

JAK RATOWAĆ SWÓJ PRODUKT W CZASIE PANDEMII?



***DOBRE PRODUKTY
ZASŁUGUJĄ NA
LEPSZĄ SPRZEDAŻ!***

Co zrobić by twój produkt nie tylko
przetrwał ale i wzmocnił swoją pozycję na rynku?

WSTĘP

Pandemia nie przeniosła nagle twoich klientów do innego wymiaru. Nawet jeśli początkowo przyhamowali wydatki, to ten trend zaraz zacznie przemijać.

Ludzie gotują w domach na potęgę. Potrzebują do tego dobrych składników. Ich garnki zużywają się w zawrotnym tempie. **Oto czas na dawno odkładany zakup toster, gofrownicy, pojemników do mrożenia żywności.**

Lekcje online oznaczają często konieczność zakupu nowego laptopa, słuchawek, monitora. Godziny spędzane na oglądaniu tv to dobry moment na zmianę telewizora, konsoli, czy odtwarzacza blu ray. Nie wspominając o grach planszowych, bo ileż można siedzieć przed ekranem. Każdy teraz dba o swoje zdrowie. To nie tylko wzrost sprzedaży suplementów diety, ale również wszelkich przyrządów do ćwiczenia w domu.

CZEGO SIĘ DOWIESZ?

W sieci jest już kilka poradników na temat tego jak radzić sobie w czasie pandemii. Nam jednak brakowało takiego, który opisuje co zrobić, by ratować swoje produkty.

Od ponad 10 lat projektujemy opakowania i komunikację marek. Dlatego postanowiliśmy podzielić się z wami praktycznymi poradami na temat tego, co można zrobić, by pomóc swoim produktom i nie dać się wirusowi!

Co robić, gdy chodzenie do sklepów zostało tak mocno ograniczone? Skąd brać pomysły do działania? Gdzie znaleźć konkretne i sprawdzone porady?

Najważniejsze, to nie dać się panice. Pamiętaj, że choć jest to sytuacja bez precedensu, to jednak jest to stan tymczasowy.

1. BĄDŹ ONLINE

**Najprościej zacząć od Allegro.
Warte uwagi są także Amazon i E-bay.
Jakie są zalety i wady?**

- + niski koszt wejścia
- + nie musisz zajmować się pozycjonowaniem
- + nie musisz budować i promować marki nowej platformy online'owej
- + brak konieczności pokonania obaw klientów związanych np. z bezpieczeństwem zakupów
- + wielu odwiedzających i wielu potencjalnych klientów
- duża konkurencja
- prowizja od sprzedaży każdego egzemplarza



.PRZYDATNE LINKI

://sprawdź_

Jak zacząć sprzedaż na Allegro:
<https://tinyurl.com/ycd57qs2>

Jak sprzedawać na Allegro:
<https://tinyurl.com/yd2dwst8>

Jak sprzedawać na Amazonie:
<https://tinyurl.com/y9ozrc3x>

1. BĄDŹ ONLINE

+ Nawiąż współpracę ze sklepami internetowymi

Wiele z nich jest teraz otwartych na nowych dostawców.

Poszerzenie oferty postrzegają jako szansę na rozwój. Kto wie, jaki plon przyniesie to w przyszłości?

+ Zaoferuj opakowania zbiorcze

Gdy ludzie robią zapasy, kupują więcej. Ułatw im to.

+ Ułatw cykliczne zakupy

Np: voucher ze zniżką 10% na kolejne zakupy w ciągu 30 dni.

+ Pomyśl o cross-sellingu

Sprzedajesz żwirek dla kota? Dodaj do oferty karmę.

Sprzedajesz jedzenie? Zaoferuj także napoje. Sprzedajesz suplementy diety? Dodaj do nich zdrowe tłoczone soki.



**.PRZYDATNY
LINK**

://sprawdź_

Jak internet zmienia proces
decyzji zakupowych?

<https://tinyurl.com/yatpru3y>

1. BĄDŹ ONLINE

Masz już swój sklep internetowy? Rozruszaj go.



- **przyciągnij do niego ruch** (reklamy, remarketing, pozycjonowanie, social media)
- **wzmocnij jego markę**. Silna marka to mniej obiekcji dla klientów, szybsze decyzje zakupowe, większy zysk.
- **zadbaj o spójny wizerunek**. Jeśli klient trafi do ciebie za pośrednictwem reklamy na social media, to jej szata graficzna powinna być spójna z tym, co znajdzie na twojej stronie www lub w twoim sklepie
- dodaj swój sklep do **Ceneo**
- opracuj atrakcyjne **promocje i program lojalnościowy**
- pomyśl o **płatnym programie rabatowym**. Klient kupuje roczny abonament premium, w zamian za co otrzymuje gratisy i np. 5 % zniżki na każde zamówienie. Jest to sytuacja typu win-win. Klient oszczędza, ty zaś zyskujesz lojalnego partnera.

