

WURKO



LA FUERZA DE UN GRUPO

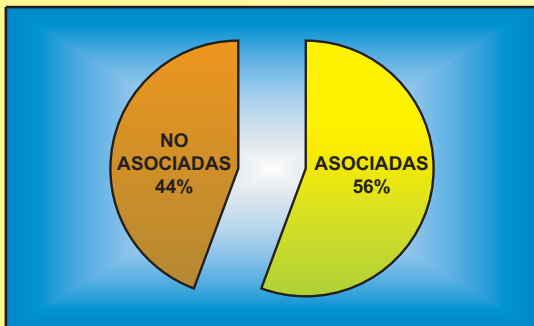
- NOTICIAS DEL SECTOR
- NOTICIAS WURKO
- NOVEDADES WURKO
- ENTREVISTA ASOCIADOS:
Ferretería Gondomar
- FORMACIÓN WURKO

WURKO EDITA UNA REVISTA INTERNA PARA SUS ASOCIADOS

Desde el mes de Diciembre los asociados del GRUPO WURKO recibirán trimestralmente una revista del grupo donde podrán encontrar interesantes noticias sobre el sector de la ferretería, novedades de productos, entrevistas y consejos prácticos que ayudarán a nuestros asociados a mejorar la gestión de sus negocios. Esta revista nace con la intención de ser un canal de comunicación entre el grupo y sus asociados, de manera que entre todos podamos seguir haciéndonos más fuertes. Es por ello que en el Grupo Wurko estamos abiertos a todas vuestras sugerencias y ponemos a vuestra disposición un buzón en el que podéis dejar vuestros comentarios que, sin duda, nos ayudarán a mejorar. Esperamos que os guste!!!

NOTICIAS DEL SECTOR

Más de la mitad de las ferreterías de España pertenecen a alguna asociación



Según un estudio de la consultora “Análisis e Investigación”, el 56% de las ferreterías en España pertenecen a algún tipo de asociación o grupo de compras y además la mayoría de los ferreteros consideran que es suficiente con estar agrupado en una única asociación.

Los expertos aseguran que el comercio aislado tiene cinco veces menos posibilidades de sobrevivir que el comercio agrupado ya que la concentración es necesaria para la competitividad, tanto a nivel de gestión y de aprovechamiento de economías de escala como en términos de conseguir mayor poder negociador frente a los fabricantes.

Los consumidores cada vez confían más en la marca propia del distribuidor

Una encuesta llevada a cabo por la consultora ACNilesen sobre más de 21.000 consumidores de 38 países revela que 67% de ellos consideran que los productos

de marcas de distribuidor son una buena alternativa a otras marcas y que ofrecen una excelente relación calidad-precio, mientras que otro 66% consideran que estos productos ofrecen una calidad que es al menos tan buena como la de las grandes marcas habituales.



Las ventas del comercio al por menor aumentaron un 2,1% en septiembre y el empleo creció un 1,8%.

Las ventas del comercio al por menor registraron un aumento interanual del 2,1% en septiembre a términos constantes, mientras que el empleo en el sector minorista creció un 1,8%, según informó hoy el Instituto Nacional de Estadística (INE). Las ventas de los productos de alimentación aumentaron un 1,9% en septiembre, mientras que las de los no alimenticios crecieron un 2,2%. Entre estos últimos, las ventas en el segmento de equipo personal subieron un 5,5%, mientras que en equipo del hogar y otros bienes se registraron aumentos del 1,6% y del 3,7%, respectivamente.

Las comunidades autónomas con mayores tasas interanuales a precios constantes fueron Castilla-La Mancha (6,4%), Extremadura (4,4%), Galicia (3,6%), Cataluña y Navarra (3%), mientras que los mayores descensos se observaron en La Rioja (3,3%) y Canarias (1,3%).



El Autoservicio asistido se postula como el modo de venta del futuro en el sector de la ferretería

Según una encuesta realizada a más de 100 profesionales del sector las ferreterías del futuro deberán de tener el formato comercial de autoservicio asistido con una superficie mínima superior a 100 m². El consumidor actual exige que los productos estén presentados adecuadamente en los lineales, por lo que el

envoltorio de los productos, los soportes, el blister, la imagen y los colores adquieren una mayor importancia que cuando la venta se realizaba únicamente en el mostrador. La mayoría de los profesionales consultados coinciden en que el autoservicio ayuda a aumentar las ventas porque los clientes pueden comparar distintas gamas de productos y pueden sentirse atraídos por productos complementarios, productos con ofertas o con un envoltorio sugerente, etc. En definitiva, que el autoservicio atrae a gente que entra en las tiendas “sólo a ver” y acaba llevándose cosas. No obstante, no hay que olvidar que en una ferretería hay tanta variedad de productos y marcas que el asesoramiento por parte del vendedor resulta imprescindible.

