



Dobiegła końca modernizacja Saturn w CH Kaskada w Szczecinie. Już 24 czerwca nastąpi otwarcie sklepu w nowej odsłonie. O trendach zakupowych, wychodzeniu naprzeciw oczekiwaniom klientów i innowacyjnym zmianom w szczecińskim Saturn rozmawiamy z Wojciechem Wierchuckim, dyrektorem marketu Saturn w CH Kaskada w Szczecinie.

**Internet coraz śmielej wkracza w kolejne dziedziny naszego życia. Rośnie również popularność zakupów robionych drogą internetową. Czy w tej sytuacji inwestowanie w rozwój czy modernizację placówek handlu tradycyjnego jest uzasadnione?**

Naszym zdaniem jak najbardziej. Potrzeby zakupowe klientów są mocno zróżnicowane, a także ulegają dynamicznym zmianom. Uważnie obserwujemy te procesy, a naszą strategię rozwoju dostosowujemy do nich. Rzeczywiście, udział zakupów online rośnie. Jednak nadal widoczna jest duża przewaga transakcji w stacjonarnych sklepach. Klienci wybierają różne kanały sprzedaży, a my równolegle rozwijamy zarówno nasz sklep internetowy [www.saturn.pl](http://www.saturn.pl), maksymalnie usprawniając jego działanie, jak również inwestujemy w sieć placówek stacjonarnych, dostosowując je do oczekiwań współczesnych konsumentów. Oba kanały wzajemnie się uzupełniają i dzięki nim klient zyskał pełny komfort zakupów.

**Jakie czynniki Pana zdaniem w największym stopniu kierują klientami, którzy wybierają wizytę w sklepie stacjonarnym?**

Klienci Saturna zdecydowanie cenią sobie możliwość obejrzenia produktu przed zakupem. W naszych salonach oferujemy o wiele więcej – odwiedzający mogą tu nie tylko obejrzeć produkt, ale również go wypróbować zapoznając się z poszczególnymi funkcjami, a także skorzystać z porady fachowych doradców. A dzięki modernizacji, którą przeszedł nasz sklep, można to zrobić w jeszcze bardziej komfortowych warunkach.

**Coraz więcej osób łączy też korzystanie z różnych kanałów sprzedaży – online i offline, np. poszukując informacji o produkcie w Internecie, a zakupu dokonując w sklepie tradycyjnym. Jak Pan ocenia ten trend?**

Potrzeby i oczekiwania klientów są dla nas najważniejsze, a nasze działania prowadzimy tak, by móc je realizować w jak największym stopniu. Tzw. efekt ROPO (z ang. Research Online, Purchase Offline – czyli poszukiwanie informacji w Internecie, dokonywanie zakupu w sklepach stacjonarnych) to jedna z dróg, jaką wybierają klienci. W Internecie można uzyskać szczegółowe informacje o produkcie, zapoznać się z opiniami innych użytkowników, porównać ceny. Jednak możliwość bezpośredniego poznania funkcji sprzętu daje właśnie sklep stacjonarny. W naszej branży duży wpływ ma też tzw. odwrócony efekt ROPO – czyli poszukiwanie informacji w sklepie i finalizowanie zakupu w Internecie. Saturn spełnia w tym zakresie potrzeby wszystkich grup klientów.

**W jaki sposób Saturn zmienił się po modernizacji?**

Sklep zyskał nie tylko nowy wygląd, ale też zdecydowanie wyższy poziom funkcjonalności. Stworzyliśmy innowacyjną przestrzeń, ze znakomitymi warunkami do odkrywania nowych technologii. Produkty mobilne, cieszące się rosnącą popularnością wyeksponowaliśmy w sposób ułatwiający bezpośrednie przetestowanie ich funkcji. Całość zaaranżowana jest tak, by jak najlepiej realizować potrzeby pasjonatów nowych technologii. Chciałbym też mocno podkreślić możliwość uzyskania w naszym sklepie fachowego doradztwa. Postęp w naszej branży jest niezwykle szybki – niemal każdego dnia pojawiają się nowe produkty, kolejne, zaawansowane rozwiązania. Dlatego przykładamy ogromną wagę do przeszkolenia naszego personelu, tak, by każdy klient mógł u nas uzyskać pełną, profesjonalną poradę.

**Czy dostosowują Państwo swoją ofertę do „cyfrowej rewolucji”?**

Staramy się, aby marka Saturn przychodziła jako pierwsza na myśl klientom, którzy poszukują najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych. Kompleksowa oferta to jeden z naszych głównych wyróżników. Zapraszamy do zakupu urządzeń najnowszej generacji do wyposażenia domu czy biura, ale także hitów cyfrowej i wirtualnej rozrywki na najwyższym poziomie. Śmiało mogę potwierdzić, że dotrzymujemy kroku „cyfrowej rewolucji”.

**SATURN**

[\(press box\)](#)