

## **Strategia rozwoju spółki Outdoorzy S.A. na lata 2025-2027**

### **1. Wprowadzenie**

Outdoorzy S.A. to spółka specjalizująca się w sprzedaży produktów outdoorowych (m.in. sprzęt turystyczny, sportowy, odzież outdoorowa).

Celem strategii na lata 2025-2027 jest zapewnienie zrównoważonego wzrostu wartości Spółki, wzmocnienie pozycji rynkowej oraz maksymalizacja korzyści dla akcjonariuszy.

### **2. Wizja i Misja**

Wizja:

Dostarczanie najwyższej jakości produktów outdoorowych, które inspirują ludzi do aktywnego stylu życia i dbania o środowisko. Wprowadzenie do oferty produktów własnych pod markami Nerside i Nardena.

Spółka działa w sektorze outdoorowym, koncentrując się na sprzedaży produktów dla entuzjastów aktywności na świeżym powietrzu, takich jak trekking, turystyka. Wprowadzenie produktów własnych sygnowanych markami Nerside i Nardena, składających się na ofertę produktową w niższym przedziale cenowym, ale o dobrej jakości, ma na celu zwiększenie rentowności poprzez pełną kontrolę nad projektowaniem, produkcją, cenami i dystrybucją. Obie marki różnią się asortymentem, ale będą pozycjonowane na tym samym poziomie cenowym i jakościowym, z naciskiem na wysoką sprzedaż wolumenową. Strategia zakłada początkowo niskie ceny (penetracyjne) dla szybkiego zdobycia rynku, z docelowym podnoszeniem cen po ugruntowaniu pozycji.

Misja:

Inspirowanie ludzi do aktywnego spędzania czasu na świeżym powietrzu poprzez dostarczanie przystępnych cenowo i wysokiej jakości produktów outdoorowych.

Outdoorzy S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej, 43-300 Bielsko-Biała, przy ul. K.I.Gałczyńskiego 39, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Bielsku-Białej Wydział VIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS :0000460796, o kapitale zakładowym w wysokości 1 865 000 zł, posiadająca numer identyfikacji podatkowej NIP: 5472086046, numer REGON: 240863123.

**Adres biura ul. K.I. Gałczyńskiego 39, 43-300 Bielsko-Biała, Infolinia: 32 630 66 56,  
e-mail: [biuro@outdoorzy.pl](mailto:biuro@outdoorzy.pl)**

### 3. Kanały sprzedaży i dystrybucji

- Własny sklep internetowy (platforma e-commerce) jako centralny kanał, zoptymalizowany pod kątem UX (intuicyjna nawigacja, szybkie płatności, filtry produktów).
- Integracja funkcjonalności: porównywarka produktów, sugestie zakupowe, cross-selling, zestawy.
- Wdrożenie dynamic pricing i rekomendacji AI.
- Sprzedaż poprzez platformy Allegro, Amazon, Ceneo i regionalnych platformach typu Marketplace.
- Udział w programach typu „Allegro Smart!” dla budowy wolumenu sprzedaży.

### 4. Strategia produktowa

Wprowadzenie oferty produktowej pod markami własnymi:

- Nerside – wyposażenie osobiste (plecaki, maty, odzież termiczna, latarki).
- Nardena – wyposażenie turystyczne (namioty, śpiwory, materace, łodówki).

Kluczowe zasady:

- Oferowanie produktów pod markami własnymi Nerside i Nardena wzajemnie się uzupełniającymi, umożliwiając cross-selling (sprzedaż produktów obu marek w dowolnie konfigurowanych zestawach).
- Projektowanie i wytwarzanie produktów z myślą o wysokiej funkcjonalności w przystępnej cenie.
- Wprowadzanie nowości zgodnie z trendami (np. produkty ekologiczne, ultralekkie, wielofunkcyjne).
- Prowadzenie badań rynkowych (ankiety online, analiza zachowań zakupowych) w celu identyfikacji najpopularniejszych produktów w niskim przedziale cenowym.
- Uwzględnienie trendów, np. rosnącego zapotrzebowania na lekkie, kompaktowe produkty (Nerside) i wygodne wyposażenie turystyczne (Nardena).
- Zapewnienie sezonowości kolekcji: letnie i zimowe.
- Poddawanie testom oferowanych produktów w realnych warunkach outdoorowych.

## 5. Strategia marketingowa i komunikacja

| Kanał komunikacji     | Podejmowane działania                                       |
|-----------------------|---|
| Content Marketing     | Blog, poradniki, testy produktów, SEO                       |
| Media społecznościowe | Kampanie na Instagramie, Facebooku                          |
| Influencer marketing  | Współpraca z mikroinfluencerami outdoorowymi                |
| Reklama online        | Google Ads, Meta Ads, remarketing, kampanie lead generation |

## 6. Harmonogram realizacji strategii

| Rok  | Kluczowe działania   |
|------|--|
| 2025 | Start sprzedaży Nerside i Nardena w Polsce, kampanie marketingowe, wdrożenie dynamic pricing |
| 2026 | Rozbudowa sklepu internetowego, uruchomienie programu lojalnościowego                        |
| 2027 | Dalszy rozwój sprzedaży, rozbudowa oferty marek własnych                                     |

## 7. Podsumowanie

Strategia Outdoorzy S.A. opiera się na wprowadzeniu oraz dynamicznym rozwoju marek własnych, ekspansji omnichannel, inwestycjach w marketing oraz zrównoważonym wzroście rentowności.

Budując silną, odporną na zmiany rynkowe organizację, Spółka konsekwentnie zmierza w kierunku ugruntowania pozycji strategicznego gracza w segmencie outdoor.

Outdoorzy S.A. z siedzibą w Bielsku-Białej, 43-300 Bielsko-Biała, przy ul. K.I.Gałczyńskiego 39, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Bielsku-Białej Wydział VIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS :0000460796, o kapitale zakładowym w wysokości 1 865 000 zł, posiadająca numer identyfikacji podatkowej NIP: 5472086046, numer REGON: 240863123.

Adres biura ul. K.I. Gałczyńskiego 39, 43-300 Bielsko-Biała, Infolinia: 32 630 66 56,  
e-mail: [biuro@outdoorzy.pl](mailto:biuro@outdoorzy.pl)