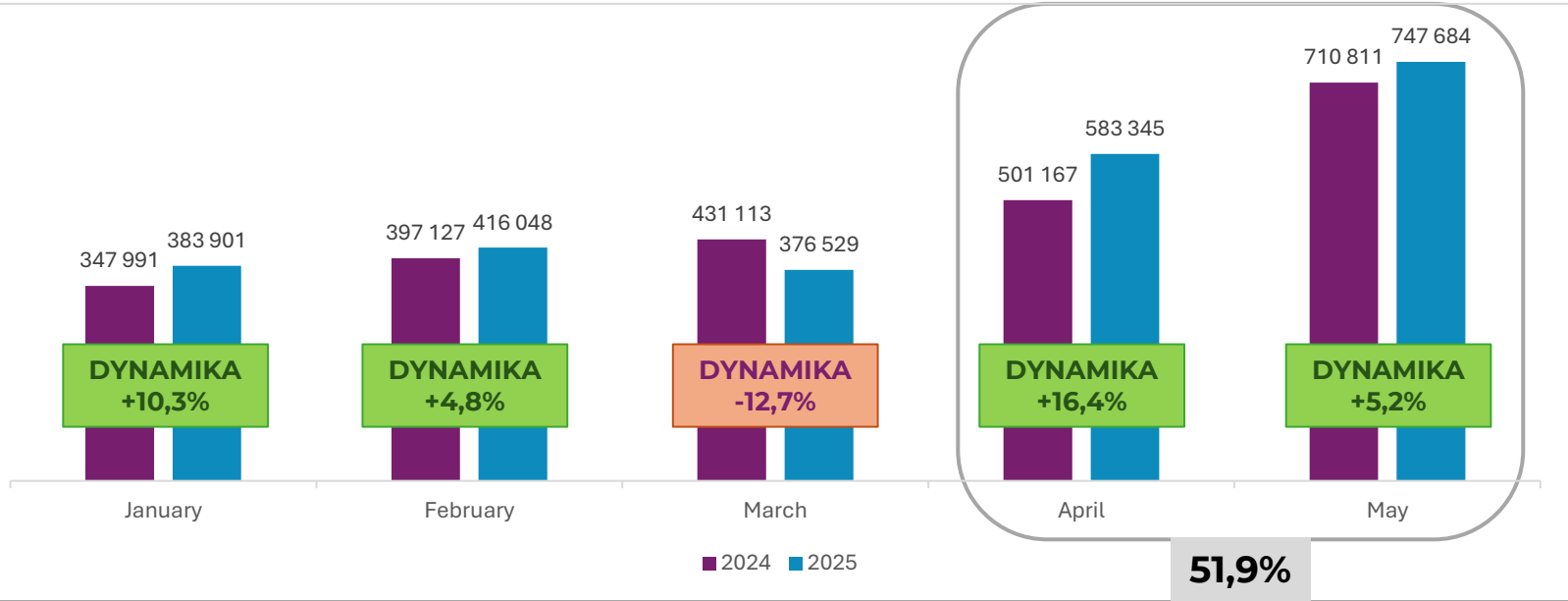


Podsumowanie sprzedaży kartek okolicznościowych za okres styczeń-maj 2024 i 2025

Ilość sprzedanych kartek okolicznościowych, styczeń-maj 2024/2025



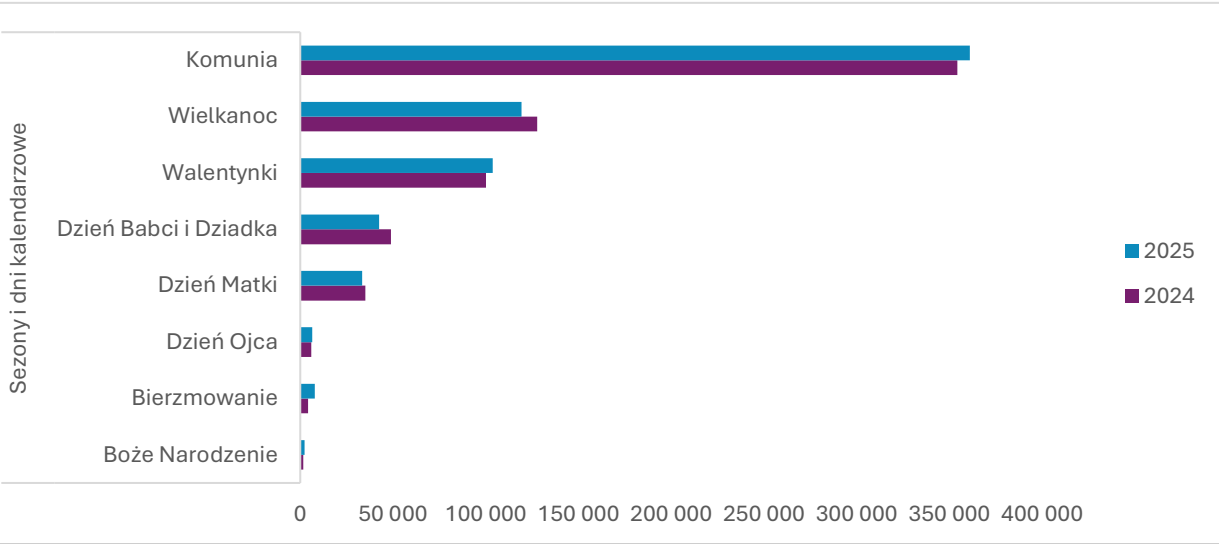
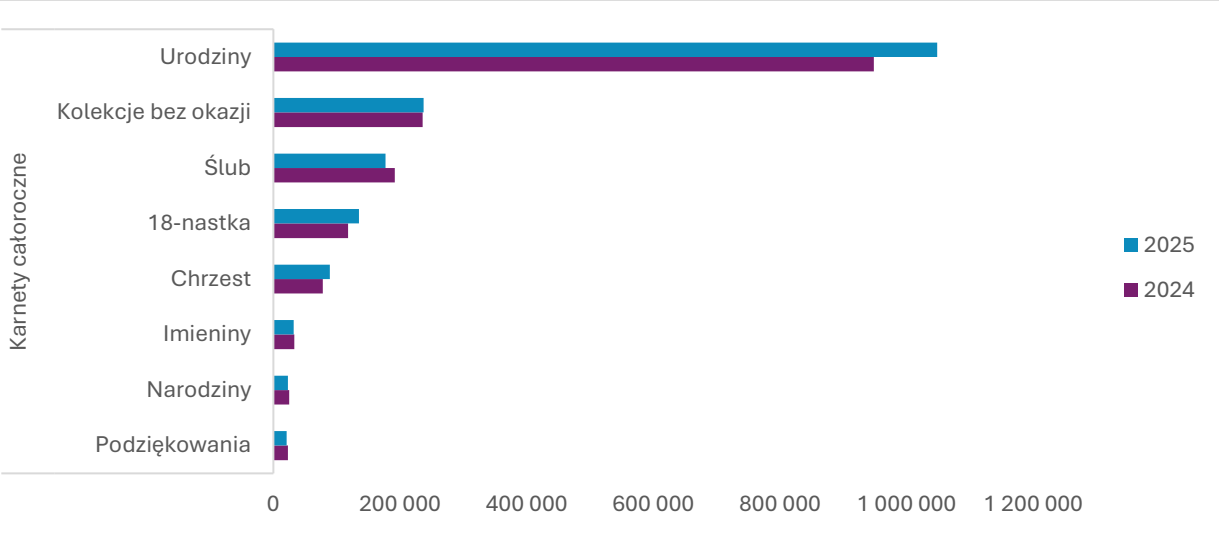
- Silny **wzrost kategorii w 2025 r.**: +9,1% wartości sprzedaży netto, 9,4% marży netto przy jednoczesnym wzroście ilości o 5,0% – świadczy o poprawie struktury asortymentu i/lub cen.
- Wyraźna **sezonowość** sprzedaży: kwiecień + maj = 51,9% całej wartości sprzedaży w okresie styczeń-maj.
- Wyraźny spadek w marcu 2025 r. w porównaniu do marca 2024 jest najprawdopodobniej spowodowany przesunięciem Wielkanocy z marca (2024) na kwiecień (2025).

Year	2024	2025	YoY Change (%)
S Quantity	2 388 209	2 507 507	+5,0%
S NetValue	22 265 408 zł	24 286 252 zł	+9,1%
S Margin	12 088 261 zł	13 227 436 zł	+9,4%

- REKOMENDACJE:**
Wzmocnić sprzedaż w słabszych miesiącach (styczeń-marzec), aby wyrównać sezonowość i poprawić cash-flow w stosunku do pozostałych miesięcy:
- Maksymalnie wykorzystać istniejące w tym czasie okazje: Dzień Babci i Dziadka, Walentynki oraz Dzień Kobiet – poprzez dedykowane kolekcje, kampanie promocyjne i cross-promocje.
 - Poszerzyć asortyment oraz zintensyfikować działania marketingowe na kategorię „Karnety całoroczne”.
 - Wprowadzić nowe mikro-kolekcje sezonowe.

