

HL Display, czyli lepsze doświadczenie zakupowe w dziale produktów świeżych

data aktualizacji: 2019.05.10



Ekspozycja warzyw i owoców jest wizytówką sklepu. Firma HL Display wie, jak urządzić to stoisko, żeby zachwyć i przyciągnąć klientów.

Kategoria produktów świeżych – warzywa i owoce, mięso, ryby, przetwory mleczne i wypieki – odpowiada za około 40% przychodów sklepu, przyczyniając się do znacznego zwiększenia ruchu i lojalności klientów. Jednak zarządzanie tą kategorią jest bardzo skomplikowane: produkty świeże szybko się psują, ceny wciąż ulegają zmianie, artykuły bywają bardzo delikatne. Ponadto wiele z tych produktów wymaga różnej temperatury i obsługi. To sprawia, że część placówek ma trudności z osiągnięciem zadawalającej marży w dziale produktów świeżych. Z tego powodu sieci sklepów spożywczych i wyspecjalizowane placówki poszukują nowych sposobów na przyciągnięcie klientów, przy jednoczesnym ograniczeniu kosztów i odpadów. W odpowiedzi na te wyzwania HL oferuje rozwiązania merchandisingowe, które wpisują się w misję firmy, którą jest tworzenie lepszego doświadczenia zakupowego.

Handel to nie tylko transakcja

Oferta i ekspozycja świeżych produktów o wysokiej jakości to główny powód, dla którego kupujący wybierają dany sklep. Chcą oni przed zakupem dotknąć, zobaczyć, czy nawet powąchać produkt. Z tego powodu aż 76% z nich deklaruje, że woli kupować produkty świeże w tradycyjnym sklepie, natomiast aż 44% klientów w ogóle nie robi zakupów w Internecie, ponieważ nie ufa jakości sprzedawanych tam produktów. Prawie jedna czwarta klientów zdecydowałaby się na zmianę sklepu, jeśli nie byłaby zadowolona z jakości, świeżości i różnorodności prezentowanych produktów.

Nasi klienci, sprzedawcy detaliczni, często mają obawy związane z coraz większymi wymaganiami kupujących, co do konkurencyjności cen, jakości i dużego wyboru produktów, ponieważ dla sprzedawcy oznacza to wzrost kosztów. Nawiązaliśmy więc ze sprzedawcami detalicznymi współpracę, której celem jest opracowanie strategii pozwalającej na stworzenie różnorodności, jak również zwiększenie sprzedaży i ograniczenie strat – mówi **Rafał Lewandowski**, Commercial Director HL Display Polska.

Firma ma w ofercie produkty dla wszystkich stref działu produktów świeżych. – *Posiadamy rozwiązania dla wszystkich obszarów tej kategorii, od chłodziarek, modułów ściennych czy półek, poprzez rozwiązania zwiększające sprzedaż impulsową, do komunikacji wewnątrz-sklepowej. Dzięki naszym zaawansowanym możliwościom w dziedzinie badań i rozwoju oraz globalnej współpracy w zakresie innowacji, jesteśmy w stanie zaoferować rozwiązania merchandisingowe zwiększające sprzedaż i ograniczające straty żywności, które sprawdzą się na wielu rynkach i będą odpowiednie dla sklepów, bez względu na ich powierzchnię* – tłumaczy ekspert. I podkreśla rolę tradycyjnych sklepów w przyszłości. – *HL Display chce, aby handel detaliczny nie był utożsamiany wyłącznie z transakcją, ale stanowił doświadczenie zakupowe. Warzywa i owoce to niezwykle ważna kategoria produktów, która umożliwi osiągnięcie tego celu w środowisku sklepowym. Klienci wolą kupować świeże produkty w sklepach, a nie przez Internet. Inwestowanie w tworzenie lepszych wrażeń zakupowych w dziale warzyw i owoców to doskonała okazja zarówno dla sprzedawców, jak i dostawców świeżych produktów* – podsumowuje **Rafał Lewandowski**.

W trosce o ekologię

HL Display dba również o środowisko. Na świecie marnuje się jedna trzecia żywności, wliczając w to gospodarstwa domowe, gastronomię i sklepy detaliczne – to około 1,3 mld ton. Marnują się oczywiście też produkty świeże. Dla sprzedawców detalicznych oznacza to, że produkty z tej kategorii odpowiadają za około 16% wszystkich strat w sklepie, co stanowi wyzwanie nie tylko dla zysków sklepu, ale również dla środowiska naturalnego. W związku z tym HL Display opracował rozwiązania merchandisingowe dla działu produktów świeżych:

