



### **Tiesioginis ir reikšmingas ekonomikos augimo rezultatas yra gyvenimo kokybės gerėjimas.**

Žmonės gali ne tik apsirūpinti būtinomis priemonėmis, bet ir vis daugiau savo namų biudžeto skiria ne tik produktams, bet ir paslaugoms pirkti. Dar neseniai buvo kalbama apie produktų nišas, jų atradimą, pelningumo planavimą, šiandien ieškoma ir pelningų paslaugų nišų, sekamos vartotojų įpročių tendencijos.

„Vis daugiau įmonių kovoja ne dėl kliento dėmesio, bet dėl klientų laiko. Didėjantis gyvenimo tempas, technologijos paverčiančios daugelį sprendimų paprastais yra ryškios dedamosios, formuojančios vartotojų lūkesčius“, – sako „Arvi kalakutai“ rinkodaros vadovė Kristina Strolienė.

Pasak Lietuvos banko, pastaraisiais metais Lietuvos ūkis ir toliau nemenkai auga, palaikomas vidaus paklausos, ypač – didėjančio privataus vartojimo. Pastarąjį skatina tebe gerėjanti padėtis darbo rinkoje: auga užimtumas, mažėja nedarbo lygis ir didesnis realusis darbo užmokestis. Gautos pajamos prisideda prie namų ūkių finansinės padėties stiprinimo. Tai skatina įsigyti daugelio kategorijų vartojimo prekių bei naudoti daugiau paslaugų.

Pasak pašnekovės įmonės atsižvelgia į šias tendencijas siūlydamos patogesnius naudojimui produktus, turinčius mažesnę imlumą laikui, kai kalbama apie jų paruošimą. Šiuo metu įvedama vis daugiau jau paruoštų kepti, virti ar kitaip ruošti produktų. Dėl savo išankstinio paruošimo, jie pagaminami daug greičiau.

Tačiau kartu vyrauja ir poreikis sveikai gyventi ir maitintis. „Mūsų įmonei dėl išskirtinių

kalakutienos – kaip sveikiausios paukštienos savybių derinti šias tendencijas nėra sudėtinga. Prieš metus pasiūlyme jau paruoštą produktą tereikėjo tik pašauti į orkaitę. O prieš mėnesį pasiūlėme klientams užsisakyti kalakutą ir jį iškeps profesionalūs mūsų meistrai, tereikės skubant į namus užsukti į firminę parduotuvę jį pasiimti ir patiekti ant stalo ką tik paruoštą patiekalą“, – sako K. Strolienė. Ji aiškina, kad toks pasiūlymas klientams pasirodė patrauklus.

Manoma, kad vienas iš paprasčiausių kliento laiko taupymo būdų yra produktų pristatymas į namus. „Arvi kalakutai“ rinkodaros vadovė K. Strolienė pabrėžia, kad tai nėra savaimė sėkmingas sprendimas, nes turime Lietuvoje ir nepasiteisinusių pavydžių. Visų pirma pats produktas ar paslauga turi būti patraukli, o tuomet reikia pagalvoti apie jos vartojimo ir pasiekiamumo formų išplėtimą. Pristatymas į namus nelemia veiklos sėkmės.

Ekonomikai augant šeimos ūkiai vis daugiau pajamų išleidžia paslaugoms. Paslaugas teikiančios įmonės ieško būdų kaip patogiai ir per trumpesnę laiką tarką suteikti paslaugą savo klientams. Beiškeičiantis vartotojo paveikslas kelia iššūkius rinkodaros ir pardavimų ekspertams. Sėkmingai veikia įmonės greičiausiai pastebinčios vartotojų įpročių pokyčius.

[www.marijampolieciai.lt](http://www.marijampolieciai.lt)