

## **Paulina Midor, Bielmar: Przed świętami sprzedaż margaryny rośnie nawet dwukrotnie**

data aktualizacji: 2019.11.07



**Przed świętami sprzedaż margaryny zwiększa się nawet dwukrotnie w stosunku do pozostałych okresów w roku. Zwiększona sprzedaż tłuszczów do pieczenia nie kończy się wraz ze świętami, ale trwa aż do Nowego Roku, a później przez cały okres karnawału - zauważa w rozmowie z „Wiadomościami Handlowymi” Paulina Midor, junior category manager w firmie Bielmar.**

**Pieczenie ciast to w wielu domach jeden ze stałych elementów przygotowań do świąt Bożego Narodzenia. Jakiego rzędu wzrost sprzedaży notują margaryny przed świętami?**

Spożycie margaryn do pieczenia utrzymuje się w ciągu roku na stałym poziomie, natomiast piki sprzedażowe są wyraźnie widoczne oczywiście w okresach przedświątecznych, kiedy zwiększa się koszyk zakupowy wśród konsumentów. Wbrew opinii, że tradycja pieczenia zanika na rzecz gotowych wyrobów z cukierni, nie odnotowaliśmy znacznych spadków sprzedażowych. Wręcz

przeciwnie - przed świętami sprzedaż zwiększa się nawet dwukrotnie w stosunku do pozostałych okresów w roku. To dla nas dobry sygnał, aby jeszcze bardziej wzmacniać naszą sprzedaż produktów z tej kategorii.

### **Czym kierują się konsumenci wybierając produkty do pieczenia?**

Domowe wypieki opierają się zazwyczaj o sprawdzone receptury i najwyższej jakości składniki. W przypadku kategorii produktów do pieczenia, zwłaszcza margaryn, istotne jest korzystanie z produktów o wysokiej zawartości dobrej jakości tłuszczów. Każda oszczędność w tym wypadku to tylko oszczędność pozorna. Warto jednak podkreślić, że okres przedświąteczny to czas, kiedy producenci przygotowują atrakcyjne oferty cenowe dla konsumentów. Oczywiście marka również ma znaczenie. Znane i sprawdzone produkty są chętniej wybierane przez konsumentów ponieważ są gwarancją udanego wypieku. W okresie przedświątecznym konsumenci zwracają uwagę nie tylko na jakość produktów, ale również chętniej decydują się na produkty sprawdzone, dające gwarancję udanych i smacznych wypieków. Nie ma tutaj miejsca na eksperymentowanie, dlatego właściciele sklepów planując ekspozycje produktów na półce powinni zwrócić szczególną uwagę na produkty, które cieszą się największym uznaniem wśród konsumentów. Popularnością cieszą się również produkty o zwiększonych gramaturach - przeważnie jako produkty in-outowe, dedykowane na ten wyjątkowy czas.

### **Czy mogliby Państwo udzielić kilku prostych wskazówek dla detalistów odnośnie tego, jak zarządzać tą kategorią przed świętami?**

Kluczowy ze sprzedażowego punktu widzenia jest odpowiedni zapas produktów, gdyż dzienna rotacja może sięgać nawet kilkudziesięciu kostek. Regularne uzupełnianie braków produktowych na półce jest istotne zwłaszcza w okresie przedświątecznym, kiedy sprzedaż jest zdecydowanie wyższa i produkty szybciej rotują - produkt powinien być cały czas dostępny dla konsumentów. Warto mieć na uwadze, że zwiększona sprzedaż tłuszczów do pieczenia nie kończy się wraz ze świętami, ale trwa aż do Nowego Roku, a później przez cały okres karnawału. Istotną rolę odgrywają również materiały POS- zapewniają lepszą identyfikację produktu i przyciągają uwagę klienta.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/paulina-midor-bielmar-przed-swietami-sprzedaz-marg,58365>