- **Sigma™** to flagowe rozwiązanie HL Display dla sklepów detalicznych, które poszukują sposobu na atrakcyjną, bogatą ekspozycję świeżych produktów, napędzającą sprzedaż, zmniejszającą straty i odpady. Sigma™ to coraz bardziej popularne, innowacyjne rozwiązanie HL, obejmujące system półek i regałów do chłodziarek, wykonanych z anodyzowanego aluminium. Materiał ten jest całkowicie odporny na rdzę, odpryskiwanie i łuszczenie się. Rozwiązanie to pozwala na bogatą ekspozycję warzyw i owoców na modułowych standach bez konieczności utrzymywania dużej ilości zapasów. Umożliwia to również wyraźne ograniczenie ilości odpadów i strat żywności, natomiast poprawa wyników sprzedaży sięga rzędu 10% lub nawet więcej.
- **FreshCase™**, wprowadzony na rynek na początku 2019 roku, to atrakcyjny system pojemników na

półkę przeznaczony do ekspozycji produktów w temperaturze otoczenia. Dostępne są różne wymiary i różne fronty pojemników, a całość wykonana jest w 50% z tworzywa sztucznego z recyklingu. Jest to jedno z rozwiązań merchandisingowych HL stworzonych w ramach gamy produktów Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Choice). HL Display oferuje FreshCase™ w różnych wymiarach i formatach. To idealne rozwiązanie spełniające potrzeby większości sprzedawców detalicznych pod względem elastyczności zastosowania, a w szczególności, jeśli chodzi o produkty sprzedawane luzem.

- **Tray'e półkowe Next™** z popychaczami na belce to system tray'ów zapewniający stałe i automatyczne ustawienie produktów w chłodziarkach – takich jak gotowe sałatki pakowane w torebki, frontem do przodu. System Next™ pozwala na zmniejszenie czasu potrzebnego na merchandising produktów oraz zwiększa widoczność samego produktu, jak i jego ceny.
- **Multivo™ Max** oferuje takie same korzyści jak Next™ i jest przeznaczony do sklepów detalicznych, które chcą utrzymać porządek na półkach. Dzięki oszczędności czasu i zastosowaniu tej samej zasady frontowania produktów na półkach, system Multivo™ Max pozwala na stworzenie atrakcyjnej ekspozycji, a jednocześnie na efektywne wykorzystanie dostępnej przestrzeni.
- **Pojemniki zasypowe i pojemniki grawitacyjne** również świetnie sprawdzają się w kategorii świeżych produktów. Pojemniki napędzają sprzedaż impulsową produktów sprzedawanych luzem, takich jak orzechy, płatki zbożowe i musli. Merchandising produktów sprzedawanych luzem pozwala ograniczyć ilość odpadów opakowaniowych, a jednocześnie umożliwia kupującym swobodny wybór i mieszanie produktów. Dzięki niemu sprzedawcy detaliczni mogą osiągnąć wyższe marże i zmniejszyć ilość opakowań.

Nowością na rynku są również **Kosze** na produkty sprzedawane luzem, opracowane z myślą o tym, aby nadać kategorii świeżych produktów wygląd i charakter towarów kupowanych „na targu, prosto od rolnika”. Kosze wyglądają atrakcyjnie, są łatwe w czyszczeniu i wszechstronne. Można je wykorzystać zarówno w ramach ekspozycji głównej, jak i ekspozycji w dodatkowym miejscu (jako rozwiązanie typu secondary placement).

- System standów **Sigma™ floor** został opracowany z myślą o ekspozycji produktów w dodatkowym miejscu, jako rozwiązanie merchandisingu krzyżowego, które służy dalszemu zwiększeniu sprzedaży. Dzięki unikalnemu, atrakcyjnemu dla kupujących projektowi standów – w kształcie drzewa bananowego, baldachimu czy ananasa – wyniki sprzedaży rosną, a straty maleją. System ten został opracowany w taki sposób, aby nie dochodziło do obijania się owoców – a tym samym – aby ograniczyć ilość odpadów. Standy są przyjazne dla kupujących, klienci mają wygodny dostęp i mogą wybrać produkty z całej ekspozycji. Standy można łatwo przesunąć w inne miejsce, aby napędzać zakupy impulsowe – badanie przeprowadzone w jednym ze sklepów testowych wykazało, że dzięki ekspozycji drzewa bananowego sprzedaż wzrosła aż o 100%.
- Komunikacja z kupującymi ma równie ważne znaczenie, jak merchandising – pomaga klientom w poruszaniu się po sklepie, pomiędzy różnymi kategoriami i asortymentem produktów. Opracowany przez HL Display modułowy system oznakowania **Lift & Drop** można dostosować do indywidualnych specyfikacji sprzedawcy i jest to szczególnie skuteczne rozwiązanie w kategorii produktów świeżych.
- Coraz więcej sprzedawców przechodzi z manualnych etykiet cenowych na Elektroniczne Etykiety Półkowe (ESL), co świadczy o rosnącym znaczeniu cyfryzacji i automatyzacji w sklepach detalicznych. HL Display oferuje **uchwyty do ESL** o wysokiej wytrzymałości, które można przymocować praktycznie do wszystkich formatów, takich jak półki, kosze czy skrzynki.

HL pozwala zwiększyć sprzedaż

HL Display to globalny leader zapewniający rozwiązania z zakresu merchandisingu i komunikacji wewnątrz-sklepowej, który pomaga swoim klientom na całym świecie w tworzeniu lepszych doświadczeń zakupowych. Firma, która powstała w 1954 roku aktualnie jest obecna w 50 krajach. Nasze rozwiązania dla sprzedawców detalicznych i producentów umożliwiają zwiększenie sprzedaży, obniżenie kosztów pracy, stworzenie różnorodnej oferty i ograniczenie strat.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/hl-display-czyli-lepsze-doswiadczenie-zakupowe-w-d,54300>