

BEZPŁATNE



www.mm-gazeta.de

www.facebook.com/mmgazeta



CZASOPISMO POLONIJNE DLA CIEBIE

MOJEMIASTO

nr 01 (76) styczeń/luty 2020

D W U M I E S I Ę C Z N I K



Prowadzisz polski sklep?

Te ułatwienia są dla ciebie

Polscy przedsiębiorcy wprowadzili innowacyjne usługi dla polskich sklepów, na skalę międzynarodową.



więcej na str.

18-20

Teraz dystrybucja polskiej prasy jest bardzo prosta...

Polscy przedsiębiorcy wprowadzili innowacyjne usługi dla polskich sklepów, na skalę międzynarodową.

Małgorzata i Wojciech Rucińscy doskonale wiedzą, jak czuje się Polak, który układa sobie życie poza granicami kraju. Jak bardzo chce mieć w swoim domu namiastkę ojczyzny, kontakt z nią i językiem i jak chętnie sięga się wtedy po polską prasę i polskie produkty.

To dlatego – mieszkając w Niemczech – postanowili zająć się sprzedażą polskich gazet i czasopism. W latach 1994-1996 co niedzielę oferowali je pod polskim kościołem w Hanowerze. Szybko okazało się, że zapotrzebowanie na prasę z ojczyzny jest bardzo duże.

- Kiedy w 1996 roku dostaliśmy propozycję odkupienia firmy kolportażowej, istniejącej już od 4 lat na rynku niemieckim, nie wahaliśmy się ani minuty – mówią Małgorzata i Wojciech Rucińscy, dziś właściele firmy Adalmar, dostawcy polskiej prasy oraz polskich produktów: kartek okolicznościowych, kalendarzy, toreb i serwetek papierowych na terenie Niemiec, Belgii i Holandii. - Żyłka przedsiębiorców, jaka w nas drzymała, doprowadziła do ekspansji firmy.

Jednak wtedy, w latach 90. minionego wieku, dopiero zaczynały powstawać polskie sklepy. Wszyscy uczyli się tego biznesu.

Dla firmy Adalmar od początku jej działalności najważniejsze było to, by Polacy mieszkający za granicą mieli łatwy dostęp do polskiej prasy, a sprzedające ją sklepy otrzymały jak najlepsze udogodnienia w handlu.

Lider dostarcza prasę do prawie 400 sklepów

Po 23 latach działalności Adalmar zajmuje dominującą pozycję dystrybutora prasy polskiej w Europie Zachodniej. Jako jedyna firma dostarcza prasę dwa razy w tygodniu

do prawie 400 punktów sprzedaży detalicznej. Dzięki temu Polacy m.in. w Niemczech mogą sięgać po nowe wydania gazet i czasopism w tym samym czasie co rodacy w kraju.

- Naszą misją jest to, żeby dla właściciela sklepu handel prasą był przyjemnością. Dlatego chcemy jak najwięcej czynności z tym związanych wykonać za niego, zaczynając od odpowiednich nadziałów, wprowadzaniu nowych tytułów – podkreśla Wojciech Ruciński. - Sklepy wyposażamy w odpowiednie regały na czasopisma, dostarczamy skrzynie do dostaw nocnych itp. Zadaniem sklepikarza ma być tylko ułożenie prasy na półkach według naszych założeń i po tygodniu zebranie egzemplarzy do zwrotu. Resztę robimy sami lub robimy to zaawansowane programy komputerowe. Świadczymy również usługi cenowania czasopism w euro. Klient podaje nam tylko wysokość swojej marży w procentach i wszystkie tytuły otrzymuje już z odpowiednimi cenami detalicznymi w euro.

Prasa to ważny towar w polskich sklepach. Jest ich wizytówką. I choć polska prasa dla właściciela sklepu generuje niewielki procent obrotu w porównaniu do pozostałego asortymentu, to ważne jest to, aby posiadał go w ofercie i odpowiednio wyeksponował. W ten sposób przyciąga klientów, którzy kupują też inne artykuły.

Sklep zamknięty? Są skrzynie i worki-sejfy

Często dostawa czasopism i innych produktów polskich dociera w nocy. Sklepy są wtedy zamknięte. Ale i tu dostawca prasy proponuje kilka rozwiązań, jednym z nich są metalowe skrzynie, które stosowane są od dawna. Co, jeśli ktoś nie ma miejsca na taki sprzęt?