Leroy Merlin proyecta abrir en España una nueva cadena para profesionales

Leroy Merlin quiere desarrollar una nueva línea de negocio en nuestro país con la construcción de una nueva sociedad denominada Bricolaje Bricoman. Se tratará de una nueva cadena de tiendas especializadas que pretende ser, según fuentes de la filial española, un almacén tipo autoservicio centrado en productos de bricolaje y construcción para personas, fundamentalmente, profesionales del sector, aunque también estará abierto al público en general.

NOTICIAS WURKO

WURKO ha diseñado un “Plan de folletos anual” con gran acogida entre los asociados

Con el objetivo de ayudar a nuestros asociados a que incrementen sus ventas, el Grupo WURKO ha desarrollado un plan de folletos anual que incluye folletos de temporada (Otoño, Invierno, Primavera y Verano) y tres especiales (Especial día del padre, Especial día de la madre y Especial Poda). La distribución de la primera tirada de folletos empezará en el mes de enero, y, coincidiendo con las tradicionales rebajas de enero, estará dedicada a productos de precio bajo y de elevada rotación. Además los folletos se acompañarán de cartelería de apoyo, lo que sin duda ayudará a impulsar las ventas de nuestros asociados.

Los asociados del grupo WURKO pueden disponer de asesoramiento para una óptima exposición de los productos en las tiendas

Una disposición y exposición adecuada de los productos en las tiendas favorece el aumento de las ventas. Los consumidores cada vez valoran más la imagen de las tiendas en las que realizan sus compras, ya que una buena imagen transmite confianza a los clientes. Desde el grupo WURKO proporcionamos elementos decorativos y de cartelería que favorecen la imagen de tu negocio, destacando nuestras marquesinas WURKO, Banderolas, vinilos adhesivos, mostradores, etc. Además también proporcionamos asesoramiento a nuestros asociados en cuanto a la distribución de los productos en las tiendas de manera que:



- Se optimicen las “zonas calientes” de los expositores.
- Se incentive la compra impulsiva y las ventas cruzadas.
- Se incentive el autoservicio.
- Se consiga que los clientes permanezcan el máximo tiempo posible en el interior de las tiendas, lo que aumentará las probabilidades de venta.

Próximamente los asociados de WURKO recibirán un catálogo PRINCESS Y JATA

Los asociados del grupo Wurko recibirán próximamente, y de manera gratuita, un catálogo especial de productos PRINCESS Y JATA. Estas marcas de reconocido prestigio se caracterizan por ofrecer un diseño moderno y atractivo y por la elevada calidad de sus artículos.



WURKO da a conocer a sus asociados sus últimas novedades. Productos exclusivos con una excelente calidad al mejor precio y la garantía del grupo WURKO.

CARROS DE COMPRA

Wurko presenta sus nuevos carros de compra. Con un atractivo diseño, su estructura de aluminio hace que estos carros sean de los más ligeros del mercado. Además, su bolsa de nylon ofrece una resistencia que permite transportar cargas pesadas sin miedo a roturas. Los nuevos modelos de Wurko tienen dos ruedas, y se pueden encontrar en los colores azul, rojo y verde.



Carro compra nylon plegable 2 ruedas

359069 → AZUL
359070 → RIOJA
359071 → VERDE

Colores:



362010



Calefactor halógeno 3 lámparas

- Potencia: 400, 800 y 1.200 Wat.
- Desconexión automática cuando se vuelca el aparato.
- Oscilante.

ESTUFA HALÓGENA ELÉCTRICA

Ya ha llegado el frío. Por eso WURKO saca al mercado su nueva estufa halógena de oscilación automática y graduable en tres niveles de calor. Su moderno diseño combinado con unas excelentes prestaciones hace que esta estufa sea la compañía perfecta para combatir el frío invierno. La estufa halógena WURKO tiene una potencia de 1.200 vatios y dispone de un sistema de apagado automático si la estufa se vuelca.



Llave stillson aluminio WURKO

346093 → 14"

346091 → 18"

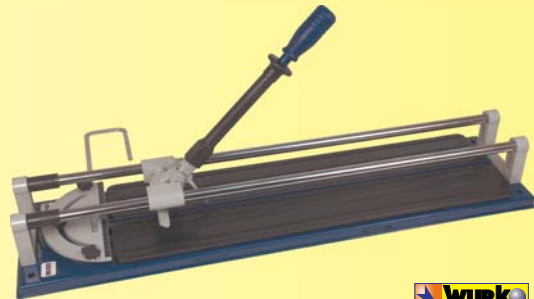
346094 → 24"

WURKO AMPLÍA SU GAMA DE LLAVES STILLSON DE ALUMINIO

Dada la gran acogida de la primera llave Stillson de aluminio que WURKO sacó al mercado, se amplía la gama de llaves con las medidas 14 y 24. Las llaves WURKO de aluminio son más ligeras y ofrecen la máxima resistencia.

