

eko dostawcy

Ogólnopolski miesięcznik branżowy

ROZMOWA
MIESIĄCA

**Stowarzyszenie
Polska Ekologia**
– od siebie
wymagamy
najwięcej

EKORAPORT
**Handel
ekoproduktami
w sieci**

**Odpowiednia
prezentacja
pomaga budować
wizerunek sklepu**

– Izabela Taczała, właścicielka
sklepu Giełda Zdrowia w Łodzi

Szczególnie polecamy:
fachowe porady
**prezentacje nowych
produktów**
**wywiady i opinie
ekspertów**

EKOprezentacja

s. 24

Z półki wzięte

s. 26

Zarządzanie

s. 40

Na Giełdzie Zdrowia

Często nieduża powierzchnia sklepu staje się barierą uniemożliwiającą skompletowanie oferty i skuteczną ekspozycję ekoproduktów. Giełda Zdrowia w Łodzi jest nie tylko wyjątkiem od reguły, ale i chlubnym przykładem tego, jak powinny funkcjonować i wyglądać delikatesy ekologiczne

TEKST: Marcin Fajerski



Izabela Taczała, właścicielka Giełdy Zdrowia

ZNAJDUJĄCA SIĘ na ul. Broniewskiego w Łodzi Giełda Zdrowia działa dopiero od pół roku, a już zaskarbiła sobie sympatię klientów. Według właścicielki sklepu, Izabeli Taczały, to zastuga przemyślanych decyzji i dbałości o potrzeby konsumentów. – Pomysł otwarcia ekodelikatesów kielkował już od kilku lat – tłumaczy. – Nie działałam jednak pochopnie. Zebrałam informacje

i opinie o rynku, a także odwiedziłam funkcjonujące w Łodzi sklepy. Zależało mi, aby stworzyć wyjątkowy punkt z kompleksową ofertą ekoproduktów w dogodnej lokalizacji – mówi.

Oferta bez granic

Giełda Zdrowia zajmuje stosunkowo niewielką powierzchnię 35 m kw.,

lecz nie przeszkodziło to właścicielce w skompletowaniu oferty ok. 1,8 tys. produktów. Spośród nich aż 80% posiada certyfikat rolnictwa ekologicznego. – Klientom odwiedzającym nasz sklep oferujemy bogaty wybór żywności certyfikowanej, niskoprzetworzonej i tradycyjnej – mówi Izabela Taczała. – W sprzedaży znajdują m.in. bakalie, świeże owoce i warzywa, zioła i przy-



Ogromnym atutem łódzkiej Giełdy Zdrowia jest również dbałość o ekspozycję towaru



W ofercie sklepu znajduje się wiele produktów świeżych i sypkich, które można kupić na wagę

prawy, kasze, mąki, makarony, oleje, soki, kawy i herbaty, miody, a także produkty bezglutenowe, wegetariańskie i wegańskie. Oferta obejmuje swoim zakresem również artykuły spożywcze dedykowane matkom i dzieciom, a także osobom na diecie bezcukrowej. Staramy się na bieżąco monitorować rynek i dostosowywać się do potrzeb konsumentów – dodaje.

W każdym detalu

Ogromnym atutem łódzkiej Giełdy Zdrowia jest również dbałość o ekspozycję towaru. Już efektowna witryna zachęca potencjalnych klientów do zapoznania się z ofertą sklepu. W strefie kasy wyeksponowano m.in. fachową literaturę, a także kosmetyki naturalne i ekologiczne. Wszystkie pozostałe produkty

ustawiono według ich przeznaczenia na designerskich postarzanych regałach wykonanych z drewna. Dlatego klienci nie mają trudności z odnalezieniem poszukiwanych artykułów spożywczych, środków czystości oraz kosmetyków. – Odpowiednia prezentacja ekoproduktów nie tylko ułatwia konsumentom zakupy, ale również ma wpływ na postrzeganie marek i pomaga budować wizerunek sklepu jako miejsca przyjaznego klientom – mówi Izabela Taczała.

Wiedza jest kluczem

Argumentem przekonującym konsumentów do częstych wizyt w Giełdzie Zdrowia jest na pewno fachowe doradztwo, które często decyduje o wartości koszyka. – Grupa świadomych konsumentów, którzy zwracają uwagę na to, co kupują i jedzą na pewno rośnie, zwłaszcza wśród osób w szczyście aktywności zawodowej oraz rodziców. Należy jednak zaznaczyć, że często odwiedzają nas osoby, które dopiero zastanawiają się nad zmianą nawyków żywieniowych i szukają alternatywy dla wysoko przetworzonych artykułów spożywczych, które nie zawsze służą ich zdrowiu. Zapewnienie im profesjonalnej obsługi sprawia, że stają się naszymi stałymi klientami – podkreśla Izabela Taczała.

Wypracowany sukces

Giełda Zdrowia nieustannie pracuje na swój sukces. Okresowe promocje, dodatkowe usługi, takie jak pakowanie prezentów w okresie poprzedzającym święta, premiowane zakupy, eventy, darmowe dermatokonsultacje zachęcają konsumentów do częstszych wizyt w sklepie. – Rynek jest wymagający, choć dynamicznie się rozwija – przyznaje Izabela Taczała. – Nie zasypiamy jednak gruszek w popiele i dokładamy wszelkich wysiłków, aby zaspokoić potrzeby naszych klientów. Zaoferowanie im produktów w atrakcyjnych cenach, sezonowe promocje, rabaty i nieodpłatne usługi pomagają wzmocnić naszą markę w Łodzi i poprawić wyniki finansowe – wyjaśnia.