

# LIDERZY RYNKU SPOŻYWCZEGO

# 2017



## BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

25–31 sierpnia 2017 r.

## Liczy się pomysł

**Wakacje w pełni. Co to oznacza dla diety twojego dziecka? Tony frytek, słodczyce, gazowane napoje i inne pokusy czyhające na najmłodszych podczas urlopu. Co zrobić, by zastąpić wysoko przetworzone przekąski zdrowymi zamiennikami? Wystarczy odrobina pomysłowości, fantazji i wcześniejszego zaplanowania. Idealną bazą do wakacyjnych przegrzynek będzie chleb. Jest zdrowy, łatwo dostępny i pozwoli ci szybko wyczarować smaczne przekąski dla całej rodziny.**

– Jak wiadomo produkty zbożowe, w tym pieczywo, są jednym z najważniejszych składników dobrze zbilansowanej diety. Chleb dostarcza m.in. węglowodanów złożonych, których nasz organizm potrzebuje na wszystkie procesy życiowe – tłumaczy Anna Wojtasik z Instytutu Żywności i Żywienia w Warszawie. – Jest więc niezastąpionym źródłem energii, która podczas wakacji przyda się każdemu, również najmłodszemu – dodaje. Dietetycy zalecają, aby wprowadzać pieczywo do diety niemowląt już po 10 miesiącu życia. Na początku najlepszy jest jasny chleb pszenny oraz bułki typu kajzerki. Są lekkostrawne i dlatego nie stanowią obciążenia dla układu pokarmowego malucha. A co ze starszymi dziećmi?

**Zróżnicowana dieta**

Ich dieta powinna być bardziej zróżnicowana. Już po ukończeniu drugiego roku życia warto wprowadzić do jadłospisu najmłodszych urozmaicenie w postaci chleba razowego, grahama lub tego z mąki orkiszowej. Produkty pełnoziarniste ze względu na bogatą zawartość błonnika są jed-

nak ciężkostrawne, dlatego u małego dziecka pieczywo razowe należy wprowadzać stopniowo i w małych ilościach. Im szybciej jednak zacznijemy, tym szybciej wykształcimy w naszych pociechach zwyczaj i chęć sięgania po różnorodne rodzaje pieczywa. W przyszłości pomoże nam to zastępować niezdrowe, słodzone i bogate w tłuszcze produkty przekąskami przygotowanymi właśnie na bazie chleba.

**Puścić kulinarne wodze fantazji**

Urlop to doskonały moment, aby puścić kulinarne wodze fantazji. Rano nie spieszysz się do pracy, przed wyjściem nad morze lub wakacyjny piknik możesz przygotować więc swoim dzieciom pożywne, zdrowe i atrakcyjne śniadanie. Znane i „oklepane” kanapki zamień w małe dzieła sztuki. Pokrój warzywa i układaj na kromkach chleba (posmarowanych serkiem) tak, aby przypominały znane dziecku postaci i zwierzęta. Talerki rzodkiewek świetnie sprawdza się jako oczy, paski ogórka jako nos, a połówki pomidora zastąpią usta. Do tak przygotowanej kanapki dodaj włosy ze szczypiorku i okulary z drobinek pieprzu. Tylko od twojej inwencji twórczej zależy, co znajdzie się na talerzu malucha.

**Postawić na zdrowie**

Pamiętaj, że dziecko uczy się nawyków żywieniowych od ciebie. Jeśli więc sama stawiasz na zdrowe przekąski jedzone wspólnie np. w pięknym miejscu za miastem, z wcześniej przygotowanych składników, twoje dziecko chętnie zaangażuje się w ten zwyczaj i nie będzie ciągnęło go do niezdrowych fast foodów. Wybierając się na rodzinną przejażdżkę rowerową przygotuj i zabierz ze sobą tosty francuskie. W gorący dzień będą smakowały świetnie także na zimno. Podawaj je ze słodkimi dodatkami, które uwielbiają wszystkie maluchy: serkiem waniliowym, rodzynkami i świeżymi owocami. Innym sprawdzonym pomysłem na zdrową przekąskę są nadziewane ruloniki z pieczywa. Pokrój jasne pieczywo na kromki, przygnieć każdą z nich tak, aby stała się mak-

symalnie płaska. Następnie posmaruj masłem lub serkiem, włóż składniki które najbardziej lubicie i zawijaj w ruloniki. Dzieci uwielbiają przekąski, które mogą trzymać w rączce i podgryzać podczas zabaw lub gier. Ruloniki możesz więc serwować ze świeżymi, chrupiącymi warzywami pokrojonymi w cienkie paski.

