



Growth
from
Knowledge

Gdzie szukać potencjałów sprzedażowych w post-pandemicznym kanale dystrybucji.

MARCELINA MATUSIAKA
GfK Polonia

2021

GfK Market Intelligence
& Sales Effectiveness



Aby zrozumieć potencjały rynkowe...



- Skala makro
- Analiza zmian
- Konsekwencje decyzji

- Scenariusze wydarzeń
- Gotowość do działania
- Dostosowanie

Jak było?

Jak jest?

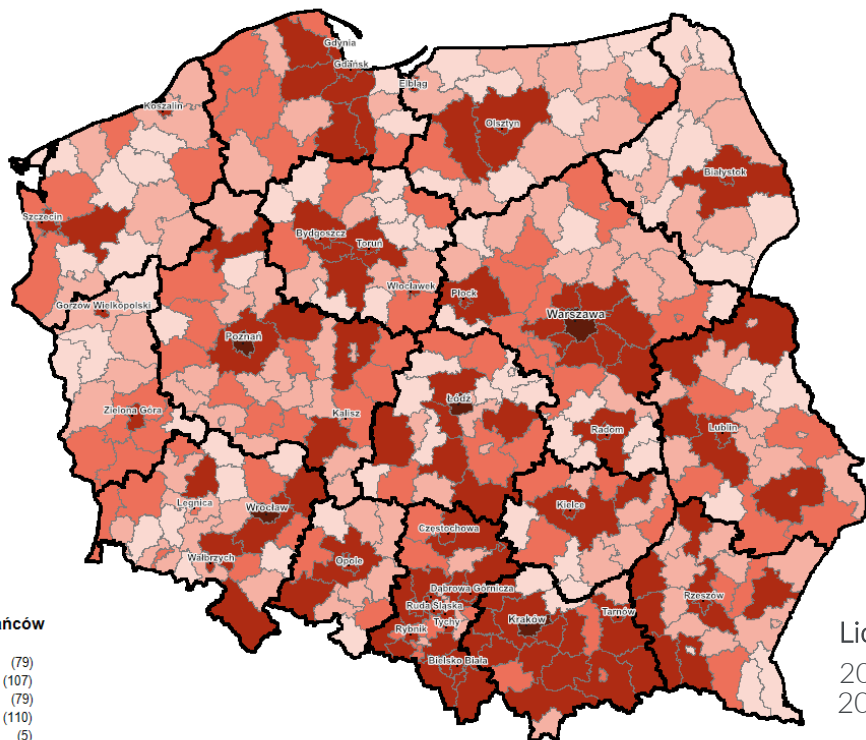
Jak może być?

- Skala makro. Trendy.
- Skala mikro!
- Efektywność działań.



Jak BYŁO?

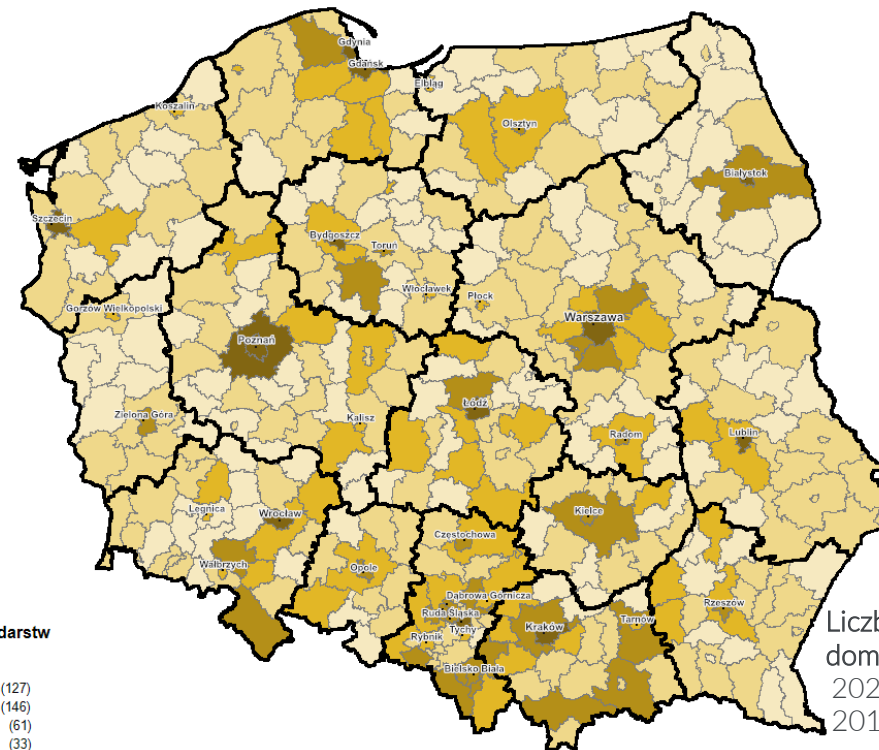
Liczba mieszkańców i gospodarstw domowych 2010-2020



Liczba mieszkańców
Powiaty

≤ 50 000	(79)
≤ 75 000	(107)
≤ 101 007	(79)
≤ 500 000	(110)
≤ 2 000 000	(5)

Liczba mieszkańców
2020 – 38 382 576 ↑
2010 – 38 135 876



Liczba gospodarstw domowych
Powiaty

≤ 20 000	(127)
≤ 35 000	(146)
≤ 50 000	(61)
≤ 100 000	(33)
≤ 900 000	(13)

Liczba gospodarstw domowych
2020 – 13 488 812 ↓
2010 – 14 017 901

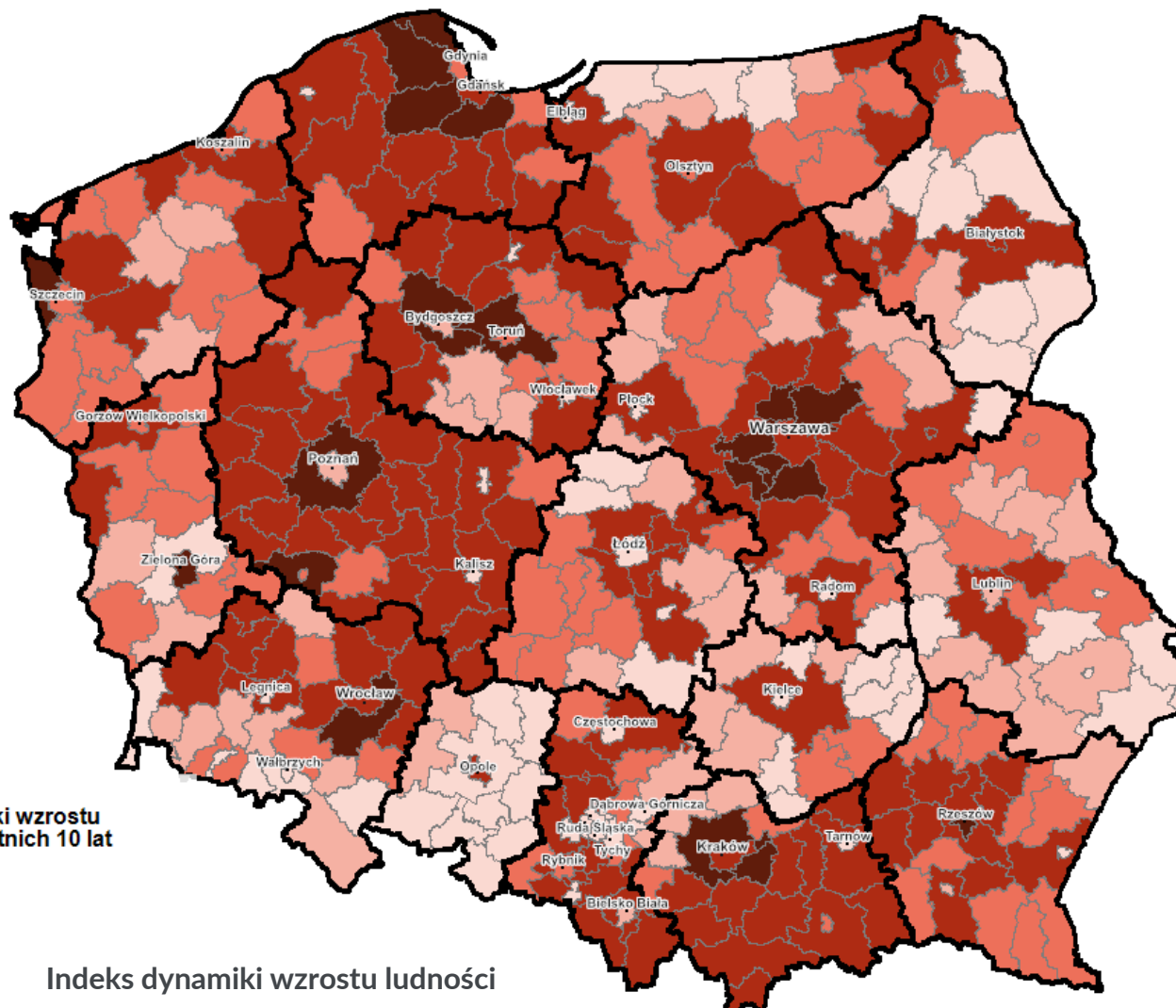
Liczba mieszkańców

- ✓ W Polsce żyje 38,4 mln ludzi, na powiat przypada średnio 101 tys. osób. Najmniej osób mieszka w powiecie sejneńskim – 19 914, a najwięcej w Warszawie – 1 790 658
- ✓ Widoczny jest wpływ jakie mają duże miasta na sąsiadujące miejscowości. Koncentracja mieszkańców przekracza granice aglomeracji.

Liczba gospodarstw domowych

- ✓ W Polsce jest ponad 13,5 miliona gospodarstw domowych. Średnio na powiat wychodzi ponad 35 tys. gospodarstw domowych.
- ✓ Gospodarstwa domowe są skupione nie tylko w dużych miastach, ale coraz bardziej wokół i na obrzeżach, tworząc zwartą aglomerację wokół dużych miast.

Dynamika zmian ludności 2010-2020



- ✓ Dynamika zmian ludności przez ostatnie 10 lat pokazuje **odpływ mieszkańców z dużych metropolii do miejscowości wokół aglomeracji**.
- ✓ Największy przyrost ma miejsce na północy, w Trójmieście i okolicach, na Mazowszu w powiększającej się aglomeracji warszawskiej, w Wielkopolsce i na południu w Małopolsce.
- ✓ Największy przyrost mieszkańców jest obserwowany w powiecie wrocławskim, gdańskim, poznańskim, piaseczyńskim.
- ✓ Największe spadki liczby mieszkańców notowane są w powiecie zielonogórskim, Bytomiu, Sosnowcu i Łodzi.

- ✓ Pokazuje, w jakim stopniu dynamika wzrostu ludności w powiecie jest większa, czy niższa w porównaniu do średniej krajowej; wskaźnik = 100,0 oznacza, że dynamika wzrostu liczby ludności między 2010 a 2020 w danym powiecie jest taka sama jak średnia krajowa (czyli +0,6%); wskaźnik > 100,0 oznacza, że dynamika wzrostu jest większa niż średnia krajowa (np. 10% wyższa od średniej krajowej = 110,0); wskaźnik < 100,0 oznacza, że dynamika wzrostu jest słabsza niż średnia krajowa lub ujemna

OGÓLNA SIŁA NABYWCZA GfK

Ogólna Siła Nabywczą GfK jest to **suma wszystkich dochodów netto mieszkańców** zamieszkałych na danym obszarze. Definiuje ona całkowitą wartość towarów i usług jakie mieszkańcy danego obszaru są w stanie nabyć w ciągu roku.