CORTADORA CERÁMICA PROFESIONAL

WURKO presenta su nueva cortadora cerámica para profesionales, una cortadora con las características técnicas más modernas del mercado que garantizan un trabajo ágil y de calidad. La nueva cortadora de cerámica WURKO tiene una garantía de tres años y es compatible con los accesorios de marca nacional.



346102

Cortador cerámica WURKO 600 mm.

- Incluye soporte lateral para baldosas grandes y maletín.



Cafetera INOX BRA MAGNA

359498 → 4 tazas

359499 → 6 tazas

359500 → 12 tazas



Cafetera INOX WURKO

351141 → 4 tazas

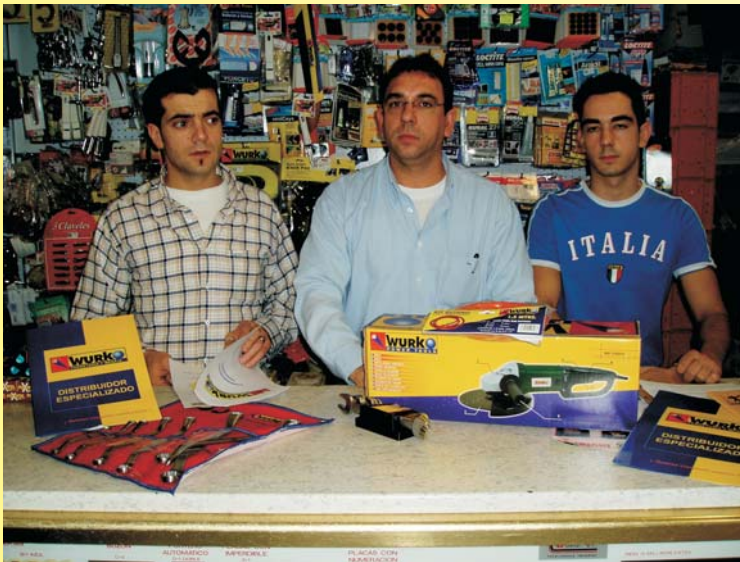
351142 → 6 tazas

NUEVOS MODELOS DE CAFETERAS WURKO

Aprovechando que en esta época siempre apetece un café caliente, WURKO amplía su gama de cafeteras incorporando nuevos y modernos diseños en consonancia con el estilo de vida actual. Diseños actuales y clásicos se combinan en la gama de cafeteras WURKO para satisfacer todas las necesidades y preferencias de los clientes.

FERRETERÍA GONDOMAR

Esta ferretería, ubicada en la localidad pontevedresa de Gondomar, nació con una clara vocación: servir tanto al cliente doméstico como al profesional. En estos años se ha demostrado que sus fundadores acertaron con su planteamiento y en la actualidad Ferretería Gondomar se ha convertido en el líder indiscutible de la distribución ferretera de la zona. Trabajan bajo el lema de ofrecer el mejor servicio posible a sus clientes.



Juan, Manuel y Armando, responsables de Ferretería Gondomar

Cuando hace doce años Manuel y Juan se lanzaron a la aventura de abrir su propio negocio ferretero, no se lo pensaron dos veces y decidieron enfocar su negocio con una clara vocación de servicio al cliente, ofreciendo una atención especializada y un amplio surtido que permite cubrir todas las necesidades de los clientes. Disponen de un local de 200 m² situado en pleno centro de Gondomar, donde el cliente puede encontrar miles de referencias que abarcan desde los productos más básicos hasta los más especializados. Entre sus productos estrella destacan los Herrajes y la Maquinaria Portátil.

WURKO ¿Cuáles creen que son las claves del éxito de una ferretería?

Sin ninguna duda la clave del éxito de un negocio de este tipo es proporcionar a los clientes una atención especializada. Los clientes acuden a nuestra tienda buscando soluciones y nosotros las tenemos. El cliente no sólo quiere llevarse un producto sino que quiere prescripción e información sobre las utilidades y usos de los productos que ofrecemos. Además la calidad de los productos y disponer de un surtido amplio también son factores fundamentales para el éxito del negocio.

WURKO ¿Qué servicios ofrecen a sus clientes?

Como hemos dicho anteriormente ofrecemos un asesoramiento completo a nuestros clientes porque todo el personal que trabaja en la tienda posee un elevado conocimiento del sector de la ferretería. Por otra parte tenemos mucho cuidado en la elección del surtido y nuestra tienda es un referente porque los clientes saben que “tenemos de todo”. Además ofrecemos a los clientes servicio de entrega a domicilio y una garantía de calidad, sin olvidar que somos especialistas en Herrajes y en Maquinaria Portátil, que disponemos de máquina de pintura para crear colores, etc.

