

Korzystaj z okazji!

Już wielokrotnie współpracowałem z Iloną Niebał ([ten link polecam dla Panów](#)) przy okazji artykułów na temat różnych sklepowych ekspozycji. Tym razem artykuł w czasopiśmie [Branża Dziecięca](#).

„Dzień Dziecka dla detalistów zamiast zaledwie jednym, intensywnym dniem mógłby być np. punktem kulminacyjnym dodatkowego udanego sprzedażowego sezonu. Jak spróbować wprowadzić taką rewolucyjną zmianę, sugerują eksperci-praktycy w zakresie handlu i merchandisingu. Na początek wystarczą pomysły, plan i kalendarz. Bez wielkiego budżetu i sztabu ludzi.” – pisze Ilona

Tutaj pełny tekst [Korzystaj z okazji – artykuł](#)

A tutaj jedna z moich wypowiedzi:

„Odpowiedzi na pytania, co wybrać i jak wyeksponować, poznamy dzięki rozważeniu, jakich klientów możemy się spodziewać. – Rodziców da się podzielić na dwie grupy – planujących zakupy i tych, którzy budzą się za pięć dwunasta. Planujący to osoba robiąca zakupy z wyprzedzeniem, a czasem klient-chomik – takim kimś z pewnością jest np. moja żona. Zabawki kupuje już na kilka tygodni przed daną okazją. W efekcie mamy miejsce w pawlaczu, gdzie prezentów jest ze 20 i zdarza im się przeleżeć tam pół roku. Natomiast rodzice, którzy robią zakupy w ostatniej chwili, choć mają pieniądze, najczęściej wydają więcej, niż planowali. Gnębią ich wyrzuty sumienia – takie osoby, kupując prezenty, starają się zrekompensować dziecku brak wspólnie spędzanego czasu. Klienci należący do trzeciej kategorii szukają zabawek w sklepie, a kupują je w internecie. Nawet gdy zorientujemy się w sytuacji, nie powinniśmy odpuszczać. Warto próbować ich także zachęcić i „zdobyć” – klasyfikuje rodziców Olgierd Rodziewicz-Bielewicz.”