



Kako smo se lotili oblikovanja ponudbe na polici...



Andreja Avberšek

Ljubljana, 9.10.2012

Prepoznavanje potreb in težav potrošnikov bo ključno za uspeh trgovskih podjetij.



Previdno in racionalno trošenje za hrano
(kupim toliko, kot lahko pojem)

Prerazporejanje denarja od znanih k manj znanim (cenejšim), vendar še vedno kvalitetnim BZ

Iskanje ugodnosti in cenejših nakupov

Iskanje prave vrednosti med ceno in kvaliteto (**value for money**)

Prerazporejanje dohodka od **dražjih k cenejšim izdelkom**, kjer bodo imeli prednost **slovenski izdelki**

Trgovska znamka bo še bolj pridobivala na pomenu (cena, kvaliteta)

Opustitev nekaterih **razvad** iz preteklosti

Kupovanje osnovnih živil na zalogo

Manjša potrošnja neživilskih izdelkov, katerih nakupe se lahko prestavi na kasnejše čase

Pripravljeno doma: vrtičkarstvo, domača peka, kuhanje, doma pripravljena čistila na bazi starih receptur

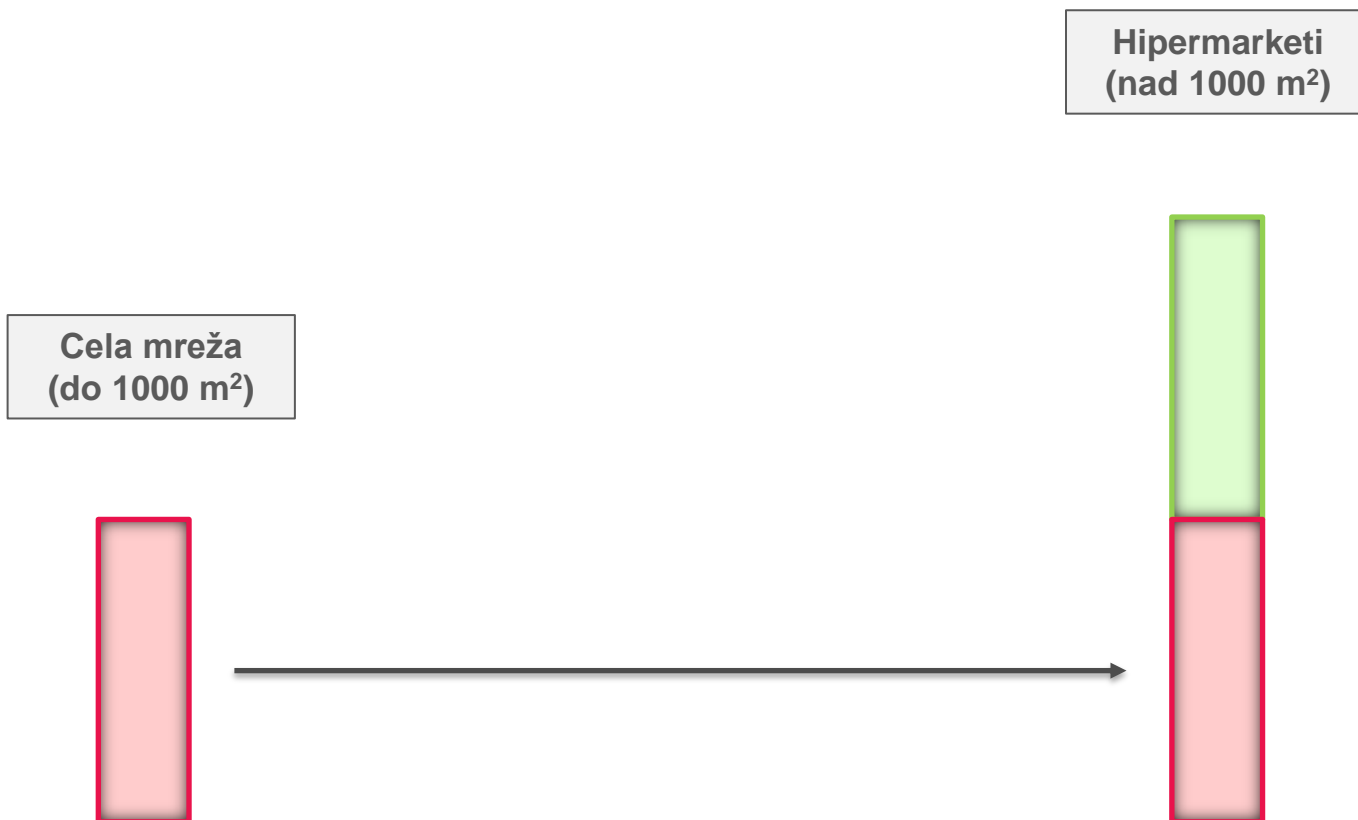
Paradoks sveže/kvalitetno, domače/cenovno ugodno, dostopno

