

Wciąż najpopularniejszymi kosmetykami samochodowymi są szampon, wosk i płyn do mycia szyb



## Kosmetyk w wiosennych barwach

Początek sezonu wiosennego, z racji konieczności kompleksowego zadbania o zniszczony po zimie samochód, stwarza zapotrzebowanie na szeroką gamę kosmetyków samochodowych dostępnych na stacji

Ewelina Płońska, [eplońska@brog.pl](mailto:eplońska@brog.pl)

**W**edług badań firmy Qualifact Market Research & Analysis 13% procent klientów, którzy w ub.r. zajechali na stacje benzynowe po artykuły motoryzacyjne, kupiło kosmetyki samochodowe.

### Zabieramy...

Zwiększone obroty i wzrost zysków w segmencie autokosmetyków to objawy wiosny na stacji. Przemysłienie oferty sklepu, służące powyższemu celom, jest więc niezwykle ważne. Pod koniec pierwszego kwartału z półkowej ekspozycji należy usunąć kosmetyki stosowane w niskich temperaturach. – Obecnie zmiany pór roku następują dosyć szybko. Tak więc nawet duży śnieg w marcu nie powinien wpłynąć na opóźnienia w wymianie asortymentu – mówi Tomasz Markusik, kierownik działu marek firmy Amtra. – Z oferty powinny zniknąć odmrązacze, których sprzedaż w marcu spada do zera. Nieco później wycofujemy zimowy płyn do spryskiwaczy – tłumaczy. Poza tym, spokojnie możemy zrezygnować ze sztyftów do uszczelek, silikonów zabezpieczających przed przymarzeniem drzwi lub bagażnika czy chociażby samostartów. – Należy za to pamiętać, aby w żadnym razie nie

wycofywać z oferty dodatków do paliw, które sprzedają się przez cały rok – dodaje.

### ...i uzupełniamy

Wolne miejsce na półce należy przeznaczyć na produkty do samodzielnej pielęgnacji samochodu. – W okresie wiosennym i letnim dużym powodzeniem zawsze się cieszą szampony, pasta lekkościerna, umożliwiająca usunięcie drobnych zarysowań powstałych na lakierze w czasie zimy czy woski, nabłyszczające i zabezpieczające powierzchnię lakieru – tłumaczy Magdalena Kwiatkiewicz z firmy InterGlobal. – Kolejne produkty to preparaty do opon i felg, elementów plastikowych oraz do szyb – dodaje. – Zainteresowanie poszczególnymi kosmetykami samochodowymi w miarę przechodzenia w stronę lata trochę się zmienia – tłumaczy Łukasz Jaciow, konsultant ds. marketingu w firmie Tetrosyl. – W sezonie wiosennym najpopularniejszymi produktami są szampony, woski i pasty regeneracyjne do lakieru, preparaty do kokpitów, nabłyszczania plastikowych elementów zewnętrznych, opon oraz czyszczenia felg. Latem zaś największym zainteresowaniem cieszą się nieustannie szampony, a dalej płyny do szyb, preparaty do usuwania owadów oraz nabłyszczania opon.

Produkty do pielęgnacji wnętrza znajdują się w ofercie stacji także w zimie, choć największy zysk w tym segmencie przypada na cieplejsze miesiące. – W tym roku na pewno dużym powodzeniem będą się cieszyć produkty do pielęgnacji deski rozdzielczej – mówi Tomasz Markusik. – Klienci zdecydowanie nie zapomną o produktach do tapicerki i odświeżaczach do samochodów. Choć w przypadku tych drugich trudno mówić o sezonowości – dodaje Magdalena Kwiatkiewicz.

### Na wysokości wzroku

Zwiększenie dostępności kosmetyków poprzez wyciągnięcie z półek na pewno zwiększy ich sprzedaż. Większe gabarytowo oraz szybko rotujące preparaty można umieścić na specjalnych stojakach i regałach. Z badań wynika, że towarami najszybciej rotującymi są woski, szampony i płyny do mycia szyb. Użycie stojaków ułatwi klientowi dostęp do poszukiwanych produktów. Na wysokości wzroku powinny znaleźć się produkty cieszące się największym zainteresowaniem. Na dolnych półkach stojaków umieścić należy produkty w dużych opakowaniach. Mniejsze produkty, takie jak odświeżacze powietrza, ściereczki do czyszczenia, preparaty w niewielkich opakowaniach lepiej jest przenieść w strefę kasy.

### W nowych szatach

Zwiększone zainteresowanie konsumentów produktami do czyszczenia przekłada się na zmiany w ofercie produktowej i jej ulepszenie. Klienci wciąż dużą uwagę przykładają do produktów ekologicznych. – W tym roku w ofercie firmy Tetrosyl pojawi się preparat do czyszczenia felg w atomizerze Wonder Wheel oraz gama produktów ekologicznych CarPlan EcoCar – mówi Łukasz Jaciow. Niemniej, największym zainteresowaniem cieszą się produkty, w których deklaracji marketingowej czytamy o zastosowaniu nanotechnologii. – Od ub.r. sukcesywnie zmieniamy wygląd opakowań marki K2. Wprowadziliśmy już do sprzedaży nową markę kosmetyków Carso oraz linię zapachów samochodowych K2Vinci. Ulepszyliśmy pastę Tempo, opierając jej innowacyjność na nanotechnologii – mówi Magdalena Kwiatkiewicz. Firma Amtra na nadchodzący sezon letni przygotowała m.in. płyn do renowacji opon Wet'n Black, mleczko do polerowania szkła ClearVue Glass Polish, preparat zabezpieczający szyby samochodowe ClearVue Rain Repellent. – Poszerzyliśmy również linię kosmetyków Moje Auto o ściereczki, które usuwają oleje, smary, brud, czyli są przeznaczone do wszystkich trudnych zabrudzeń – wyjaśnia Tomasz Markusik. ■