**Zabawa w kuchni**

Inną zdrową przekąską idealną na lato są domowe bułeczki. Wspólne pieczenie z dziećmi to dla nich także dodatkowa atrakcja i sposób na kreatywne spędzanie np. wakacji w mieście. Ważne, aby od samego początku zaangażować najmłodszych w proces pieczenia. Przygotuj w kuchni specjalne miejsce pracy dla swojego dziecka i stawiaj przed nim konkretne wyzwania. Poproś o odmierzanie właściwej ilości mąki, wybór dodatków, poproś o pomoc przy wałkowaniu i formowaniu ciasta. Tak przygotowane bułeczki będą znakomitą przekąską na drugie śniadanie lub podczas wspólnej wycieczki. Jeśli upieczesz ich więcej, nadmiar możesz przechować w zamrażalniku. W ten sposób zachowasz świeżość pieczywa i będziesz mogła ponownie zaserwować je swojej rodzinie za kilka dni. Jak widać wakacje wcale nie muszą być fast foodowym koszmarem. Wystarczy odrobina pomysłowości, a przede wszystkim chęci, by z wyprzedzeniem zaplanować i przygotować zdrowe, smaczne przekąski, które wzbogacą dietę całej rodziny podczas wakacji.



## Polska sieć PGS widzi potencjał w rynku kasz i makaronów

Moda na kuchnię śródziemnomorską trwa w najlepsze. Z danych GUS wynika, że nieustającą popularnością cieszą się ryby oraz makarony. Te ostatnie, są obecnie jednym z najczęstszych dodatków do dań. Niemal połowa Polaków spożywa makaron nawet kilka razy w tygodniu. Producenci oraz sieci handlowe cieszą się z rosnącego popytu i wierzą w jeszcze lepsze czasy dla branży. Do łask wracają również jadalne nasiona zbóż, czyli popularne kasze.

Trend ten jest ciekawy, gdyż spożycie artykułów zbożowych w gospodarstwach domowych w XXI wieku spada, przy czym najbardziej widoczne jest to w przypadku pieczywa i mąki. – Na tym tle pozytywnie wyróżniają się makaron, pizza oraz w ostatnich latach kasza – jedyne kategorie w grupie produktów zbożowych, które zanotowały wzrost zakupów – stwierdzają eksperci Departamentu Analiz Ekonomicznych,

Sektorowych i Rynków Rolnych w Banku BGŻ BNP Paribas.

**Renesans kaszy i makaronu**

Wartość rynku makaronu i klusek w Polsce wg sprzedaży w 2015 r. wyniosła 3,55 mld zł (raport Canadean) a do końca 2018 r. ma wzrosnąć do 4 mld zł, co odpowiadać będzie ponad 280 milionom kg sprzedanych makaronów i klusek. Obecnie przeciętny Polak zjada ponad 4 kg makaronów rocznie. Co prawda wciąż daleko nam do Włochów, którzy jedzą ich około 28 kg rocznie, jednak producenci już zacierają ręce w związku z rosnącym popytem. Również kasze przeżywają swój renesans. Konsumenty cenią je szczególnie za wartości odżywcze. Przykładowo, kasza jęczmienna, najczęściej goszcząca na polskich stołach, jest źródłem witaminy A, E i K oraz manganu, selenu, magnezu, żelaza, cynku, posiada wysokie dawki wita-

min z grupy B – w szczególności B1, B2 i B6. Producenci cieszą się z rosnących zysków ze sprzedaży makaronów, klusek i kasz, natomiast między sieciami spożywczymi trwa walka o konsumentów. Coraz większą rolę odgrywa kryterium ceny, nic więc dziwnego, że część sieci decyduje się na wprowadzanie marek własnych, pozwalających na sprzedaż produktów w atrakcyjnych cenach. Klienci zauważyli, że nie warto przepłacać, bo jakość jaką ma marka własna w ich sieci jest równie doceniana przez konsumentów jak wyroby znanych producentów.

