

WYNIKI SONDY „WIADOMOŚCI HANDLOWYCH”

Bez muzyki nie ma świąt

Wbrew opiniom specjalistów, detaliści doceniają znaczenie muzyki w sklepie, o czym świadczą chociażby wyniki naszej sondy internetowej. Umiłanie klientom zakupów w taki sposób jest szczególnie ważne, zwłaszcza przed świętami.

Co dziesiąty kupujący chodzi do konkretnego sklepu spożywczego, ponieważ jest w nim puszczana muzyka – wynika z badania, które TNS OBOP przeprowadził dla Związku Producentów Audio-Video (ZPAV). Ponadto aż trzech na czterech kupujących pozytywnie ocenia emitowanie muzyki w placówce handlowej.

Upubliczniając te wyniki **Bogusław Pluta**, dyrektor ZPAV przekonywał, że właściciele sklepów popełniają błąd, nie doceniając muzyki jako narzędzia przyciągającego i utrzymującego klientów. Postanowiliśmy przekonać się, czy rzeczywiście tak jest. Na naszej stronie internetowej www.wiadomoscihandlowe.com.pl zamieściliśmy sondę, w której zapytaliśmy, czy warto puszczać muzykę w sklepie? W głosowaniu wzięło udział kilkaset osób. Równo dwie trzecie, czyli 66,4 proc. było zdania, że tak, ponieważ do placówki przychodzi wówczas więcej ludzi. 19,7 proc. ankietowanych uznało, że

Czy warto emitować muzykę w sklepie? (odpowiedzi w proc.)

Tak	66,4
Nie	19,7
Nie mam zdania	13,9

Źródło: „Wiadomości Handlowe”

obecność muzyki nie wpływa na liczbę klientów. Zdania na ten temat nie miało 13,9 proc. głosujących.

O znaczeniu muzyki w sklepie warto pamiętać szczególnie w nadchodzącym okresie świątecznym. Większe sieci handlowe już w listopadzie wprowadzają klientów w odpowiedni nastrój, emitując utwory kojarzące się z Bożym Narodzeniem. **Michał Marchocki**, szef działu muzycznego Internet Media Services (IMS) przestrzega, aby playlistę stopniowo nasycać utwo-

rami świątecznymi. Zapobiegnie to zmęczeniu odbiorców. – *Zdecydowanie odradzam emitowanie tradycyjnych polskich kolęd, ponieważ część klientów może uznać, że sklep dla zysku wykorzystuje chrześcijańską symbolikę. O wiele lepszym rozwiązaniem jest puszczanie pogodnych popowych utworów bożonarodzeniowych krajowych i zagranicznych wykonawców* – mówi Marchocki. Podobnego zdania jest **Sebastian Czarnecki**, kulturoznawca z Uniwersytetu Warszawskiego. – *W dzisiejszych czasach początek okresu przedświątecznego sygnalizuje m.in. pojawienie się w mediach i sklepach piosenki „Last Christmas” zespołu Wham! – to prawdziwy fenomen, a niektórzy nie wyobrażają sobie świąt bez tego utworu. Znam ludzi, którzy w Boże Narodzenie oprócz kolęd puszczają w domach także „Last Christmas”* – mówi Czarnecki. **(SSZ)**