.PRZYDATNE LINKI

://sprawdź_

Jak promować sklep internetowy
<https://tinyurl.com/ybedselo>

Jak wyróżnić swój sklep internetowy
<https://tinyurl.com/y7bza3ln>

Kilka słów o programach lojalnościowych
<https://tinyurl.com/ycqulzrn>

2. ZADBAJ O DOBRĄ PREZENTACJĘ

Obejrzyj raz jeszcze swoje opakowania

- + Czy są **czytelne**?
- + Czy zachęcają do **zakupu**?
- + Czy gdybyś zobaczył taki produkt w sklepie to byś go **kupił**?
- + Czy twoje opakowanie w wystarczający sposób komunikuje **zalety** produktu?
- + Czy jest **aktualne** i na czasie?



.PRZYDATNY LINK

**Jak odświeżyć
opakowanie, by nie
stracić klientów:**

<https://tinyurl.com/y7oejq9>

2. ZADBAJ O DOBRĄ PREZENTACJĘ

Czy twój produkt dobrze się prezentuje?

+ Proste opakowania wystarczy zaprezentować za pomocą **wizualizacji**.

+ Opakowania o oryginalnych kształtach, lub bardziej skomplikowanych formach będą potrzebować profesjonalnych **zdjęć**. Poszukaj firm oferujących fotografię produktową.

! Apetyczny wizerunek jest kluczowy przy sprzedawaniu produktów przez sieć, gdy klienci nie mogą dotknąć ani obejrzeć z bliska produktu przed zakupem.



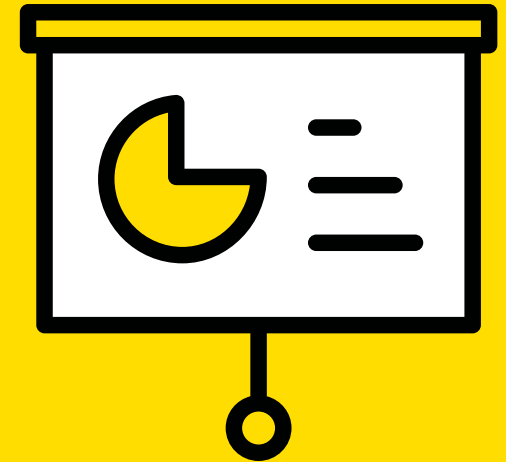
2. ZADBAJ O DOBRĄ PREZENTACJĘ

Opracuj prezentację swojego produktu w PDF

+ zawrzyj w niej **opis produktu**, być może składniki, świadectwa zadowolonych klientów, zdjęcia/wizualizacje

+ pamiętaj, by nigdy nie tracić z oczu **korzyści dla klienta**. Na każdym kroku przekonuj go, **co ten produkt robi dla niego**. Odpowiedz na pytanie dlaczego powinien wybrać właśnie twój produkt. Co zmieni się w jego życiu?

- ! Pomyśl także o przygotowaniu prostej, dedykowanej **strony www**, na której klienci natychmiast znajdą wszelkie niezbędne informacje na temat twojego produktu.



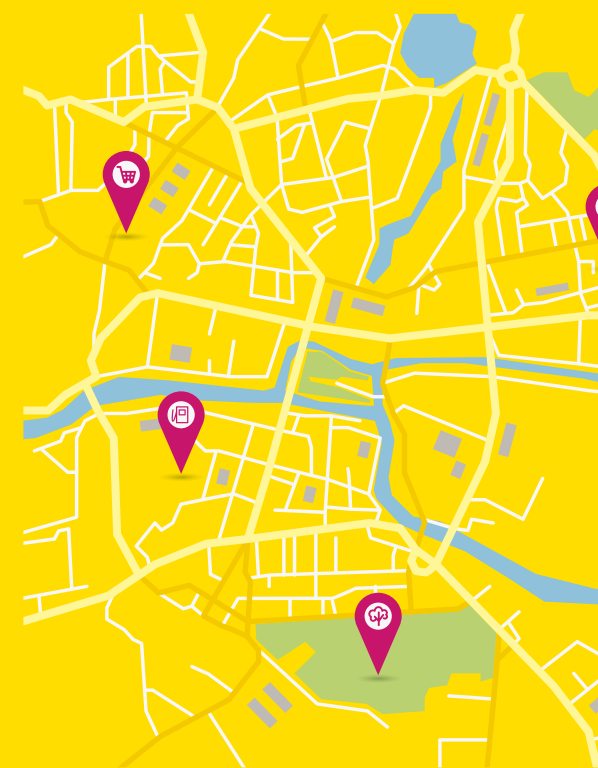
3. MYŚL LOKALNIE

Zadbaj o obecność swojego produktu na rynku lokalnym.

