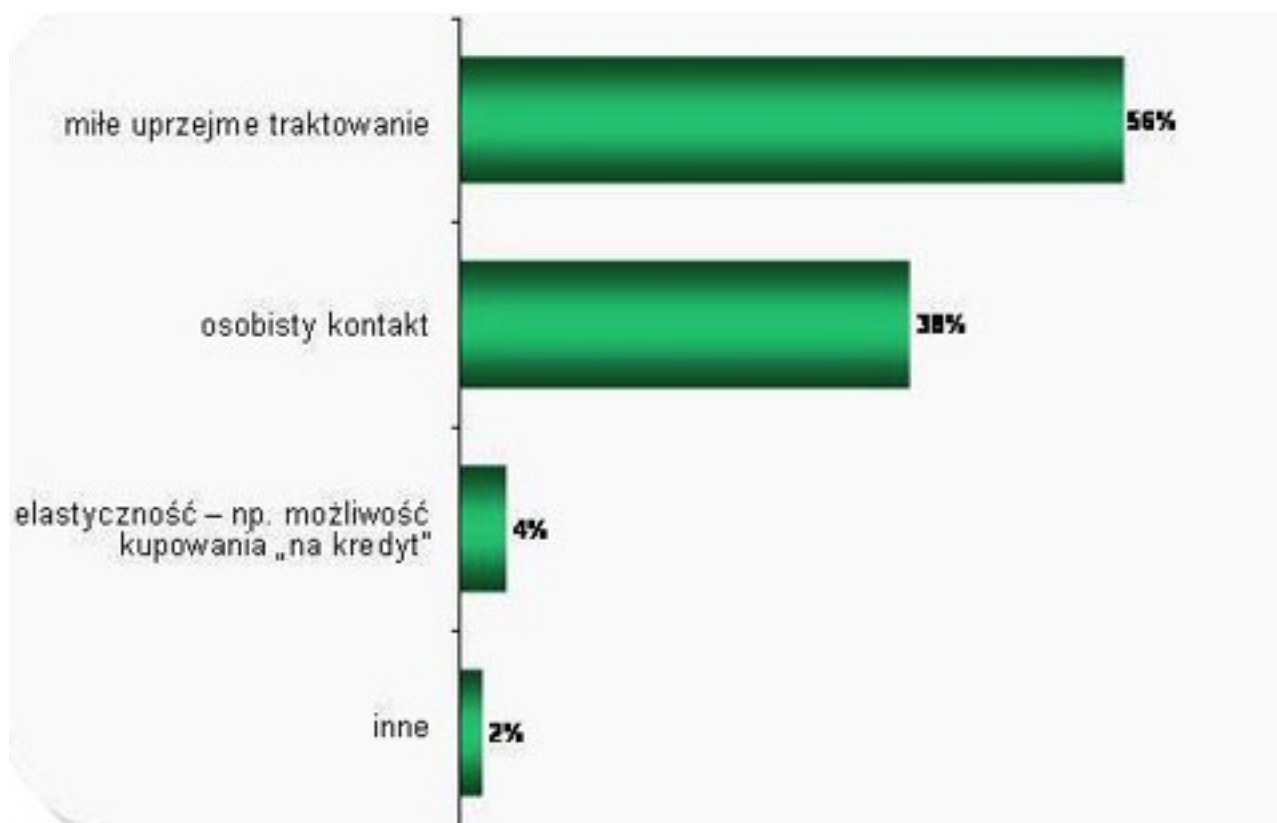




Miła obsługa i indywidualne podejście są silnym atrybutem małych sklepów osiedlowych. Ponad 70 % Polaków ocenia tego typu sklepy bardzo pozytywnie wynika z najnowszego raportu firmy MAKRO Cash & Carry1.

Polscy konsumenci oceniali sklepy osiedlowe pod względem trzech głównych kategorii: wyglądu, obsługi i oferowanego asortymentu. Uzyskane wyniki jednoznacznie wskazują, że największą siłą małych sklepów jest miła obsługa i indywidualne podejście do klienta. Miłe podejście było szczególnie istotne dla młodszych klientów zamieszkujących duże miasta. Z kolei mieszkańcy wsi znacznie częściej wskazywali elastyczność w obsłudze np.: możliwość kupowania „na kredyt”. Bez względu jednak na miejsce zamieszkania, większość respondentów oceniła obsługę w tego typu sklepach na bardzo wysokim poziomie.