**Top Market na czele stawki z produktami O!**

Jak wygląda rywalizacja cenowa pomiędzy najpopularniejszymi polskimi sieciami handlowymi w kategorii makaronów (wybór padł na najpopularniejsze świderki) oraz kasz jęczmiennych w wybranych sklepach? W przy-

padku makaronów wyróżniają się ceny produktów marek Tesco Value oraz O!, dostępnej w Top Marketcie. Top Market oferuje makaron w cenie 99 groszy za 400 g, podkreślając przy tym, że wszystkie produkty O! produkowane są w Polsce z najwyższej jakości składników. Tesco Value, jedna z najpopularniejszych w Europie marek własnych oferuje makaron w cenie 1,19zł za 500 g. Zaraz za nimi uplasowała się marka własna Auchan z ceną 1,05zł za 400 g. Warto zwrócić uwagę, że produkty dostępne w sieciach Żabka i Fresh Market, czyli makarony Sorenti, jako jedyne z zestawienia nie są markami własnymi. W przypadku kasz jęczmiennych najkorzystniejsza cenowo jest oferta Top Marketu – kasza O! kosztuje jedynie 1,09zł/400 g. Za jej plecami uplasował się Aldi z marką Dobre Plony i ceną 1,5zł/400 g, natomiast na trzecim miejscu znalazła się kasza Lewiatana, kosztująca 1,69zł za 400 gramów.

**Makarony świderki**

O! (Top Market)	0,99zł/400g
Carrefour	2,19zł/500g
Auchan	1,05/400g
Piotr i Paweł	2,49/500g
Tesco Value	1,19/500g
Cambino (Lidl)	2,49/500g
Lewiatan	1,49/400g
D'Antelli (Aldi)	2,19/500g
Sorenti – Żabka	3,99/400g
Sorenti – Fresh Market	2,49/400g

**Kasza jaglana**

O! (Top Market)	1,09/400 g
Carrefour	1,95/400 g
Piotr i Paweł	2,99/400 g
Cornfarm (Lidl)	2,39/400 g
Dobre Plony (Aldi)	1,50/400 g
Lewiatan	1,69/400 g

Ceny w wybranych sklepach na dzień 24.07.2017

# LIDERZY RYNKU SPOŻYWCZEGO



Branża spożywcza jest dziś bardzo szeroko rozumiana – w jej skład wchodzi nie tylko producenci żywności, co narzuca się samo przez się, ale też napojów (również tych alkoholowych), wyrobów tytoniowych, czy sieci handlowe. W swoim rankingu staraliśmy się wyłonić tych uczestników rynku,

którzy w naszej ocenie zasługują na miano liderów. Każdą swoją decyzją udowadniają, że Klient jest dla nich najważniejszy i z myślą o nim tworzą, produkują, dystrybuują. To dla Klienta starają się podnosić jakość swoich wyrobów, udoskonalać linię produkcyjną, dbać o środowisko, w którym pra-

cują. Firmy, które nagrodziliśmy i ich flagowe marki są rozpoznawalne, lubiane przez konsumentów i budzą zaufanie. Sięgając po nie, możemy mieć pewność, że sięgamy po produkt najwyższej jakości, który spełni nasze najbardziej wyszukane oczekiwania. Przypuszczalnie wszystkie one są Państwu

bardzo dobrze znane, nie zaszkodzi jednak zapoznać się po krótko z ich profilem. Może też nasze zestawienie stanie się dla Was impulsem do poszerzenia wiedzy na temat producentów i dystrybutorów działających na rynku spożywczym. Zapraszam do lektury.

