



Jak strategia ekspozycji Forcell
zamienia stand
w najbardziej dochodowy 1m²
Twojego sklepu.

Przewodnik



Odwiedź naszą stronę
www.partnertele.com



WPROWADZENIE:

STAND FORCELL TO TWÓJ CICHY SPRZEDAWCA 24/7

Klucz do maksymalizacji marży w kategorii akcesoriów nie leży tylko w asortymencie, lecz w jego **strategicznej prezentacji**.

Gdy produkty są rozmieszczone w przemyślany, uporządkowany sposób, stand może zwiększyć rotację nawet o 20–40%. Ponadto działa on na zasadzie samoobsługi (self-service), skracając czas obsługi klienta i pozwalając Twoim pracownikom skupić się na droższych, bardziej złożonych transakcjach.

DLACZEGO?

1. **Klient łatwo znajduje to, czego potrzebuje**, ponieważ ekspozycja jest logiczna. Inwestując w stand i jego odpowiednie zatowarowanie, inwestujesz w wyższą marżę i wydajność swojej powierzchni handlowej.
2. **Spójny wizualnie układ przyciąga wzrok** i zachęca do zakupu,
3. **Przemyślany układ (cross-selling) zwiększa wartość paragonów**, naturalnie prowadząc klientów do zakupu zestawów (ładowarka + kabel, etui + szkło).
4. **Klient podejmuje decyzję szybciej i samodzielnie**, bez konieczności dopytywania o podstawowe rzeczy.

KLUCZOWE ZASADY SKUTECZNEGO ZATOWAROWANIA STANDU

1

Zasada 80/20 — najważniejsze produkty na środkowych półkach

Najczęściej wybierane i najprostsze do zakupu produkty powinny znaleźć się w centralnej części standu, bo tam klient kieruje wzrok i rękę w pierwszej kolejności.

2

Jasna logika kategorii produktowych

Produkty powinny być pogrupowane według ich zastosowania (np. ładowanie, ochrona, audio), tak aby klient natychmiast rozumiał układ standu i nie musiał odgadywać, gdzie czego szukać.

3

Zróżnicowanie poziomów cenowych

Na każdej półce warto umieścić:

- produkt podstawowy (tańszy, szybki do wyboru),
- produkt standardowy,
- produkt bardziej zaawansowany (wyższa marża).

Taka struktura naturalnie prowadzi klienta do porównania opcji i często do wyboru rozwiązania z wyższej półki.

KLUCZOWE ZASADY SKUTECZNEGO ZATOWAROWANIA STANDU

4

Spójność wizualna — najlepiej produkty jednej marki

Produkty jednej marki tworzą estetyczną, uporządkowaną ekspozycję, która wygląda profesjonalnie i zwiększa zaufanie. Stand z jednolitą stylistyką opakowań jest czytelniejszy, bardziej atrakcyjny i zwykle generuje wyższą konwersję.

5

„Najwygodniejsze miejsca” — gdzie klient sięga najczęściej

Najbardziej „pracują”:

- środkowa część standu,
- prawa strona środkowej półki,
- poziom naturalnego zasięgu ręki.

W tych miejscach powinny znaleźć się produkty o największym potencjale sprzedażowym — często kupowane, łatwe do zrozumienia, wybierane bez długiego zastanawiania się.

KLUCZOWE ZASADY

SKUTECZNEGO ZATOWAROWANIA STANDU

6

Cross-selling w praktyce

Na stojaku obok siebie powinny leżeć produkty, które klienci kupują w komplecie.

Przykład:

Klient wybierający ładowarkę sieciową bardzo często będzie potrzebował również odpowiedniego kabla. Logika ułożenia powinna wynikać z rzeczywistych zachowań zakupowych.

7

Przejrzystość i porządek

Stand powinien być uporządkowany, czytelny i nieprzeładowany. Estetyczna ekspozycja zwiększa postrzeganą wartość produktów i ułatwia klientowi podejmowanie decyzji.

