

RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

nr 5 (32) 2019

www.rynekzabawek.pl

9 zł (w tym 8% VAT)

Fachowe pismo branży zabawkarskiej

ZAKUPY Z UDZIAŁEM
WSZYSTKICH ZMYŚLÓW

CENA DZIECIĘCEGO
UŚMIECHU

SPRZEDAŻ POD
KONTROLĄ

NOWOŚĆ!

MONTINO

RURKI 3D

SKŁADAJ!
BUDUJ!
BAW SIĘ!



Czas wakacji dla branży zabawkarskiej wcale nie oznacza beztroskiego chilloutu i oderwania od obowiązków zawodowych. Dlaczego? Ano dlatego, że już od połowy sierpnia ruszają zakrojone na dużą skalę kontraktacje w hurtowniach. Do tego dochodzą prezentacje nowości producentów i dystrybutorów, a także wszelkiej maści targi konsumenckie i eventy plenerowe, w które coraz częściej angażują się polscy przedsiębiorcy. Przed wyruszeniem na zakupowe wojaże polecamy zapoznanie się z podsumowaniem sprzedaży w I półroczu br. w wybranych hurtowniach. Ta wiedza może okazać się bezcenna podczas komponowania idealnej oferty na Gwiazdkę.

A skoro mowa o targach, to dwie duże imprezy już za nami. W czerwcu gościliśmy na pokazach asortymentu w Dumelu (s. 34) i Anku (s. 40). O tym, co nowego tam wypatryliśmy, piszemy w naszych relacjach. Ponadto polecamy Państwu uwadze autorski raport z paryskich targów Paris est Ludique przygotowany specjalnie dla „Rynku Zabawek” przez Waldemara Gumienego z firmy Phalanx (s. 82).

Na tym nie koniec dobrych wieści! Prognozy analityków dotyczące światowego rynku zabawek mówią, że jeszcze w tym roku powinien on przekroczyć wartość 100 mld dol. Które marki wiodą na nim prym i ile trzeba za nie zapłacić? Na te pytania odpowiadamy w artykule „Cena dziecięcego uśmiechu” (s. 20). Pozostając zaś przy temacie rozwoju, ale tym razem na rodzimym podwórku, przyjrzelśmy się bliżej działalności powstałego w 2017 r. Stowarzyszenia FunTECH, które z okazji Dnia Dziecka przeprowadziło niezwykle udaną akcją dedykowaną partnerom z branży (s. 26), a także pewnej przedsiębiorczej 30-latce, jaką jest firma Delta Trade (s. 44). Te dwa przykłady to najlepszy dowód na to, że do odważnych świat należy!

Odwaga, ale też przede wszystkim ogromna wiedza przyda się z kolei wszystkim, którzy stoją lub niebawem staną w obliczu decyzji o zmianie pokoleniowej w firmie rodzinnej. Jak ją przeprowadzić, by przebiegła sprawnie, a stery zostały oddane w najlepsze ręce? Piszemy o tym w artykule „Przekazanie udziałów/akcji w spółce – krok po kroku” (s. 16).

Ponadto w numerze hity, które w sezonie wakacyjnym sprzedają się co najmniej tak samo dobrze jak orzeźwiający lody: produkty kolekcjonerskie, impulsowe, pojazdy RC i drony, zabawki do kąpielii oraz zabawki stymulujące rozwój umysłu.

Życzę Państwu przyjemnej lektury!



Anna Wakulak
Redaktor Naczelna

RYNEK ZABAWEK

ISSN 2392-2273

WYDAWCA

Kurka Wodna Anna Wakulak

Adres redakcji:

„Rynek Zabawek”
ul. Narwik 8, lok. 58
01-471 Warszawa

rynekzabawek.pl

REDAKTOR NACZELNA

Anna Wakulak
e-mail: awakulak@rynekzabawek.pl
T: 22 379 78 76, F: 22 479 49 19

REDAKCJA

Lidia Lewandowska
Agnieszka Chwiłka-Florek

KOREKTA

Agnieszka Chwiłka-Florek

SKŁAD

Paweł Wolski
Studio First Group

REKLAMA

Anna Piskorska
e-mail: apiskorska@rynekzabawek.pl
T: 22 379 78 86, F: 22 479 49 19

