

Tomasz Topolski, Elfa-Pharm: Mamy 10 proc. wzrost obrotów na rynku tradycyjnym

data aktualizacji: 2021.03.05



- W ubiegłym roku na rynku tradycyjnym odnotowaliśmy ponad 10-proc. wzrost obrotów, a musimy pamiętać o tym, że przez kilka miesięcy przedstawiciele handlowi mieli bardzo ograniczone, utrudnione możliwości pracy z placówkami detalicznymi - mówi Tomasz Topolski, dyrektor handlowy, członek zarządu w firmie Elfa-Pharm Polska.

*- Od początku działalności naszej firmy, wbrew krążącym opiniom o zmierzchu handlu tradycyjnego, stawialiśmy właśnie na jego obsługę - podkreśla **Tomasz Topolski**, dyrektor handlowy, członek zarządu w firmie Elfa-Pharm Polska, pytany przez nas o to, na ile jest to istotny kanał sprzedaży dla firmy i czy można powiedzieć, że lokalne sklepy wsparły producentów w trudnym 2020 r., gdy spadały obroty w najpopularniejszych drogeriach w galeriach handlowych.*

- Myślę że jest w tym trochę racji - mówi. - W ubiegłym roku na rynku tradycyjnym odnotowaliśmy ponad 10-proc. wzrost obrotów, a musimy pamiętać o tym, że przez kilka miesięcy przedstawiciele handlowi mieli bardzo ograniczone, utrudnione możliwości pracy z placówkami detalicznymi - dodaje

Tomasz Topolski.

Każdy, kto pracuje ze sklepami różnych formatów – wielkimi sieciami, jak i drogeriami należącymi do drobnych, indywidualnych przedsiębiorców – wie, że obsługa tych rynków różni się od siebie. Tzw. tradycja to przede wszystkim rozdrobnienie dystrybucji i wyższe koszty obsługi, ale jest też wiele zalet współpracy z tym kanałem sprzedaży, które Tomasz Topolski wymienia.

- Praca z detalem niewątpliwie generuje znacznie wyższe koszty niż praca z sieciami, jednak relatywnie bliski dostęp do konsumentów ma ogromne znaczenie. Możliwość przygotowywania znacznie bardziej zindywidualizowanej oferty lub lokalnych promocji odnosi często znacznie lepsze wyniki niż w przypadku scentralizowanych działań z większymi sieciami zakupowymi.

Nasz siedemnastoosobowy zespół jest źródłem sprzedaży, ale również dostarcza nam informacji rynkowych, jakiego typu produkty, kategorie są aktualnie na topie. Bardzo często bazując właśnie na spostrzeżeniach naszych przedstawicieli handlowych podejmujemy decyzje o wprowadzaniu nowych produktów do naszej oferty, bądź o konieczności wprowadzenia zmian w już istniejących produktach. Dzięki szerokiej współpracy z tradycyjnymi punktami jesteśmy w stanie stosunkowo szybko ocenić, jak rynek reaguje na nasze nowości, czy były one trafione – wymienia Tomasz Topolski.

Zwraca także uwagę na to, że podział na rynek nowoczesny i tradycyjny bywa sztuczny. – Określenie „rynek tradycyjny” jest nieprecyzyjne, krzywdzące. Wiele sklepów, lokalnych sieci drogerii, wykazuje się dużą kreatywnością i szybkością reakcji na potrzeby konsumentów, co w przypadku dużych sieci jest znacznie bardziej utrudnione, i stanowi to ich bardzo duży atut. Do tego bezpośrednie relacje z konsumentami i doradzanie im w podejmowaniu świadomej decyzji zakupowej to wartości nie do przecenienia – podkreśla Tomasz Topolski.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/tomasz-topolski-elfa-pharm-mamy-10-proc-wzrost-obr,67169>