

Strefa przedsiębiorcy

2018-01-26

O planach rozwoju sprzedaży pozapaliwowej - specjalnie dla miesięcznika "Paliwa Płynne" mówi Irmina Karpińska z AMIC Polska Sp. z o.o.



- Jakie macie plany rozwojowe ws. sprzedaży pozapaliwowej? Jak zmieniał się w czasie jej udział i jaki ma obecnie w sprzedaży stacji?

Nasze plany na 2018 r. to przede wszystkim modernizacja istniejących sklepów na stacjach. Opracowaliśmy nowy koncept Food Point, który wdrożony został w 2017 r. na 15 stacjach. Obecnie pracujemy nad jego dopracowaniem i przebudową kolejnych sklepów w 2018 r. Sprzedaż pozapaliwowa stanowi coraz większy udział w całej sprzedaży na stacjach paliw. Taki trend obserwowany jest już od kilku lat, jednakże w ostatnim czasie wzrosty sprzedaży są jeszcze bardziej dynamiczne. Szczególnie dotyczą one oferty gastronomicznej, która na dobre utożsamiana jest już z dostępnością na stacjach benzynowych.

- Jaką rolę mają tu sklepy convenience i jak zmieniła się w ostatnich latach ich oferta?

Sklepy convenience to najbardziej wygodny format dla klienta. To produkty najbardziej pożądane, we właściwym asortymencie w stosunku do sklepów wielkoformatowych. Dla klienta ważna jest dostępność (sklepy czynne całą dobę lub do późnych godzin wieczornych), łatwy dojazd i parking (sklep po drodze do domu z parkingiem co umożliwia szybkie zakupy); szybka obsługa, brak długich kolejek.

Oferta sklepów convenience ewoluowała na rynku stacji paliw. Niektóre sieci prowadziły testy mini supermarketów oferujących bardzo szeroką ofertę spożywczą, ze świeżym mięsem oraz warzywami i owocami na wagę włącznie. Obecnie coraz więcej sieci przygotowując się do zakazu handlu w niedzielę, przeformatowuje swoją ofertę. Na stacjach LUKOIL również pracujemy nad zmianą oferty i dostosowaniem jej do nowych regulacji oraz zmieniających się trendów. Mamy kilkunastoletnie doświadczenie

we współpracy z siecią supermarketów Carrefour. Będziemy skutecznie wykorzystywać zdobytą wiedzę do rozwijania oferty pozapaliwowej na naszych stacjach, aby precyzyjnie odpowiadać na zmieniające się potrzeby naszych klientów.

- Czy stacyjna gastronomia to tylko hot dogi i kawa? Jak zmieniły się nawyki gastronomiczne Polaków w ostatnich dekadach? Jak odpowiadacie na to zapotrzebowanie?

Przez wiele lat na stacjach królował hot dog i kawa. Jednakże, rynek bardzo się zmienia, klienci są coraz bardziej świadomi i wymagający, w dalszym ciągu oczekują szybkiego posiłku, jednakże coraz większą uwagę zwracają na smak i świeżość produktów, różnorodność oferty, poszukują zdrowszej alternatywy hot doga. Przyglądamy się zachowaniom naszych klientów, śledzimy trendy, rozmawiamy z dostawcami i producentami, uczestniczymy w różnego rodzaju konferencjach dotyczących gastronomii. Tworzymy ofertę, która dopasowana jest do zmieniających się potrzeb coraz bardziej wymagających klientów. W roku 2017 w ramach nowego konceptu Food Point wprowadziliśmy do kilkunastu punktów naszej sieci ofertę produktów przygotowywanych na miejscu. Sami wypiekamy pieczywo, przygotowujemy świeże, chrupiące kanapki oraz zapiekanki. Wysokiej jakości produkty, aromatyczne sosy i przyprawy sprawiają, że kanapki są ucztą nie tylko dla podniebienia, ale i dla oczu. Bogata oferta dostępna na kilkunastu stacjach LUKOIL to prawdziwy „festiwal smaków”. Każdy klient znajdzie coś dla siebie.

- Jaką rolę w menu przystajnej gastronomii i sklepu oferowanym odgrywają produkty fit [tzw. super food dla osób ceniących zdrowie], regionalne?

Z naszych obserwacji rynku wynika, że faktycznie wzrasta zainteresowanie produktami fit, które zawierają świeże i naturalne składniki. Klienci mają coraz większą świadomość i przykładają większą wagę do zdrowego trybu życia i odżywiania.

Dlatego w ramach konceptu Food Point wprowadziliśmy do kilkunastu punktów przygotowywane na miejscu kanapki z wypiekanego na miejscu pieczywa, ze świeżymi i naturalnymi składnikami oraz świeżo wyciskany sok z pomarańczy. Poszerzamy również ofertę sklepową o produkty fit takie jak pełnoziarniste ciastka i batony oraz inne słodkie niskokaloryczne.

- W jaki sposób współpracujecie w ww. zakresie z dostawcami lokalnymi?

Z uwagi na ogólnopolski zasięg sieci LUKOIL oraz konieczność utrzymania wysokiego, jednolitego standardu dla wszystkich stacji opieramy naszą współpracę na sprawdzonych w branży dostawcach ogólnopolskich. W niektórych regionach współpracujemy z wybranymi dostawcami lokalnymi – dotyczy to głównie lokalnych piekarni, które dostarczają do nas świeże pieczywo i ciastka lub inne regionalne produkty niedostępne w dystrybucji centralnej, a istotne dla naszych lojalnych klientów.

- W ww. segmencie coraz większą rolę odgrywają marki własne. Jaką rolę w promocji marki własnej produktów w sklepie convenience i gastronomii stacyjnej pełnią opakowania?

Marki własne to ważna część biznesu, ale i tu oczekiwania klientów mocno ewaluowały. Obecnie każda z sieci stacji paliwowych ma w swojej ofercie marki własne w różnych kategoriach produktowych. Podążając za trendami w 2017 roku opracowaliśmy własną markę pod nazwą IMPET, która jest kontynuacją rozwoju sprzedaży pozapaliwowej. Nazwa wiąże się z dynamiką, ruchem, energią, szybkim tempem. Chcemy, aby nowy brand klienci identyfikowali z naszą siecią stacji oraz produktem klasy premium. Obecnie na naszych stacjach można kupić napój energetyczny IMPET oraz płyn do spryskiwaczy w opcji ekonomicznej i premium. Nowoczesny, barwny i wyrazisty design puszki energetyka wpisuje się w najnowsze trendy panujące na rynku napojów energetycznych co sprawia, że finalny produkt wygląda bardzo efektownie na tle innych znanych marek premium. Obecnie promujemy nową markę w mediach społecznościowych na Facebooku i Youtube za pomocą filmu reklamującego nasz napój energetyczny. Myślimy nad dalszym rozwojem i wprowadzeniem marki własnej również w innych kategoriach.

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

Źródło: AMIC Polska

Jeżeli szukasz oferty convenience, znajdziesz ją podczas organizowanych wyłącznie przez Polską Izbę Paliw Płynnych XXV Międzynarodowych Targów STACJA PALIW 2018, w dniach 9-11 maja 2018 r., na terenie EXPO XXI, Warszawa, ul. Prądzyńskiego 12/14

Źródło:

<http://www.paliwa.pl/strona-startowa/archiwum/o-planach-rozwoju-sprzedazy-pozapaliwowej-specjalnie-dla-miesiecznika-paliwa-plynnie-mowi-irmina-karpinska-z-amic-polska-sp-z-o-o>