ZASADY VS. KONKRETNE PRODUKTY FORCELL

PROPOZYCJE DO ZATOWAROWANIA STANDU

Zasada	Przykładowe produkty Forcell, które ją realizują
80/20 – w centrum standu wystawiamy „pewniaki” o wysokiej rotacji	Ładowarki sieciowe: Mini GaN3, Ultra Slim GaN3, Crystal Color GaN3, Powerbanki: F10k8 Super Slim, F10k5, F10k4, Kable: serie Silicone, Gradient, Digital, Cafule.
Jasna logika kategorii – klient widzi osobno „ładowanie”, „ochronę”, „audio”, „akcesoria” i „uchwyty”	• Blok „Ładowanie” (seria F-Energy): ładowarki sieciowe, samochodowe, indukcyjne i kable. • Blok „Ochrona” (F-Protect): szkła hartowane i hybrydowe oraz futerały i torby na laptopy. • Blok „Audio” (F-Audio): słuchawki TWS i słuchawki nagłowne. • Blok „Uchwyty” (F-Grip): uchwyty samochodowe klasyczne i z ładowaniem indukcyjnym, uchwyty selfie. • Blok „Akcesoria” (F-Design / F-Data): smycze do telefonu, paski do zegarków, karty pamięci, pendrive, lokalizator F-Tag.



ZASADY VS. KONKRETNE PRODUKTY FORCELL

PROPOZYCJE DO ZATOWAROWANIA STANDU

Zasada	Przykładowe produkty Forcell, które ją realizują
Zróżnicowanie poziomów cenowych – wersja podstawowa / standard / bardziej zaawansowana	Ładowanie (F-Energy): na jednej półce obok siebie: prostsze ładowarki sieciowe (np. modele 33 W), bardziej rozbudowane ładowarki GaN (Mini GaN3, Ultra Slim GaN3), ładowarki indukcyjne (Flip Charge Qi2, Smart Charge Qi2, Simply Charge Qi). Powerbanki: np. Energo jako podstawowe, a F10k8 Super Slim jako bardziej zaawansowane modele z dodatkowymi funkcjami. Ochrona (F-Protect): szkła Clear / HD jako wybór podstawowy, szkła Nano 7H / Matt / Privacy jako bardziej zaawansowane opcje.
Spójność wizualna – stand budowany na jednej marce	Produkty Forcell (linie F-Energy, F-Protect, F-Audio, F-Design, F-Grip, F-Data) mają spójny styl graficzny i czytelne opakowania: klient od razu widzi, do jakiej kategorii należy produkt, jakie ma kluczowe cechy i do czego służy. Utrzymanie standu wyłącznie na produktach Forcell daje efekt uporządkowanej, profesjonalnej ściany produktowej, która przyciąga wzrok i ułatwia szybkie podjęcie decyzji.



ZASADY VS. KONKRETNE PRODUKTY FORCELL

PROPOZYCJE DO ZATOWAROWANIA STANDU

Zasada	Przykładowe produkty Forcell, które ją realizują
„Najwygodniejsze miejsca” – na wysokości ręki produkty najłatwiejsze do wyboru	W centralnej części standu warto umieścić: ładowarki sieciowe Mini GaN3, Ultra Slim GaN3, Crystal Color GaN3, uniwersalne kable (Silicone, Gradient, Digital, Cafule, Metal, 4 w 1), powerbanki F10k8 Super Slim, F10k5, F10k4, a także najpopularniejsze szkła F-Protect (np. Ultra Clear, HD, Matt). To produkty, po które klient może sięgnąć bez dłuższego zastanowienia.
Cross-selling – stand podpowiada logiczne zestawy	Zestaw „Ładowanie telefonu”: ładowarka sieciowa F-Energy + kabel dobrany do typu złącza urządzenia. Zestaw „Laptop w ruchu”: torba do laptopa + zasilacz do laptopa lub ładowarka sieciowa 65 W / 90 W + odpowiedni kabel. Dodatkowo można rozważyć dołożenie powerbanku jako uzupełnienia.