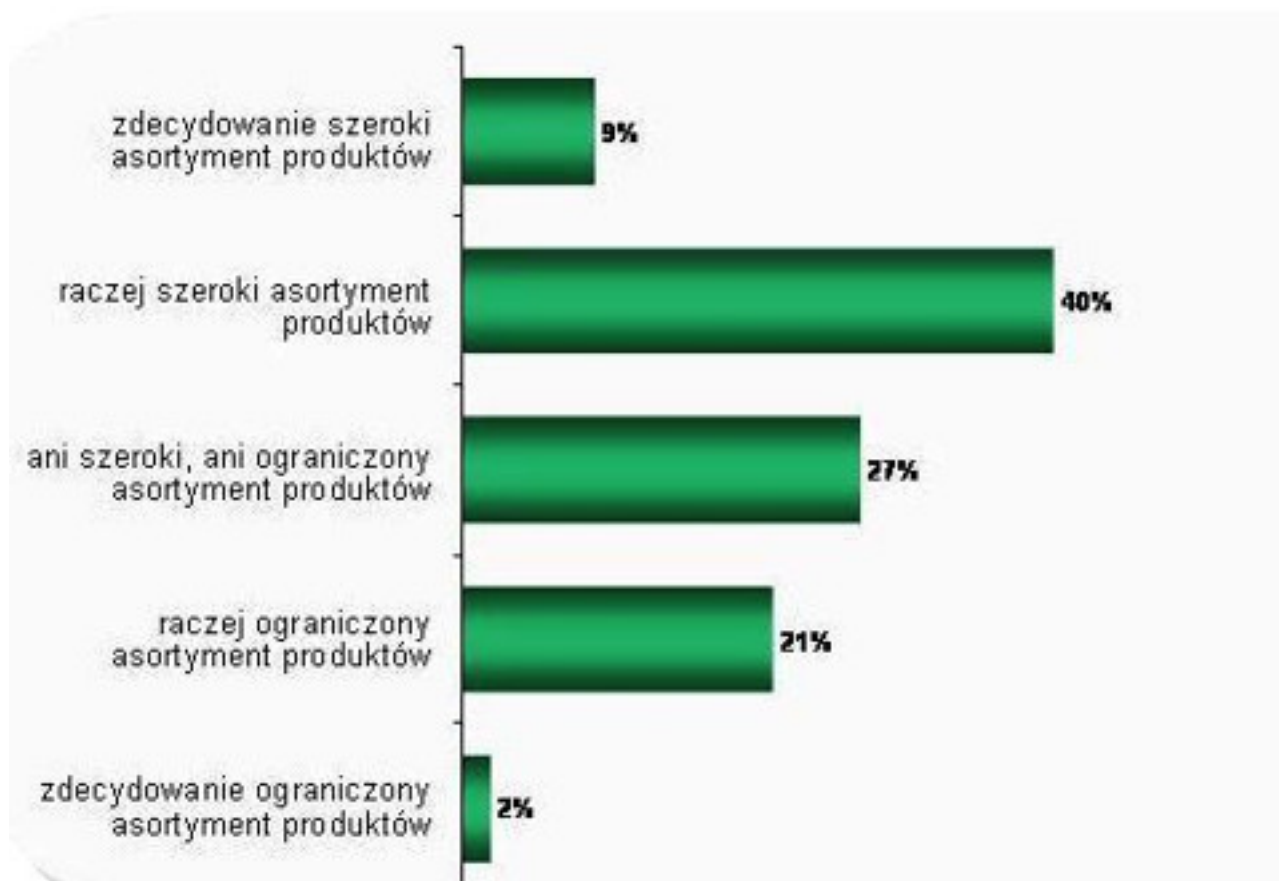
Wykres 1: Odpowiedzi respondentów na pytanie co w obsłudze sklepów osiedlowych cenisz najbardziej?

