

Luis Araujo. Spokój nowego lidera Biedronki

data aktualizacji: 2016.05.29



Luis Araujo, nowy dyrektor generalny Biedronki, unika rozgłosu, konferencji prasowych i wywiadów. Mało wiedzą o nim nawet rodzimi dziennikarze, którzy w ciągu prawie 20-letniej kariery Luisa Araujo w Jeronimo Martins nieczęsto mieli z nim przyjemność rozmawiać.

Tę dyskrekcję i spokój Luis Araujo przywiózł do Polski, gdzie komunikuje się głównie po portugalsku i angielsku. Polskiego, który będzie jego szóstym językiem obcym, już się uczy. Jak ustaliliśmy, na debiut medialny nowego szefa Biedronki trzeba będzie poczekać jeszcze kilka miesięcy. Do tego czasu Araujo będzie zdobywać wiedzę o polskim detalu. Tę z pewnością przyswoi sobie szybko.

Z nauką Luis Araujo nie ma trudności. Ten absolwent ekonomii na uniwersytecie w Porto i MBA lizbońskiego Uniwersytetu Katolickiego wielokrotnie uczestniczył w programach treningowych na zagranicznych uniwersytetach, m.in. w amerykańskim Stanford, francuskim INSEAD, brytyjskim London Business School, a także w niemieckim WHU-Otto Beisheim School of Management.

Silną stroną Luisa Araujo jest także doskonała znajomość struktur grupy Jeronimo Martins, gdzie pracował w różnych obszarach, od marketingu po dział operacji, przechodząc też przez etap szefowania działowi bezpieczeństwa informacyjnego i nadzoru nad stanem magazynowym portugalskich hal cash&carry Recheio. Od lutego 2012 r. nowy szef Biedronki był dyrektorem generalnym portugalskich supermarketów Pingo Doce, gdzie zyskał miano "dobrego gospodarza". Wśród kadry menadżerskiej tej sieci uchodził za niezwykle zaangażowanego w zawodowe projekty. Pracę przedkładał wielokrotnie nad swoje życie prywatne.

- Luis Araujo to ambitny samotnik. Jest bardzo pracowity i takiej postawy oczekuje również od współpracowników i podwładnych. Potrafi być bardzo wymagającym i przekonywać do poświęceń na rzecz firmy. Poniedziałkowe spotkania, którym przewodził, gdzie podejmowano decyzje dotyczące sieci, przedłużały się niekiedy do trzeciej nad ranem - mówi serwisowi wiadomoscihandlowe.pl jeden z byłych pracowników Pingo Doce.

Sam Araujo - na swoim profilu na portalu LinkedIn - przyznaje się do zamiłowania do ciężkiej pracy w celu podnoszenia kwalifikacji służących lepszemu wykonywaniu obowiązków zawodowych. Jako menedżer za cel stawia sobie podnoszenie produktywności członków załogi, oczekując od nich

“przejrzystego, a zarazem analitycznego myślenia”, postawy nacechowanej pokorą, tolerancją i szacunkiem dla poglądów innych, a także unikania pochopnego osądu.

W ocenie ekspertów nowy szef Biedronki wyjazd do Polski powinien traktować niczym awans i wyzwanie. Wskazują na dowody jego sukcesu – wzrosty w Pingo Doce na poziomie bliskim 4 proc. rocznie, przy zaledwie 1-procentowym powiększaniu się portugalskiego detalu, do obecnych 19 proc. udziałów w rynku. Andre Rodrigues, analityk portugalskiego banku CGD, przypomniał nam, że Araujo odwrócił negatywną tendencję dla Pingo Doce, nadając jej nowe pozycjonowanie. – Sieć rodzimych supermarketów skoncentrowała się pod jego przywództwem na cenie i dopięła swego, wchodząc do grona najtańszych detalistów – dodał.

Analitycy zgodnie twierdzą, że szefowanie Biedronce upłynie Araujo na zbliżaniu dyskontera do modelu Pingo Doce. Przewidują, że nie będzie ono jednak polegało na kopiowaniu. – Zbliżenie obu konceptów nastąpi, lecz nie będzie zbyt głębokie. Biedronka powinna dopasowywać się do wciąż rosnącej gospodarki w Polsce i bardziej wymagających konsumentów. Dyskonter powalczy szczególnie o mieszkańca dużych miast w przedziale wiekowym 30-45 lat. Odpowiada to zapowiedzianym przez władze JM wyzwaniom: koncentracji na konsumencie i umocnieniu Biedronki na pozycji lidera na terenach miejskich – dodaje Monteiro.

Spokoju i cierpliwości Luisa Araujo nie należy mylić z strachem przed podejmowaniem decyzji. O tym, że potrafi on zaskoczyć rynek, świadczy jedna z jego pierwszych decyzji jako szefa Pingo Doce, czyli wprowadzenia mega promocji w Święto Pracy, 1 maja 2012 r. Akcja polegała na 50-procentowej obniżce dla klientów przy zakupach powyżej 100 euro.

Właśnie w związku z pierwszomajową promocją Araujo miał swoje “5 minut” w portugalskich mediach. Tłumaczył wówczas, że mega promocja była korzystna dla konsumentów. – Z naszych badań jednoznacznie wynika, że Portugalczycy masowo robią zakupy właśnie w Święto Pracy. To główny dzień, w jaki odwiedzają sklepy w maju. Nasza promocja przywiodła do Pingo Doce pięć razy więcej klientów, niż w normalnym dniu roku. Co ciekawe, masowy ich napływ nie miał związku z zainwestowaniem przez nas dodatkowych środków na reklamę. Konsumenti dowiedzieli się o promocji od siebie nawzajem. Wiadomość przekazywana była z ust do ust – wyjaśniał Luis Araujo.

Kolejne akcje promocyjne były już mniej spektakularne. – Dzięki nim podczas blisko trzyletnich rządów Luisa Araujo Pingo Doce stał się siecią soft discount o jednej z najniższych ofert cenowych. Dodatkowo poszerzył znacznie gamę świeżych produktów – przypomniał nam Jose Brito, analityk portugalskiego banku BPI.

Eksperci przypominają, że na korzyść debiutującego w Biedronce Luisa Araujo gra poprawiająca się marża Ebitda u dyskontera. Dodatkowym plusem są także rosące obroty w polskim handlu. W niepamięć odchodzi deflacja, która mocno dokuczała przez ostatnie kilkanaście miesięcy nie tylko Biedronce, ale także Lidlowi, Tesco, Auchan, Kauflandowi, czy sieci Carrefour.

[Kliknij tutaj ni przeczytaj wywiad z ekspertem firmy Dia-Mart nt. wyzwań jakie stoją przed nowym szefem Biedronki:](#)

[Luís Araújo obudzi Biedronkę!?](#)

Pełny tekst o Luisie Araujo, nowym dyrektorze generalnym sieci Biedronka do przeczytania w najnowszym numerze magazynu “Wiadomości Handlowe”.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/luis-araujo-spokoj-nowego-lidera-biedronki,5807>