## Bakalland



Lider na rynku bakalii w Polsce. Firma od 25 lat specjalizuje się w kategorii bakalii. Swoje doświadczenie i eksperckość przekłada również na nowe segmenty – produkty śniadaniowe i batony musli. Z myślą o klientach,

przedstawiciele firmy na całym świecie wyszukują dorodne orzechy oraz dojrzałe owoce, które dotknięte promieniem słońca zamieniają się w najwyższej jakości bakalie. Dzięki temu Bakalland każdego dnia dostarcza klientom

przyjemności z jedzenia zdrowych produktów, pełnych witamin i cennych składników odżywczych. To marka, której ufają konsumenci, inwestorzy oraz partnerzy biznesowi w Polsce i na świecie.

## O! Dobrze Pewne Twoje



To pierwszy taki projekt, opierający się na przygotowaniu szerokiej palety produktów spożywczych zamówionych u polskich producentów, w bardzo konkurencyjnych cenach. Do sklepów sieci PGS trafiło 50 produktów marki. W pierwszym etapie

na półki trafiły makarony, mąka, słone przekąski, artykuły higieniczne, soki i napoje, przetwory owocowo-warzywne m.in. owoce w puszkach. Drugi etap obejmie poszerzenie asortymentu o słodczyce i dania gotowe. Przedstawiciele sieci

PGS podkreślają, że chcą konkurować cenowo i jakościowo z dużymi, międzynarodowymi sklepami w kategorii napojów gazowanych (tu własny napój o smaku Cola), segmentcie kasz i mąki, a później serów, słodczych i dżemów.



## Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Łowiczu

Firma znajduje się w samym sercu Polski, na terenie zielonego Mazowsza. Od wielu lat jest w czołówce polskich mleczarni i kontynuuje najlepsze tradycje spółdzielczości mleczarskiej na Ziemi Łowickiej. Marka Łowicz to jedna

z najlepiej rozpoznawalnych polskich marek. Jej charakterystyczny znak rozpoznawczy to łowiczanka w stylizowanym stroju ludowym. Marka została doceniona przez internautów i uzyskała tytuł najładniejszej marki polskiego mleczarstwa.

W portfolio OSM Łowicz znajduje się prawie 300 produktów i są one oferowane m.in. pod markami: łowickie, Łowicz, Milkissima, TSM, MONA, Capriolla, Fellada, Łowicki aksamitny, Prymus, Jogser, Mleczgal, Kalisz, Parkadia.



## Rolnik

Prężną firmą o znakomitej, nowoczesnej organizacji. Zaopatruje największe sieci handlowe w Polsce. Jej produkty eksportowane są do coraz większej liczby krajów

europejskich. Oferta obejmuje wszelkie produkty warzywne, jakie spotykane są na rynku. Wszystkie one są najwyższej jakości, a ich niepowtarzalne walory smakowe

są w stanie zaspokoić nawet najbardziej wyrafinowane gusta. Dzięki temu zdobyły one ugruntowaną, wysoką pozycję na polskim rynku.

## BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA

25–31 sierpnia 2017 r.



## Sante

Polska firma rodzinna założona w 1992 r. przez Andrzeja Kowalskiego i jego braci – Wojciecha i Marka. Od pierwszego produktu, którym była „Surówka piękności Kleopatry” firmę

Sante wyróżnia najwyższą jakość produktów i szczególna dbałość o dostarczenie Konsumentom żywności mającej jak najlepszy wpływ na zdrowie. Dzisiaj Sante jest ekspertem na rynku

zdrowej żywności w Polsce i na świecie. Bogata i różnorodna oferta obejmuje ok. 250 produktów. Wysoka jakość produktów bez sztucznych dodatków jest wizytówką firmy Sante.