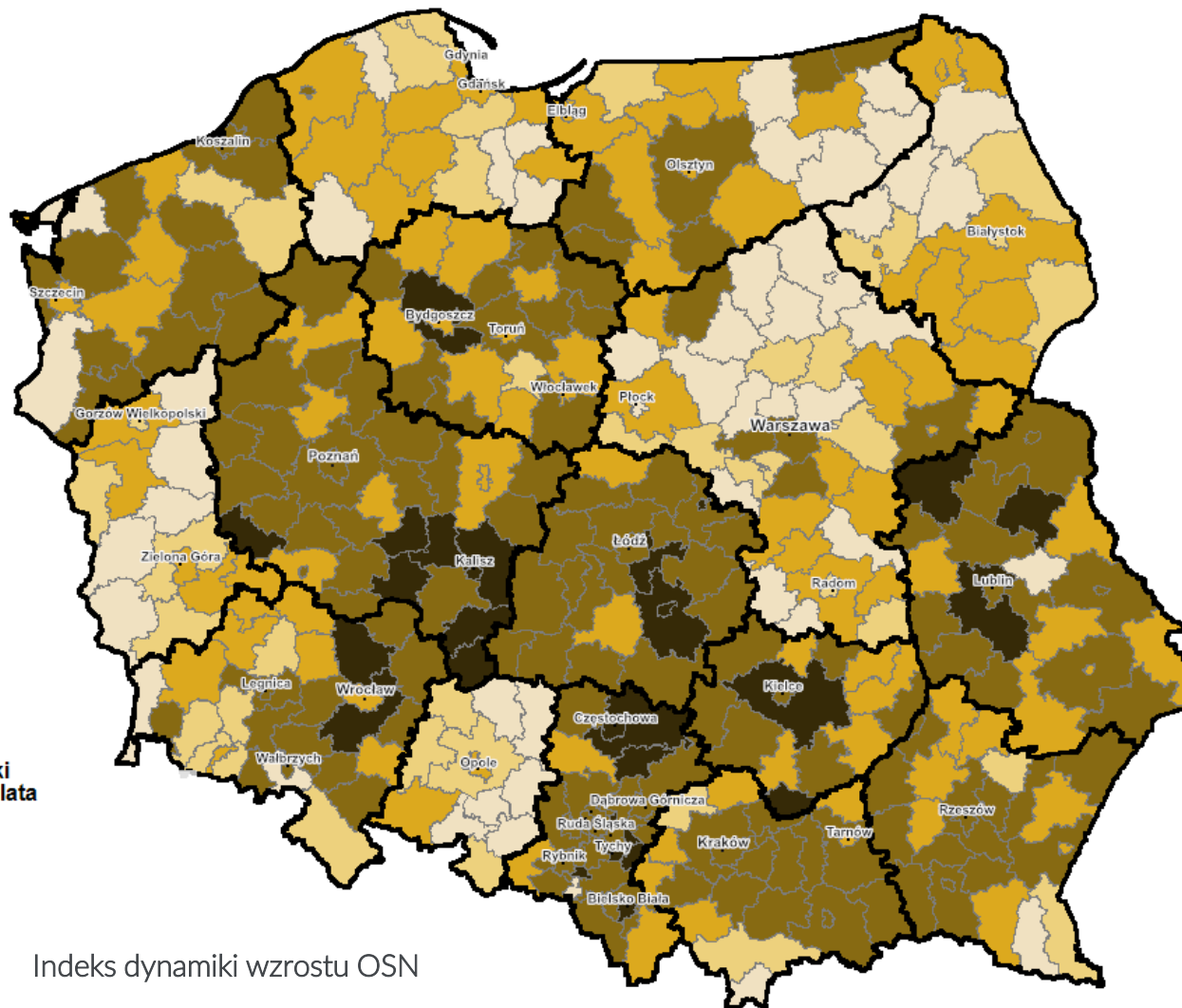
SIŁA NABYWCZA DLA HANDLU DETALICZNEGO GfK

Siła Nabywczą dla Handlu Detalicznego GfK to łączna wartość dóbr konsumpcyjnych, które mogą być nabyte w handlu detalicznym przez **ludność** mieszkającą na danym obszarze w ciągu roku, Wartość Siły Nabywczej dla Handlu Detalicznego **powstaje po odliczeniu wydatków** od Ogólnej Siły Nabywczej GfK na czynsze, opłaty celne, kredyt, ubezpieczenie, samochody, podróże i usługi i jest weryfikowana przez obrót osiągnięty w handlu detalicznym.

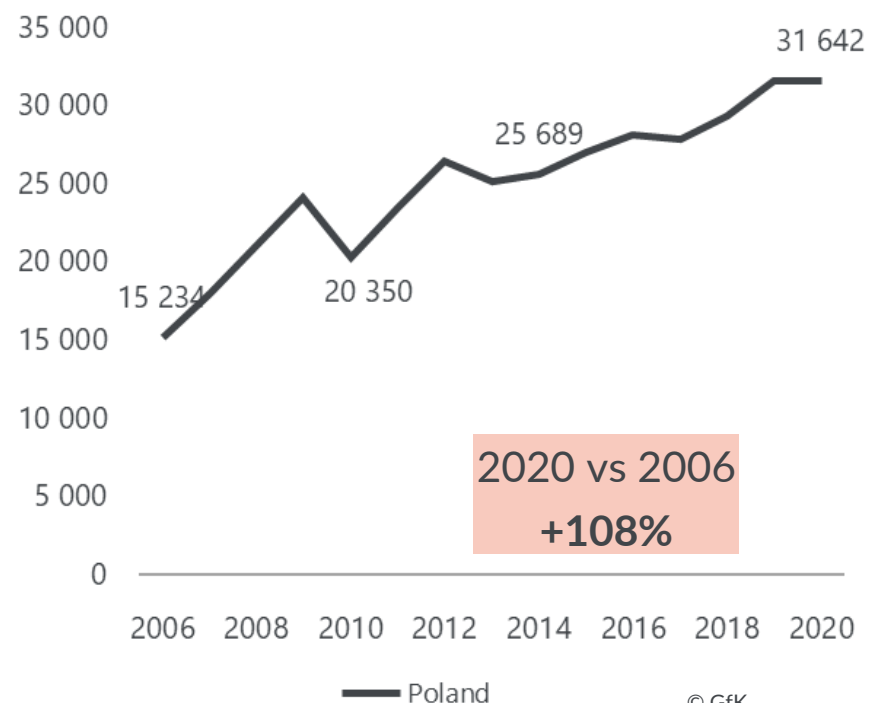
POI

POI – generatory ruchu, które mogą wpłynąć na atrakcyjność lokalizacji.

Dynamika Ogólnej Siły Nabywczej 2010-2020



- ✓ Dynamika wzrostu OSN przez ostatnie 10 lat pokazuje nierównomierny rozwój regionów w Polsce
- ✓ Największy przyrost ma miejsce w centralnej Polsce, na południu i południowo-wschodniej części kraju
- ✓ Największy spadek dochodów nastąpił w powiecie augustowskim i nowodworskim, a największy wzrost w powiatach: kępińskim, wrocławskim i Mysłowicach

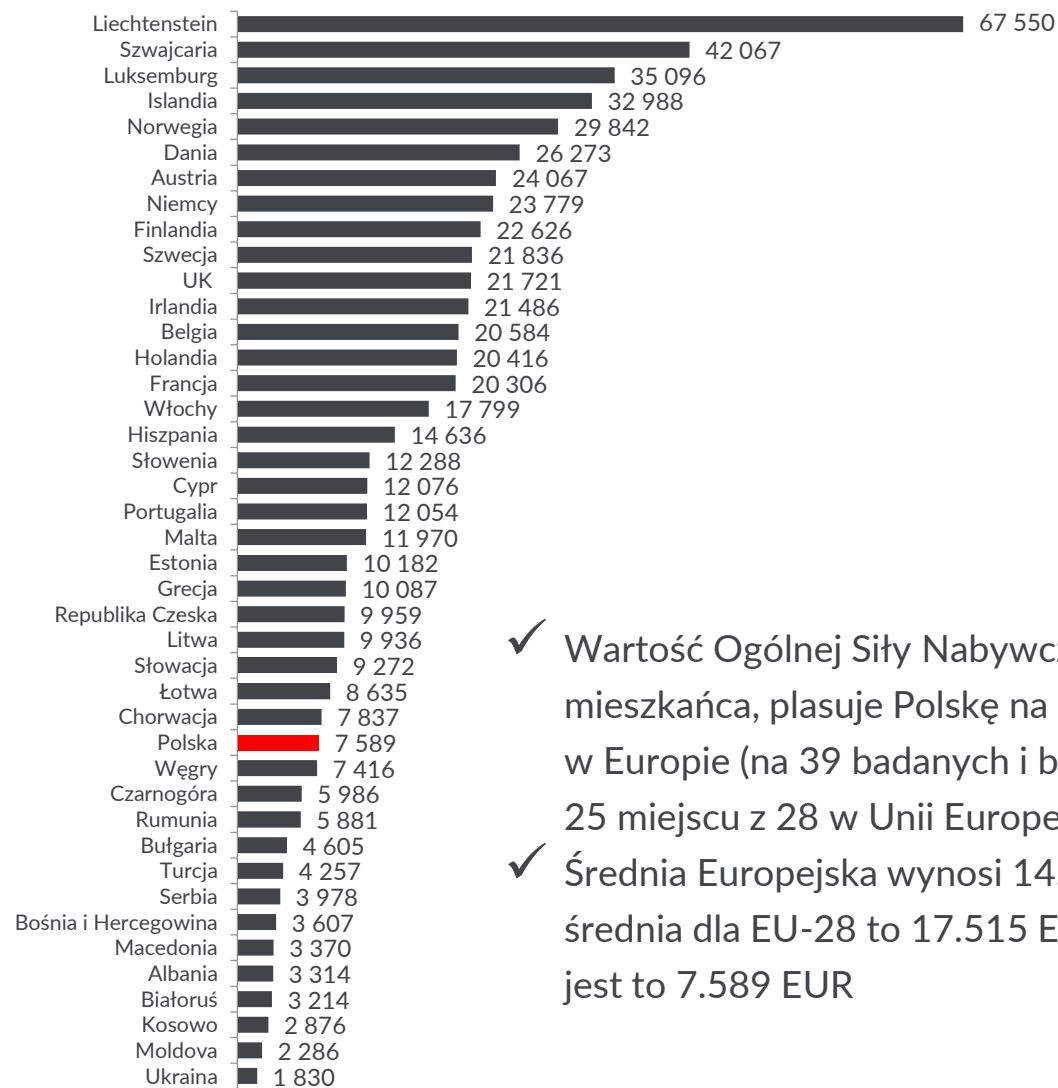
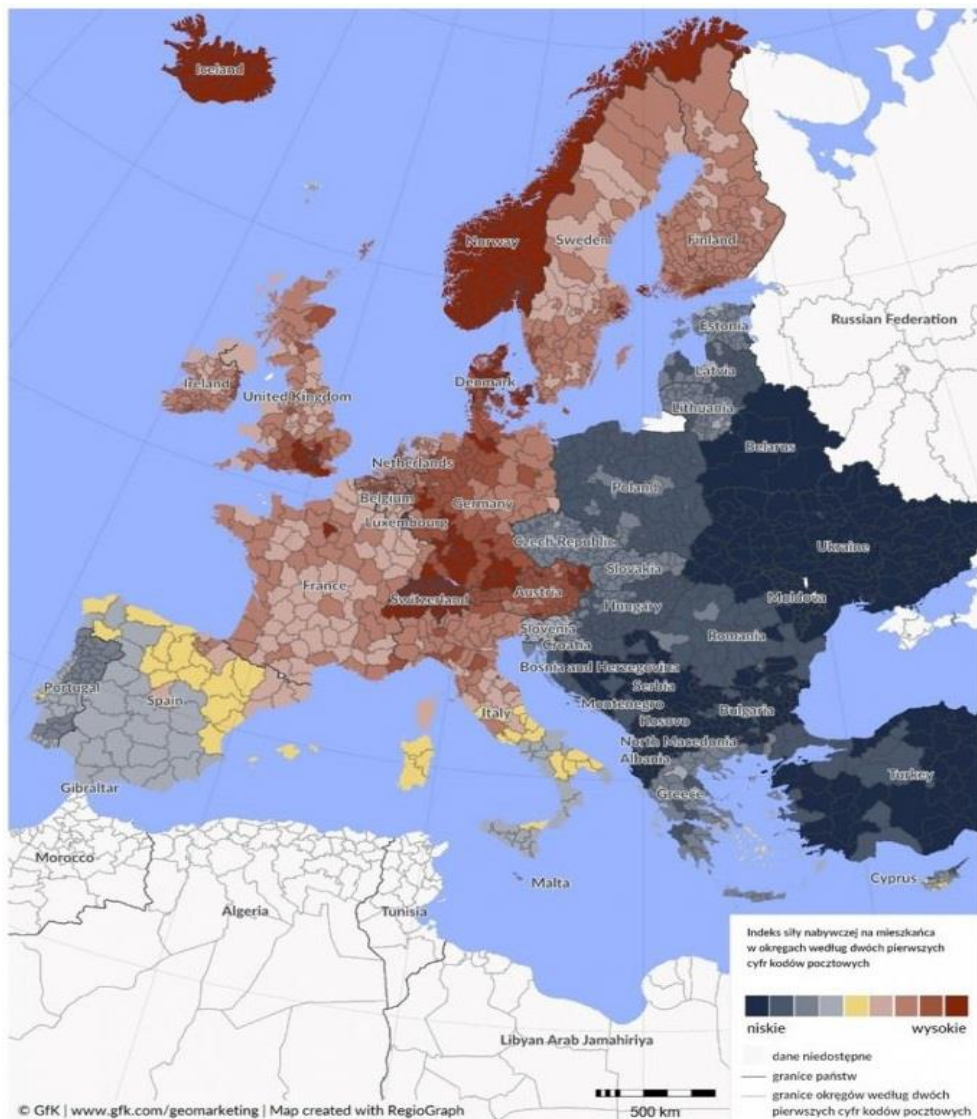


- ✓ Wskaźnik = 100,0 oznacza, że przyrost OSN między 2010 a 2020 jest równy średnio krajowej dynamice; wskaźnik < 100,0 oznacza, że dynamika wzrostu była słabsza w stosunku do dynamiki średnio krajowej; wskaźnik > 100,0 oznacza, że dynamika była większa od dynamiki średnio krajowej

Jak JEST?

