Firma MODECOM odnotowała wysoki wzrost sprzedaży w roku 2009 w porównaniu z rokiem 2008. Fakt ten wart jest podkreślenia, gdyż miniony rok okazał się niezwykle trudnym sprawdzianem dla całej branży IT, w której większość firm odnotowała znaczące spadki. Szacuje się, że popyt na same notebooki, czyli najbardziej popularne produkty, spadł aż o kilkadziesiąt procent, a sprzedaż akcesoriów komputerowych o około 15%.

Bardzo słabe wyniki całej branży, jakość oferowanych produktów oraz agresywna polityka cenowa **MODECOM** pozwoliły umocnić jej pozycję na rynku i zbliżyć się do liderów w tym segmencie produktowym.

Największym popytem cieszyły się **głośniki** (wzrost o 105%), **myszki i klawiatury** (wzrost o 76%), a także **słuchawki, torby i urządzenia sieciowe** (ponad 50% wzrost). Na uwagę zasługuje również coraz większe zainteresowanie urządzeniami nawigacyjnymi (ponad 40%) oraz niezwykle prężnie rozwijający się rynek tuszy do drukarek. MODECOM ciągle poszerza ofertę zamienników, a dzięki własnej fabryce jest w stanie zaoferować wysokiej jakości produkty w niezwykle atrakcyjnych cenach.

„Rok 2009 możemy śmiało uznać za bardzo dobry dla **MODECOM**. Mimo, że w całej **branży IT** firmy odnotowały spadki sprzedaży, a tym samym zysków, nasza firma konsekwentnie realizuje założenia polityki sprzedażowej i ciągle pracuje nad lepszym rozpoznawaniem marki. Przełożyło się to na wysoki popyt na wszystkie flagowe produkty. Zakończyliśmy rok 2009 z ponad 30% wzrostem, a największy uzyskaliśmy na głośnikach (ponad 100% zwiększenie sprzedaży w porównaniu z rokiem 2008.) Niewątpliwie tak dobre wyniki uzyskaliśmy również dzięki wciąż poszerzanemu kanałowi sprzedaży. Nasze produkty są obecne obok kanału resellerskiego także w dużych sieciach, takich jak Saturn, Media Markt oraz Real.” - powiedział Krzysztof Wójciak, Dyrektor Zarządzający MODECOM S.A.

MODECOM