

## Cygara i cygaretki: wysokomarżowa kategoria

data aktualizacji: 2014.01.18



**W sklepach, które sprzedają cygaretki, zazwyczaj znajdziemy także cygara. Jednak obrót tymi produktami wygląda zupełnie inaczej.**

To, czy sklep ma szansę zarobić na cygarach i cygaretkach, zależy w dużej mierze od jego lokalizacji. O ile inne używki (alkohol i papierosy) „schodzą”, lepiej lub gorzej, bez względu na miejsce - o tyle z omawianym asortymentem jest inaczej. Wielu właścicieli sklepów spożywczych, którzy na próbę zainwestowali w kilka paczek lub sztuk, miesiącami nie może sprzedać towaru. Drugi raz raczej go nie wezmą. Są jednak i takie punkty, w których cygara i cygaretki robią zadowolający obrót, a w niektórych miejscach stanowią najbardziej rentowny asortyment. Sprzyja temu fakt, że produkty z tej kategorii należą do wysokomarżowych. - Cygara i cygaretki nie podlegają obowiązkowi oznaczania ceną bitą na opakowaniach, w związku z tym detalista ma prawo ustalić indywidualny narzut - mówi Rafał Szwemberg, marketing manager Scandinavian Tobacco Group Polska. Niektórzy kupcy nie potrafią wyczuć rozsądnej granicy i podnoszą ceny do poziomu nieakceptowanego przez konsumentów. - Największym problemem jest windowanie narzutów detalicznych do kilkuset procent, szczególnie w kategorii cygar robionych ręcznie, co sprawia, że cena w punkcie sprzedaży okazuje się zaporowa - przyznaje Rafał Szwemberg.

### **Producent pomoże**

Większość obrotu cygarami i cygaretkami odbywa się poprzez sklepy z szerokim asortymentem wyrobów tytoniowych. Kanalem, o którym nie można w tym miejscu nie wspomnieć, jest Internet. - Jeśli chodzi o cygara powyżej 2 g - ręczne i maszynowe - główny kanał dystrybucji to Internet. W przypadku cygaretek mamy podział pół na pół: na kanał tradycyjny, do którego zaliczamy trafiki czy stoiska na bazarach, oraz nowoczesny, np. saloniki prasowe - tłumaczy Szwemberg. Właściciele sklepów spożywczych, którzy chcą poszerzyć asortyment o dział tytoniowy, mogą liczyć na pomoc producentów i dystrybutorów tych wyrobów. Mają oni w ofercie m.in. specjalne gabloty na ladę oraz wiszące, ekspozytory na pojedyncze paczki czy sztuki (w przypadku cygar) a także listwy ekspozycyjne, stojaki i displaye dopasowane do danego wyrobu lub grupy wyrobów. Niekiedy wystarczy wygospodarować niewielką powierzchnię (30-40 cm półki) i można ustawić kilkanaście paczek cygaretek czy aromatyzowanych papierosów. Jeśli zaś chodzi o akcesoria do własnoręcznego

robienia papierosów (bibułki, filtry, gilzy, nabijarki, zwijarki itp.), powinny się one znajdować w pobliżu kategorii tytoni lub przy kasie.

### **Niewiedza zniechęca**

Wiedza, którą powinien dysponować sprzedawca wyrobów tytoniowych, jest znacznie szersza, niż w przypadku większości produktów FMCG. Ignorancja sprzedawcy skutecznie zniechęci każdego, a konesera w szczególności. Ekspedient powinien więc umieć powiedzieć kilka słów o marce – przynajmniej skąd pochodzi, a jeśli będzie dodatkowo znał jej historię, to tylko zyska w oczach konsumenta. Bywalcy sklepów specjalistycznych wybierają te placówki nie tylko po to, by ktoś im doradził, jakie cygaro wybrać do danego rodzaju alkoholu – to już wiedzą. Od sprzedawcy chcieliby usłyszeć coś więcej, liczą na poszerzenie wiedzy, często na anegdotki. No, ale do tego potrzeba eksperta, co wiąże się z dodatkowymi kosztami... W praktyce wystarczy, że sprzedawca będzie posiadał podstawowe informacje na temat asortymentu: niech choćby określi, czy cygaro jest robione ręcznie czy maszynowo i skąd pochodzi. □

*(HUW)*

*Wiadomości Handlowe, Nr 1 (131) Styczeń 2013*

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/cygara-i-cygaretki-wysokomarzowa-kategoria,1256>