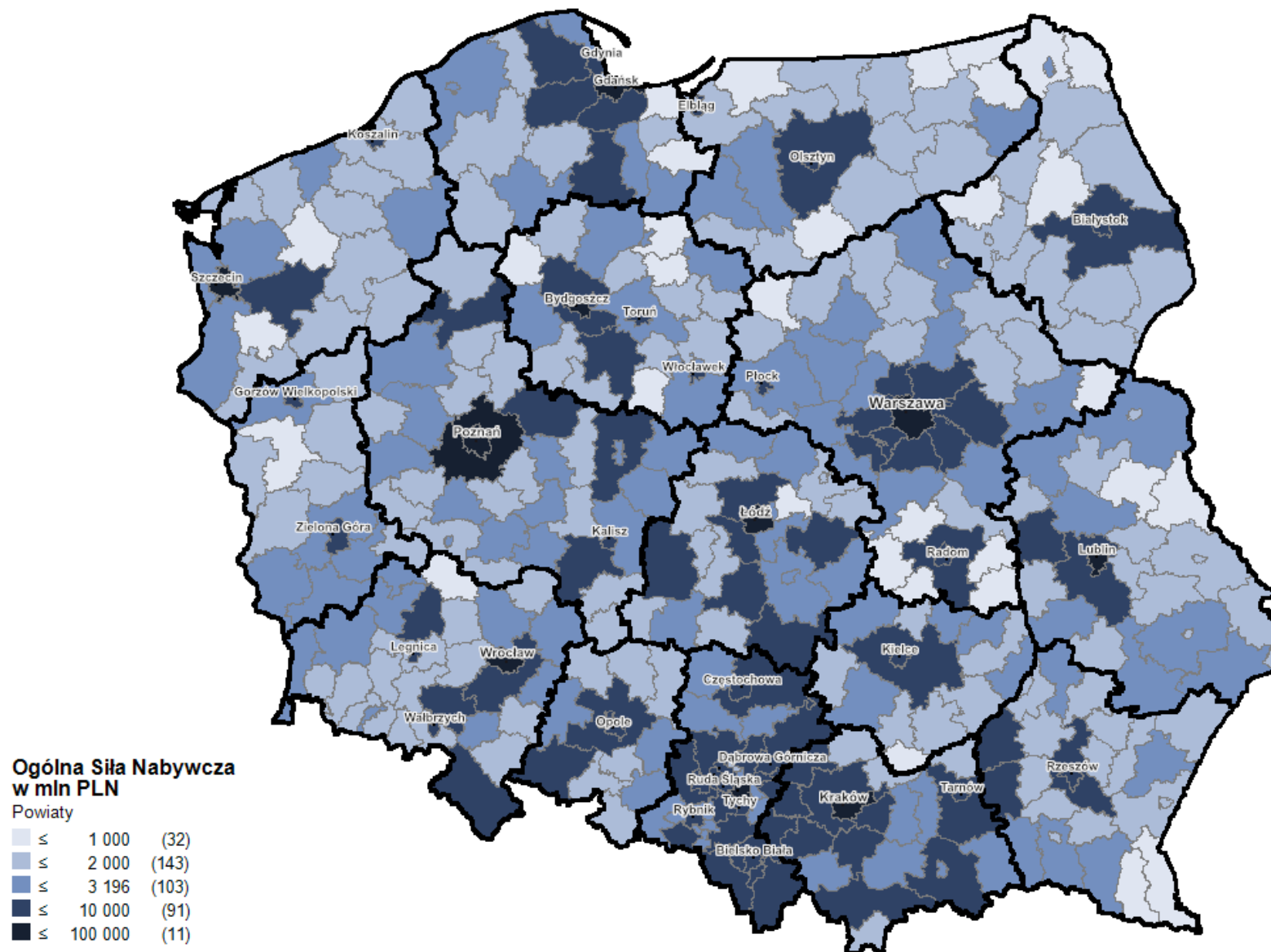
Ogólna Siła Nabywcza GfK–

Polska na tle innych krajów Europejskich 2020 (w Euro)



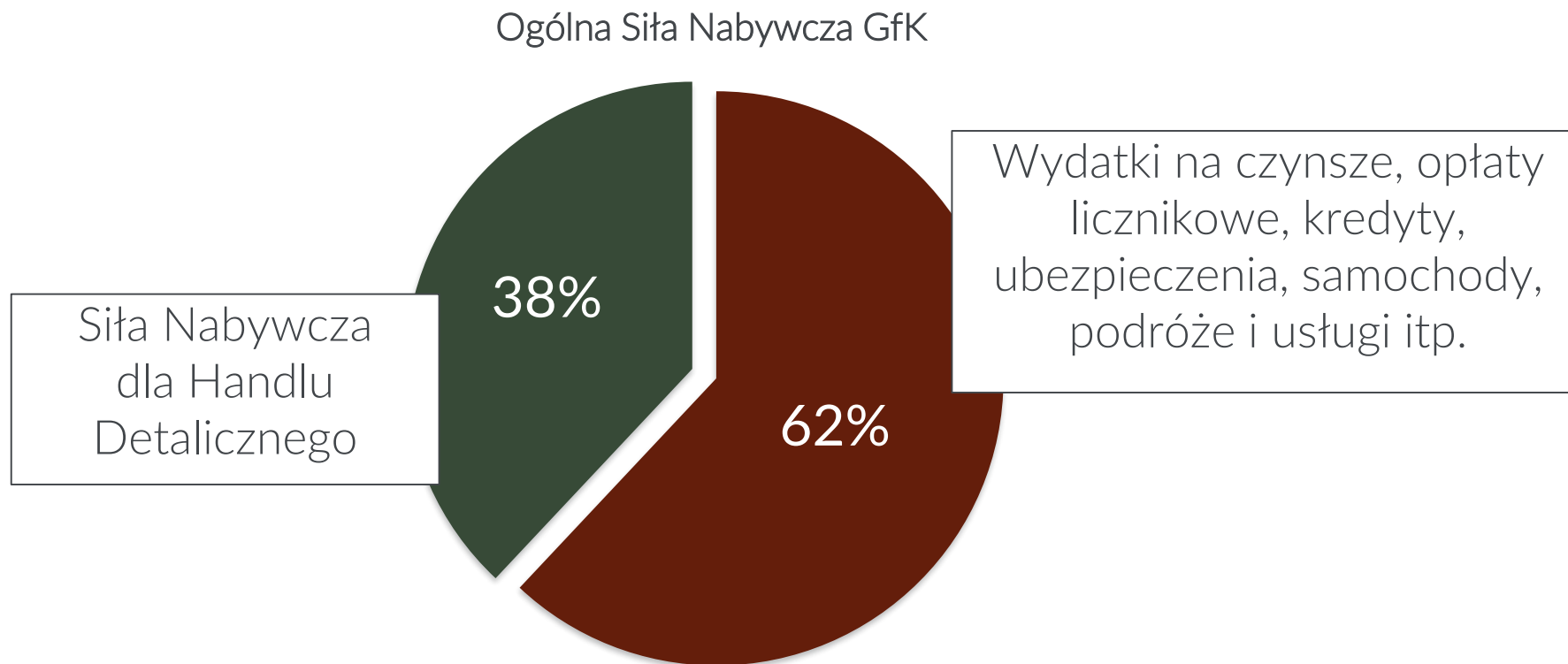
- ✓ Wartość Ogólnej Siły Nabywczej na mieszkańca, plasuje Polskę na 29 miejscu w Europie (na 39 badanych i bez Rosji) i na 25 miejscu z 28 w Unii Europejskiej
- ✓ Średnia Europejska wynosi 14.739 EUR, średnia dla EU-28 to 17.515 EUR, w Polsce jest to 7.589 EUR

Ogólna Siła Nabywcza GfK 2020



Source: GfK 2020
© GfK

Siła Nabywcza dla Handlu Detalicznego GfK – Polska 2020

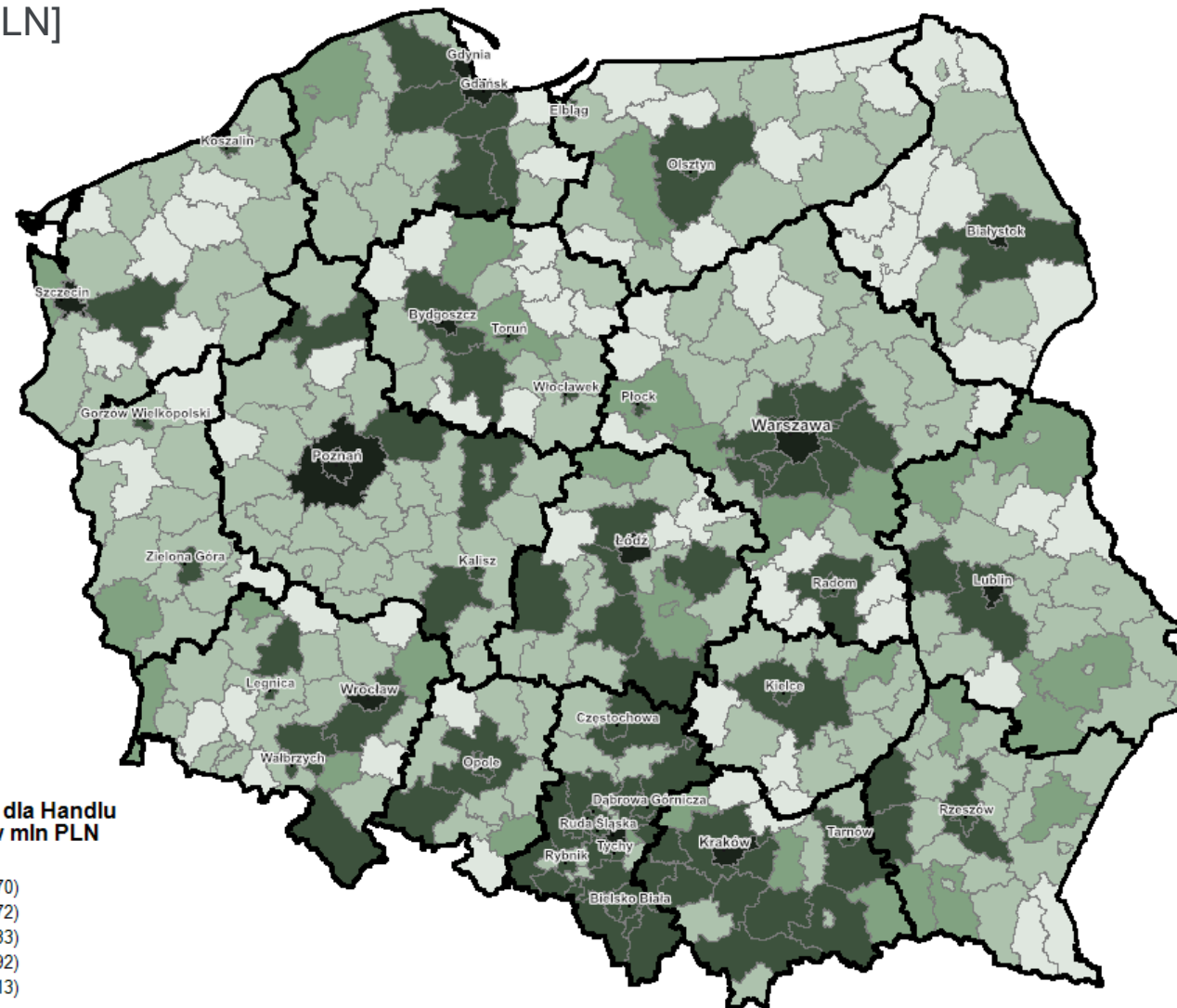
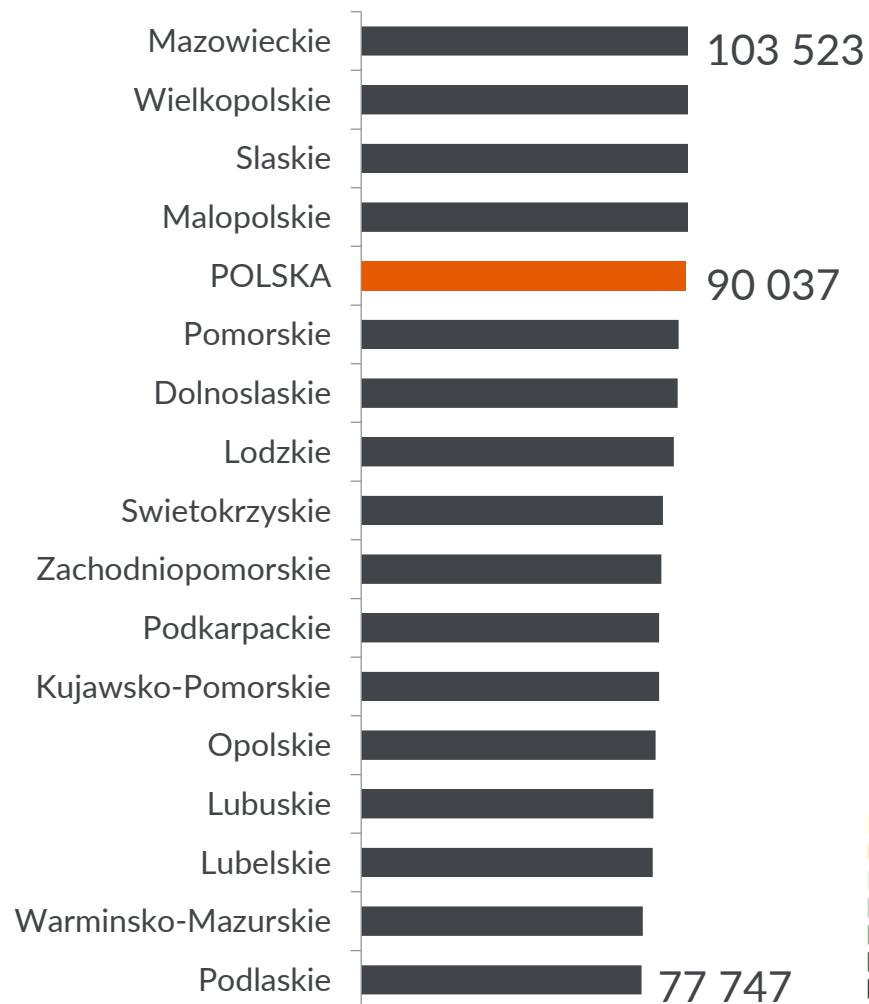


