



SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.

Bicske, 2023. június 14.

Sajtóközlemény

## Vállalkozói közösséget épít a SPAR

**A SPAR idén is folytatta azon beszállítóinak szakmai képzését, melyek hazai kisvállalkozásként kerültek be termékeikkel az üzletlánc polcaira, és a vállalkozói közösség építésében is segítséget nyújt: így a Régiók Kincsei vagy a Hungaricool programokban résztvevő beszállítók a szakmai anyagok elsajátítása mellett a kapcsolati hálójukat is bővíthetik.**

Pandémia, energiaválság, infláció - ez csak néhány azok közül a nehézségek közül, melyekkel az utóbbi néhány évben minden hazai vállalkozásnak - így az élelmiszeripari kisvállalkozásoknak is - meg kellett küzdenie. A SPAR Magyarország számára fontos a hazai élelmiszeripari családi és kisvállalkozások támogatása, ezért indította útnak 2019-ben a Hungaricool termékversenyt, 2021 óta pedig a Régiók Kincsei regionális beszállító-fejlesztési program keretében hazai kistermelőktől származó termékek jutnak az áruházlánc polcaira.

A programokban résztvevő vállalkozásokkal a SPAR megbízásából nemrég egy felmérés is készült, amely rávilágított arra, hogy számukra mi jelenti a legnagyobb kihívást a jelenlegi gazdasági helyzetben, illetve milyen tudásanyag segítené őket leginkább a szintlépésben. A válaszadók 76%-ának fontos a helyes tárgyalástechnika elsajátítása, majdnem ilyen lényeges számukra, hogy hogyan tudnak versenyképesek maradni (64%), és hogy miként alakítsák ki az árstratégiájukat (64%). 60%-uk fontosnak tartotta a márkakommunikáció szerepét a recessziós környezetben, illetve 40%-uk szeretne komolyabb tudást szerezni arról, hogy hogyan tudja bővíteni az ügyfélkörét. Egy szakmai rendezvénytől pedig elsősorban gyakorlati tudásanyagot, kapcsolatépítési lehetőséget, illetve a trendek bemutatását várják. Az immár második alkalommal megrendezett SPAR Marketing Bootcamp pont ezt adta nekik. A kétnapos rendezvényen - amellett, hogy a résztvevő több mint 100 beszállító sokoldalú szakmai oktatáson vehetett részt - arra is keresték a választ, mi kell a bizonytalan gazdasági helyzet kezeléséhez.

„A bootcampen kiemelten fontosnak tartottuk, hogy a gazdasági helyzetre reflektáljunk, ezért több előadás foglalkozott ezzel a témával. Az aktuális kérdések mellett a hagyományos marketing-mix mind a négy területét is alaposan körbejártuk, mert úgy látjuk, hogy erre van igény” – mondta Tollas Attila, a SPAR regionális beszerzési csoportvezetője, a SPAR Marketing Bootcamp egyik előadója.

„A rendezvény nem titkolt célja az is, hogy a beszállítók kapcsolatokat építsenek, megismerjék egymást, és beszélgessenek a tapasztalataikról. Vállalkozói közösséget szeretnének építeni, és a visszajelzések alapján úgy tűnik, jó úton járunk” - tette hozzá a szakember. Kiemelte, hogy a beszállítók nemcsak a szakmai anyagokból tudnak tanulni, hanem abból is, ha megismerik a hozzájuk hasonló vállalkozásokat, és van lehetőségük arra, hogy egy-egy problémára akár közösen keressenek megoldást. A rendezvény rendkívül népszerű a SPAR beszállítói között: a megkérdezettek átlagosan 5-ből 4,8-as osztályzatot adtak arra a kérdésre, hogy a bootcamp beváltotta-e a hozzá fűzött reményeket.

A pozitív visszajelzést megerősítette az egyik résztvevő, Demeter Klaudia is. „Több ehhez hasonló rendezvényre szoktunk járni, de a SPAR Marketing Bootcamp kiemelkedik mind közül. Nem általános, hanem az élelmiszeriparra szabott marketing, stratégiai és kommunikációs anyagokat kapunk a SPAR-tól és a meghívott szakértőktől. Emellett pedig kiváló alkalom a networkingre, mert végre találkozunk hozzánk hasonló vállalkozókkal is” – osztotta meg gondolatait a Demeter Chocolate Kft. tulajdonosa.

### **Háttér**

*A SPAR Magyarország hosszú évek óta törekszik arra, hogy támogassa a hazai kisvállalkozókat, termelőket, családi vállalkozásokat, ezért beszállítói között számos regionális partnerrel működik együtt. A 2021-ben életre hívott **Régiók Kincsei** elnevezésű program nem csupán azt segíti, hogy a helyi gazdaságok produktumai iránti kereslet fellendüljön, hanem azt is hivatott támogatni, hogy a lokális közelség miatt a portékák a lehető legkisebb utat bejárva jussanak el a vásárlókhoz, ezzel is megőrizve a frissességét, és kímélve a környezetet a felesleges károsanyag-kibocsátástól. A programban szereplő termékeket egy piros almát ábrázoló logóról és a „Régiók Kincsei” feliratról ismerhetik meg a vásárlók. A kezdeményes sikerességét bizonyítja, hogy már 84 szállító 340 terméke található meg a kijelölt SPAR üzletek polcain. A vásárlói igényeknek megfelelően pedig folyamatosan bővül azon áruházak száma, ahol elérhetővé válnak ezek a cikkek.*

*A SPAR 2019-ben indította el a **Hungaricool** termékversenyt, amelynek célja, hogy megtalálja azokat a magyar kistermelőket, akik kiemelkedő minőségű, Magyarországon előállított termékekkel szeretnének bemutatkozni a kiskereskedelmi lánc polcain és kiszolgálni a legkülönbözőbb vásárlói igényeket. 2023-ban negyedik alkalommal került megrendezésre a megmérettetés, amelynek köszönhetően csak ebben az évben 9 új márka 37 terméke került be az INTERSPAR áruházak polcaira, országszerte. A verseny az új termékek bevezetésével biztos munkát ad a vállalkozások munkatársainak, mindamellett, jó hatással van a magyar vállalkozói kedv élénkítésére is.*

*A közleményhez csatolt képeket gyors regisztráció után nagyobb felbontásban is elérheti a SPAR Médiatárban, a <https://mediatar.spar.hu/> oldalon. A felületen lehetősége nyílik a SPAR további publikus képeit is letölteni. A képek felhasználásakor kérjük, hogy a spar.hu fotókreditet használja.*

További felvilágosítás:

**Maczelka Márk**

**kommunikációs vezető**

SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. · 2060, Bicske, SPAR út

Mobil: +36 20 823 7891 · E-mail: [maczelka.mark@spar.hu](mailto:maczelka.mark@spar.hu)