

Wspólny mianownik dyskontowy

Wyprzedaż końcówek kolekcji, innym razem regularna oferta, ale w atrakcyjnej cenie. Dyskonty meblowe funkcjonują na różnych zasadach, zarówno w małych miastach, jak też w metropoliach. Łączy je jedno – niskie ceny mebli.

Według powszechnej opinii, dyskont meblowy jest sklepem, w którym klienci mogą kupić końcówki kolekcji. Na polskim rynku bardziej sprawdza się jednak formuła placówki handlowej, w której sprzedawane są meble po okazjnych cenach. Jest to najważniejszy atut przyciągający odbiorców, zarówno w dużych miastach, jak też w mniejszych miejscowościach.

Końcówki kolekcji

Sprzedaży za pośrednictwem dyskontów meblowych nie prowadzą takie firmy, jak Meblarska Spółdzielnia Pracy Dąb, Meblosiek czy też Stolwit. Mariusz Gasztych, kierownik działu sprzedaży firmy Meblosiek, jest zdania, że współpraca z dyskontami meblowymi objęta jest dużym ryzykiem. *W tego typu placówkach nie można przewidzieć zyskowności ze sprzedaży – podkreśla.*

Oferta dyskontów meblowych obejmuje produkty z najniższej półki cenowej, w której to często najpierw ustala się cenę mebla, a następnie wszelkimi sposobami dąży się do realizacji takich zamierzeń. Efekt tego jest taki, że jakość, wytrzymałość i estetyka tych wyrobów pozostawia wiele do życzenia. Sypialnie przez nas produkowane są przez naszych klientów utożsamiane ze „średnią półką cenową”. Niezależnie od ceny, sypialnie w sposób szczególnie wymagają odpowiedniej ekspozycji. Takich warunków prezentacji, jak w salonie meblowym nie jest w stanie zagwarantować nam żaden z dyskontów – mówi Artur Puchalski, kierownik sprzedaży firmy Stolwit. Przedstawiciele branży podkreślają też, że na sprzedaż w dyskontach mogą pozwolić sobie bardzo duże firmy, których choćby końcówki kolekcji w bardzo atrakcyjnych cenach są w stanie zaspokoić potrzeby handlowe dyskontów. W tego typu sklepach widzą w sprzedaży głów-



Dyskont meblowy firmy Halmar uzupełnia ofertę salonu.

nie meble o prostej budowie jak np. biurka, krzesła, fotele biurowe. Przykładem działalności bazującej na wyprzedażach końcówek kolekcji jest sieć dyskontów meblowych Aldi Meble. Firma powstała w 2002 roku w ramach, byłej już dziś, grupy Schieder. Punkty handlowe w Poznaniu, Gdańsku, Słupsku, Białymstoku, Szczecinie i w Łodzi bazują na szybkiej wyprzedaży końcówek serii towarów, które były produkowane z myślą o potrzebach rynków zachodnich. Mimo upadku grupy Schieder i związanych z tym, niezbędnych przekształceń polskich spółek, salonom Aldi Meble udało się utrzymać z nimi współpracę i ciągłość dostaw. Początkowo także wybór lokalizacji dyskontów związany był z obiektami powiązanymi kapitałowo z grupą Schieder. Stąd obecność Aldi Meble m.in. w obiektach Top Shopping. Aldi Meble obecne są również w galerii Polskie Meble w Poznaniu. Najwyższe obroty generują jednak dyskonty zlokalizowane tam, gdzie są też inne firmy oferujące produkty ze średniej i niskiej półki cenowej. *Produkty z dyskontu mogą być uzupełnieniem oferty punktów handlowych ko-*