- ✓ **Ogólna Siła Nabywcza GfK** jest to suma wszystkich dochodów netto mieszkańców zamieszkałych na danym obszarze. Definiuje ona całkowitą wartość towarów i usług jakie mieszkańcy danego obszaru są w stanie nabyć w ciągu roku.
- ✓ **Siła Nabywcza dla Handlu Detalicznego GfK** to łączna wartość dóbr konsumpcyjnych, które mogą być **nabyte w handlu detalicznym** przez ludność mieszkającą na danym obszarze w ciągu roku.

Siła Nabywcza dla Handlu Detalicznego vs. OSN

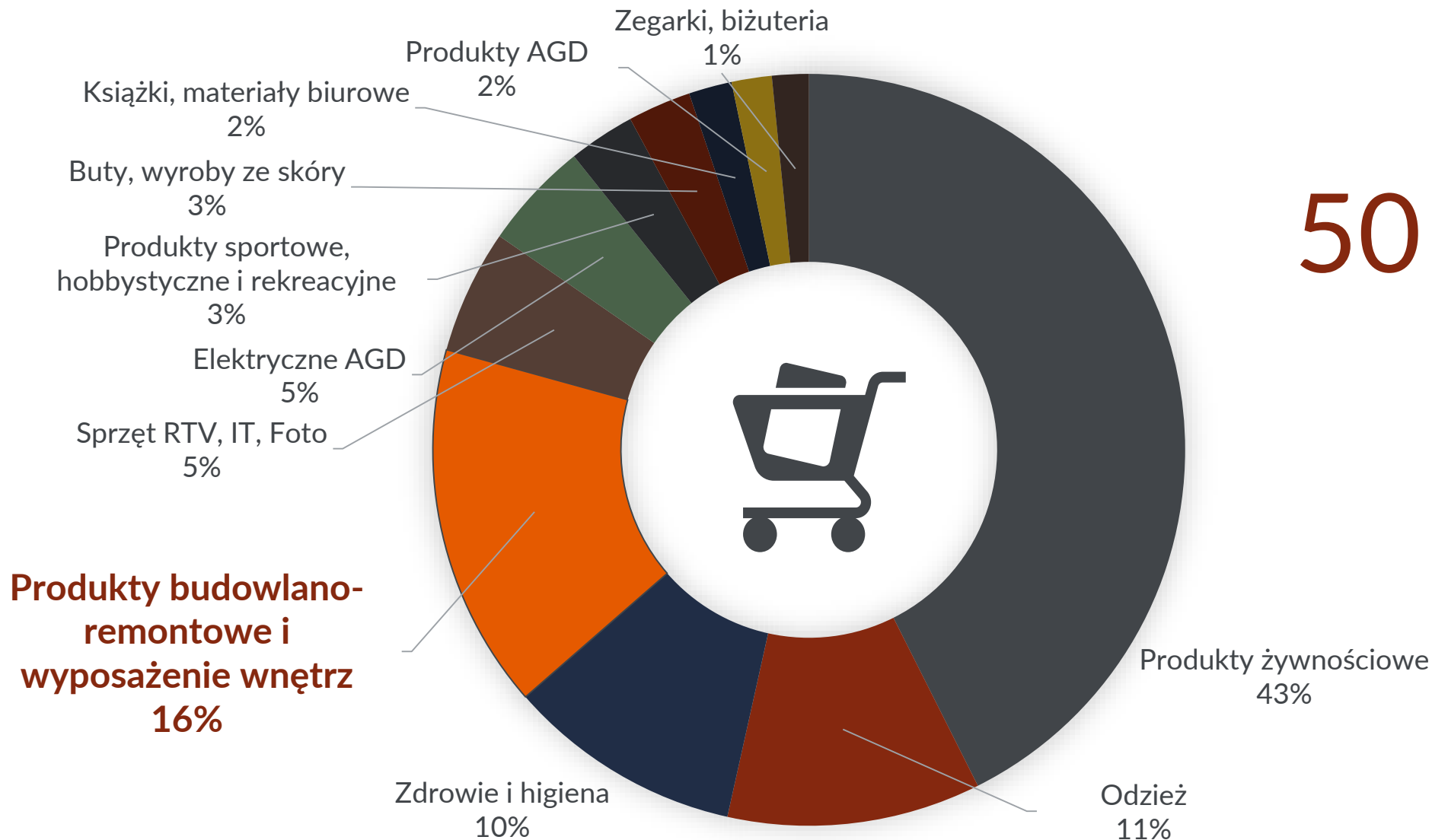


OSN - Ogólna Siła Nabywcza GfK na gospodarstwo [PLN]



Siła Nabywcza dla Handlu Detalicznego

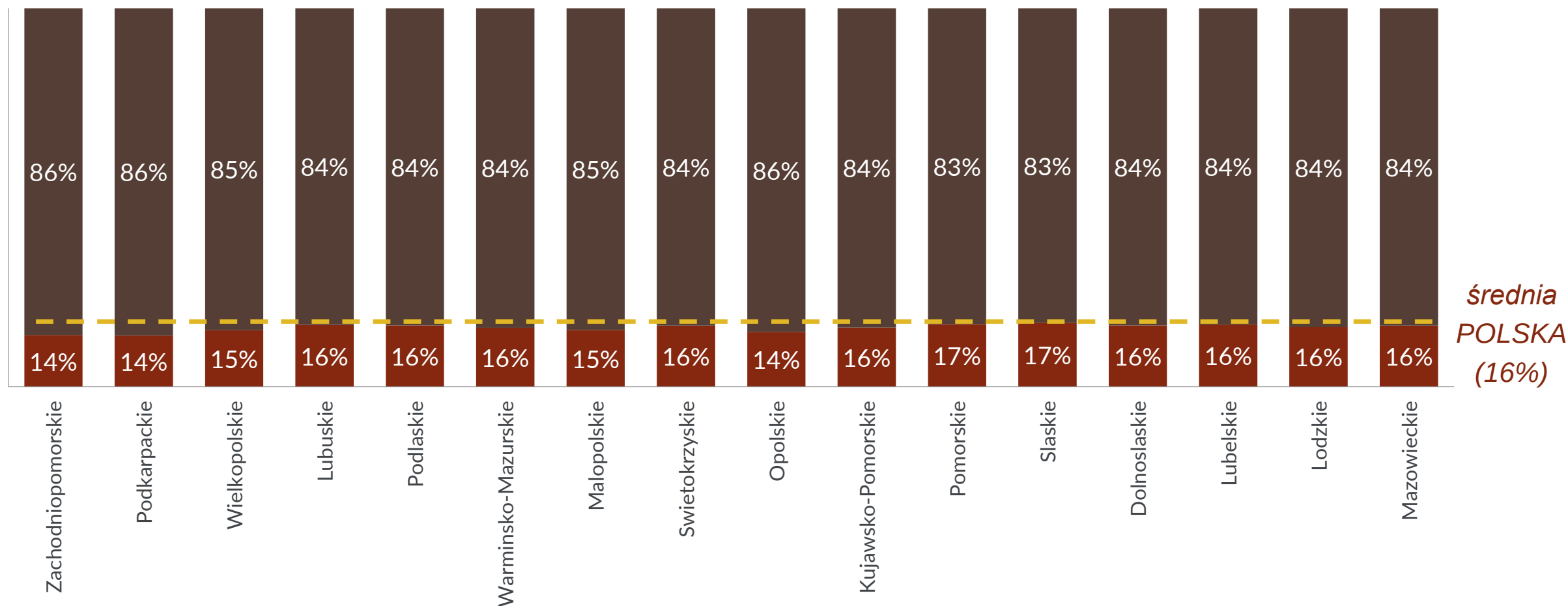
Udział poszczególnych grup produktowych dla całej Polski



50 mld zł

Siła Nabywcza dla Handlu Detalicznego GfK.

Udział DIY i wyposażenia wnętrz w województwach.