PRENUMERATA

e-mail: prenumerata@rynekzabawek.pl
T: 22 379 78 89

PRODUKCJA I DYSTRYBUCJA

Marcin Olech
molech@rynekzabawek.pl

Przesyłając materiały do publikacji w magazynie „Rynek Zabawek”, oświadczają Państwo, że nadesłane informacje nie będą naruszały żadnych praw osób trzecich, szczególnie autorskich praw majątkowych oraz praw pokrewnych. Redakcja magazynu „Rynek Zabawek”, zastrzega sobie jednocześnie prawo do skracania i adiacji otrzymanych do publikacji materiałów.

„Rynek Zabawek” – 5/2019 (lipiec-sierpień)



ZKDP – nakład kontrolowany: 3500 egzemplarzy



KOPD – Komitet Ochrony Praw Dziecka



PSBZiAD



Muzeum Zabawek i Zabawy w Kielcach

Szukaj nas:

rynekzabawek.pl

[facebook](https://www.facebook.com/rynekzabawek)

[YouTube](https://www.youtube.com/rynekzabawek)

W grupie siła!

Powstałe w 2017 r. Stowarzyszenie FunTECH ma na swoim koncie niezwykle udaną akcję dedykowaną partnerom z branży zabawek. Ogólnopolska kampania promocyjna z okazji Dnia Dziecka prowadzona była we współpracy z PKO Bankiem Polskim oraz jego spółką kapitałową ZenCard. Sklepy, które wzięły w niej udział, dwukrotnie podwoiły liczbę transakcji oraz wartość koszyka.

Długo dochodziliśmy do zdolności operacyjnych i organizacyjnych, jakie posiadamy obecnie. Integrujemy różne poziomy biznesu, by wzmocnić nas i naszych partnerów w tych coraz trudniejszych czasach. Dziś możemy śmiało powiedzieć, że ten wysiłek przynosi efekty – mówi Piotr Czeczulewski, jeden z członków założycieli Stowarzyszenia FunTECH, a jednocześnie właściciel sieci sklepów Świat Zabawek.

PARTNERSTWO DLA BIZNESU

Akcja objęła swoim zasięgiem sieć sklepów Świat Zabawek oraz placówki należące do Stowarzyszenia FunTECH. Jej mechanizm był prosty: każdy klient, który w ciągu trwania promocji dokonał płatności kartą PKO Banku Polskiego, otrzymał dodatkowy, łączący się z innymi promocjami 10-procentowy rabat na zakupy. Bank wysłał informację o promocji do wybranej grupy klientów. Dodatkowo każda transakcja premiowana była prezentem-niespodzianką od partnerów promocji – firm MGA Entertainment, Hasbro, Spin Master, TM Toys i Trefl.

