

Warszawa, 22 listopada 2018 r.

## **Jak odpowiadać na potrzeby klienta przyszłości?**

**Polski konsument jest coraz bardziej świadomy swoich potrzeb i liczy na szybką realizację swoich oczekiwań. O tym, kim jest klient przyszłości i jak odpowiadać na jego oczekiwania mówi Marcin Poniatowski, Członek Zarządu ds. marketingu, Lewiatan Holding S.A. podczas Kongresu 590.**

Polacy zarabiają coraz więcej, w związku z tym cena jest ciągle głównym czynnikiem decyzyjnym ale traci na znaczeniu, a zaczynamy zwracać uwagę na inne aspekty. – *Wszyscy jesteście klientami przyszłości, zmieniają się jedynie narzędzia, z których korzystamy. Nawet potrzeby, które mamy są raczej niezmiennie. W naszych sklepach klient stał się asertywny i wymagający* – mówił podczas panelu „Klient przyszłości – jak odpowiadać na jego oczekiwania” Marcin Poniatowski, Członek Zarządu ds. marketingu, Lewiatan Holding S.A.

Nieuchronnym zjawiskiem jest cyfryzacja sprzedaży w sklepach stacjonarnych, co podkreślał przedstawiciel sieci Lewiatan. – *Do handlu wchodzi coraz więcej digitalizacji. Dobrym przykładem jest tu kasa samoobsługowa, bądź wprowadzany przez nas przepisomat, podpowiadający co można zrobić z konkretnych produktów, drukując od razu listę zakupów. Internet jest bez wątpienia narzędziem, które będzie zmieniać handel. Coraz częściej ludzie oglądają coś w sklepie stacjonarnym, a kupują taniej w sieci. Trend ten nie obejmuje jeszcze tak mocno branży spożywczej, ponieważ tu często barierą jest koszt dostawy. Produkty spożywcze są stosunkowo tanie i dodatkowa opłata związana z dostawą powoduje, że klienci nie sięgają po te rozwiązanie zbyt często.* – wyjaśniał Marcin Poniatowski.

Innym ważnym aspektem, który poruszali paneliści była personalizacja. – *To nad czym dzisiaj musimy pracować, z racji tego, że klient ma coraz mniej czasu, to dostosowywanie oferty pod jego potrzeby. Stąd na przykład coraz więcej dań gotowych w sklepach spożywczych. Obecnie coraz częściej mówi się też o tym, by w pełni zautomatyzować proces zakupowy, tak by płatność za produkty naliczana była w momencie wkładania ich do koszyka. Problem w tym, że dzisiejsza technologia jest jeszcze zbyt droga, dlatego na jej wprowadzenie musimy trochę poczekać* – opowiadał Poniatowski.

Jak wynika z panelu „Klient przyszłości – jak odpowiadać na jego oczekiwania”, polski handel będzie się dynamicznie zmieniał, pozostając pod mocnym wpływem nowych technologii, co na pewno przyniesie wymierne korzyści konsumentom.

### **Dodatkowe informacje:**

Justyna Kaczyńska, [jkaczynska@swiezabazylia.pl](mailto:jkaczynska@swiezabazylia.pl), tel. 728 814 551



\*\*\*

**Polska Sieć Handlowa Lewiatan** to jedna z najdłużej funkcjonujących i najbardziej rozpoznawalnych marek franczyzowych na polskim rynku, która w przyszłym roku obchodzić będzie jubileusz 25-lecia działalności. Obecnie na terenie całej Polski zrzesza około 3.200 placówek handlowych. Wśród nich jest około 410 supermarketów (powyżej 300m<sup>2</sup>), ponad 1800 dużych sklepów, około 900 placówek średniej wielkości oraz mniej niż 40 małych sklepów. Łączne obroty, które w 2017 roku przekroczyły 11,5 mld zł, stawiają Sieć w ścisłej czołówce organizacji handlowych w Polsce.

**Lewiatan Holding SA**

ul. Kilińskiego 10, 87-800 Włocławek, T: 54 412 78 21, F: 54 412 78 41, sekretariat@lewiatan.pl, www.lewiatan.pl

KRS: 0000089450 w Sądzie Rejonowym w Toruniu, VII Wydziale Gospodarczym. Kapitał zakładowy: 1.350.000 zł wpłacony w całości.  
NIP: 618-10-20-505. Rachunek bankowy: 14 1240 3389 1111 0010 1051 0411