jarzonych ze średnią i wyższą półką. Sprzedają się jednak lepiej w obiektach, które mają opinię placówek oferujących meble tańsze – mówi Wojciech Lange z firmy Aldi Meble. Kierowane wcześniej na eksport, końcówki kolekcji fabryk należących do byłej grupy Schieder były też podstawą asortymentu lubelskiego dyskontu meblowego prowadzonego przez firmę Otex. Były to głównie produkty z płyty, nie najtańsze, sprzedawane wcześniej na rynku brytyjskim, niemieckim lub amerykańskim. Informacja o tym była dodatkowym atutem przy dokonywaniu zakupu. Innym był fakt, że produkty pochodziły od renomowanych producentów, co dawało gwarancję bezpieczeństwa, choćby w przypadku reklamacji. Placówka firmy Otex, do której należy też centrum meblowe Wokulski w Lublinie (produkty ze średniej i wyższej półki), zakończyła jednak działalność. Jak podkreśla Jadwiga Niedźwiecka, prowadzenie dyskontu było co prawda opłacalne, ale bardzo pracochłonne. Oferta obejmowała bowiem nie tylko produkt, ale też jego skład i transport gotowego mebla. Dodatkowo,

trudno było też uzyskać duży zysk, nawet przy sprzedaży dużej ilości mebli w bardzo niskich cenach.

Cena gra rolę

Niska cena ma decydujący wpływ na dokonywanie zakupów w dyskontach meblowych – mówi Wojciech Lange z firmy Aldi Meble. Już sama nazwa dyskont (z ang. discount – rabat) kojarzy się ograniczonym asortymentem oferowanych produktów, ale jednocześnie z niskimi cenami oraz organizowanymi wyprzedażami – tak jak ma to miejsce w innych branżach. Nie musi tak być zawsze. W niektórych przypadkach dyskont, jako specyficzny rodzaj sklepu, może również oferować szeroką gamę produktów zachowując jednocześnie niskie ceny, promocje, wyprzedaże itp. W Dyskoncie Meblowym I&K Szymon Wiśniewski można kupić znane na rynku meble uznanych polskich producentów w niższych cenach i na lepszych warunkach niż w zwykłych sklepach czy salonach meblowych. Pod takim szyldem funkcjonuje dyskont w Jaworzu (woj. śląskie, koło Bielska-Białej), jak również meblowy dyskont internetowy. Inspiracją dla Szymona Wiśniewskiego do stworzenia takiej placówki handlowej w 6-tysięcznym Jaworzu było wieloletnie doświadczenie wyniesione ze sklepu meblowego rodziców, jak również zainteresowanie w modzie i trendach funkcjonujących na wysoko rozwiniętych rynkach zagranicznych. Do dyskontu przyciąga nie tylko cena, ale również ciągle poszerzający się wybór produktów oraz elastyczność w zaspokajaniu coraz bardziej wyszukanych potrzeb klientów. Utrzymanie atrakcyjnej ceny, a także jakości typowych towarów dyskontowych (biurka, wersalki, komody), gwarantuje dobry dostawca. Mimo że Aldi Meble nadal współ-



Fragment wnętrza dyskontu firmy Aldi Meble w Łodzi.

pracuje z liczącymi się nie tylko w Polsce markami, to rozwija też współpracę z producentem realizującym indywidualne zamówienie dyskontu. Meble produkowane na zamówienie stanowią obecnie ok. 30-35% oferty Aldi Meble. Jak podkreśla Wojciech Lange, plan obejmuje zwiększenie udziału powstających na zamówienie komód, szaf, wersalek do ok. 60%.

O realizację własnych zamówień dbają też przedstawiciele dyskontu meblowego Meble Marex działającego przy jednym z dwóch salonów meblowych tej firmy w Jeleniej Górze. W funkcjonujących od kilkunastu lat salonach Meble Marex przy ul. Wolności i Sygietyńskiego oferowane są produkty znanych marek ze średniej i wyższej półki. Z kolei w dyskoncie z dwuletnią tradycją, główną ofertą są meble tapicerowane tkaninami bawełnianymi i szenilami, biurka, fotele, krzesła, sofy, komody w niskich cenach. Dominują tu produkty jednego do-