ZASADY VS. KONKRETNE PRODUKTY FORCELL

PROPOZYCJE DO ZATOWAROWANIA STANDU

Zasada	Przykładowe produkty Forcell, które ją realizują
Przejrzystość i porządek – stand pełny, ale nieprzeładowany	Na stand warto wprowadzić ograniczoną liczbę linii: np. 2–3 rodzaje ładowarek sieciowych, 1–2 modele powerbanków , 2–3 serie kabli, 1–2 typy szkieł, 1–2 modele słuchawek TWS i 1 model słuchawek nagłownych, kilka kluczowych uchwytów samochodowych oraz wybrane akcesoria F-Design oraz F-Data Reszta asortymentu może być dostępna „na zapleczu”, dzięki czemu stand pozostaje czytelny i estetyczny.



GOTOWY MODEL ROZMIESZCZENIA PRODUKTÓW NA STANDZIE

SCHEMAT DO WDROŻENIA W SKLEPIE

POZIOM 4: Strefa Wzroku (Eye Level) – MAKSYMALNA KONWERSJA
(Produkty premium wizualnie lub te, które mają przyciągnąć uwagę.
Strefa najważniejsza marketingowo.)

Strona	Kategoria produktów	Rekomendowane produkty Forcell
PRAWA (Gorąca Strefa)	SŁUCHAWKI TWS (F-AUDIO)	Clear Sound, Master Pro, Super Clear Calls, Bass Engine
LEWA	POWERBANKI (F-ENERGY)	F10k8 Super Slim, F10k5, F10k4,



GOTOWY MODEL ROZMIESZCZENIA PRODUKTÓW NA STANDZIE

SCHEMAT DO WDROŻENIA W SKLEPIE

POZIOM 3: Strefa Złota (The Golden Zone) – KLUCZOWE AKCESORIA
(Produkty szybkie, najczęściej wybierane.
Idealne miejsce do cross-sellingu.)

Strona	Kategoria produktów	Rekomendowane produkty Forcell
PRAWA (Gorąca Strefa)	ŁADOWARKI SIECIOWE (F-ENERGY)	Mini GaN3, Ultra Slim GaN3, Crystal Color GaN3, ładowarki 33–100 W
LEWA	KABLE DO ŁADOWANIA (F-ENERGY)	Silicone, Gradient, Digital, Cafule, Metal, kabel 4 w 1



GOTOWY MODEL ROZMIESZCZENIA PRODUKTÓW NA STANDZIE

SCHEMAT DO WDROŻENIA W SKLEPIE

POZIOM 2: Strefa Pasa (Waist Level) – CROSS-SELLING I AUDIO
*(łatwy dostęp. Produkty wybierane świadomie,
ale nadal szybkie w sprzedaży.)*

Strona	Kategoria produktów	Rekomendowane produkty Forcell
PRAWA (Gorąca Strefa)	AKCESORIA SAMOCHODOWE (F-GRIP)	AirMag, HS6, Grand, PrecisionX, MagElite, MagLuxe, MagPro, Guardian, GuardianAV
LEWA	AUDIO (F-AUDIO – słuchawki przewodowe i bezprzewodowe)	TWS (drugi rząd), słuchawki przewodowe, małe zestawy audio



GOTOWY MODEL ROZMIESZCZENIA PRODUKTÓW NA STANDZIE

SCHEMAT DO WDROŻENIA W SKLEPIE

POZIOM 1: Strefa Nóg (Knee Level) – DUŻE GABARYTY / WYBÓR UZUPEŁNIAJĄCY
*(Produkty większe lub te, które wymagają spokojniejszej decyzji.
Stabilna ekspozycja.)*

Strona	Kategoria produktów	Rekomendowane produkty Forcell
CAŁOŚĆ	UCHWYTY / SELFIE / ŁADOWANIE INDUKCYJNE / AKCESORIA	— Uchwyt selfie S100M, S150XL — ładowarki indukcyjne: MagNetix Qi2, Flip Charge Qi2, Smart Charge Qi2, Simply Charge Qi — Słuchawki nagłowne (Touch Beat, Pro Sound Craft, Vibe ANC) — Torby / pokrowce Urban Style



JAK SPRAWIĆ, ABY STAND SPRZEDAWAŁ “SAM”?