Preusmeritev k **manjšim pakiranjem** (percepcija cene)

Zadovoljstvo kupcev gradimo z novo ponudbo na naši prodajni polici.



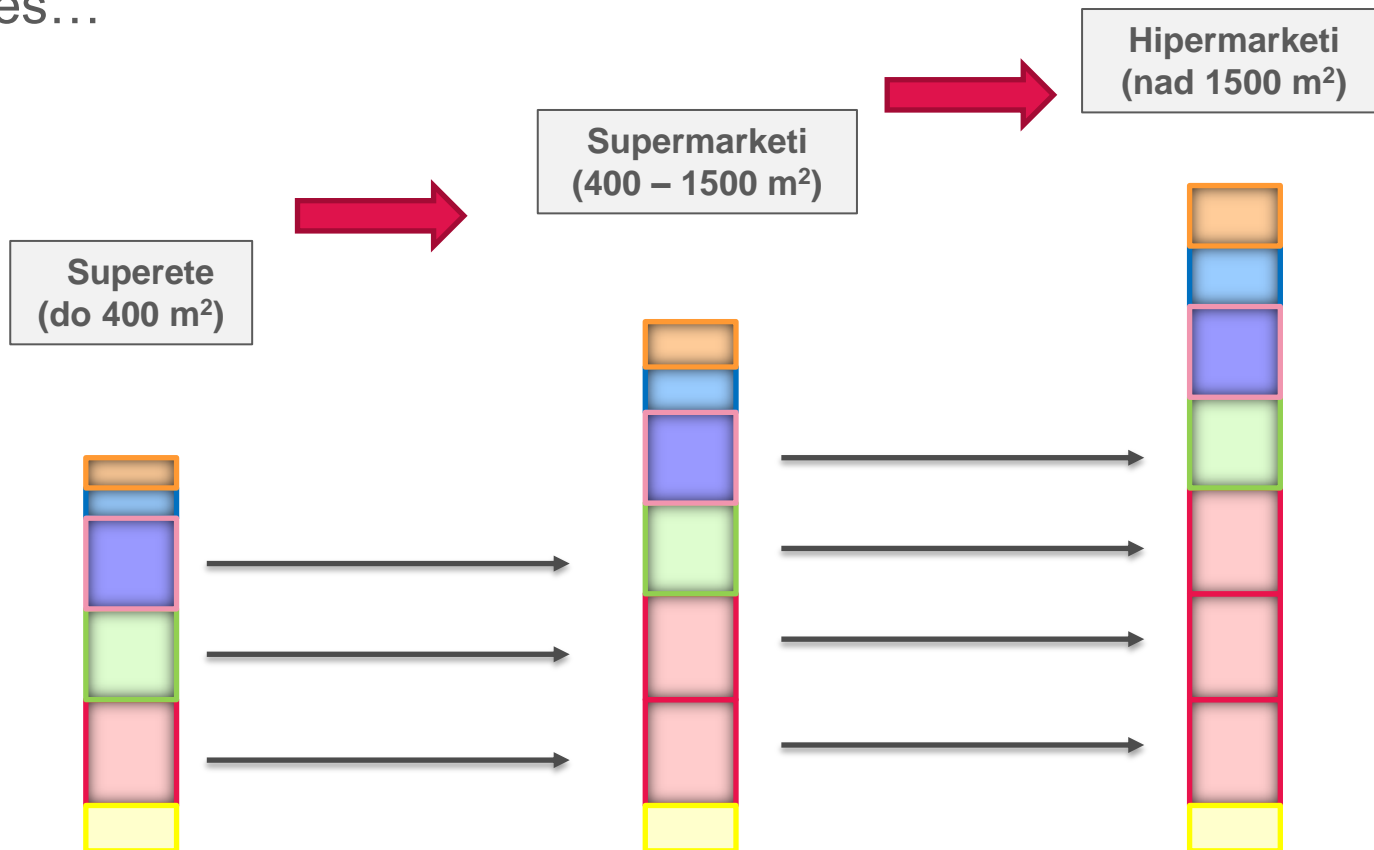
V preteklosti smo imeli samo dva sortimente – za celo mrežo in za hipermarkete.



