

W 2023 r. ruch w supermarketach zmniejszył się o 1,4 proc., w sieciach convenience - o 3,2 proc.

Z badania wynika również, że w porównaniu do 2022 r. nastąpił minimalny spadek ruchu (-1,7 proc. r/r) w sklepach spożywczo-przemysłowych w Polsce.



**ZATRZYMAJ  
SPADEK  
KLIENTÓW!**

# Moryto Rafał

## ZATRZYMAJ SPADEK KLIENTÓW!

„30 proc. towarów spożywczych Polacy kupują w dyskontach, najczęściej w Biedronce i Lidlu, ale popularność zyskują też sklepy typu convenience, które sprzedają aż 22 proc. towarów spożywczych. Mamy coraz mniej czasu dlatego także na zakupach chcemy go zaoszczędzić. Polacy wolą zakupy szybkie i w sklepach, które mają po sąsiedzku. Dlatego też w ciągu ostatnich pięciu lat aż o 3,3 punkty procentowe spadł udział rynkowy hipermarketów – mówi Michał Pieprzny.

Eksperti Deloitte zauważają, że w Polsce maleje udział handlu tradycyjnego. W minionym roku jedynie 18 proc. artykułów spożywczych zostało kupionych w tradycyjnych sklepach.”

Źródło: [Deloitte](#)

W ostatnich latach jesteśmy świadkami dynamicznego wzrostu sprzedaży online, co bez wątpienia wpływa na tradycyjne sklepy stacjonarne. Ten raport ma na celu zbadanie przerażającego zjawiska, jakim jest spadek ilości klientów w sklepach fizycznych w wyniku rosnącej popularności zakupów online.

**Ile razy zapłaciłeś za reklamę która nie przyniosła żadnych korzyści?**

**Jak szybko rośnie sprzedaż e-commerce i jak to zmniejsza sprzedaż w sklepach stacjonarnych?**

**Jaka jest najlepsza reklama dająca efekty w postaci stałych klientów?**

W opracowaniu znajdziesz odpowiedź na powyższe pytania ale również poznasz wiele ciekawych rozwiązań.

Miłej lektury - Rafał

© Moryto Rafał CEO Happy Pack S.A.

## **Kontekst rynkowy:**

### **Ewolucja zakupów konsumenckich:**

- Rozwój internetu i dostępu do technologii,
- Preferencje klientów zmierzające w kierunku wygody zakupów online,
- Pandemia COVID-19 jako przyspieszacz trendów e-commerce.

## **Skutki wzrostu sprzedaży online na sklepy stacjonarne:**

### **Redukcja ruchu klientów:**

- Przesunięcie uwagi konsumentów na zakupy online,
- Wygoda zakupów spoza domu, eliminująca potrzebę wizyt w sklepach fizycznych,
- Wpływ recenzji online na decyzje zakupowe.

### **Upadek sprzedaży w sklepach stacjonarnych:**

- Konkurencja cenowa online,
- Promocje i rabaty dostępne jedynie w e-commerce,
- Ograniczona zdolność sklepów stacjonarnych do konkurowania z zakupami online.

### **Zmiany w zachowaniach konsumenckich:**

- Nowe oczekiwania co do szybkości dostawy,
- Wzrost preferencji zakupów bezpośrednio z urządzeń mobilnych,
- Personalizacja ofert online dostosowanych do preferencji klienta.

## **Konsekwencje społeczne i ekonomiczne:**

### **Bezrobocie w sektorze handlu detalicznego:**

- Konieczność redukcji zatrudnienia w sklepach stacjonarnych,
- Spadek popytu na umiejętności związane z obsługą klienta w tradycyjnych sklepach.

### **Upadek lokalnych przedsiębiorstw:**

- Trudności małych sklepów w konkurowaniu z potężnymi platformami online,
- Wpływ na społeczność lokalną i struktury handlowe w miastach.

### **Przemiany w krajobrazie miejskim:**

- Opustoszałe sklepy stacjonarne jako symbol zmian w konsumpcji,
- Wpływ na atrakcyjność centrów handlowych i lokalnych dziedzin handlowych.

## **Perspektywy na przyszłość:**

### **Dalszy rozwój technologii i zakupów online:**

- Rola sztucznej inteligencji w personalizacji doświadczenia zakupowego,
- Eksploracja nowych kanałów sprzedaży online,

### **Konieczność adaptacji sklepów stacjonarnych:**

- Inwestycje w e-commerce i rozwijanie dostępności online,

- Tworzenie synergii pomiędzy sklepami fizycznymi a platformami online.