Podjmij współpracę z **małymi sklepikami**. Im większa dywersyfikacja źródeł przychodów, tym większa odporność na kryzysy.

Zagląda tam dużo ludzi, ponieważ kolejki są mniejsze niż do dyskontów i hipermarketów. Ograniczenia w przemieszczaniu powodują że **ludzie udają się głównie do najbliższych sklepów**.

Można w nich znaleźć już nie tylko artykuły spożywcze, lecz wiele innych. **Pojaw się tam ze swoim produktem**. Nie zastąpi to wolumenów sprzedaży w dużych sieciach, ale z pewnością lepsze to niż nic. Będzie też dobrą podporą na przyszłość.



4. **NOWE SPOJRZENIE**

Zastanów się czy twój produkt może zyskać drugie życie?

Czy sprzedając **witaminę C** możesz akcentować fakt, że wzmacnia odporność?

Czy przemysłowy **preparat do dezynfekcji** szpitali może stać się, po drobnej modyfikacji składu, płynem do dezynfekcji przeznaczonym do użytku domowego i przemysłowego?

Czy **rękawiczki do nakładania pieczywa** mogą stać się nagle środkiem ochronnym stosowanym w każdym sklepie?

W jaki sposób to, co obecnie sprzedajesz, może zyskać nowe zastosowanie?



4. NOWE SPOJRZENIE

Zastanów się czy twoja produkcja może zaproponować coś nowego?

Firmy odzieżowe przestawiają się na produkcję odzieży ochronnej. Różne fabryki robią maski i przyłbice ochronne. Producenci pleksiglasu stali się nagle najlepszymi przyjaciółmi każdego sklepu, które w ten sposób budują zabezpieczenia dla swoich pracowników. Właściciele drukarek 3D produkują na nich przyłbice ochronne, bezdotykowe klamki, adaptory do masek dla OSP.

Nawet gdy ograniczenia zaczną być powoli znoszone, to wiele środków ostrożności będzie nadal w użyciu. Jak możesz to wykorzystać?



5. ZAPLANUJ, CO DALEJ

Ta sytuacja się kiedyś skończy. Opracuj więc już teraz plan działania na przyszłość.

Wyjdź z tego kryzysu z jasnym planem działania. Dzięki temu będziesz dokładnie wiedzieć, co chcesz robić dalej. Gdy po powrocie do normalności inni dopiero zaczną się zastanawiać, co dalej z ich firmą lub produktem, ty będziesz mieć już gotowy plan.

Jak myślisz, co w tej chwili robią największe sieci i producenci? Szykują plany wielkiego comebacku. **Promocje, przeceny, prezentacje nowości, programy lojalnościowe.** Nikt tam nie siedzi czekając aż kryzys przeminie. Ten moment zastoju to idealny czas do działania. W końcu jest czas na zajęcie się sprawami, na które zazwyczaj nie ma czasu. **Opracuj strategię.**



.PRZYDATNE LINKI

://sprawdź_

Model Story Brand
<https://tinyurl.com/ybc8mjrq>

New Strategic Brand
Management
<https://tinyurl.com/ya774jlp>

Brand Personality
<https://tinyurl.com/yavonsct>

5. ZAPLANUJ, CO DALEJ

Zastanów się jak chcesz zdobywać nowych klientów, jak chcesz prześcignąć konkurencję.

Teraz jest też **najlepszy moment** na spokojne opracowanie ulotek, katalogów i innych materiałów reklamowych. Nie musisz ich jeszcze drukować, na to przyjdzie czas gdy zaczną się pierwsze oznaki powrotu do normalności. Gdy to nastąpi, jedyne co będziesz mieć do zrobienia, to wysłać gotowe projekty do drukarni. Dzięki temu będziesz o krok przed konkurencją.