- Proponujemy wtedy specjalne worki-sejfy, które można umocować na płocie, furtce czy też bezpośrednio na drzwiach wejściowych – tłumaczy Wojciech R. Jest to nowoczesne i innowacyjne rozwiązanie, jakiego jeszcze nie znają nawet duże firmy kurierskie w Niemczech.

Media społecznościowe pomagają w sprzedaży drukowanej prasy

Właściele firmy wspierają też sprzedaż polskiej prasy, promując tytuły i ciekawe artykuły z czasopism na Facebooku i Instagramie. Wielu odbiorców informacji pyta wówczas, gdzie można kupić polskie czasopisma, wtedy dowiadują się, gdzie w okolicy znajdują się polskie sklepy i co w nich można nabyć.

- Informujemy też sprzedawców, jak odpowiednio układać gazety na półkach, co warto wyeksponować i samemu przeczytać w najnowszych wydaniach – mówi Małgorzata Rucińska. - Zachęcamy właścicieli do prowadzenia własnych fanpage'ów na Facebooku i udostępniania naszych już przygotowanych postów z myślą o ich, a zarazem i naszych, klientach. Codziennie w social





mediach prezentujemy okładki czasopism, które się ukazały w Polsce. Klient, który obserwuje nasze posty na Instagramie czy Facebooku, widzi jeszcze przed wyjściem z domu do sklepu, co się ukazało i jakie tematy poruszane są w poszczególnych czasopismach. A że rozwojmy czasopisma najszybciej, czytelnicy mogą mieć pewność, że w sklepach, do których dostarczamy prasę, znajdzie nowe wydania.

Trzy innowacyjne systemy dystrybucji prasy

- W 2018 roku, dzięki dofinansowaniu z Unii Europejskiej, wdrożyliśmy trzy innowacyjne na skalę międzynarodową systemy

dystrybucji prasy – wyszczególnia Wojciech Ruciński. – Pozyskanie funduszy nie było łatwe. Wymagało udowodnienia, że system będzie innowacyjny. Zaangażował się w to nasz cały zespół. Wydział Technologii Politechniki Koszalińskiej wydał pozytywną opinię o innowacyjności naszych rozwiązań, ściśle związanej z inteligentną technologią zintegrowanego zarządzania kolportażem prasy.

Chodzi o udoskonaloną usługę kolportażu prasy (systemy dystrybucji prasy, kompletacji i obsługi zwrotów), „Inteligentna paczka” – to zintegrowany system logistyczny kompletujący i zliczający zawartość paczek, a „Auto-zwrot” – usługa gromadzenia i odbioru paczek, zintegrowana ze zliczaniem i raportowaniem.

- Dzięki temu klienci, którzy chcą się całkowicie odciążyć od obsługi stoiska z prasą, mają taką możliwość. Dotyczy to przede wszystkim dużych sklepów, w których właściciel nie jest już w stanie zapanować nad tytułami, liczbami zamawianych, otrzymanych i zwracanych egzemplarzy. Robi to za niego system, a zadaniem personelu sklepowego jest tylko wyłożenie towaru na półki i przygotowanie zwrotów według wcześniej otrzymanego formularza – tłumaczą właściciele firmy Adalmar. - Wyjątkiem są tu klienci, którzy od początku handlują tylko prasą np. pod polskimi kościołami, i nadal wolą sami zamawiać, nanosić zmiany. Oni wciąż mają taką możliwość.

Nie trzeba już poświęcać czasu na pracochłonne czynności

Warto jednak zauważyć, że po zastosowaniu nowego systemu o nazwie Adalware liczba sprzedawanych czasopism w sklepach znacznie się zwiększyła. Człowiek nie jest bowiem w stanie sam analizować poszczególnych liczb, tytułów, mutacji czasopism i wielu innych składowych, które wpływają na wielkość sprzedaży. System jest udoskonalany, by dawać coraz większe efekty.