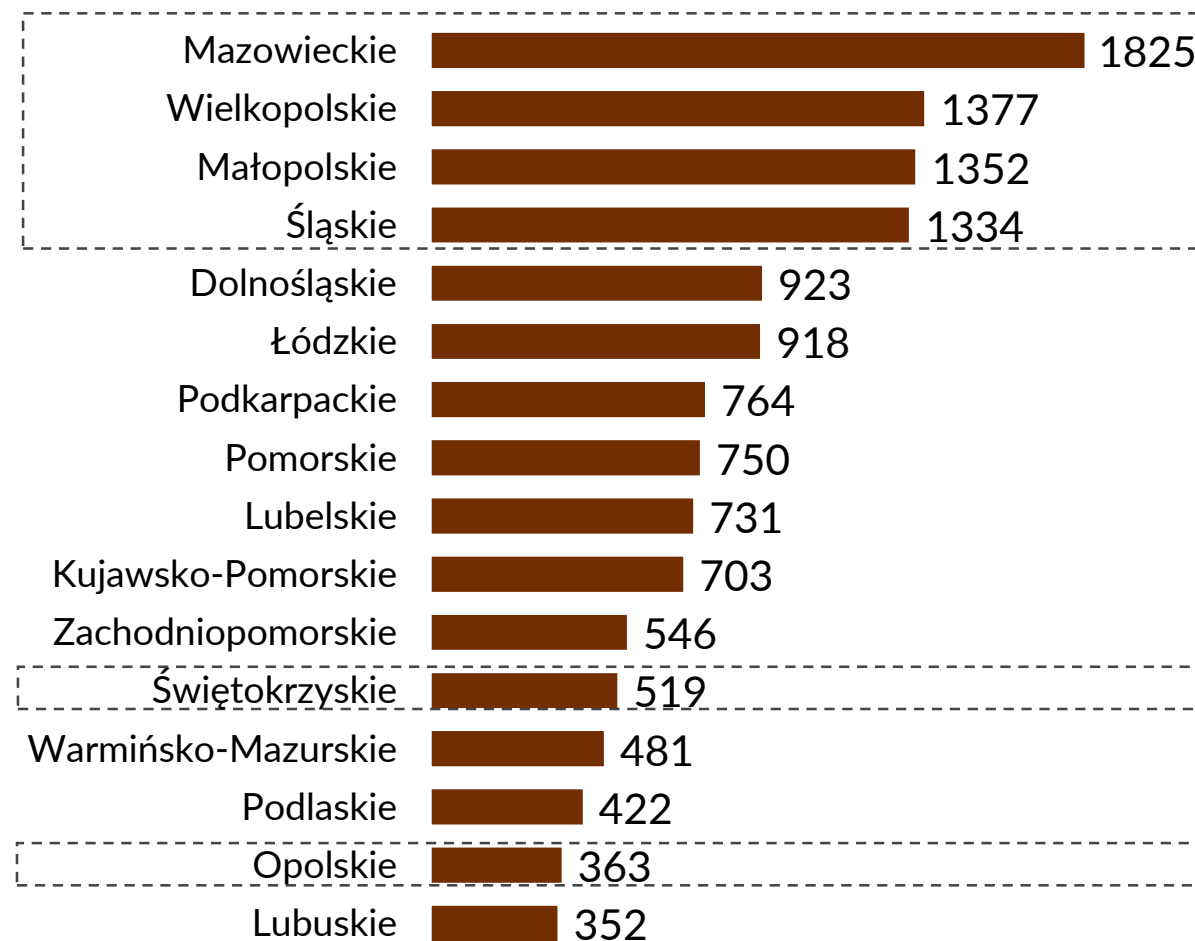
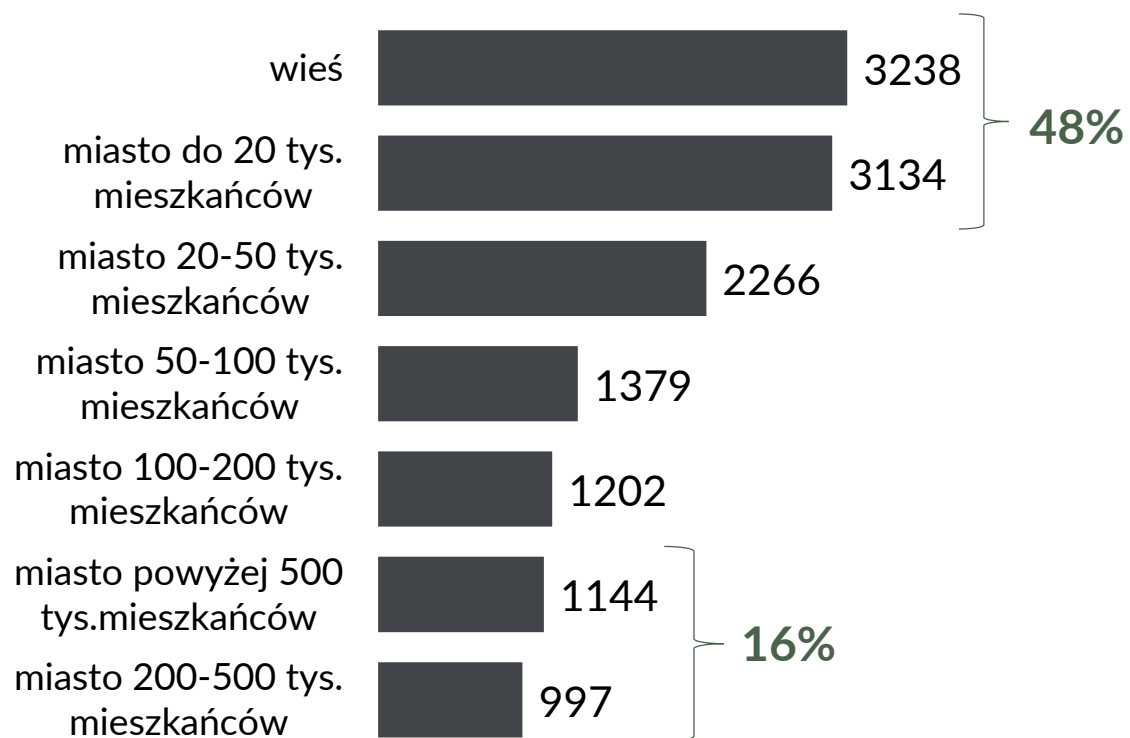


- Siła Nabywcza dla Handlu Detalicznego inne kategorie
- Produkty remontowo budowlane, wyposażenia wnętrz i ogród

Dystrybucja geograficzna punktów sprzedaży w CENZUSIE



W CENZUS zidentyfikowaliśmy
13 360 punktów sprzedaży



Analiza MIKRO: ocena atrakcyjności sklepów



ID.GfK	GfK_18087
Adres	Lwowska 146a
Miejscowość	Krasnystaw
Powiat	Krasnostawski
Powierzchnia (km2)	166,83
Sieć	Punkt niezależny
Grupy asortymentowe	A, B, C, D
Usługi dodatkowe	2, 3, 5
Średnia siła nabywcza ludności	16 235 PLN
Liczba budynków jednorodzinnych	6279
Liczba mieszkańców w wieku 25+	25 712
Pozwolenia na budowę (2 lata)	14
Odległość do najbliższego DIY (km)	29,8
Konkurencja w strefie	0
Indeks potencjału GfK	45
Ocena potencjału	Nieatrakcyjny

ANALIZOWANE FORMATY SKLEPÓW

Sieci DIY – wielkopowierzchniowe hipermarkety z materiałami budowlanymi i wyposażeniem wnętrz: Leroy Merlin, OBI, Castorama, Bricomarche.

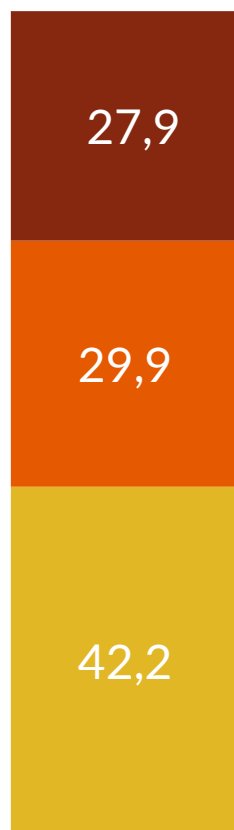
Punkty sprzedaży zorganizowane w sieci i grupy zakupowe – wszystkie punkty sprzedaży, które oferują asortyment remontowo-budowlany i oficjalnie deklarują przynależność do sieci i grup branżowych (oczywiście z wyłączeniem powyższych sieci DIY).

Niezrzeszone punkty sprzedaży – pozostałe punkty sprzedaży produktów remontowo-budowlanych, które nie należą do żadnej z powyższych grup.

Różnice potencjałowe między: głównymi sieciami DIY, sieciami i grupami zakupowymi, a niezrzeszonymi punktami



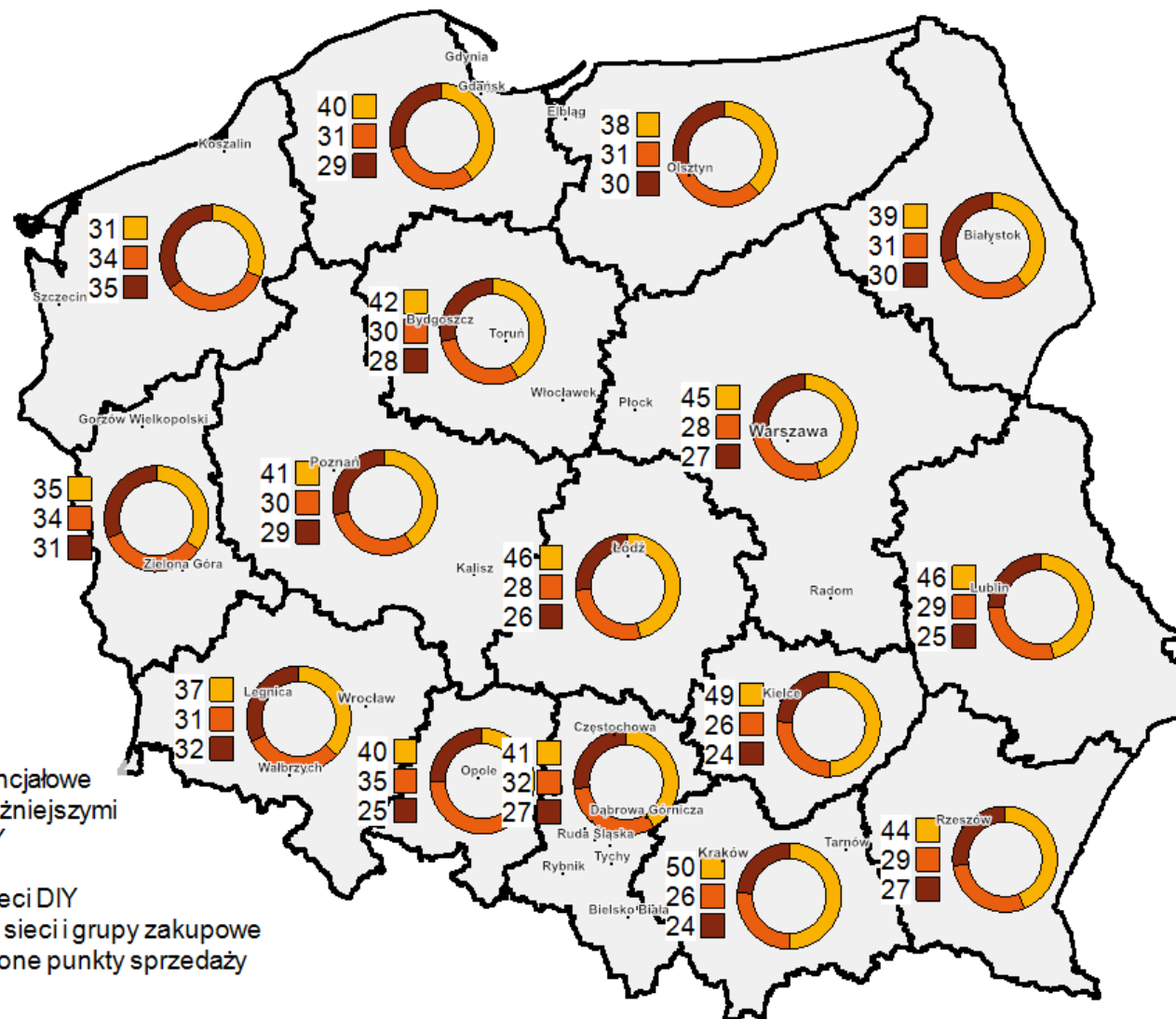
Liczba punktów sprzedaży



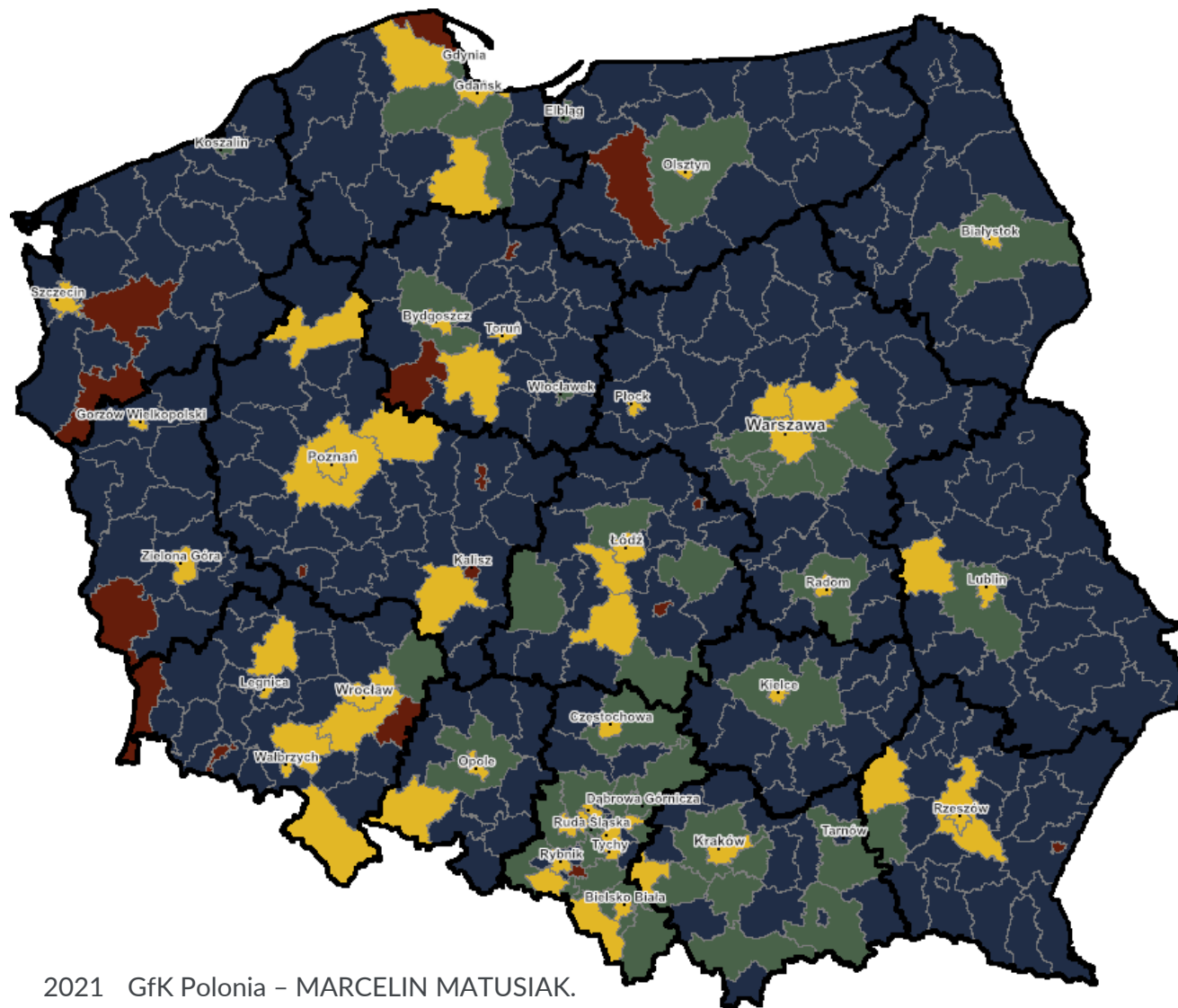
Udział w dostępie do potencjału rynku lokalnego

