**2-minutowe odliczanie – poprawa jakości obsługi klienta i zwiększenie wartości koszyka poprzez komunikację wizualną**

**W świecie szybko zbywalnych dóbr konsumpcyjnych szybkość, cena i wygoda są kluczowymi czynnikami, gdy chodzi o pozyskiwanie klientów przez sklep lub supermarket oraz zadbanie o ich zadowolenie. Nie jest tajemnicą, że rynek sprzedaży detalicznej zmaga się z trudnościami. Sklep ma tylko 2 minuty, aby zrobić wrażenie na kliencie1. Odliczanie rozpoczyna się od momentu wejścia klienta do sklepu.**

Zadowolenie klienta ma coraz większe znaczenie i stanowi główny wyróżnik, zwłaszcza na rynku żywności i napojów. Jak więc zrobić na kliencie najlepsze wrażenie w tak krótkim czasie? Elastyczność w szybkim dostosowywaniu ofert i reklam przy jednoczesnym zapewnieniu klientom łatwego poruszania się po sklepie ma teraz większe znaczenie niż kiedykolwiek – to od nich zależy bieżąca wysokość sprzedaży oraz lojalność klienta w przyszłości.

**Produkcja atrakcyjnych materiałów komunikacji wizualnej w sklepie**

Dla sklepów stacjonarnych ważną kwestią jest nie tylko wykorzystywanie inteligentnych, zaplanowanych wcześniej kampanii marketingowych w celu przekazania klientowi konkretnych informacji i zwiększenia sprzedaży kluczowych linii produktów. Równie znacząca jest też możliwość wykorzystania ważnych okazji sprzedażowych związanych np. z nagłą zmianą pogody lub aktualnymi trendami kulinarnymi w mediach społecznościowych. Aby móc szybko reagować i wdrażać komunikację w punkcie sprzedaży, potrzebne jest rozwiązanie umożliwiające szybki dostęp do szerokiej gamy drukowanych oznaczeń skierowanych do klienta.

Sprzedawcy detaliczni, którzy są wyposażeni w sprzęt i mogą zapewnić tę podstawową komunikację wizualną na żądanie, w oczywisty sposób osiągają istotną przewagę na rynku.

Przyciągające wzrok oznaczenie, oprócz strategicznego umieszczenia na końcu alejki, odgrywa ważną rolę w promowaniu kluczowych produktów. Naklejki i oznaczenia na szybach stanowią sprawdzony sposób na przyciągnięcie klientów do sklepu, podobnie rzecz się ma z banerami. Dwustronne wiszące banery i oznaczenia punktu sprzedaży wskazujące klientom kierunek odgrywają równie ważną rolę w cyklu sprzedaży – szczególnie jeśli chodzi o spontaniczne decyzje klientów.

Zamiast czekać na dostarczenie zamówionych zewnętrznie drukowanych materiałów marketingowych, supermarkety i sklepy mogą same na bieżąco reagować na nagłą falę upałów, ważne informacje ze świata czy internetowe trendy kulinarne. Drukarki kolorowe o wysokiej rozdzielczości, przystosowane do potrzeb sprzedawców detalicznych, umożliwiają szybkie drukowanie wielko- i małoformatowych materiałów sprzedażowych we własnym zakresie, na żądanie, w naszym punkcie handlowym

**„Podążaj za znakami”**

Przystępne cenowo i praktyczne oznakowanie wewnątrz sklepu nie tylko poprawia zadowolenie klientów i pomaga im znaleźć to, czego szukają, ale także może zostać strategicznie wykorzystane w celu zainteresowania klientów produktem o wysokiej marży oraz promowania linii produktów, które nie osiągają dobrych wyników sprzedażowych.

W czasach, gdy zadbanie o komfort klientów jest priorytetem zarówno w handlu detalicznym online, jak i offline, spełnienie podstawowego wymogu umożliwiającego im znalezienie tego, czego potrzebują, jest niezwykle istotne. Nie tylko bowiem pomaga to w zwiększeniu sprzedaży, ale również umożliwia uniknięcia sytuacji, w których sfrustrowany kupujący musi prosić o pomoc sprzedawcę lub, co gorsze, opuszcza sklep.

