**Dlaczego wyspa to dobry pomysł na biznes?**

**Własny sklep w galerii handlowej może być marzeniem niejednej osoby. Także wiele już istniejących firm chętnie rozszerzyłoby swoją działalność o obecność w prestiżowym i popularnym miejscu, jednak problemem pozostają wysokie koszty, umowy i kwestie organizacyjne. Rozwiązaniem okazują się wyspy handlowe.**

Wyspy to po prostu stoiska ustawione na środku, wzdłuż alejek w galerii handlowej. Choć wyspy nie są duże – ich powierzchnia wynosi od kilku do kilkunastu metrów kwadratowych – to jednak są dobrze widoczne, a przy tym stanowią dużo tańszą inwestycję w porównaniu z pełnometrażowym salonem sprzedaży.

**Wady i zalety wyspy handlowej**

Za wadę wyspy handlowej uznać można jej niewielkie rozmiary, co przekłada się na ilość towaru, jaką można zgromadzić w szufladach i szafkach. Jednak w przypadku dobrze zorganizowanego stoiska, o ile sprzedaż dotyczy stosunkowo niewielkich produktów (np. gadżetów elektronicznych, biżuterii, rozmaitych akcesoriów), nie musi to stanowić problemu.

Warto przy tym od razu dobrze przemyśleć kwestię zaopatrzenia, tak aby mieć pod ręką taki zapas towaru, jaki jest aktualnie potrzebny. W przypadku wyspy handlowej nie ma sensu gromadzić dużych zapasów bezpośrednio w obrębie stoiska. Lepiej zadbać o oddzielny magazyn, z którego w razie potrzeby będziemy mogli zamawiać dodatkowe produkty. Nie musi to być zresztą własny lokal – potrzebne miejsce może nam udostępnić firma logistyczna.

Porównując wady i zalety wyspy handlowej, zdecydowanie przeważają plusy. Ponieważ tego typu stoiska zostały pomyślane jako rozwiązania tymczasowe, można je wykorzystać np. do sprzedaży sezonowej. A skoro tak, to miejsce na wyspę handlową możemy wynająć nawet na jeden lub kilka miesięcy. Warto o tym pomyśleć nie tylko pod kątem np. sprzedaży akcesoriów świątecznych, ale także ze względu na możliwość przetestowania pomysłu na biznes.

Jeśli jeszcze nie wiemy, czy nasz koncept biznesowy się przyjmie, możemy sprawdzić ten pomysł bez wiązania się z galerią na długie lata. Ba, nawet wyposażenie wyspy (umeblowanie stoiska) można wypożyczyć w wyspecjalizowanych firmach. A sam czynsz za wynajem kilku metrów kwadratowych będzie znacznie niższy (ok. 100-200 zł za m2) niż opłaty za choćby najmniejszy salon w galerii (w Warszawie to nawet 500-600 zł za m2).

Z wysp handlowych korzystają nie tylko samodzielni przedsiębiorcy, dla których jedno stoisko stanowi cały biznes. Wyspy mogą okazać się ciekawym rozwiązaniem także dla większych firm, które wcześniej nie prowadziły sprzedaży stacjonarnej (np. działały tylko on-line) lub zajmowały się wyłącznie handlem hurtowym. Dzięki stosunkowo niskim kosztom, większa firma może przetestować koncept wyspowy od razu w wielu lokalizacjach w całym kraju, w prosty sposób tworząc całą sieć sprzedaży. Zdarza się też, że na wyspy decydują się firmy, które posiadają już sklepy stacjonarne, a nawet salony w galeriach. Wreszcie – wyspy to popularny sposób na dynamiczny rozwój sieci franczyzowych. Dlaczego tak wiele firm upatruje swojej szansy na sukces właśnie w wyspach?

Wynika to z prostego faktu – wyspa handlowa znajduje się przy samym ciągu komunikacyjnym. Potencjalny klient nie musi nawet przekraczać progu sklepu. Wystarczy, że przechodzi obok stoiska, a już może dostrzec produkt, który wzbudzi jego zainteresowanie. W efekcie, tego typu miejsca sprzyjają zakupom impulsowym – mogą więc zarabiać na sprzedawaniu produktów osobom, które w innym przypadku w ogóle nie zainteresowałyby się daną ofertą. To też dobry pomysł na stoiska typu „show room”, które nie prowadzą sprzedaży, ale zapoznają potencjalnych klientów z innowacyjnymi nowościami, a w razie zainteresowania zakupem, odsyłają na stronę internetową.

