



# LEKKI PRODUKT. MOCNA SPRZEDAŻ.

## POPI TO **SMART SNACK** NOWEJ GENERACJI

Poręczna, zdrowsza alternatywa dla chipsów i batonów zaprojektowana specjalnie pod wysoką rotację i szybką decyzję przy kasie.

### DLACZEGO POWSTAŁ POPI?

- konsumenci szukają kompaktowych przekąsek
- duże paczki = za dużo kalorii
- mało opcji, które mają czysty skład i niską kaloryczność
- rośnie popularność „snacks on the go”





## UNIKALNE CECHY



- **Bezkonkurencyjna lekkość 78 kcal**

Unikalny wyróżnik w kategorii słonych przekąsek.

- **Uniwersalny target**

Produkt, który obsługuje wiele misji zakupowych – szkoła, biuro, trasa.

- **Zero bariery wejścia**

Niska cena jednostkowa, która generuje wolumenowy impuls zakupowy.

- **Tylko 3 składniki: kukurydza + olej + sól**

- **0 g cukru**

## DLA KOGO JEST POPI?



### Dzieci, uczniowie, studenci

Przystępna cena (pocket money) i wygodny format do plecaka.



### Pracownicy biurowi

Smart Snacking" w przerwie – bez wyrzutów sumienia.



### Świadomi konsumenci

Alternatywa dla chipsów i batonów. Tylko 78 kcal, 0g cukru, 100% natury.

### Kierowcy i podróżujący

Nie brudzi rąk, nie usypia, łatwy w konsumpcji.

## DLACZEGO POPI DOBRZE PRACUJE NA STACJACH PALIW?



### Wysoka powtarzalność

Klient, który raz spróbuje, wraca po ten produkt regularnie.

### Wyróżnik w kategorii

78 kcal i 0g cukru przyciągają wzrok jako zdrowsza alternatywa.

### Siła promocji „2 za X zł”

Niska cena sprawia, że klienci chętnie kupują od razu dwie lub trzy paczki (np. dla siebie i pasażera), co błyskawicznie buduje obrót.

### Brak bariery cenowej

Niska cena sprawia, że decyzja o zakupie jest błyskawiczna.





## DLACZEGO POPI DZIAŁA W VENDINGU?

### Odporność na „zrzut”

Opakowanie typu „pillow bag” z poduszką powietrzną amortyzuje upadek – produkt dociera w całości, bez kruszenia.

### Efekt Objętości – Value for Money

Paczka wizualnie duża (format croissanta 60g), co buduje u klienta poczucie „dobrego zakupu” przy niskiej cenie.

### Wysoka Rotacja Impulsowa

Niska cena wejścia i niska kaloryczność sprawiają, że produkt rotuje szybciej niż drogie przekąski „premium”.

### Monetyzacja trendu

Wypełnia lukę w asortymencie „Better-for-you” – przyciąga klientów, którzy rezygnowali z zakupu chipsów czy batonów.

## DLACZEGO POPI DOBRZE PRACUJE W MARKECIE?



### Brak bariery cenowej

Niska cena sprawia, że decyzja o zakupie jest błyskawiczna.

### Wysoka powtarzalność

Klient, który raz spróbuje, wraca po ten produkt regularnie.

### Idalny impuls przy kasie

Produkt, który klient dorzuca odruchowo podczas płacenia.

### Wyróżnik w kategorii

78 kcal i 0g cukru przyciągają wzrok jako zdrowsza alternatywa.



## JAK POPI WYPADA VS MINI CHIPSY I ORZESZKI?



Cecha	Chipsy mini	Orzeszki mini	<b>POPI POPCORN</b>
Kaloryczność	wysoka	bardzo wysoka	<b>najniższa – 78 kcal</b>
Rotacja impulsowa	średnia	niska	<b>wysoka</b>
Postrzeganie „zdrowości”	niska	niska	<b>wysoka</b>
Zauważalność przy kasie	średnia	niska	<b>bardzo wysoka</b>
Akceptacja ceny	średnia	wysoka	<b>wysoka</b>

**POPI WYGRYWA W TRZECH KLUCZOWYCH PARAMETRACH:  
KALORYCZNOŚĆ → IMPULSOWOŚĆ → POSTRZEGANIE JAKO „SMART SNACK”**

# DESIGN & POSM





## LOGISTYKA



Szt. / waga: **15 g**

Szt. / box: **54**

Szt. / paleta: **2592**

Boxów na palecie: **48**

Ilość warstw na palecie: **12**

Waga palety: **60 kg**

Termin przydatności: **9 miesięcy**

EAN: **5906642085595**

**KONTAKT**



**Oficjalny dystrybutor w Polsce**

Truders Sp. z o.o.

biuro@truders.pl +48 604 571 026

www.truders.pl

**ZAPRASZAMY DO  
WSPÓŁPRACY!**

[www.popipopcorn.pl](http://www.popipopcorn.pl)