Pred kratkim smo vpeljali 3 različne sortimente in v vsakem od njih oblikovali obvezne in dodatne izdelke.



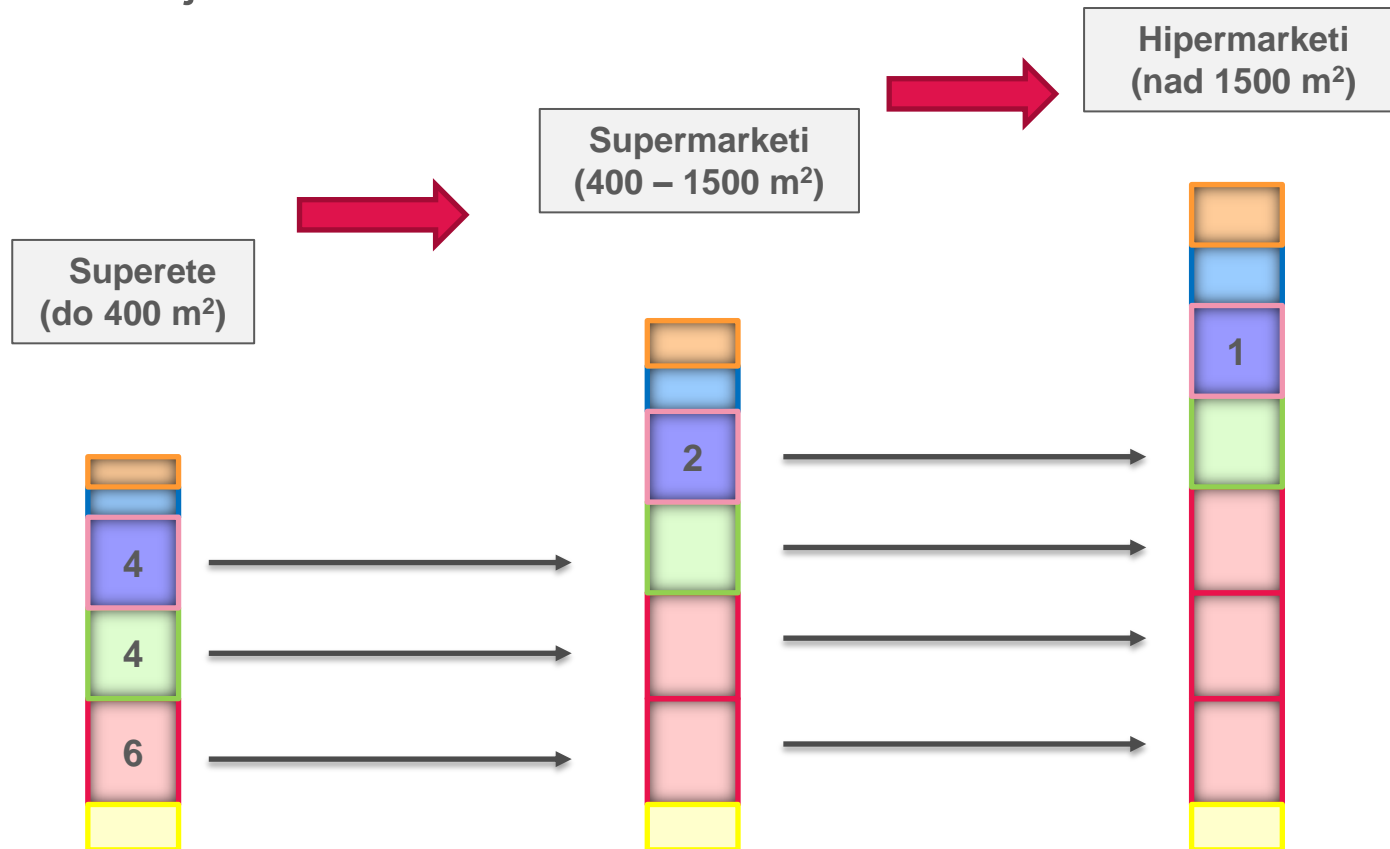
Danes...