## Sokołów

Lider i najbardziej rozpoznawalna marka w branży mięsnej w Polsce. Do najsilniejszych marek spółki należą Gold, Sokoliki, Uczta Qu-

linarna, Naturrino i Darz Bór. Grupa Sokołów S.A. od lat jest prekursorem zmian i wyznacza nowe standardy w branży przetwórstwa mię-

snego. Do produkcji wykorzystuje surowce najwyższej jakości, w znacznej części pozyskiwane w ramach programów współpracy z hodowcami.



## Spółdzielnia Mleczarska MLEKOVITA

Lider na rynku krajowym produktów mlecznych uznając zasadę, że najwyższa jakość oraz satysfakcja klienta są trwałym czynnikiem powodzenia firmy, dostarcza produkty najwyższej

jakości, bezpieczne pod względem zdrowotnym oraz przyjazne dla środowiska. Jako jedyna w branży dysponuje własną oczyszczalnią ścieków, produkującą w procesie fermentacji biogaz

służący jako paliwo do produkcji energii, oraz zakładową elektrociepłownię gazową wyposażoną w unikatowy system kondensacji spalin przyczyniający się do redukcji emisji CO<sub>2</sub> do atmosfery



## Wytwórcza Spółdzielnia Pracy „Społem” w Kielcach

Polska firma o niemal 100-letnim doświadczeniu. Dzięki ciężkiej pracy i zaangażowaniu

najlepszych specjalistów, udało się zbudować mocną markę, która cieszy się zaufaniem kon-

sumentów oraz partnerów biznesowych w kraju i za granicą.



## Zakłady Mięsne Łmeat Łuków

Jeden z najstarszych producentów wędlin i konserw w Polsce. Firma od ponad 40 lat wytwarza wyborne produkty, których smak zachwyca konsumentów na całym świecie. To, czym dzieli

się z innymi, to bogate doświadczenie, wieloletnia tradycja oraz sprawdzone przez pokolenia receptury. – Sekretom naszych produktów są regionalne smaki i lokalne receptury pielę-

gnowane od pokoleń. To wszystko połączone z czystością regionu pozwala nam wydobyc doskonały smak niezmienny od lat. – mówi Irena Grzesiak, prezes zarządu ZM Łmeat Łuków.



## Żabka Polska

Właściciel największej w Polsce sieci sklepów typu convenience, prowadzonych pod marką Żabka. W ciągu kilkunastu lat działalności na krajowym rynku firma zdobyła pozycję lidera

tego segmentu sprzedaży. Sieć sklepów Żabka to nowoczesna koncepcja handlu detalicznego, która ma na celu zapewnienie klientom wygody dokonywania zakupów. Wychodząc na-

przeciw potrzebom konsumentów – w ponad 3000 sklepów Żabka – oferowane są najlepsze markowe produkty oraz szeroki wachlarz usług dodatkowych.

# Nowoczesne technologie w służbie rolnikom

**Polscy rolnicy coraz chętniej korzystają z nowych technologii, które nie tylko usprawniają i optymalizują czas pracy w polu, ale również zwiększają efektywność i ograniczają koszty związane z zarządzaniem gospodarstwem. Jest to szczególnie istotne w kontekście trwających obecnie zniw, ale i podczas całego sezonu prac w polu.**

**Daniel Gosiewski**

pomysłodawca AgroDeal, branżowej giełdy usług rolnych dostępnej w formie platformy i aplikacji mobilnej

Aplikacje mobilne, drony czy wirtualne systemy zarządzania gospodarstwem to innowacje, które coraz śmielej wkraczają do branży rolniczej. Jakie rozwiązania ułatwią prace na polu w czasie tegorocznych zniw, a w co warto zainwestować, by plony obrodziły jeszcze owocniej w kolejnym sezonie?