Gdy oni będą w pośpiechu robić projekty, ty będziesz odbierać wydruki swoich dopracowanych na spokojnie kreacji. Gdy oni będą czekać w długiej kolejce w drukarni, **twoje nowe materiały reklamowe będą na ciebie zarabiać.** Niektóre drukarnie są teraz mniej obłożone, być może nawet oferują atrakcyjne rabaty. **Wykorzystaj to.**



**.PRZYDATNY
LINK**

**://sprawdź jak
projektować
katalogi_**

<https://tinyurl.com/ya8lz92p>

6. MYŚL SZEROKO

Polska wdrożyła lockdown jako jedno z pierwszych państw europejskich. Daje to dużą szansę, że również jako jedni z pierwszych **wyjdziemy z lockdownu**. Bądź na to gotów.

Gdy zagraniczna konkurencja będzie jeszcze w momencie wstrzymania, ty możesz już pracować pełną parą. Bądź na to przygotowany. **To może być idealny moment na wejście na rynki zagraniczne.** Tamtejsi partnerzy handlowi mają teraz w końcu czas na to, by zapoznać się z twoją ofertą. Przygotuj dla nich prezentacje, przetłumacz opakowania, **dostosuj do ich rynku.** Zaoferuj im materiały wspierające sprzedaż, zarówno te offline'owe jak i online'owe. Może twój produkt jest czymś, czego jeszcze nie ma na ich rynku? Jeśli nie masz czegoś takiego, to być może jesteś w stanie to właśnie teraz wymyślić i wyprodukować?



.PRZYDATNE LINKI

://sprawdź_

Jak wejść na rynek zagraniczny
<https://tinyurl.com/ydcvhnq3>

Źródła inspiracji do stworzenia nowego produktu
<https://tinyurl.com/y9e9bpfa>

7. BĄDŹ ODPOWIEDZIALNY

Pokaż jakie wdrożyłeś środki bezpieczeństwa. Opisz dokładnie jak dbasz o bezpieczeństwo **klientów i pracowników**. Jeśli wspierasz w jakikolwiek sposób walkę z obecną sytuacją, pochwal się tym.

Dostarczasz darmowe produkty dla pracowników opieki medycznej? Przyłbice dla szpitali? Płyny do dezynfekcji dla lokalnego szpitala lub domu spokojnej starości? Pochwal się tym. Nie tylko zachęcisz inne firmy, lecz **klienci to zapamiętają**.

Prezes firmy OTCF, będącej właścicielem marki 4F, zapowiedział publicznie, że firma nie będzie zwalniać pracowników, dopóki nie ogłosi upadłości. 10 lat suto opłacanego employer branding nie zrobiłoby dla nich tyle dobrego, co ta jedna decyzja. Gdy poepidemiczny kurz opadnie, to właśnie **takie działania pozostaną w pamięci klientów** i pracowników. Jakże atrakcyjny to będzie pracodawca w porównaniu np. do gigantycznego Disney'a, który po dwóch tygodniach lockdownu w USA zapowiedział tymczasowe zwolnienia i obniżki pensji.

8. **BĄDŹ WYTRWAŁY**

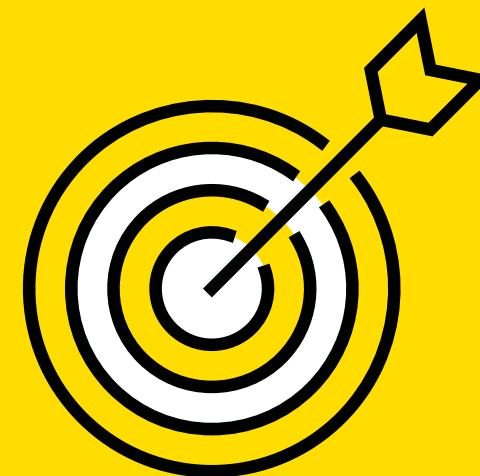
Biznes to nie sprint. To maraton.

Wszyscy jesteśmy częścią tej samej maszyny gospodarczej. **Pandemia dotyka zarówno ciebie jak i konkurencję.** Masz jednak wpływ na to jak zareagujesz.

Jeśli twoja konkurencja jest bierna, oto masz szansę by wzmocnić swoją markę. A jeśli jest aktywna, to tym bardziej **nie możesz sobie pozwolić na oddanie pola i zostanie w tyle.**

Skoro to czytasz, to znaczy że zależy ci na przetrwaniu twojej marki.

Do dzieła!





KÓŁKO i KRZYŻYK

projektowanie opakowań

SKONTAKTUJ SIĘ!

+48 531 622 899

KONTAKT@KOLKOIKRZYZYK.PL

www.kolkoikrzyzyk.pl