Małe sklepy osiedlowe zebrały także dużo pozytywnych ocen za swój wygląd. Większość respondentów oceniła go bardzo pozytywnie, co potwierdzają poniższe wyniki.



Wykres 2. Odpowiedzi respondentów na pytanie; jak oceniają wygląd sklepów osiedlowych?

W badaniu zadano także pytania o ocenę oferowanego przez sklepy osiedlowe asortymentu. Wyniki okazały się dość zaskakujące. Mimo iż pod względem asortymentu, małe sklepy nie mogą konkurować z dużymi hipermarketami, respondenci ocenili ofertę produktową jako raczej szeroką lub zdecydowanie szeroką. Krytycznie do asortymentu sklepów osiedlowych, podeszli tylko młodzi mieszkańcy dużych miast, którzy wybierali odpowiedź „raczej ograniczony”, zdecydowanie najczęściej. Najprawdopodobniej negatywne oceny w dużych miastach wynikają z dużej konkurencji, szczególnie w postaci supermarketów i hipermarketów.



Wykres 3: Odpowiedzi respondentów na pytanie o ocenę asortymentu małych sklepów osiedlowych.

Powyższe badania dowodzą, że małe sklepy wciąż znajdują uznanie w oczach klientów. Polscy konsumenci lubią sklepy osiedlowe, głównie za to, czego nie dają im wielkie hipermarkety, do których na zakupy chodzi się przede wszystkim z oszczędności. Poza wyżej wymienionymi czynnikami, trzeba także zwrócić uwagę na fakt, że małe sklepy osiedlowe, to przede wszystkim polskie produkty i tysiące miejsc pracy, o które firma MAKRO Cash & Carry, zamierza walczyć razem ze swoimi klientami.

¹Raport MCC na temat tradycyjnego handlu w Polsce na podstawie badań OBOPu, n = 1002.

MAKRO Cash & Carry jest liderem w branży samoobsługowego handlu hurtowego. Usługi firmy, skierowane przede wszystkim do przedsiębiorców, obejmują zarówno kompleksowe zaopatrzenie, jak i nowoczesne rozwiązania biznesowe. W MAKRO klienci znajdują pod jednym dachem artykuły spożywcze i przemysłowe w szerokim wyborze, doskonałej jakości i przystępnych cenach – jedna nowoczesna hala to odpowiednik 50 hurtowni branżowych. Do dyspozycji kupujących są także usługi dodatkowe – m.in. doradztwo biznesowe czy szkolenia gastronomiczne – które skupiają się wokół nowoczesnego MAKRO Centrum Rozwoju Firm w Warszawie. W Polsce MAKRO Cash & Carry istnieje od 15 lat; posiada obecnie 29 hal. Łączna powierzchnia sprzedaży hurtowej wynosi ponad 269 000 m². MAKRO Cash & Carry zatrudnia w Polsce około 7,5 tys. osób. Więcej informacji o MAKRO można znaleźć na stronie www.makro.pl

METRO/MAKRO Cash & Carry działa w 29 krajach świata. Firma jest właścicielem ponad 600 hal samoobsługowego handlu hurtowego, zatrudnia ponad 100 000 pracowników na całym świecie, a w 2008 roku osiągnęła obrót w wysokości 33,1 miliarda Euro. METRO/MAKRO Cash & Carry jest siecią dystrybucyjną koncernu METRO Group, jednej z największych firm w branży handlowej na świecie. W 2008 roku obrót METRO Group wyniósł ponad 68 miliardów Euro. Firma ta zarządza 2100 obiektami handlowymi w 32 krajach świata oraz zatrudnia 290 tys. pracowników. W skład METRO Group wchodzi niezależnie działające sieci – poza METRO/MAKRO Cash & Carry są to: Real (hipermarkety), Media Markt oraz Saturn (liderzy wśród europejskich centrów z elektroniką użytkową) i Galerie Kaufhof (domy handlowe). Więcej informacji można znaleźć na stronie www.metrogroup.de.

MAKRO Cash & Carry

[WIĘCEJ INFORMACJI MAKRO Cash & Carry Polska \(PRESS BOX\)](#)