Ponieważ wyspy handlowe są punktami bardzo dobrze widocznymi, klienci lepiej zapamiętują markę (i to niezależnie od tego, czy zdecydują się na zakupy w tym miejscu). Dodatkowym atutem jest prestiż galerii handlowych. Wielu, nawet drobnych przedsiębiorców woli mieć stoisko w lubianej przez klientów galerii, niż np. w zwykłym pasażu, gdzieś pomiędzy „warzywniakiem” a „spożywczakiem”. Postrzeganie sklepu z taką samą ofertą, ale zlokalizowanego wśród osiedlowych sklepów, w porównaniu z lokalizacją w centrum handlowym, przeważnie będzie działało na korzyść tego ostatniego.

W dodatku, z rozwiązania w postaci wysp mogą skorzystać przedsiębiorcy z rozmaitych branż. Kosmetyki, drobna elektronika, kawa, słodycze, a nawet rozmaite usługi – to tylko przykłady możliwego zastosowania. Jednak niezależnie od tego, jaki asortyment będzie dominował na danej wyspie, konieczne jest dobre przemyślenie spraw związanych z logistyką. Brak zaplecza powoduje, że kwestie magazynu i dostarczania towaru do sklepu będą funkcjonowały trochę inaczej niż w zwykłym sklepie.

**Logistyka jest kluczowa**

W przypadku posiadania wyspy handlowej lub sieci w postaci stoisk w różnych lokalizacjach, rozważyć można współpracę z firmą logistyczną. Dobrze jednak, aby była to firma, która umożliwia wynajem niewielkich powierzchni w swoich magazynach, a w przypadku sieci, zajmie się dostawami do rozproszonych lokalizacji.

- Dzięki współpracy z firmą logistyczną, właściciel lub dzierżawca wyspy handlowej zamiast zaprzątać sobie głowę kwestiami technicznymi i logistyką, może skupić się na rozwoju biznesu – mówi Urszula Rąbkowska z XBS Group. – Praktycznie wszystkie obowiązki związane z dostawami można przerzucić na operatora logistycznego – dodaje.

Firma logistyczna może nie tylko zapewnić miejsce magazynowe, ale też np. zadbać o dostawy do sklepów. W dodatku kurier może dowieźć na stoisko nie tylko zbiorcze opakowania przechowywanych w magazynie produktów, ale i pojedyncze sztuki. System komputerowy będzie natomiast poprawnie wskazywał stany magazynowe, z uwzględnieniem przepływów towarów na linii magazyn – punkt handlowy.

Nic nie stoi również na przeszkodzie, aby w jednym systemie zintegrować sprzedaż stacjonarną oraz internetową. Bez względu na to, czy towar zamówi klient w e-sklepie, czy upoważniony sprzedawca na stoisku, firma logistyczna może obsługiwać wszystkie wysyłki i na bieżąco kontrolować stan zapasów w magazynie.

- W przypadku sieci handlowych, dostawy towarów mogą opierać na rekomendacjach firmy logistycznej. Na podstawie bieżącej analizy sytuacji związanej z przepływem zapasów możemy zasugerować klientowi zamówienie kolejnej partii określonego typu towaru. W przypadku, gdy mówimy np. o sieci franczyzowej, takie estymacje mogą znacznie usprawnić łańcuch dostaw – mówi przedstawicielka XBS Group.

Oczywiście, dostawa do wysp handlowych to nie jedyna możliwość – równie dobrze zamówienia mogą być przekierowywane do automatów paczkowych lub pod dowolne lokalizacje. Zarówno sklep, jak i odbiorcy końcowi będą przy tym informowani o statusie przesyłek.

Wracając jednak do tematu samych stoisk, nawet ich montaż można zlecić firmie logistycznej. W efekcie przedsiębiorca, który decyduje się na postawienie wyspy, w ogóle nie musi zajmować się sprawami tak przyziemnymi jak prawidłowy montaż regałów, szuflad, szafek oraz sprzętu potrzebnego do ekspozycji towaru i sprzedaży. A gdy wszystko będzie już gotowe – wystarczy rozpocząć sprzedaż! Trudno o prostszy sposób na rozpoczęcie lub rozszerzenie biznesu związanego z handlem.

Źródło: [XBS Group](https://xbsgroup.pl/)