1

Grupuj produkty według potrzeb klienta

Klient myśli kategoriami „potrzebuję naładować telefon”, „chcę zabezpieczyć ekran”, „szukam słuchawek do pracy”. Stand powinien odzwierciedlać taki sposób myślenia – bloki „Ładowanie”, „Ochrona”, „Audio” „Akcesoria dodatkowe”.

2

Utrzymuj porządek – codzienna kontrola

Wyrównaj produkty, uzupełnij braki, usuń puste miejsca. Nawet niewielki bałagan obniża profesjonalny odbiór ekspozycji i może zniechęcać do zakupu.

3

Ogranicz liczbę wariantów na półce

Lepszy wybór z kilku dobrze dobranych opcji niż chaos kilkunastu podobnych produktów. Mniej wariantów ułatwia klientowi porównanie i podjęcie decyzji.

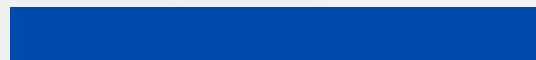
4

Eksponuj naturalne zestawy

Tam, gdzie to możliwe, ustaw obok siebie produkty, które tworzą logiczny komplet (ładowarka + kabel, etui + szkło, torba + akcesoria do laptopa). To prosty sposób na zwiększenie średniej wartości transakcji bez dodatkowej pracy sprzedawcy.

6 NAJCZĘSTSZYCH BŁĘDÓW, KTÓRE OBNIŻAJĄ SPRZEDAŻ ZE STANDU

1. Mieszanie kategorii produktowych w taki sposób, że klient nie rozumie logiki ułożenia.
2. Przeładowanie standu zbyt dużą liczbą modeli.
3. Brak uzupełniania towaru – puste haki lub braki rozmiarów/modeli.
4. Umieszczenie wielu drogich produktów obok siebie, bez tańszej alternatywy.
5. Chaos kolorystyczny i brak spójności wizualnej.
6. Układ, który sprawia wrażenie przypadkowego, zamiast przemyślanego i dopasowanego do sposobu kupowania.



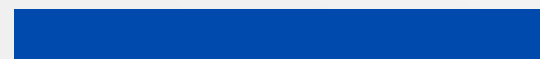
PODSUMOWANIE

Odpowiednio zatowarowany stand Forcell staje się skutecznym, samodzielnym narzędziem sprzedaży — przejrzystym, logicznym i przyciągającym wzrok, dzięki czemu klient szybciej orientuje się w ofercie, łatwiej podejmuje decyzję i chętniej dodaje kolejne produkty do koszyka.

Zastosowanie planogramu pozwala w pełni wykorzystać potencjał „gorących stref”, wzmacniać cross-selling i prezentować asortyment w sposób spójny oraz profesjonalny. To prosty do wdrożenia schemat, który możesz stosować w każdym punkcie sprzedaży, niezależnie od sezonu.

Zaczynj zarabiać więcej już dziś.

Nie "uzupełniaj" – zainwestuj w pełne zatowarowanie standu Forcell.



SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI

Złóż zamówienie na kompletny, rekomendowany asortyment, aby natychmiast uruchomić mechanizm wzrostu sprzedaży.

Skontaktuj się ze swoim Opiekunem Handlowym, aby poznać więcej szczegółów:

partnertele.com/specjalisci



Odwiedź naszą stronę
www.partnertele.com