## Technologia mobilna zbiera żniwa

W odpowiedzi na rosnącą liczbę użytkowników urządzeń mobilnych wśród rolników, na rynku pojawia się coraz więcej aplikacji usprawniających pracę w polu, szczególnie w okresie zbiorów. W związku z tzw. szarpanymi żniwami, kluczowa dla gospodarstw staje się precyzyjna prognoza pogody, pozwalająca na rozsądne zaplanowanie prac. Na rynku dostępny jest już szereg dedykowanych rolnikom specjalistycznych aplikacji pogodowych które śledzą istotne dla branży parametry pogody, takie jak szybkość parowania czy kierunek wiatru. W czasie zbiorów rolnicy uważnie śledzą też ceny towarów, w czym również wspierają ich technologie mobilne. Rolnicy mają w tym celu do dyspozycji takie narzędzia, jak Szpieg towarowy, który śledzi interesujące nas dane w czasie rzeczywistym oraz informuje nas za pomocą alertów o istotnych zmianach na giełdzie towarowej.

Kluczem do udanych zniw jest sprzęt rolniczy i jego efektywne wykorzystanie w polu. Część rolników inwestuje w kosztowne maszyny,

jednak często nie wykorzystuje w pełni ich potencjału. W związku z tym, zamiast stanowić kosztowną, ale opłacalną inwestycję, w perspektywie długofalowej przynoszą swoim właścicielom straty. Z drugiej strony, wielu przedsiębiorców rolnych nie stać na zakup drogiego sprzętu, podczas zniw korzystają więc z usług wynajmu. Posiadacze maszyn, którym zależy na dodatkowym źródle dochodu, mogą w prosty sposób skontaktować się z najemcami wykorzystując do tego technologię mobilną. Dzięki precyzyjnym kategoriom i filtrom nasza

aplikacja pozwala z jednej strony na sprawne zamieszczenie ogłoszenia, a z drugiej na szybkie namierzenie interesującej oferty wynajmu maszyn i sprzętów rolnych w danej okolicy oraz szybki kontakt z ogłoszeniodawcą. To pierwsze tego typu branżowe narzędzie skoncentrowania wyłącznie na wymianie usług rolnych. Kolejna kwestia to wsparcie przedsiębiorców rolnych w obsłudze sprzętu rolniczego, coraz bardziej „naszpikowanego” elektroniką. W tym celu można skorzystać z aplikacji, które ułatwiają sterowanie kombajnem proponując optymalne ustawienie pracy maszyny, w zależności od jej typu i modelu. W efekcie dzięki wykorzystaniu aplikacji, ograniczamy np. straty zbóż podczas zbiorów. Dedykowane aplikacje zaprojektowane pod kątem efektywnego wykorzystania sprzętu

wypuszczają na rynek przede wszystkim producenci maszyn.

Rozwiązania technologiczne sprawdzają się w przypadku dbania o bezpieczeństwo sprzętu w czasie prac polowych. Mowa o montowanym w sprzęcie rolniczym monitoringu GPS/GSM, który pozwala na szybkie namierzenie maszyny w przypadku kradzieży, na którą rolnicy nie mogą sobie pozwolić w czasie zniw. Wartością dodaną systemów GPS jest możliwość analizy i kontroli prac wykonywanych na polu oraz wydajności poszczególnych urządzeń, co jest istotne zwłaszcza w przypadku dużych gospodarstw zatrudniających sporą liczbę pracowników.

