

Poniżej zamieszczamy kwestionariusz zgłoszeniowy (dostępny jest również na stronie internetowej [www.wiadomoscihandlowe.com.pl](http://www.wiadomoscihandlowe.com.pl)). Zachęcamy do jego wypełnienia i przesłania na adres redakcji:  
**WIADOMOŚCI HANDLOWE, UL. WAŁBRZYSKA 11 lok. 254; 02-739 WARSZAWA, Z DOPISKIEM „MARKET ROKU”.**

**Termin nadsyłania zgłoszeń upływa 15 listopada**, ale radzimy nie zwlekać, bo pierwsze sklepy już zgłosiły swoje kandydatury. Dołączyć można również fotografie i szersze opisy sklepów.

## Nazwa i adres sklepu

Nazwa firmy   
Ulica   
Kod pocztowy, miejscowość   
Tel./fax   
e-mail   
Imię i nazwisko kierownika/właściciela

## Kategorie

1. **Mały i średni sklep** (powierzchnia sprzedaży do 100 mkw.)  
 2. **Duży sklep** (powierzchnia sprzedaży 101-400 mkw.)  
 3. **Supermarket** (powierzchnia sprzedaży 401-2500 mkw.)  
 4. **Hipermarket** (powierzchnia sprzedaży powyżej 2500 mkw.)

**UWAGA!**

**Sklep musi działać od minimum 12 miesięcy.** Warunkiem uczestnictwa w konkursie jest wypełnienie kwestionariusza w całości. Dane finansowe w kwestionariuszu należy podać w tysiącach złotych, z dokładnością do jednego miejsca po przecinku.

## Dane sklepu

Data otwarcia   
Kiedy rozbudowany/zmodernizowany   
Powierzchnia sprzedaży  (mkw.)  
Liczba zatrudnionych (w przeliczeniu na pełne etaty)   
Lokalizacja

## Dane ekonomiczne

**Całkowity obrót za I poł. 2010 roku**  netto  brutto  
**Całkowity obrót w 2009 roku**  netto  brutto  
**Miesięczny obrót netto** (średnia za ostatnie 12 m-cy)   
**z 1 mkw. powierzchni sprzedaży**  
**Udziały w obrocie (w proc.)**  
Artykuły żywnościowe  Artykuły nieżywnościowe   
**Średnia liczba klientów tygodniowo**   
**Średnia wartość koszyka zakupów**   
**Koszty najmu i użytkowania lokalu (świadczenia)**   
(w proc. całkowitego obrotu netto)  
**Koszty personalne** (w proc. całkowitego obrotu netto)   
**Przeciętna marża netto**   
**Liczba artykułów**   
**Nazwa programu komputerowego wspierającego sprzedaż**

## Pozycjonowanie sklepu

(zasięg, profil i siła nabywczą klientów, polityka cenowa itp.)

## Szkolenia i system motywacji pracownika

## Proszę wymienić powody, dla których Wasz sklep powinien zostać Marketem Roku?

- 1)   
2)   
3)

## Obsługa klientów

Proszę wymienić ponadstandardowe działania w tej dziedzinie

## Aranżacja sklepu

Jakimi cechami/szczegółami aranżacji wewnętrznej Wasz sklep wyróżnia się szczególnie? (wysokość regałów, ich ustawienie, oświetlenie, ustawienie pojedynczych mebli, prowadzenie klienta itp.)

Pieczętka sklepu i podpis