Najnowsze drukarki dostosowane do użytku w punktach sprzedaży detalicznej są wystarczająco małe, aby można ich było używać na zapleczu. Umożliwiają drukowanie efektownych dwustronnych banerów wielkoformatowych, oznaczeń do naklejenia na podłodze, a także etykiet instruktażowych na półki i ramek.

Sprzedawcy detaliczni mogą w pełni wykorzystać możliwość druku na żądanie nie tylko do drukowania etykiet z cenami, ale i najnowszych opinii krytyków oraz atrakcyjnych wizualnie materiałów stanowiących element ogólnokrajowych kampanii marketingowych. Oprócz zwiększania sprzedaży informacje te mogą pomóc klientowi podjąć szybką decyzję i utwierdzić go w przekonaniu, że była to decyzja właściwa.

[Badanie2 przeprowadzone przez psychologów na uniwersytetach Columbia i Stanford dowiodło, że szeroki wybór produktów może – zamiast zwiększyć satysfakcję klienta i wyniki sprzedażowe – zniechęcać potencjalnych klientów i obniżać sprzedaż.](https://medium.com/%40FlorentGeerts/the-jam-experiment-how-choice-overloads-makes-consumers-buy-less-d610f8c37b9b)

Materiały reklamowe, takie jak etykiety z cenami i informacje o produktach, rozmieszczone w punkcie sprzedaży sprawiają, że klient nie jest tak przytłoczony ilością towaru. Pomagają mu podjąć decyzję, zwiększają jego pewność siebie i zachęcają do spontanicznych zakupów. Coraz więcej klientów stara się podejmować świadome wybory w kwestii diety. Za pomocą drukowanych materiałów można poinformować ich o głównym składniku danego produktu lub zwrócić uwagę na fakt, że dany produkt nie zawiera np. glutenu lub orzechów.

**Przepis na sukces – drukowanie w sklepie nie tylko w formacie A4**

 Rozwiązania firmy OKI Europe do druku oznakowań dla branży detalicznej to m.in. kolorowe drukarki cyfrowe A3 LED z serii C800. Są to najmniejsze drukarki A3 na rynku, co czyni je idealnym rozwiązaniem dla branży detalicznej w miejscach o ograniczonej przestrzeni. Oferują one możliwość drukowania na szerokiej gamie nośników, w tym na tych wstępnie przyciętych, takich jak etykiety na półki, etykiety cenowe i wobblery reklamowe, a także na nośnikach wodoodpornych. Do tego możemy drukować również duże, dwustronne banery o długości do 1,3 m, odpowiednie do umieszczenia w dowolnym miejscu na terenie sklepu, a także oznaczenia zewnętrzne oraz materiały przeznaczone do ekspozycji przy lodówkach.

Włoski producent piwa rzemieślniczego [Zion](https://youtu.be/pRhNtO15qus), dzięki rozwiązaniom firmy OKI dla branży detalicznej, znacznie zwiększył sprzedaż swoich produktów poprzez drukowanie w różnych formatach przyciągających wzrok oznakowań na wstępnie wyciętych nośnikach. Od opasek na nadgarstki po osłony na szyjki butelek, arkusze menu i banery – firma Zion zyskała popularność na przesyconym rynku piw rzemieślniczych dzięki wodoodpornym, wytrzymałym materiałom reklamowym drukowanym szybko i na miejscu.

W czasach wysokich oczekiwań stawianych supermarketom i zaciętej walki o lojalność klienta, zadowolenie klienta ma większe znaczenie niż kiedykolwiek. Z tego powodu możliwość szybkiego reagowania na nieprzewidywalne zmiany pogody lub trendy kulinarne i wymagania dietetyczne poprzez możliwość drukowania na żądanie i umieszczania w sklepie atrakcyjnych oznaczeń zdecydowanie pomaga przyciągnąć uwagę klienta.

Aby dowiedzieć się więcej na temat rozwiązań firmy OKI dla branży detalicznej, odwiedź stronę [www.oki.pl/retail](http://www.oki.pl/retail).

1 [www.quora.com](http://www.quora.com)

2 [www.medium.com/@FlorentGeerts/the-jam-experiment-how-choice-overloads-makes-consumers-buy-less-d610f8c37b9b](http://www.medium.com/%40FlorentGeerts/the-jam-experiment-how-choice-overloads-makes-consumers-buy-less-d610f8c37b9b)