



Aká budúcnosť čaká obchodníkov?

Ponúkame Vám stručné zhrnutie rozsiahlej analýzy
predpokladaných vývojových trendov na trhu
po roku 2020



Náročnosť zákazníkov rastie

Zákazník sa zmenil. Naučil sa vnímať kvalitu, vyžaduje ju a bude na nej v nasledujúcich rokoch trvať. Zo svojich požiadaviek už neupustí. Zákazník bude podľa odhadov tejto štúdie stále menej lojálny. A nielen to. Pokiaľ bude s niečím nespokojný, tak sa okamžite ozve. Náročnosť dnešných zákazníkov rastie dokonca aj k takým záležitostiam ako je úsmev predavača v kamennej predajni. Veľké šance v budúcnosti budú mať najmä kvalitní obchodníci – špecialisti.



Jednoduchosť

V jednoduchosti je kľúč a cesta k úspechu. Zákazníci nemajú radi komplikované veci. Očakávajú, že nákup bude rýchly, jednoduchý a najmä pohodlný. Dôležitým prvkom pre zákazníka je aj dostupnosť maloobchodu a hlavne možnosť parkovania pred predajňou. Zákazníci zleniveli. Chcú mať čo najmenšie starosti s nakupovaním.

Objavujú sa už aj hybridné modely, kombinujúce to, na čo sme kedysi neboli zvyknutí. Môže ísť napríklad o spojenie obchodu a gastru či služieb.



Zaujať zákazníka môžete už zeleňou pred predajňou

Priestory pred predajňami alebo obchodnými centrami, si často žiadajú doplniť peknou výsadbou. Táto potreba vzniká veľakrát na jar alebo v lete. Upravené a zeleňou skráslené vstupné priestory predajne, sú vždy dobrou vizitkou obchodníka a príjemnou motiváciou zákazníka vojsť dnu.

Relevancia

Cestou budúcnosti nebude mať najširší sortiment, ale sortiment, ktorý zákazníkov zaujme a bude pre nich relevantný. Je preto nesmierne dôležité, a dôraz na toto bude rásť, vedieť kto je vaša cieľová skupina, koho oslovujete, treba svojich zákazníkov dobre poznať.

Priority retailu

Obchod bude mať šancu sa stále viac rozvíjať ako značka. Už teraz je zrejmé, že obchodníci sa snažia viac odlišiť niečím špecifickým čo ponúkajú. Veľkú úlohu budú hrať v oblasti obchodu emócie, pretože pokiaľ bude cítiť zákazník pozitívne naladenie, tak máte oveľa väčšiu šancu, že k vám príde opäť. Dávajte sľuby, ktoré vždy splníte, pretože na to sú súčasní zákazníci citliví. Musíte mať vytvorený systém styčných bodov resp. miest, kde budete zákazníka pravidelne oslovovať a komunikovať mu značku.



Personál predajne

To je problematika, ktorá vyrába vrásky na čele väčšine obchodníkov. Nedostatok kvalitného personálu je hlavnou hrozbou pre rozvoj obchodu. Práve dobrý a kvalitný personál za pultom je ten, kto reprezentuje vašu spoločnosť v momente predaja.

Budúcnosť obchodu v skratke

- Zákazníci budú stále náročnejší na pohodlie nákupu, na kvalitu, na služby a zákaznícky servis, na rýchlosť nákupu či dodanie tovaru. Budú chcieť nakupovať výhodne, ale nerobiť pritom kompromisy v kvalite, takže bude čoraz zložitejšie ich uspokojiť.

- Jednou z kľúčových oblastí bude dôraz na nákupný zážitok a na komfort. Dramaticky porastie význam času venovaného nákupu a jednoduchosti celého procesu, čo sa prejaví vo využití technológií na predajnej ploche (a nielen tam), aj v menšej ochote zákazníkov cestovať za kúpou.

- Zákazníkom už nepôjde primárne len o nákup produktov, ale aj o vyriešenie ich situácie. Prepojenie obchodu a služieb bude vôbec jedným z kľúčových trendov a prejaví sa v pestrosti služieb poskytovaných obchodníkmi na ploche i mimo nej, ale aj v rozvoji technológií.

Zdroj: Retail magazin.sk

Naposledy sme zariadili

Supermarket, Strojárska ulica, Košice



AV GAST s.r.o., Hečkova 4, 040 17 Košice, marketing@avgast.sk
obchodné zariadenia chladiaca technika vzduchotechnika klimatizácie