Różnice potencjałowe między najważniejszymi formatami DIY

- Główne sieci DIY
- Pozostałe sieci i grupy zakupowe
- Niezrzeszone punkty sprzedaży

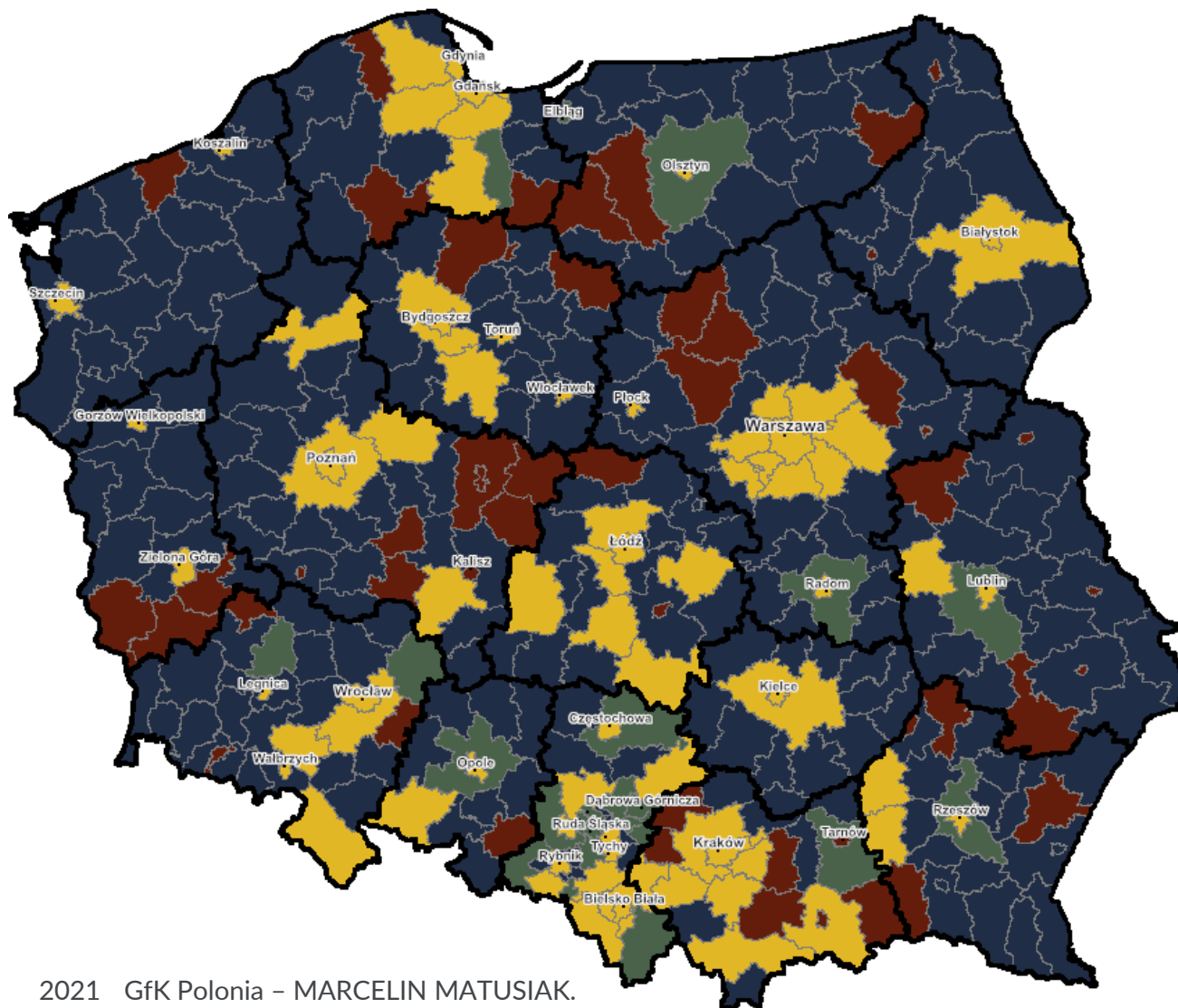


Liczba punktów GŁÓWNYCH SIECI DIY w zestawieniu z wydatkami na materiały budowlane i wyposażenie wnętrz



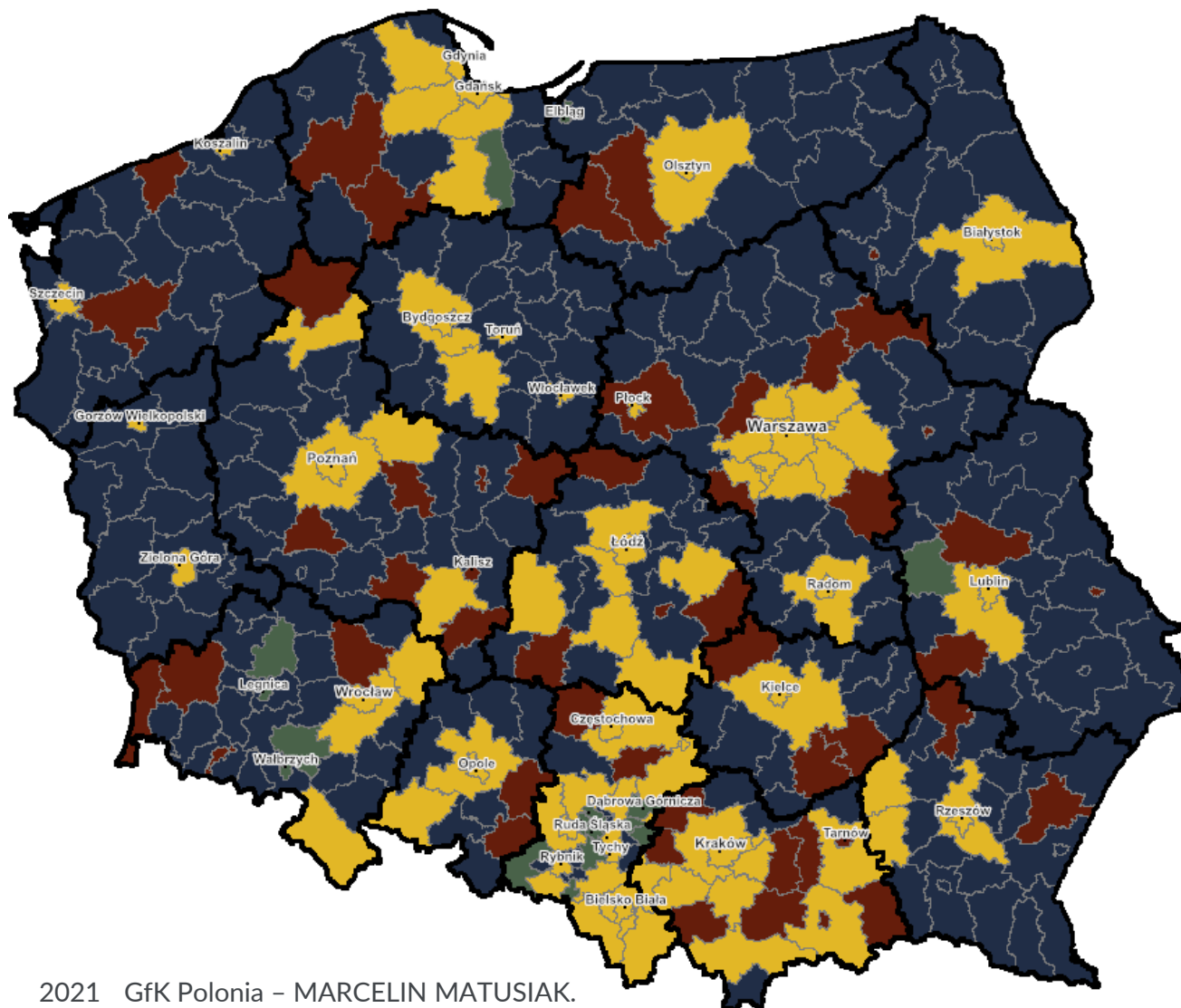
- ✓ Najwięcej punktów głównych sieci DIY z wysoką Siłą Nabywczą dla Handlu detalicznego na wydatki DIY i wyposażenie wnętrz jest wokół dużych miast i południowej części Polski.

POZOSTAŁE SIECI I GRUPY ZAKUPOWE w zestawieniu z wydatkami na materiały budowlane i wyposażenie wnętrz



- ✓ Duże nasycenie punktami w Warszawie, Łodzi, Białymstoku i okolicach, Trójmieście, Bydgoszczy, Toruniu, Poznaniu i okolic. Podobnie Śląsk i Małopolska.
- ✓ Duży potencjał w miejscach, gdzie są duże wydatki na materiały budowlane i wyposażenie wnętrz przy małej ilości punktów – okolice Olsztyna, Legnicy, Radomia, Rzeszowa, Opola, Częstochowy

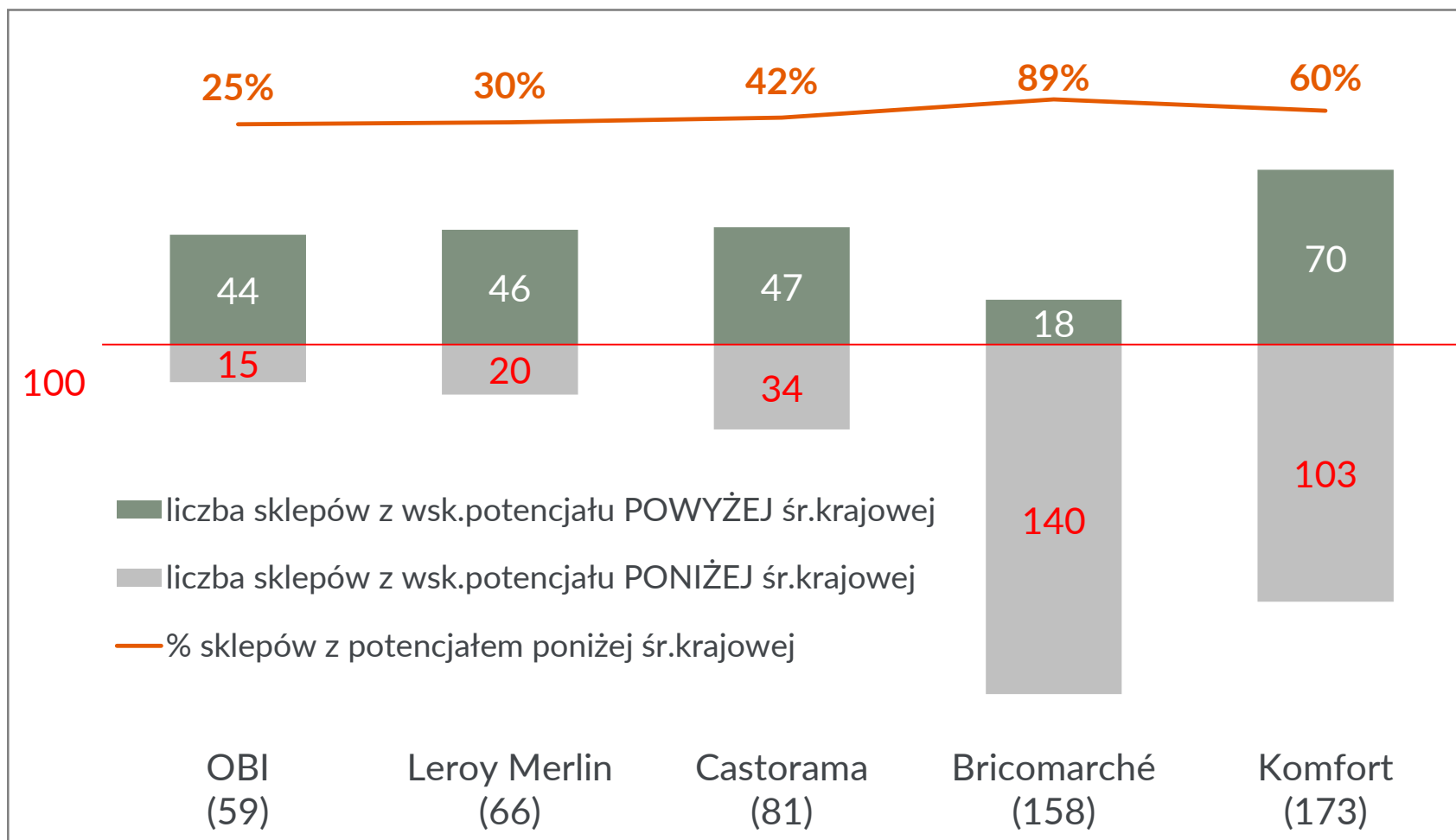
NIEZRZESZONE punkty sprzedaży w zestawieniu z wydatkami na materiały budowlane i wyposażenie wnętrz



