Wiadomości

2018-05-15

Rekordowy początek sezonu dla firmy Koral



Początek sezonu lodowego zaczyna się już w marcu, który w tym roku przywitał nas śniegiem, ale nie trzeba było długo czekać, żeby pogoda dopisała, a temperatury i wyniki sprzedaży biły rekordy.

Tegoroczna dobra passa pogodowa sprawiła, że rynek lodów w Polsce rozgrzał się do czerwoności. Według danych firmy PPL Koral sprzedaż lodów w majówkę wzrosła o 100% w stosunku do roku poprzedniego, a kolejne prognozy pogody wskazują, że przed nami również rekordowe lato.

Mimo, że w marcu w Polsce leżał jeszcze śnieg, to już w kwietniu termometry pokazały nawet 27 stopni w cieniu, dzięki czemu nasz kraj znalazł się wśród najcieplejszych miejsc w Europie, Kraków wśród najcieplejszych miast, a Warszawa wśród najcieplejszych stolic. Pogoda ma ogromny wpływ na rynek lodów, a w szczególności długo utrzymująca się bezdeszczowa i ciepła aura. Dlatego w tym roku już na początku sezonu sprzedaż lodów bije rekordy.

Rekordowe wyniki

Firma PPL Koral – największy producent lodów w Polsce poinformował, że początek sezonu okazał się być rekordowy ze względu na długo utrzymującą się dobrą pogodę. Dowodem są pierwsze tegoroczne dane sprzedażowe firmy – wzrost wyników sprzedaży w majówkę o 100% w stosunku do roku poprzedniego.

- Dobra pogoda to rzeczywiście ogromna szansa na wysokie wyniki sprzedaży w branży lodowej, ale nie jest gwarancją sukcesu. Kiedy temperatury rosną i słońce świeci działamy na najwyższych obrotach, żeby zapewnić dostępność naszych produktów w niemal każdym miejscu w Polsce. Wtedy kluczowa jest logistyka,

szybkość decyzji, odpowiedni łańcuch dystrybucji – trzeba być przygotowanym na wszystko i działać naprawdę szybko. Koral i Bracia Koral stają na wysokości zadania – jesteśmy przygotowani na tak dobrą pogodę na cały sezon, ale mamy również asy w rękawie na gorsze prognozy pogodowe – mówi Mariusz Jurek-Dyrektor Generalny PPL Koral

Na sprzedaż największy wpływ ma nie tylko dobra pogoda, ale przede wszystkim optymistyczne prognozy, którymi kierują się właściciele sklepów i punktów przy robieniu zamówień – wtedy decyzje są dużo odważniejsze, a zapasy większe. - *Cały czas namawiamy naszych Klientów do odwagi i dobrego zaopatrzenia, bo w weekendy dostawy są dużo mniejsze ze względu np. na ograniczenia transportowe. Trzeba to dobrze zaplanować i maksymalnie zwiększyć ilość sprzętu chłodniczego, żeby lodów nie zabrakło wtedy kiedy końcowy konsument tych lodów chce* – dodaje Mariusz Jurek.

Polacy mierzą wyżej

Każdy, wyjazd i spacer w dobrej pogodzie sprzyja sprzedaży tzw. Lodów impulsowych, czyli lodów w kulkach i na patykach. Popularna jest sprzedaż lodów w małych lodziarniach, kawiarniach i restauracjach. Tu wyniki sprzedaży są największe. Jednak tegoroczny początek sezonu pokazał, że Polacy coraz chętniej poszukują i kupują lody z półki premium i bardzo często są to lody familijne. Lody premium mają dużo większą dynamikę wzrostów sprzedaży. Kierujemy się przede wszystkim smakiem, wysokiej jakości dodatkami do lodów, ale również ciekawym i intrygującym opakowaniem. Ponad przeciętny wzrost w stosunku do całej kategorii lodów familijnych generuje marka Bracia Koral. Na nowości zaczęły się już zapisy, a linia „Smaki Dzieciństwa", czyli pierwsze w Polsce lody w unikalnych słoiczkach już na początku sezonu są towarem deficytowym i tak jak dawniej są niemal na kartki. To dowód na to, że Polacy oczekują nowości, ale w tradycyjnym wydaniu, w unikalnym opakowaniu, czyli połączenia tradycji i nowoczesności.

Meteorolodzy z tygodnia na tydzień zapewniają, że ciepła aura w Polsce jeszcze się nie kończy, a lato zaskoczy nas wysokimi temperaturami. To oznacza, że popyt na lody będzie tylko rósł, a w rękach producentów pozostaje wyzwanie sprostania oczekiwaniom konsumentów.

***

Bracia Koral to marka obecna na polskim rynku od 2014 roku, stworzona z okazji Jubileuszu 35-lecia firmy PPL Koral. Kompozycje smakowe dostępne są w dwóch liniach produktowych: Lody Jak Dawniej oraz, powstałej w 2018 r., Smaki Dzieciństwa.

Produkty dostępne są w sprzedaży detalicznej: w opakowaniach familijnych oraz jako lody impulsowe, a także w kanałach dystrybucji HoReCa. Dodatkowo Bracia Koral jako pierwsza marka w Polsce wprowadza na polski rynek lody familijne w słoiczkach PET.

Marka Bracia Koral do tej pory została wyróżniona m.in. tytułem: Najlepszy Produkt, a także corocznie od 2015 roku tytułem Dobra Marka i Super Marka w programie „Dobra Marka – Jakość, Zaufanie, Renoma" opartym na badaniach konsumenckich.

Źródło: Koral, fot. stoisko firmy Koral na XXIII Międzynarodowych Targach STACJA PALIW 2016

Źródło: http://paliwa.pl/strona-startowa/archiwum/rekordowy-poczatek-sezonu-dla-firmy-koral