WURKO ¿Cuál creen que es la tendencia en el sector?

El sector de la ferretería cada vez tiene que hacer frente a más competencia, sobre todo por aparición de los centros de bricolaje y por la venta de productos tradicionalmente ferreteros en tiendas de alimentación o en bazares de precios bajos. Esto lleva a las ferreterías tradicionales a la necesidad de modernizar la gestión de las tiendas, enfocándolas hacia el autoservicio, y a la necesidad de especializarse cada vez más, de manera que el asesoramiento y los productos que los clientes puedan encontrar en una ferretería sean exclusivos.

WURKO ¿Cómo valora su integración en el grupo WURKO y qué ventajas le aporta a su negocio?

El grupo Wurko tiene un surtido muy amplio con productos exclusivos y una relación calidad precio muy buena, aspectos que se nota están mejorando día a día. Además valoramos de manera muy positiva todos los esfuerzos que están realizando en temas de imagen y los servicios de asesoramiento que ofrecen. Como hemos dicho antes, el sector cada vez se enfrenta a una competencia mayor, y sin duda pertenecer a un grupo es fundamental para poder ser competitivo, sobre todo cuando el grupo realiza acciones en común que le permitan ser más fuerte.

WURKO ¿Cuáles son sus perspectivas de crecimiento?

En los últimos años nuestra facturación ha experimentado un crecimiento de un 12% de media, y este año esperamos crecer un 15%.

WURKO Pues mucha suerte y enhorabuena por vuestro éxito.

APUNTES BÁSICOS DE MERCHANDISING

La opinión de todos los expertos parece coincidir, el Autoservicio Asistido será el tipo de negocio con mayor futuro en los próximos años.

Un negocio que funcione bajo el sistema comercial de autoservicio debe de tener en cuenta una serie de aspectos que, siendo básicos, ayudarán a incrementar las ventas del negocio. Entre estos aspectos destacamos los siguientes:



Colocación de los productos en los expositores

- Los productos tienen que estar colocados en los expositores ordenados por familias o secciones.
- Es conveniente disponer de varias gamas de un mismo producto para que el cliente pueda comparar calidades y precios.
- Los productos que sean complementarios deben de estar situados próximos en los expositores. Por ejemplo, las brochas cerca de la pintura, etc.
- La parte del expositor que se encuentra a la altura de los ojos de los compradores es la considerada “zona caliente”, y debe de ser aprovechada para colocar aquellos productos que más nos interesa vender.
- Las cabeceras de los expositores se deben de aprovechar para colocar productos de elevada rotación o productos en promoción.
- El mostrador debe de ser aprovechado para exponer productos cuya compra puede ser impulsiva, es decir, por ejemplo productos decorativos, colas, pilas, o cualquier producto que se puede “antojar”.
- Los indicadores de los precios deben de ser bien visibles. Se recomienda que los indicadores sean de color amarillo con los precios marcados en color negro o rojo, ya que tradicionalmente se asocia el color amarillo con precio rebajado.
- Es imprescindible que los expositores de los productos estén siempre llenos y limpios. Además es conveniente cambiar el aspecto de la tienda cada

cierto tiempo, es decir, cambiar la decoración, la disposición de las secciones, etc.

- Los escaparates y zonas más visibles de la tienda se deben de utilizar para exponer los productos de temporada.

Ofertas y promociones

- Los productos en oferta deben de estar claramente diferenciados del resto de los artículos. Para ello es recomendable utilizar cartelería llamativa y aprovechar las “zonas calientes” y las cabeceras de los expositores.
- Las ofertas más destacables deben anunciarse en el escaparate de las tiendas para que sirvan como reclamo de los potenciales compradores.
- Los precios de los artículos en oferta deben de acabar en “5” o en “9”, es decir, por ejemplo el precio del artículo en oferta debe de ser 19,99 €, y no 20,00 €, ya que la percepción del cliente en el primer caso es más favorable para propiciar la venta.
- Una forma efectiva de transmitir que un producto está de oferta y que su precio es bajo es la colocación “amontonada y desordenada” de estos productos. Por ejemplo se puede colocar en el mostrador una cesta llena de productos diversos con precio único.

BUZÓN DE SUGERENCIAS Y COMENTARIOS

WURKO pone a vuestra disposición las siguientes direcciones a las que os podéis dirigir para enviarnos vuestras sugerencias y vuestros comentarios.

Dirección de correo electrónico:

benito@arean.com

Dirección de correo postal:

Benito Areán, S.L.

Parque empresarial Pereiro de Aguiar, parcelas 18-B, 19-B, 20-B.

32900 Pereiro de Aguiar, Ourense.

Esperamos vuestras opiniones que sin duda nos ayudarán a mejorar.