Primer oblikovanja sortimenta za sončnično olje, v katerem imamo trenutno 17 aktivnih izdelkov.



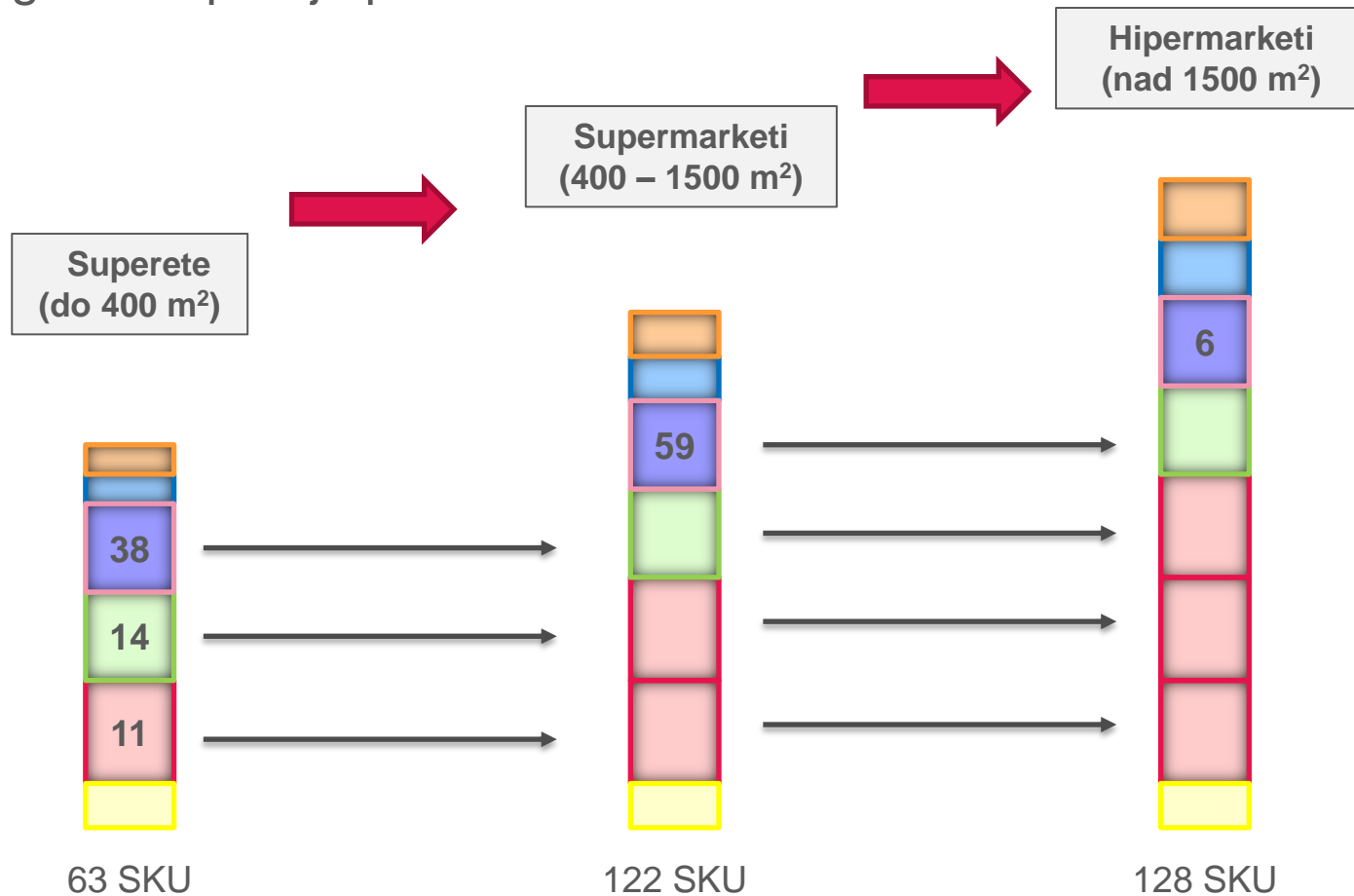
Sončnično olje



Primer oblikovanja sortimenta detergentov za pranje perila, v katerem imamo 128 aktivnih izdelkov.