Liczba NIEZRZESZONYCH punktów sprzedaży

- ✓ Duże nasycenie punktami w dużych miastach i ich okolicach.
- ✓ Miejsca o dużym potencjale to Legnica, Wałbrzych czy powiat puławski koło Lublina

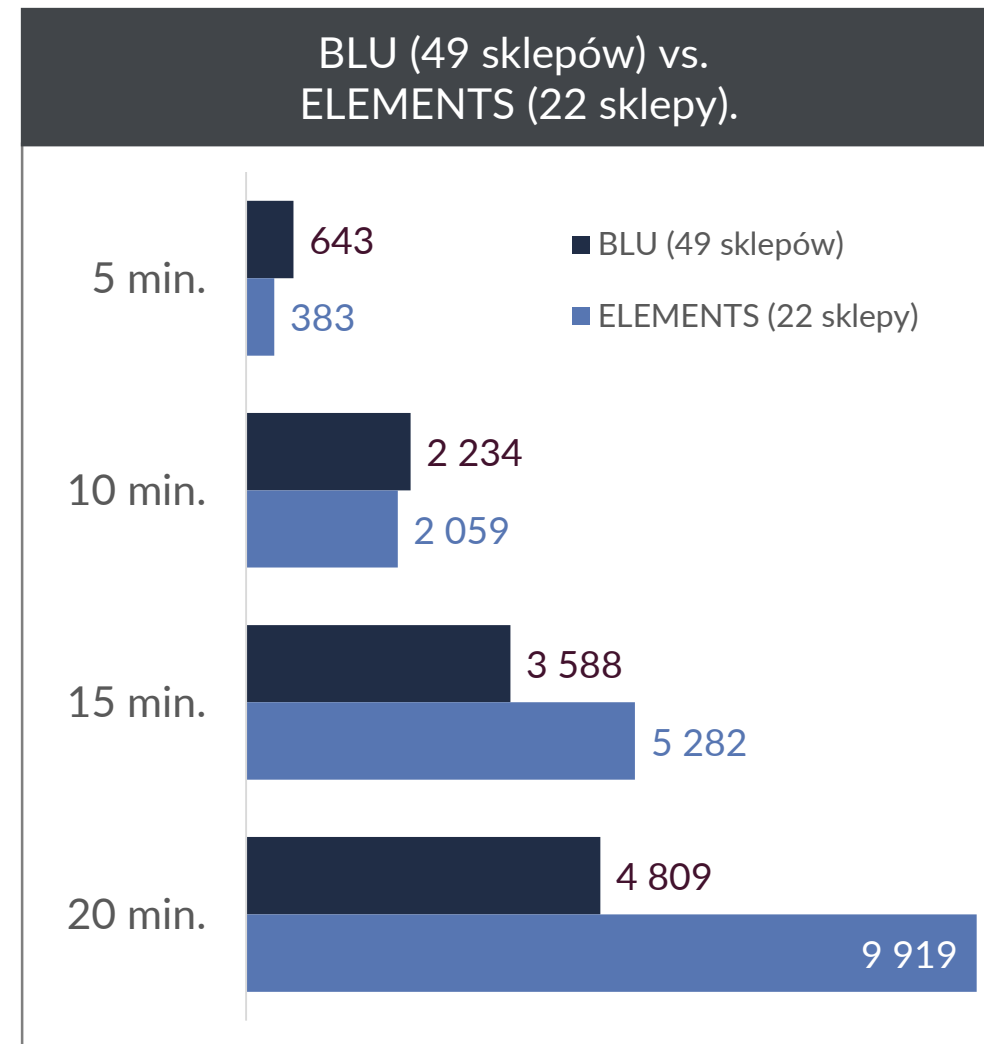
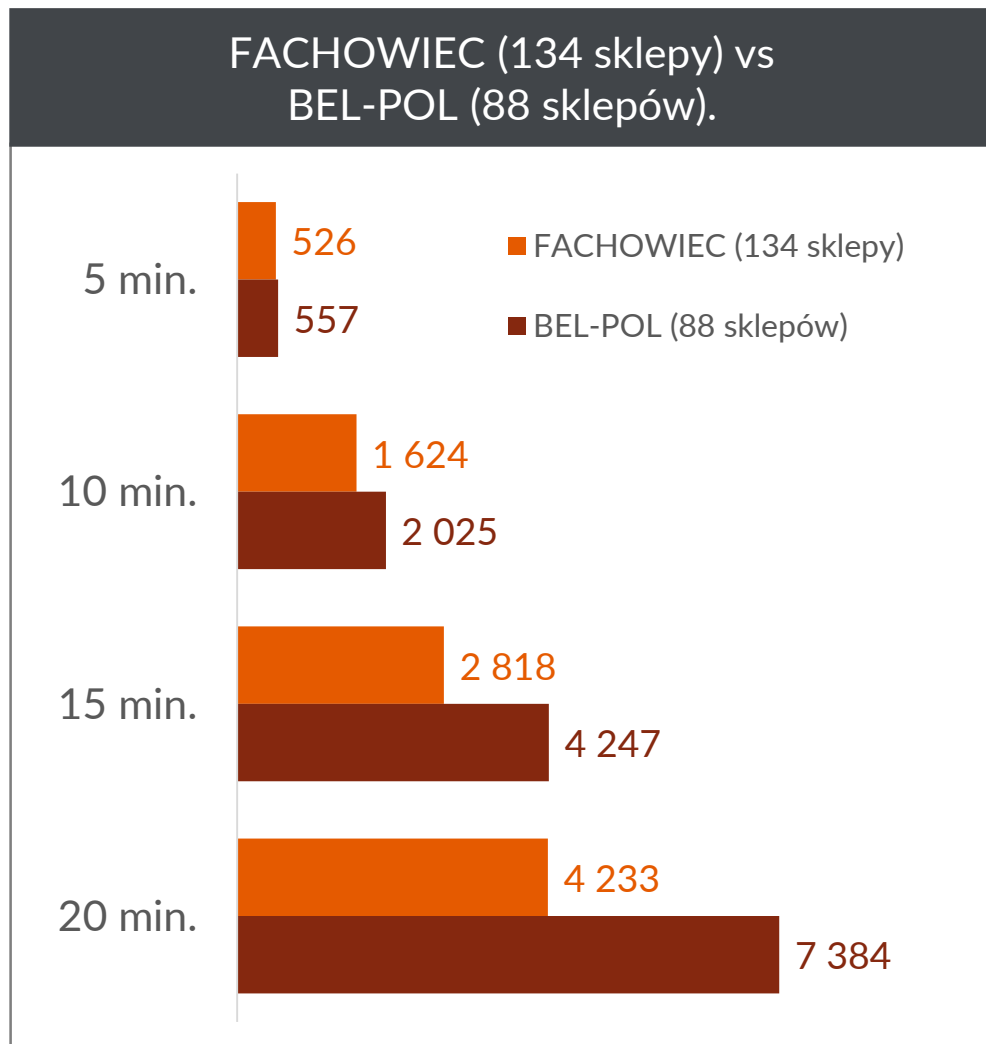
Ocena portfela lokalizacji. Indeks Potencjału dla wybranych sieci



Indeks Potencjału Sieci (średnia krajowa = 100)

- gospodarstwa domowe
- ludność
- wiek
- siła nabywcza ludności (w PLN).
- zasób mieszkaniowy (jedo-wielorodzinny)
- bud. oddawane do użytku
- pozwolenia na budowę
- wsk. konkurencyjny (współwystępowanie).

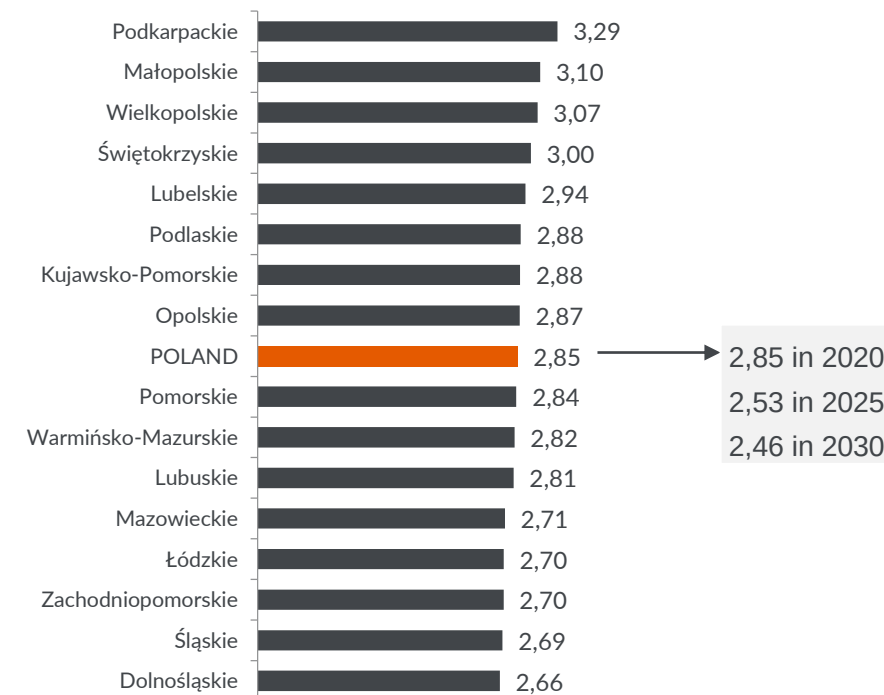
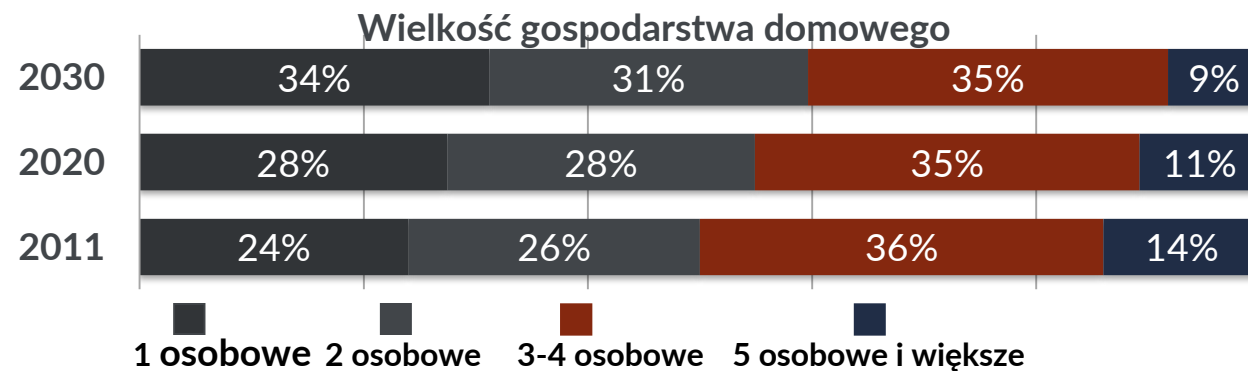
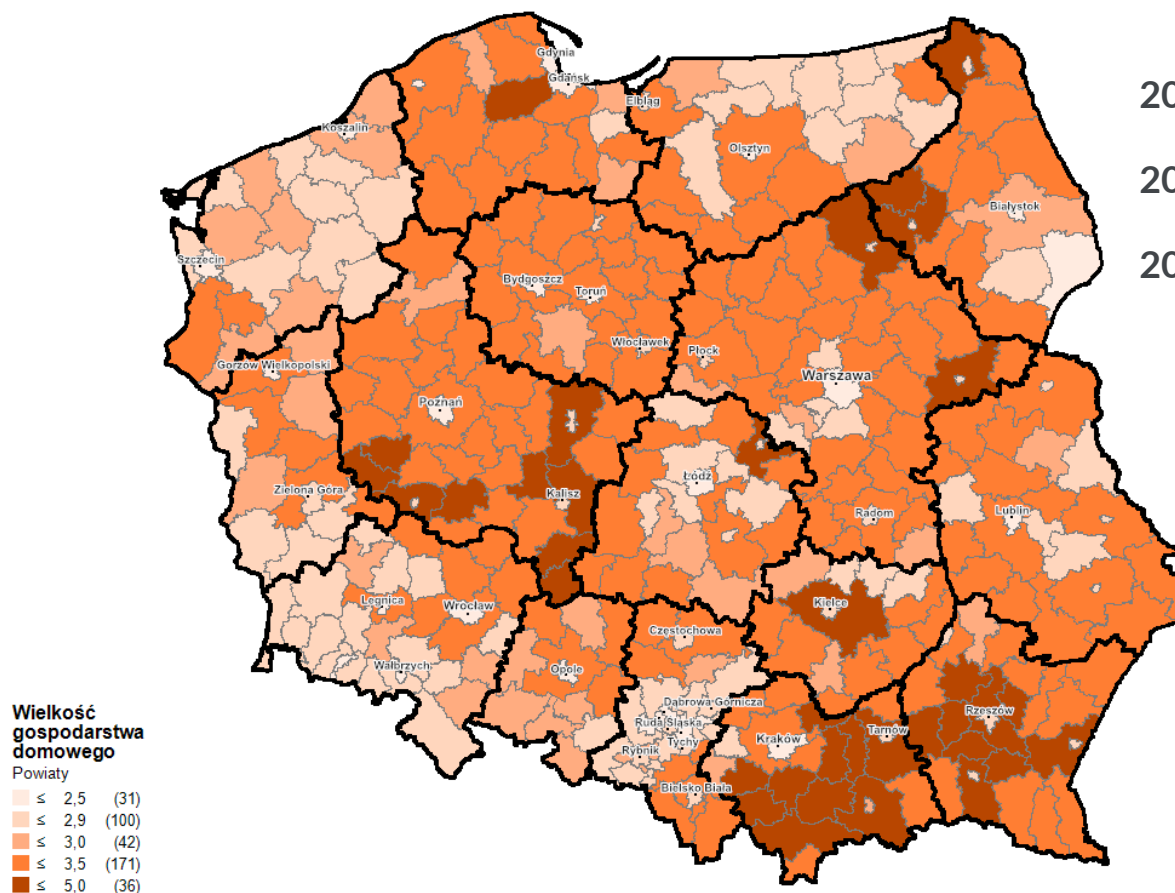
Porównanie SN sieci specjalistycznych