#### **Działania rządowe i regulacje:**

- Wspieranie lokalnych przedsiębiorstw i sklepów stacjonarnych
- Tworzenie regulacji wspierających równowagę pomiędzy handlem online a tradycyjnym

#### **Podsumowanie:**

Wzrost sprzedaży online stanowi realne zagrożenie dla istnienia tradycyjnych sklepów stacjonarnych, mając negatywne konsekwencje zarówno dla gospodarki, jak i społeczeństwa. Konieczne jest podjęcie działań zarówno na poziomie biznesowym, jak i rządowym, aby zminimalizować te skutki i stworzyć zrównoważony krajobraz handlu detalicznego, w którym oba modele zakupów mogą istnieć obok siebie.

## **REKLAMA**

Reklama ma istotny wpływ na odwiedzanie sklepów stacjonarnych, zarówno bezpośrednio, jak i pośrednio. Poniżej przedstawiam kilka kluczowych aspektów tego wpływu:

### **Kreowanie świadomości marki:**

- Reklama umożliwia firmom budowanie świadomości marki i promowanie swoich produktów czy usług.
- Zwiększona widoczność może przekładać się na zwiększone zainteresowanie klientów, co może skłonić ich do odwiedzenia sklepu stacjonarnego.
- Reklama wspólnego brandu to większe zaufanie konsumentów do lokalnego biznesu.

### **Lokalne targeting:**

- Niektóre formy reklamy umożliwiają precyzyjne docieranie do lokalnej grupy odbiorców.
- Reklamy ukierunkowane geograficznie mogą przyciągać uwagę osób z okolicy, co z kolei może zmotywować je do odwiedzenia sklepu stacjonarnego.

### **Interakcja z klientem:**

- Dobre zarządzanie reklamą pozwala na aktywną interakcję z klientami, odpowiadanie na ich pytania i reagowanie na opinie.

- Pozytywna interakcja może budować zaufanie do marki i zachęcać klientów do osobistego odwiedzenia sklepu.

### **Recenzje i rekomendacje:**

- Klienci często udostępniają swoje doświadczenia z zakupów i opinie na mediach społecznościowych.
- Pozytywne recenzje mogą zachęcać innych do odwiedzenia sklepu stacjonarnego, aby samodzielnie doświadczyć oferowanych produktów lub usług.

### **Kampanie lokalne:**

- Informacje o lokalnych inicjatywach mogą przyciągać uwagę miejscowej społeczności i zachęcać do odwiedzenia sklepu.

Podsumowując, reklama pełni kluczową rolę w kształtowaniu decyzji zakupowych i może być skutecznym narzędziem w kierowaniu klientów do sklepów stacjonarnych poprzez budowanie relacji, tworzenie świadomości i promowanie ofert odbioru przesyłek kurierskich.



## **ZWIĘKSZENIE LICZBY KLIENTÓW**

W sklepach stacjonarnych może wymagać zastosowania różnorodnych strategii marketingowych i operacyjnych. Oto kilka pomysłów, które mogą pomóc w przyciągnięciu większej liczby klientów:

### **Reklama lokalna:**

- Wykorzystaj lokalne media, takie jak gazety, radio czy tablice ogłoszeń, aby dotrzeć do mieszkańców okolicy.
- Udział w lokalnych wydarzeniach społecznościowych, festiwalach, czy targach.

### **Programy lojalnościowe:**

- Wprowadź program lojalnościowy, oferując klientom rabaty, nagrody, czy specjalne oferty za częste zakupy.
- Rabaty dla stałych klientów mogą zmotywować ich do powrotu do sklepu.

### **Promocje i oferty specjalne:**

- Regularnie oferuj promocje, np. wyprzedaże sezonowe, zestawy produktów w korzystnych cenach czy specjalne rabaty dla okazjonalnych klientów.
- Organizuj dni otwarte, podczas których klienci mogą korzystać z ekskluzywnych ofert.

## **Doskonała obsługa klienta:**

- Zainwestuj w szkolenia personelu w zakresie obsługi klienta, aby stworzyć przyjazną atmosferę w sklepie.
- Dbaj o szybką obsługę klientów i skup się na ich potrzebach.

## **Wykorzystaj media społecznościowe:**

- Bądź aktywny na platformach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram czy Twitter.
- Promuj swoje produkty, udostępniaj informacje o nowościach i organizuj konkursy online.

## **Dekoracja witryny:**

- Przemyśl aranżację witryny sklepowej, która przyciągnie uwagę przechodniów.
- Zadbaj o pokazanie oferowanych produktów lub usług które są konieczne dla Twoich klientów.

## **Usługi dodatkowe:**

- Rozważ dodanie usług dodatkowych, takich jak obsługa przesyłek firm kurierskich - odbiór i wydawanie paczek.

## **Opinie i recenzje:**

- Zachęcaj klientów do pozostawiania opinii i recenzji online, co może wpłynąć na zwiększenie zaufania innych klientów.