Detergenti za pranje perila



Znotraj UoN oblikujemo tri-nivojsko ponudbo, s katero želimo zadovoljiti čim več potrošnikov.



Klasični trgovci

Diskonti/drogerije

premium

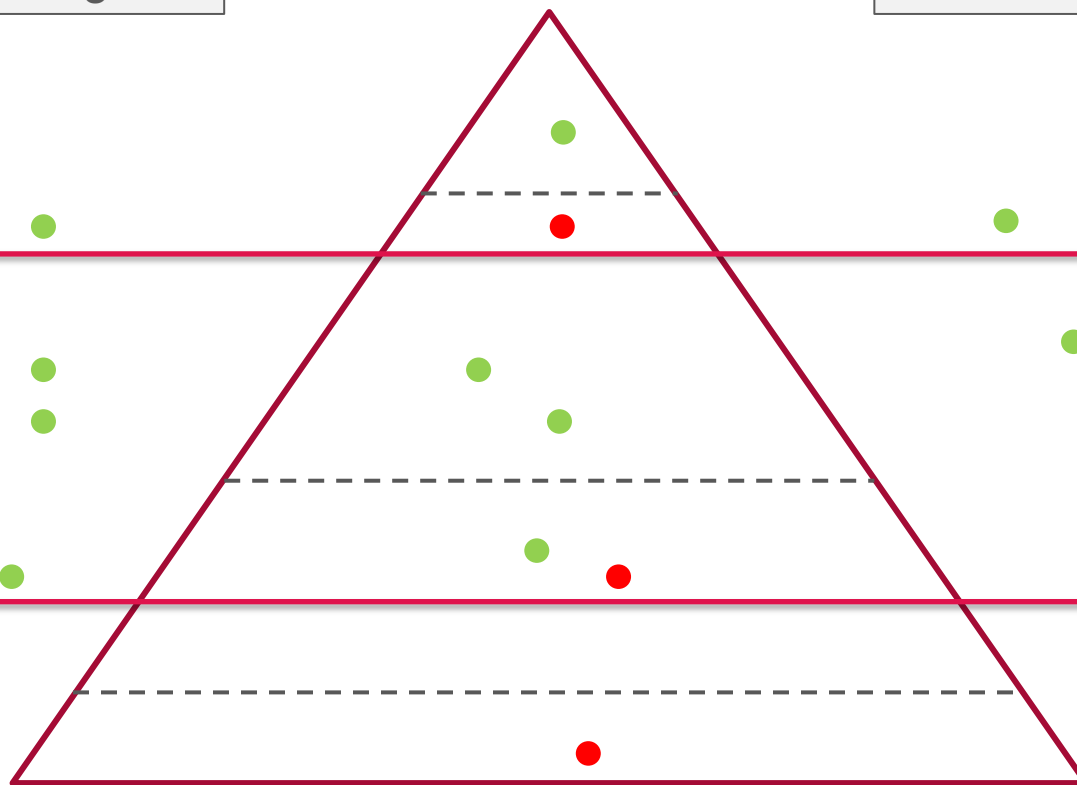
core

entry

asortiman

cena

kakovost



Uvedba koncepta „good, better, best („diskontni skelet“) bo pozitivno vplivala na cenovno percepcijo.



GOOD

Najnižja cena („diskontna cena“)

ponudba izdelkov v
izbranih BS cenovno na
nivoju diskontnih
ponudnikov

BETTER

Trgovska znamka

pester nabor izdelkov
trgovske znamke, cenovno
pozicioniranih na znane
blagovne znamke

BEST

Dobra cena („fair price“)

ponudba izdelkov znanih
blagovnih znamk, za katere
Mercator jamči kupcem
dober nakup



hvala za pozornost



Andreja.Avbersek@mercator.si