

Strefa przedsiębiorcy

2017-12-19

Marki własne odgrywają istotną rolę w ofercie stacji paliw - specjalnie dla Polskiej Izby Paliw Płynnych komentuje Monika Ostaszewska, Marketing Manager sieci MOYA



Marki własne odgrywają istotną rolę w ofercie stacji paliw i zyskują na znaczeniu wśród klientów. O ile w tradycyjnej sprzedaży wielkopowierzchniowej trend jest odwrotny, o tyle w kontekście stacji paliw ten segment ma duży potencjał do rozwoju i ekspansji. Szansą jest na pewno zwiększona możliwość promocji tego typu asortymentu, a słabą stroną ograniczone zaufanie konsumentów do produktów o nieugruntowanej pozycji na rynku.

Marki własne, które dynamicznie rozwijają się w największych sieciach obecnych na polskim rynku, to ciekawe zjawisko i na pewno doskonały ruch pod względem dostosowania się do aktualnych potrzeb klientów. Tworzenie marki to długotrwały proces - pozycję wypracowuje się powoli i konsekwentnie. Nie ma nic odkrywczego w tym, że nowoczesny sklep musi zapewnić zarówno produkty pierwszej potrzeby, jak i dobrą gastronomię. Niewątpliwie jednak na pewne ruchy mogą sobie pozwolić tylko najwięksi gracze, ponieważ kluczem do rozwoju marek własnych jest przeprowadzenie dogłębnej analizy pod kątem optymalizacji cen, asortymentu, promocji oraz jeszcze skuteczniejsza egzekucja ustaleń centralnych w sklepach. Jednak inwestycja w markę zwraca się, ma także wartość wizerunkową.

Asortyment marek własnych powinien być w dużej mierze zależny od lokalizacji konkretnego punktu. Oczekiwania co do oferty różnią się w zależności od tego, czy punkt znajduje się w pobliżu innych obiektów handlowo-usługowych, czy nie. W tym drugim przypadku, klienci chętnie sięgają po produkty, które mogą zabrać do domu, np. dania convenience czy te z szerszej oferty FMCG. I w oparciu o te wytyczne warto dobierać szerokość asortymentu. Co do logistyki - wierzę, że dobrym rozwiązaniem jest jeden producent w danej kategorii i centralnie planowane dostawy z jednego głównego magazynu. To

zapewnia jednolitą jakość oferowanych produktów oraz zmniejszenie kosztów związanych z logistyką. Konsumenci coraz ufniej podchodzą do marek własnych i są już z nimi obcy oraz bardziej świadomi. Choć do niektórych nowości podchodzą z rezerwą, to często odniesienie jakości do korzystnej ceny, dobra promocja na tego typu produkty, czy estetyczne, nowoczesne opakowanie jest w stanie przekonać ich do zmiany pierwotnej decyzji zakupowej. Z punktu widzenia klienta ważna jest też szerokość asortymentu, a marki własne zwiększają możliwość wyboru.

Z pełną ofertą ANWIM SA, organizatora sieci [MOYA](#), zapoznasz się podczas organizowanych wyłącznie przez Polską Izbę Paliw Płynnych XXV Międzynarodowych Targach STACJA PALIW 2018, w dniach 9-11 maja 2018 r., na terenie EXPO XXI, Warszawa, ul. Prądyńskiego 12/14

[WIECEJ czytaj w grudniowym wydaniu miesięcznika "Paliwa Płynne"](#)

Źródło:

<http://www.paliwa.pl/strona-startowa/archiwum/marki-wlasne-odgrywaja-istotna-role-w-ofercie-stacji-paliw-specjalnie-dla-polskiej-izby-paliw-plynnych-komentuje-monika-ostaszew>