- Ponieważ dystrybuujemy kilka tysięcy tytułów, czasami samo znalezienie jednego z nich na półce w sklepie przy kompletowaniu zwrotów może być trudne. Dlatego pracujemy nad wprowadzeniem specjalnej aplikacji na smartfony i tablety, której będzie można używać do zbierania zwrotów



na podstawie wyświetlanych okładek czasopism, co ułatwi ich szybsze znalezienie – dodaje W. Ruciński. – Dzięki tym wszystkim unowocześnieniom wyspecjalizowaliśmy się w obsłudze klientów hurtowych i obsługujemy firmy, które do tej pory same sprowadzały prasę z Polski. Korzystając z naszej oferty nie muszą się już martwić transportem i zajmować się żmudnym – i przez to drogim – procesem nadzoru prasy, rozliczaniem dostaw i zwrotów.

kompletne rozliczenia i mogą dane w nich zawarte wczytać w swój system, a następnie wystawić faktury sklepom-klientom.

Czy firma ma jakieś rozwiązanie dla tych, którzy w pobliżu nie mają polskiego sklepu? Oczywiście, w takich przypadkach możliwa jest wysyłka prasy w formie prenumeraty.

- Współpraca z Deutsche Post sprawia, że każdy Polak mieszkający nawet w najbardziej oddal-

Tak samo jest w przypadku papierowych kartek okolicznościowych. Wiadomość SMS, e-mail z życzeniami dla kogoś bliskiego nie zastąpią nigdy tradycyjnej kartki. Wysłanie życzeń na papierze świadczy o tym, że szanujemy bliską nam osobę. Wiele osób uważa, że przekazywanie tych samych słów za pomocą komórki (aplikacja robi to za nas) do wszystkich z biblioteki w telefonie, jest mało wartościowe.



O co tu chodzi? Jak wyjaśniają właściciele, jeszcze przed wyjazdem firmowego auta klient dostaje od nich na maila plik, który można wczytać w prawie każdy program finansowy, księgowy, kasowy. W pliku zawarta jest aktualna cena, kod kreskowy, dokładna nazwa tytułu, liczba egzemplarzy, itp.

Cena może się zmienić i właściciel lub personel, który korzysta z czytników kodów kreskowych w sklepie na kasach, może tego nie zauważyć i źle nabijać ceny. Dzięki wspomnianemu rozwiązaniu, można zautomatyzować proces i nie trzeba pilnować zmian. Jeśli nawet nie wczyta się ich w system, to już przed dostawą dociera informacja, że cena się zmieniła.

Tak samo klienci hurtowi, którym firma dostarcza gazety z podziałem już na poszczególne sklepy, przed dostawą dostają

nym miejscu w Niemczech, może otrzymywać swoje ulubione czasopisma bezpośrednio do skrzynki pocztowej – tłumaczy M. Ruciński.

Nadal czytają tradycyjną prasę i wysyłają nadal kartki

Wiele osób zadaje pytanie, czy papierowe wydania czasopism przetrwają próbę czasu. Biorąc pod uwagę fakt, że Adalmar dostarcza coraz więcej prasy, można mieć pewność, że Internet nie spowoduje zniknięcia papierowych tytułów z półek.

Kilka lat temu Newsweek wycofał formę drukowaną i przeszedł tylko na e-wydania. Widząc jednak spadającą sprzedaż, powrócił szybko do formy gazety drukowanej.

Wielu czytelnikom wydania papierowe kojarzą się z relaksem, przyjemnością, a czytanie na ekranie z pracą, krótkimi informacjami, czymś obowiązkowym. Podobnie uważają właściciele Adalmaru.

- Nie wyobrażamy sobie urlopu, długich jesiennych wieczorów bez gazet – mówi Małgorzata i Wojciech Ruciński. - Czasopisma to nasza pasja i misja życiowa. Wolimy druk na papierze niż czytanie na smartfonie czy tablecie, także dlatego, że jak stwierdzono naukowo psuje to wzrok i źle wpływa na mózg.

- Zadanie sobie trudu, czyli kupienie, wypisanie i wysłanie kartki wydrukowanej, jest czymś dużo bardziej osobistym i szanowanym. Widzimy nawrót do tej formy wysyłania życzeń i co roku odnotowujemy wzrost sprzedaży kartek okolicznościowych – zauważają Małgorzata i Wojciech Ruciński. – Nie wszystko zatem, co nowe, musi okazywać się lepsze.





SPRZEDAŻ HURTOWA
+49 30 77391863

PRENUMERATA
+49 30 77391864

www.prasa-polska.com