## **Program partnerski:**

- Uczestnicz w programie partnerskim, w ramach którego globalne firmy mogą promować Twój sklep w zamian za wzajemne korzyści.

## **Analiza danych:**

- Regularnie analizuj dane dotyczące klientów, aby zrozumieć ich preferencje i zwyczaje zakupowe, co pozwoli dostosować ofertę do ich potrzeb.

## **Podsumowanie:**

Pamiętaj, że skuteczna strategia wymaga często kombinacji różnych działań. Dostosuj podejście do specyfiki swojej branży, lokalizacji i grupy docelowej klientów.

## **Odbiór paczek w Twoim Sklepie**

Pozytywnie wpłynie na wzrost ilości klientów, oferując dodatkową wartość i wygodę. Oto kilka sposobów, w jakie taki system może przyczynić się do zwiększenia atrakcyjności sklepu:

### **Wygodne dostarczanie zakupów online:**

- Odbiór paczek w sklepie stacjonarnym umożliwia klientom wygodne odbieranie zamówień złożonych

online bez konieczności czekania na dostarczenie do domu.

- Klienci cenią sobie tę opcję, szczególnie jeśli mają ograniczony czas dostępny lub chcą uniknąć kosztów dostawy.

### **Redukcja kosztów dostawy:**

- Odbiór paczek w sklepie może być atrakcyjny dla klientów ze względu na potencjalne oszczędności związane z kosztami dostawy.
- Klienci mogą preferować odbiór osobisty, zwłaszcza jeśli mają możliwość uniknięcia dodatkowych opłat za przesyłki.

### **Zwiększenie ruchu w sklepie stacjonarnym:**

- Klienci odbierający paczki w sklepie mają okazję do wejścia do sklepu, co zwiększa ruch w lokalu.
- Sklep może wykorzystać tę okazję, aby przyciągnąć uwagę klientów na dodatkowe produkty, promocje czy nowości.
- Oczekiwanie w kolejce to najlepszy czas na dokonanie dodatkowych zakupów.

### **Kreowanie pozytywnego doświadczenia zakupowego:**

- Odbiór paczek w sklepie stacjonarnym może wprowadzić dodatkowy element pozytywnego doświadczenia zakupowego.

- Klienci, którzy odbierają swoje paczki osobiście, mają szansę skonsultować się z personelem sklepu, uzyskać dodatkowe informacje o produktach czy skorzystać z ewentualnych promocji.

### **Budowanie więzi z klientem:**

- Dostarczanie usługi odbioru paczek w sklepie stacjonarnym może budować więź z klientami, którzy doceniają personalizowane podejście.
- Klienci mogą być bardziej skłonni wracać do sklepu, w którym czują się docenieni i obsłużeni indywidualnie.

### **Integracja kanałów sprzedaży:**

- Odbiór paczek w sklepie stacjonarnym pozwala na integrację kanałów sprzedaży, umożliwiając klientom płynne przechodzenie między zakupami online a fizycznymi.

### **Zwiększenie lojalności klientów:**

- Oferowanie dogodnych opcji odbioru może przyczynić się do zwiększenia lojalności klientów, którzy wybiorą sklep oferujący tę dodatkową usługę.

Wprowadzenie systemu odbioru paczek w sklepie stacjonarnym może stanowić istotny element strategii omnichannel, integrując różne kanały zakupowe i podnosząc ogólną wartość oferty sklepu dla klientów.

*Podsumowując, wyzwania stojące przed tradycyjnymi sklepami stacjonarnymi są realne, jednak istnieje szansa na przetrwanie i rozwój dzięki odpowiednim innowacjom.*

*Wdrożenie usług Happy Pack, takich jak odbiór paczek w sklepie stacjonarnym, może stanowić kluczowy element strategii obrony przed upadkiem.*

*Zapewniając klientom wygodę, oszczędności kosztów dostawy, i tworząc pozytywne doświadczenie zakupowe, sklep może przyciągnąć uwagę i zwiększyć lojalność klientów. Integracja kanałów sprzedaży, personalizacja ofert online oraz aktywna promocja lokalna są kluczowymi elementami, które mogą pomóc sklepom stacjonarnym przetrwać w dynamicznym krajobrazie handlu detalicznego.*

*Działania rządowe i regulacje wspierające równowagę między handlem online a tradycyjnym są również istotne dla zachowania różnorodności rynku.*

*Wdrożenie nowoczesnych rozwiązań i adaptacja do zmieniających się preferencji konsumentów są kluczowe dla przyszłości tradycyjnych sklepów stacjonarnych.*

*HappyPack - pomoc w rozwiązaniu Twojego problemu.*