stawcy. Do dyskontu przychodzą klienci szukający taniego produktu, za który – ze względu na przystępną cenę – płacą gotówką. Zdarza się jednak tak, że droga klienta wiedzie przez dyskont do salonu, gdzie podejmowana jest decyzja o zakupie wyrobu droższego, ale bardziej solidnego. Z kolei głównym dostawcą do dyskontu prowadzonego przez firmę Halmar w Stalowej Woli jest firma Bo-Wa-De. Na powierzchni 220 m² sprzedawane są również meble dwóch mniejszych producentów i te, które trafiają z głównej ekspozycji salonu.

Salonowe porządki

Firmy, które prowadzą salony meblowe, pracę dyskontów uważają za działalność dodatkową. Przykładem jest firma Meble Marex, której dyskont uzupełnia ofertę salonów o meble skierowane do innej grupy odbiorców niż osób zainteresowanych średnią i wyższą półką. Warto jednak zaznaczyć, że o przejrzystą



Sposób ekspozycji w dyskontach meblowych nie jest szczególnie istotny.

klasyfikację odbiorców dość trudno. Świadczy o tym fakt, że osoby przychodzące do dyskontów finalnie robią zakupy w salonie. Bywa też na odwrót.

Jest też inny powód, dla którego – z punktu widzenia sprzedawcy mebli – warto prowadzić dyskont meblowy. Często są trudności ze znalezieniem miejsca na ekspozycje produktów najtańszych, a także formuły ich prezentacji, nie zakłócającej wizerunku salonu. Zdaniem Jadvigi Niedźwieckiej ze spółki Otex na produkty najtańsze, z końcówek kolekcji, warto znaleźć osobne miejsce, najlepiej w dyskoncie, w którym panują inne zasady prezentacji i sprzedaży (zwykle płatność za całość, bez korzystania z systemów ratalnych). Podobnego zdania są przedstawiciele firmy Halmar, która dyskont meblowy prowadzi od 2004 roku. Początkowo zastanawiano się nad odpowiednim i satysfakcjonującym rozwiązaniem kwestii mebli, które wycofywano z ekspozycji. Do

wybudowanego przez firmę dyskontu trafiają meble, na które nie ma już miejsca w salonie, a także wyroby produkowane na potrzeby firmy Halmar, z przeznaczeniem do jak najszybszej sprzedaży.

Zdaniem Krzysztofa Nowaka z firmy Halmar, mimo obserwowanego wzrostu zainteresowania Polaków produktami z wyższej półki, poziom zakupów w dyskontach meblowych nie słabnie. Jest za to trudny do przewidzenia i charakteryzuje go sezonowość. Na przykład w Stalowej Woli gorzej jest w okresie zimowym, lepiej latem. Z kolei przedstawiciele innych dyskontów mówią, że dobry poziom sprzedaży utrzymuje się przez cały rok. Można nawet mówić o znacznym ożywieniu handlowym na początku 2008 r. Wojciech Lange z firmy Aldi Meble, zwraca uwagę na ważny czynnik wzrostu obrotów – dużą dynamikę rozwoju budownictwa.

Diana Nachito
Fot. archiwum

Vero po prostu comfortissimo

Vero Sp. z o.o. 42-700 Lubliniec, ul. Plebiscytowa 1
tel. 034 353 78 03, tel./fax 034 351 09 20
www.vero.pl

comodo
COLOURLOCK

LEDERZENTRUM
o skórach wiemy wszystko

profesjonalne produkty do skór i tkanin
specjalistyczny serwis i doradztwo techniczne

Dystrybucja: COMODO LEDERZENTRUM
42-713 Kochanowice, ul. Wiejska 33
tel. +48 34 351 34 43
e-mail: comodo@comodo.net.pl

Serwis: LEADERZENTRUM Polska
Mroczkowice 53, 59-630 Mirsk
tel. 0 75 789 70 33
www.lederzentrum.pl