

Programy partnerskie pozwalają generować zyski mimo trudnej sytuacji na rynku, a jednocześnie realizować własne pomysły na biznes

Jak alarmuje „Dziennik Gazeta Prawna”, prognozy dla małych sklepów są zdecydowanie pesymistyczne. Coraz silniejsza konkurencja doprowadziła do masowych bankructw – w 2010 roku upadło aż 7000 sklepów. Analitycy przewidują, że w 2011 roku w bardzo trudnej sytuacji znajdą się m.in. małe punkty z elektroniką użytkową. Z tego względu ich właściciele coraz częściej przyglądają się programom partnerskim, takim jak oferowany przez sieć aetka. Co daje dołączenie do systemu i o czym trzeba pamiętać, podejmując taką decyzję?

Podejście sieciowe i indywidualne

Większość partnerów ogólnopolskiej sieci sklepów telekomunikacyjnych aetka wymienia możliwość skutecznego rozszerzenia asortymentu jako jedną z głównych korzyści, wynikających z przyłączenia się do programu. Jeśli sklep sprzedawał wcześniej przede wszystkim telefony komórkowe, może także wzbogacić swoją ofertę m.in. o nawigacje, z kolei sklepy ze sprzętem IT poszerzają swoje portfolio o produkty z branży GSM. Rozbudowanie asortymentu wpływa pozytywnie na poziom sprzedaży i przyciąga nowych klientów. Krzysztof Wielądek, właściciel sklepu TelefonyGSM.pl w Warszawie, który został partnerem sieci aetka w maju 2009 roku, dodaje do tych zalet możliwość globalnej reklamy oraz zaangażowanie aetka, by stworzyć silną, rozpoznawalną markę. Są też oczywiście trudniejsze momenty. - Nie zawsze udaje nam się wdrożyć wszystkie inicjatywy, proponowane partnerom. Ale na szczęście w programie partnerskim aetka możemy wybrać dowolne punkty, nie musimy realizować wszystkiego. Bardzo ważne jest też dla nas to, że aetka pomaga w indywidualnych kwestiach. Ostatnio dzięki wsparciu sieci uruchomiliśmy nową usługę – serwis telefonów LG.

Opłacalne inwestycje

TelefonyGSM.pl ma już ponad dziesięcioletnie doświadczenie w branży. Zaczynał jako internetowy sklep z biurem obsługi klienta, gdzie można było odebrać zamówiony produkt. Przyłączenie do ogólnopolskiej sieci aetka skłoniło właściciela do wprowadzenia istotnych zmian. - Wychodząc naprzeciw potrzebom naszych klientów, w listopadzie 2010 otworzyliśmy salon przy ulicy Grochowskiej w Warszawie. Wnętrze zostało urządzone przy wsparciu specjalistów aetka, sieć sfinansowała także leasing mebli. Wizualizacja sklepu jest moim zdaniem bardzo ważna, ponieważ odpowiednia prezentacja zapewnia lepszą sprzedaż. Produkty w gablotach projektu aetka wyglądają bardzo interesująco - mówi Krzysztof Wielądek. W związku z otwarciem salonu lub zmianami w dotychczasowym wyglądzie sklepu trzeba przygotować się na wydatki. Jest to jednak opłacalna inwestycja, która może się zwrócić już po kilku miesiącach. - Konkretnie wyniki zależą oczywiście od samego przedsiębiorcy i tego, jakie ma doświadczenie w branży i pomysł na swój biznes. Na przyłączeniu do programu partnerskiego można bardzo skorzystać, ale trzeba mierzyć siły na zamiary i widzieć potencjał klientów na swoim terenie – dodaje właściciel sklepu.

Specyfika rynku

Rynek GSM i szeroko rozumianych multimediów zmienia się bardzo szybko. Dziś prawie nikt nie kupuje produktów, które były popularne 2 lata temu. Klienci mają bardzo zróżnicowane potrzeby i zasoby portfela. Doskonale sprzedają się bardzo tanie telefony, ale nabywców znajdują też takie za 10 tysięcy złotych. Podobnie jest w branży IT. - Ze względu na to zróżnicowanie trzeba mieć szerokie portfolio produktów – najbardziej opłaca się moim zdaniem ukierunkowanie na bardzo różnych klientów. Warto też stale pogłębiać wiedzę i szkolić pracowników. Fachowe i przyjazne doradztwo to bardzo ważny element strategii sprzedażowej w mniejszych punktach detalicznych i coś, z czego mogą uczynić przewagę nad dużymi marketami - podsumowuje Krzysztof Wielądek.

Dzięki wykorzystaniu przewagi, jaką daje przystąpienie do programu partnerskiego aetka, sklepy detaliczne z elektroniką użytkową mogą optymistycznie spoglądać w przyszłość, mimo trudnej sytuacji rynkowej.

Yasna Communications