Analiza po kategoriach

Ilość sprzedanych kartek okolicznościowych według kategorii, styczeń-maj 2024/2025



Karnety całoroczne	2024	2025	YoY Change (%)
Urodziny	948 152	1 048 190	+10,6%
Kolekcje bez okazji	235 493	237 397	+0,8%
Ślub	192 006	177 247	-7,7%
18-nastka	117 985	134 926	+14,4%
Chrzest	78 136	88 971	+13,9%
Imieniny	32 844	31 975	-2,6%
Narodziny	24 772	22 725	-8,3%
Podziękowania	22 732	20 990	-7,7%
Rocznice i jubileusze	9 490	19 694	+107,5%
Powodzenia	16 924	15 882	-6,2%
Emerytura	13 124	15 176	+15,6%
Gratulacje	14 031	13 733	-2,1%
Kondolencje	2 799	2 055	-26,6%
Nowe mieszkanie	2 078	1 960	-5,7%
Wieczór kawalerski i panieński	4	0	-100,0%
Suma	1 710 570	1 830 921	+7,0%

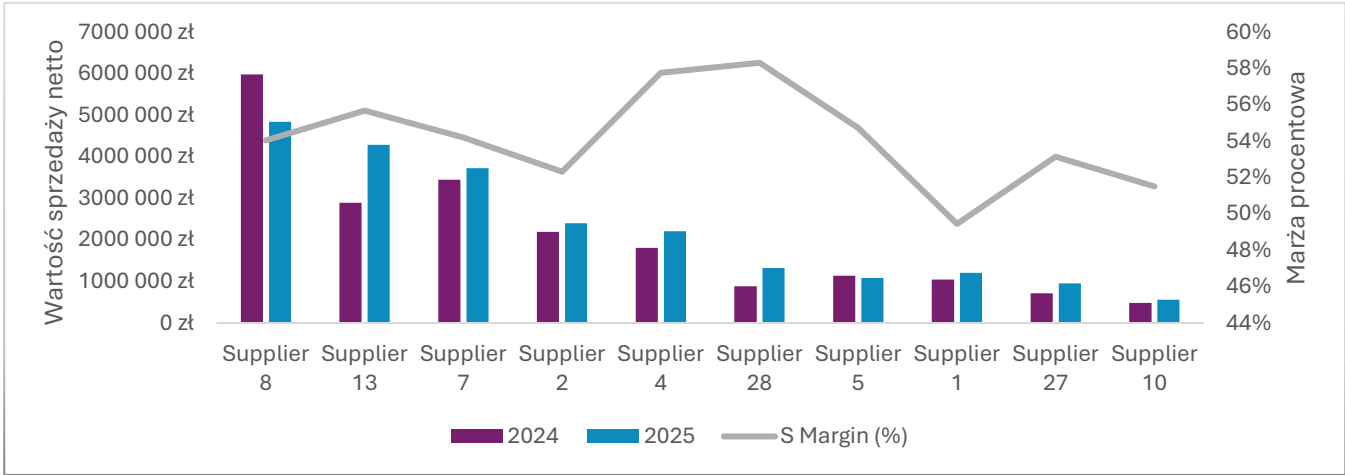
- ‚Karnety całoroczne’ = **73%** całej sprzedaży 2025.
- **‚Urodziny’** - absolutny lider: największy wolumen + najszybszy wzrost r/r.
- Niska popularność ale wysoki potencjał (znaczny wzrost sprzedaży) podkategorii: ‚Rocznice i jubileusze’, ‚Emerytura’, ‚Bierzmowanie’.
- Nieznaczny spadek ogólnej sprzedaży kategorii ‚Sezony i dni kalendarzowe’ (**-0,2% r/r**), w tym wyraźny regres podkategorii ‚Dzień Babci i Dziadka’, ‚Wielkanoc’ oraz ‚Dzień Matki’.

REKOMENDACJE:

- Skupić budżet marketingowy i nowości produktowe na segmentach o najwyższym wzroście, czyli ‚Urodziny’, ‚18-nastka’, ‚Chrzest’, ‚Rocznice i jubileusze’, ‚Emerytura’, ‚Bierzmowanie’.
- Rozważyć ograniczenia asortymentu w słabnących podkategoriach (Ślub, Narodziny, Podziękowania, Powodzenia, Kondolencje, Nowe Mieszkanie, Dzień Babci i Dziadka) lub ich reaktywację przez nowe wzornictwo/ceny.

Analiza po dostawcach

Wartość sprzedaży netto i marża kartek okolicznościowych według dostawcy*, styczeń-maj 2024/2025



*10 największych dostawców według wartości sprzedaży netto

- 5 największych dostawców = **72,6%** całej wartości sprzedaży netto: wysokie ryzyko operacyjne i negocjacyjne.
- Większość dostawców jest stabilnych, z wysoką marżą (powyżej 52%).
- Najwyższa marża: Supplier 4, Supplier 28, Supplier 3 i Supplier 37.

REKOMENDACJE:

Zwiększyć średnią marżę kategorii przy jednoczesnym obniżeniu ryzyka operacyjnego:

- Rozszerzyć współpracę z dostawcami o najwyższej marży (Supplier 4, Supplier 28, Supplier 3 i Supplier 37).
- Negocjować ceny z dostawcami zapewniającymi mniej niż 50% marży (Supplier 36, Supplier 24 i Supplier 19).
- Dążyć do dywersyfikacji - obniżyć udział największych 5 dostawców (Supplier 8, Supplier 13, Supplier 7, Supplier 2 i Supplier 4).

Ilość sprzedanych kartek okolicznościowych według dostawcy, styczeń-maj 2024/2025