Jak MOŽE BYĆ?

Wielkość gospodarstwa domowego do 2030r.



- ✓ Według szacunków GUS liczba gospodarstw domowych będzie rosła do 2030 r. Potem trend się odwróci i ta liczba będzie spadać.
- ✓ Wielkość gospodarstw domowych w Polsce spada, według prognozy w 2030 r. będzie 34% gospodarstw jednoosobowych. Z drugiej strony rośnie liczba gospodarstw domowych, a ich liczba ma wzrosnąć z 13,5 mln do 15,3 mln w 2030 r.

Scenariusze spadku wydatków w handlu w przekroju powiatów - metodologia



Opierając się własnych danych pochodzących z badań nad potencjałem siły nabywczej Polaków na różne kategorie produktów analitycy GfK oszacowali **4 możliwe scenariusze** rozwoju wypadków w polskim handlu detalicznym. W każdej z **4 prognoz** uwzględniono założenia dotyczące potencjalnej długości okresu izolacji oraz ilość czasu jaki zajmie sektorowi powrót do stanu „normalności”, czyli do poziomu sprzedaży sprzed epidemii:

Scenariusz 2

- 2-miesięczna izolacja
- Powrót do wydatków w **grudniu 2020**
- Spadki wydatków w zależności od powiatu między **10,7 do 17,7 proc**

Scenariusz 3

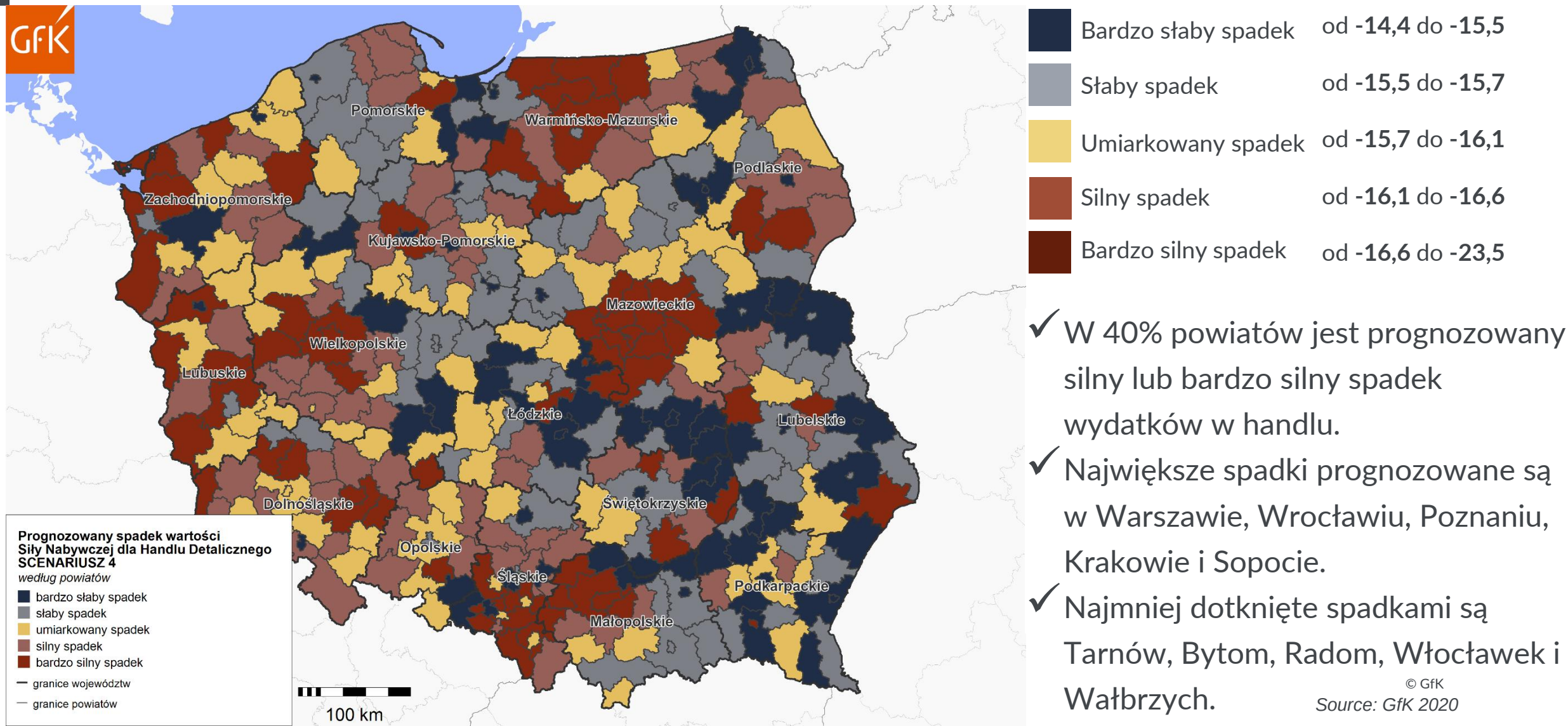
- 2-miesięczna izolacja
- Powrót do wydatków w **grudniu 2021**
- Spadki wydatków w zależności od powiatu między **11,7 a 19,3 proc**

Scenariusz 4

- **4-miesięczna izolacja** (wiosna i jesień 2020)
- Powrót do wydatków w **grudniu 2021**
- Spadki wydatków w zależności od powiatu między **14,4 a 23,5 proc**

Najbardziej realny jest scenariusz nr 4, ale nie jest ostatnim...

Scenariusz spadku wydatków w handlu w przekroju powiatów – mapa scenariusza 4

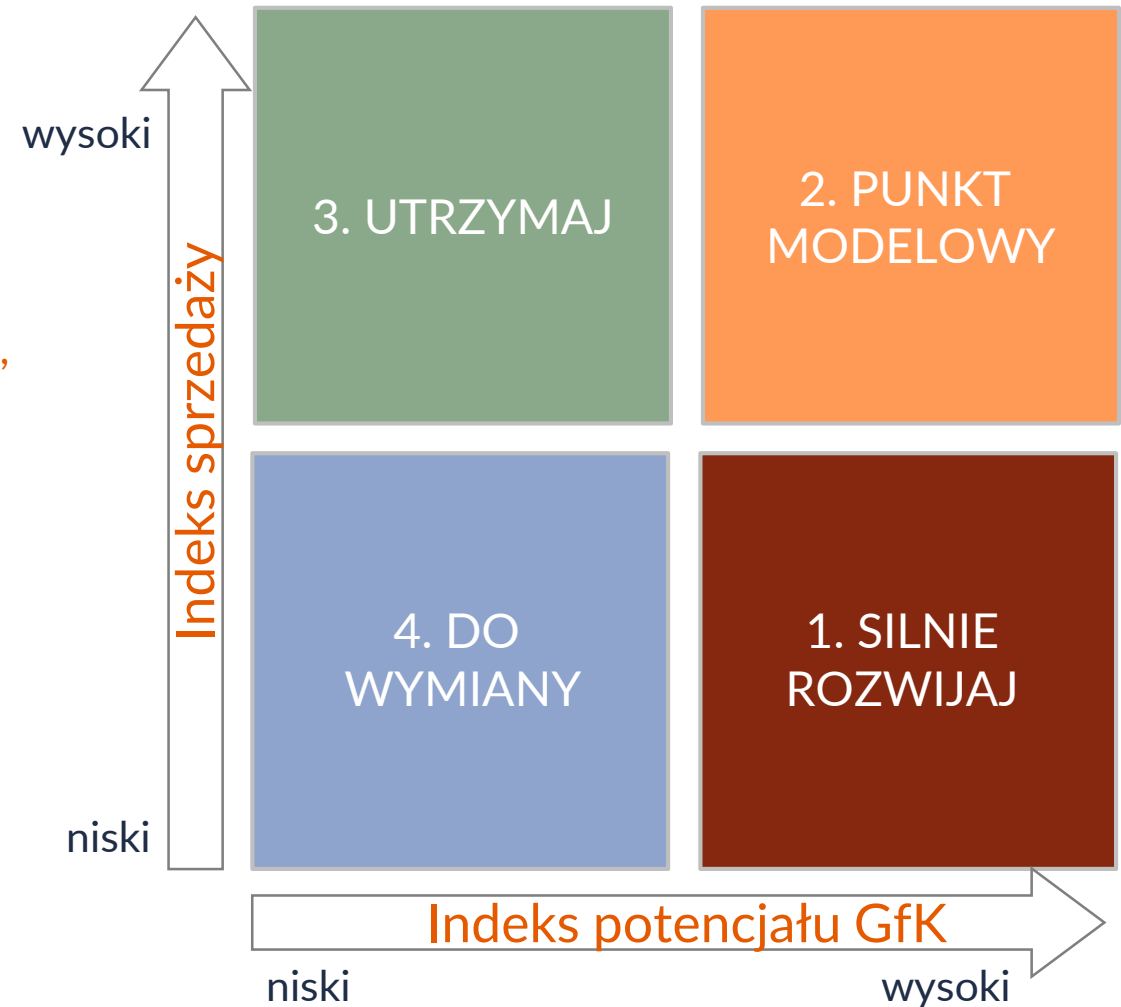


Gdzie szukać potencjałów sprzedażowych w post-pandemicznym kanale dystrybucji?

Bazując na danych CENZUS istnieje możliwość zbudowania **oceny efektywności własnych punktów sprzedaży**.

Analiza ta pozwala na przypisanie do punktów sprzedaży **rekomendacji (macierzy) sprzedażowej**:

1. Punkty, które mogą **znacząco zwiększyć sprzedaż**, ponieważ przy wysokim potencjale otoczenia, Zamawiający notuje słabe wyniki.
2. **Punkty modelowe**, dla których wysoki potencjał zbiega się z dobrymi wynikami sprzedaży Zamawiającego.
3. Punkty, w których należy **utrzymywać** obecne poziomy sprzedaży.
4. Punkty, w których należy **zrezygnować** ze znaczących inwestycji.



Zachęcam do współpracy –
chętnie odpowiem na wszelkie pytania



Marcelin Matusiak

Strategic Insight Manager
Market Intelligence & Sales Effectiveness



Marcelin.Matusiak@gfk.com



+48 502 196 074