## Drony i systemy GPS, czyli rolnictwo precyzyjne

Wspomniana wcześniej technologia GPS oraz wykorzystanie tech-

nologii mobilnych czy dronów to podstawy tzw. rolnictwa precyzyjnego, oznaczającego w ogólnym ujęciu nowoczesny sposób gospodarowania. Celem rolnictwa precyzyjnego jest stałe zwiększanie efektywności gospodarstwa przy pomocy nowych technologii. Jak to działa w praktyce? Dzięki korzystaniu z nowoczesnych narzędzi przedsiębiorcy rolni mogą w precyzyjny sposób monitorować i zbierać dane na temat pól, kondycji roślin czy plonów oraz poddawać zgromadzone dane analizie pozwalającej na umiejętne planowanie siewu czy dawki nawozów i środków ochrony roślin. Do monitoringu pola są wykorzystywane np. drony, które dzięki „obserwacji” stanu pola w podczerwieni precyzyjnie określają strefy zaatakowane przez choroby. Nowe technologie pozwalają ponadto na automatyzację prac maszyn, które dzięki zamontowanym sensorom nie obrabiają i nie opryskują tej samej części powierzchni pola dwa razy. W sprzęcie rolniczym można też montować urządzenia, które mierzą stan gleby i roślin i pomagają w określeniu zapotrzebowania na nawóz czy środki ochrony roślin. W końcu, dostępne na rynku rozwiązania pozwalają na dokładną analizę zagospodarowania kolejnych obszarów pola oraz efektów zbiorów, porównując aktualne dane z danymi historycznymi i tym samym, efektywniejsze planowanie prac na kolejny sezon. W dobie dynamicznego rozwoju rolnictwa precyzyjnego, w cenie są także systemy ułatwiające kompleksowe zarządzanie gospodarstwem. Usprawniają one ewidencję prowadzonych działań, tworzenie tzw. kart pola, monitorowanie stanu zużycia nawozów czy środków ochrony roślin, kontrolowanie pracy osób zatrudnionych w gospodarstwie, zarządzanie magazynami czy ewidencję upraw. Służy to przede wszystkim optymalizacji kosztów związanych z zarządzaniem gospodarstwem.



# Outsourcing szansą na rozwój branży FMCG

**Szybki rozwój firmy, sezonowa akcja czy wejście na rynek z nowym produktem. W takich sytuacjach stały zespół sprzedażowy, jakim dysponuje przedsiębiorstwo, może na daną chwilę nie być wystarczający. Jednym z rozwiązań wówczas jest skorzystanie z sił zewnętrznych, czyli z outsourcingu sił sprzedaży. Według badań, najchętniej z tego rodzaju outsourcingu korzystają firmy z branży FMCG.**

**Grzegorz Lewandowski**

prezes zarządu Sales Group

Outsourcing sprzedaży daje przede wszystkim możliwość wykorzystania umiejętności i kompetencji niezależnych zespołów sprzedaży, bez konieczności rozwijania tego obszaru działalności wewnątrz firmy. W dużych sieciach handlowych, które pro-

wadzą aktywną sprzedaż produktów i usług, sprawdza się wsparcie sprzedaży w obszarze telefonicznej obsługi klientów i wykorzystanie zewnętrznego systemu call contact center. Wówczas kadra sprzedawców, zorganizowanie powierzchni biurowej i inwestycje w infrastrukturę systemu zostają po stronie partnera. Bazując na wieloletnim doświadczeniu w outsourcingu sił

sprzedaży wiemy, że zewnętrzne wsparcie pozwala na sprawne i efektywne funkcjonowanie działów sprzedaży. Przedsiębiorca minimalizuje jakiegokolwiek ryzyko inwestycji, a my rozwijamy jego dział sprzedaży do skali, która byłaby niemożliwa do utrzymania przez firmę wewnętrznie.

## Dowolna skala biznesu

Wiele projektów rozwojowych rozbija się na górze kosztów firmowych. Gdyby nie model outsourcingu, wiele firm nie byłoby w stanie rozwinąć portfolio oferty. Chcąc stawić czoła nowym trendom i nie wypaść z rynku, nie trzeba posiadać wyspecjalizowa-

nych zasobów, ani infrastruktury np. call contact center. Przeciwnie, korzystniej zlecić to zewnętrznym dostawcom, a samemu zająć się rozwijaniem swojego core biznesu. Outsourcing sił sprzedaży generuje niemalże oszczędności. Szacuje się, że w zależności od zakresu procesów zleconych na zewnątrz, oszczędności finansowe firmy korzystającej z outsourcingu sprzedaży mogą sięgnąć nawet do 30 proc. Właśnie głównie dzięki strategii cięcia kosztów przez firmy, jak podaje firma doradca Cushman & Wakefield, w najbliższych sześciu latach sektor outsourcingu będzie rósł w tempie 6 proc. rocznie.



**Wiele projektów rozwojowych rozbija się na górze kosztów firmowych. Gdyby nie model outsourcingu, wiele firm nie byłoby w stanie rozwinąć portfolio oferty.**