



6 WIADOMOŚCI

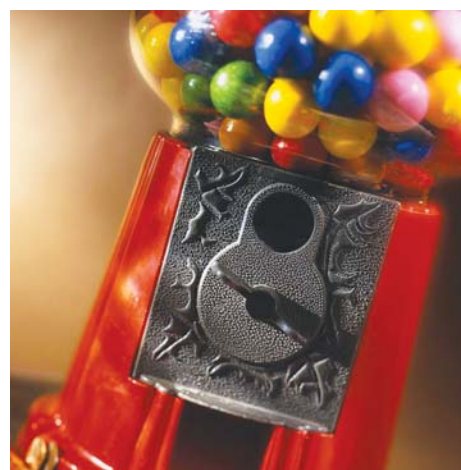
10 TRANSPORT: Transport bez barier (nawet kilka schodków do pokonania może stanowić problem, kiedy trzeba przetransportować automat ważący kilkaset kilogramów)

12 TRENDY: Konsumenci wybierają wysoką jakość (jako kluczowy segment sprzedaży automatycznej vending kawowy musi podążać za preferencjami konsumentów, którzy podnieśli poprzeczkę jakości wydawanych z maszyn napojów)

16 ZARZĄDZANIE: Racjonalne porządki (kontynuować sprzedaż danego artykułu, czy też z niego zrezygnować – decyzja wynika z szeregu przestanków)

18 PRAWO: Kto rejestruje, kto kontroluje? (rozwój automatycznej sprzedaży świeżego mleka zrodził wiele pytań dotyczących m.in. przepisów sanitarnych, zezwoleń na sprzedaż oraz kontroli podmiotów sprzedających mleko)

22 MINIVENDING: Drobnostki do wyjęcia (słodycze, zabawki, biżuteria – to tylko niektóre z produktów sprzedawanych z małych automatów vendingowych, których klientelą są szczególnie dzieci)



24 KONCEPCJE: Projekt Puchatek specjalnie dla szkół (reagując na zmiany w zakresie żywienia dzieci w szkołach, jeden z krajowych producentów napojów dla dzieci znalazł rozwiązanie dedykowane szkolnym klientom, które nie budzi kontrowersji)

25 RAPORT: W Niemczech odrabiają straty (korzystne warunki gospodarcze w Niemczech sprawiły, że w roku 2010 niemiecka branża vendingowa rozwijała się dobrze)

27 ZARZĄDZANIE: Znaleźć i utrzymać dobrą lokalizację (istnieje kilka wypróbowanych metod znajdowania miejsc, gdzie można ustawić automat. Ich skuteczność jest różna, determinowana przez lokalne warunki działania operatora)

30 KONCEPCJE: W jedności siła (Trzy lata temu grupa działających na rynkach lokalnych operatorów vendingowych postanowiła zjednoczyć siły powołując do życia Polską Grupę Vendingową (PGV). W efekcie konsolidacji powstała jednolita oferta usług vendingowych wraz z serwisem, dostępna na terenie całego kraju)



31 TARGI, KONFERENCJE

36 NOWE PRODUKTY

37 ROCZNY SPIS TREŚCI / W NASTĘPNYM WYDANIU

