmy cykl artykułów o doświadczeniach detalistów, którzy przystąpili do sieci. W HANDLU nr 2 opublikowaliśmy wywiad z Justyną Duszą, franczyzobiorcą sieci Delikatesy Centrum. Wywiad z Januszem Grzędą, członkiem Stowarzyszenia Kupców i Przedsiębiorców Polskich Razem, właścicielem lubelskiego sklepu należącego do sieci Razem, ukazał się w HANDLU nr 4.