

Tarcza antywirusowa W SPRZEDAŻY I NA PRODUKCJI

Więcej dystansu, dezynfekcji i nowych technologii

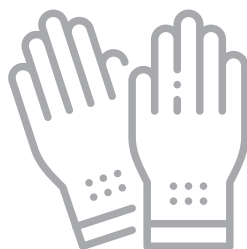
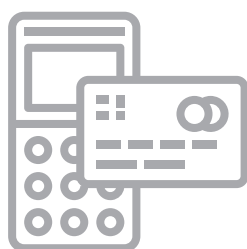


Niepozorny wirus w ciągu kilku tygodni zablokował świat, zamknął ludzi w domach i zmienił ich zachowania. W obawie przed jego rozprzestrzenianiem się zdecydowano o izolacji społecznej, ograniczono swobodę w przemieszczaniu się i zaostrożono zasady bezpieczeństwa, narzucając nowe sposoby funkcjonowania. Jakie rozwiązania z czasu epidemii zostaną z nami na stałe w miejscu sprzedaży i zakładach, a których pojawienie się to tylko kwestia czasu – wylicza **Andrzej Piętka z Akademii Wypieków**.

■ **Andrzej Piętka**, Akademia Wypieków

W SKLEPIE Z PIECZYWEM

1. Wzrośnie procentowo część **ekspozycji z produktami zapakowanymi** w folię, torebki, blistry, pudełka i kartony.
2. Pojawi się **nowa organizacja sprzedaży** z naciskiem na bezpieczeństwo ludzi po obu stronach lady (większa odległość między sprzedawcą a klientem, bariera odgradzająca z szybą i wymuszanie kierunku ustawiania się ludzi w kolejce).
3. W sklepach samoobsługowych zmieni się sposób odbioru pieczywa, nastąpi stopniowe **wprowadzanie podajników do pieczywa, szczypiec i zabezpieczenie towaru przed jego „macaniem”**. Szczególnie dotyczy to sieci dyskontów i sklepów ogólnospożywczych. Sklepy będą w 50% bazowały na sprzedaży pieczywa podstawowego.
4. Rozwiną się **nowe formy sprzedaży pieczywa w sklepach**: maszyny vendingowe i automaty z przekąskami oraz kanapkami z opcją płacenia i wyboru produktu ze zdjęcia, podobnie jak w bankomacie. Nastąpi silny rozwój płatności bezgotówkowych i automatów do płatności dla seniorów.
5. Priorytetem będzie: **czystość, higiena i porządek**, podniesie się również jakość obsługi klienta. Ciągła dostępność rękawiczek jednorazowych i płynów do dezynfekcji rąk dla klientów będzie koniecznością. Piekarnie z silną marką na rynku będą powiększały przewagę nad konkurencją i generowały wyższe przychody.
6. Masowo pojawią się **terminale płatnicze i podajniki do pieczywa**, żeby zminimalizować kontakt ekspedientki z gotówką i klientem.
7. Nastąpi **szybki rozwój zakupów przez internet** z opcją osobistego odbioru zamówionych produktów w sklepie lub z ich dowozem przy określonej wartości zakupów (dotyczy głównie miast).
8. Wdrożona będzie na stałe **procedura częstej dezynfekcji rączek koszów, klamek drzwi, poręczy, półek i lad** z pieczywem oraz wyrobami cukierniczymi.



W PIEKARNI I CUKIERNI

1. Wzrośnie znaczenie zakładów z **certyfikacjami jakości**, zabezpieczonych przed wejściem obcych osób na halę produkcyjną i na magazyn. Taki producent daje gwarancję wyższego bezpieczeństwa produktów.
2. Produkcja będzie podlegała dalszej **automatyzacji**, wzrośnie zapotrzebowanie na linie produkcyjne, maszyny i pakowaczki z minimalną liczbą pracowników potrzebną do ich obsługi.
3. Konieczność redukcji kosztów produkcji przyspieszy **wdrażanie rozwiązań energooszczędnych, nowych technologii spożywczych i asortymentowych**.
4. Wdrażane będą **instrukcje zachowania dla pracowników**, żeby minimalizować ryzyko zarażeń chorobami przenoszonymi drogą kropelkową i przez brudne ręce. Dodatkowo aktualna sytuacja wymusi na zarządzających pracą w piekarni stworzenie procedur na wypadek sytuacji kryzysowych w zakładzie oraz gradacji pracowników według ich ważności dla zachowania ciągłości produkcji i funkcjonowania firmy.
5. Firmy będą stale szukały możliwości dywersyfikacji sprzedaży i wyszukiwania dobrze rotującego asortymentu. ■

Bezpłatne doradztwo antykryzysowe oferowane przez Akademię Wypieków dla piekarni i cukierni

W tym trudnym czasie oferujemy nieodpłatne konsultacje online lub/i telefoniczne dla piekarni, cukierni i ciastkarni w zakresie postępowania podczas kryzysu i przygotowania strategii dla firmy na przyszłość.

Zainteresowane osoby proszę o przesłanie zgłoszenia mailem (andrzej@pietkaodchleba.pl) lub kontakt telefoniczny: 786 818 273.

Zapraszam do rozmowy.
Andrzej Piętka, Akademia Wypieków