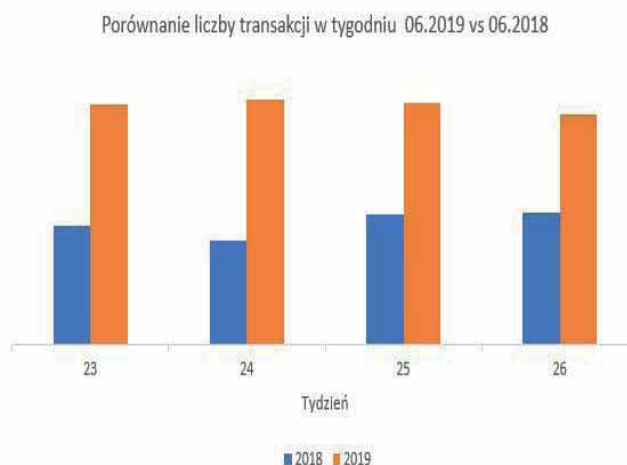
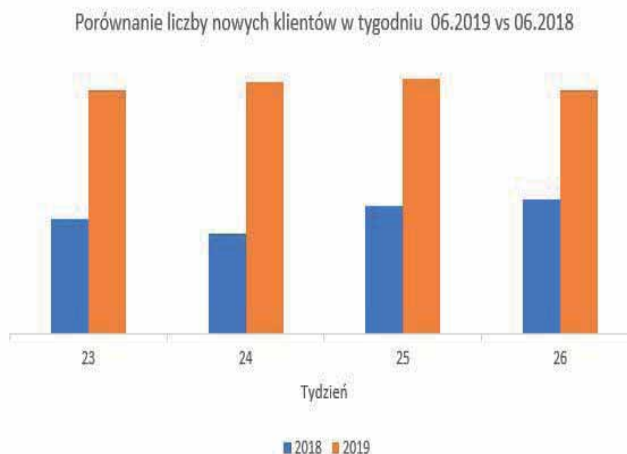
– Siła i skuteczność akcji wynikały z zastosowania innowacyjnych kanałów komunikacji bezpośredniej, jakie zapewnił ZenCard, a także takiego zorganizowania się niemal 80 sklepów, by każdy konsument mógł odejść od kasy z uśmiechem na twarzy. Było to dla nas ogromne wyzwanie,

po raz pierwszy bowiem udało nam się zintegrować działania tak wielu grup biznesowych. Każde ogniwo tego ogromnego łańcucha sprawnie realizowało poszczególne zadania, zachęcając tym samym klientów do powrotu do sklepu. W ten sposób niejako przy okazji przeprowadziliśmy na dużą skalę kampanię buzzmarketingową – zwraca uwagę Marek Dresler, prezes Stowarzyszenia FunTECH.

SPEKTAKULARNE EFEKTY

Skuteczność kampanii przeszła najśmielsze oczekiwania organizatorów. Odnotowali oni niemal 100-procentowy wzrost transakcji oraz podwojenie liczby nowych klientów w sklepach Świat Zabawek i tych zrzeszonych w Stowarzyszeniu FunTECH. Wartość transakcji w okresie promocji w stosunku do porównywalnego okresu roku poprzedniego wzrosła aż o 35%. Z kolei 34% nowo pozyskanych klientów zdecydowało się przystąpić do programu lojalnościowego ZenCard obejmującego sklepy Świat Zabawek i FunTECH. – Tym samym uczestnicy programu będą mogli cieszyć się stałymi benefitami u naszych partnerów, a dzięki korzystaniu z aplikacji mobilnej ZenCard być na bieżąco z aktualnie trwającymi akcjami – podkreśla Krzysztof Klimczak, prezes zarządu ZenCard.

Ogromny wpływ na sukces kampanii miało też z pewnością zaangażowanie pracowników obsługi bezpośredniej sklepów biorących w niej udział. To oni mieli za zadanie przyznawanie rabatów do transakcji i promowanie produktów objętych dodatkową niespodzianką. – Akcja sporo nas nauczyła. W przyszłości bez obaw możemy ją kontynuować w dobrze zorganizowanej grupie partnerów, w skład której wchodzi sklepy Świat Zabawek oraz zrzeszone w Stowarzyszeniu FunTECH, PKO Bank Polski oraz dostawca innowacyjnej technologii – firma ZenCard – zapowiada Anna Klepacka, kierownik sieci sklepów Świat Zabawek.



– A tymczasem serdecznie zachęcamy do przyłączenia się do FunTECH-u. Nasze wyniki mówią same za siebie! – przekonuje Marek Dresler. – Zapraszamy do odwiedzenia strony www.funtech.org.pl, gdzie znajdują Państwo wszelkie informacje dotyczące stowarzyszenia, jego misji oraz podejmowanych działań – dodaje.

Największe korzyści z przystąpienia do Stowarzyszenia FunTECH:

- kilkunastomilionowa grupa nabywców końcowych;
- kampanie marketingowo-reklamowe adresowane do dedykowanej grupy odbiorców;
- wykorzystanie systemu Business Intelligence umożliwiającego kontrolę online transakcji.