

Auchan 2022 - sieć ma nową strategię dla oferty, sklepów i relacji z klientami

data aktualizacji: 2020.01.14



Ponowne zdefiniowanie oferty z dostępem do zdrowych i lokalnych produktów, tworzenie relacji i doświadczeń z klientami za pośrednictwem sklepów, dostosowanie organizacji i metod pracy do oczekiwań rynku, odzyskanie swobody finansowej, niezbędnej do finansowania kolejnych zadań - to najważniejsze wnioski, które płyną z opublikowanego przez sieć Auchan Retail biznesplanu pod tytułem "Auchan 2022".

Sieć tłumaczy, że nowy biznesplan to odpowiedź na zmieniające się realia rynkowe, rosnącą rolę cyfryzacji, przemiany w żywieniu i zmiana podejścia do ekologii. „Auchan 2022”, wspierany przez nowy zespół, kierowany przez prezesa Edgarda Bonte to projekt, którego celem jest przekształcenie modelu działalności sieci oraz oferty we wszystkich krajach.

Dwa filary biznesu Auchan

Francuski detalista, zamierza teraz oprzeć biznes na dwóch filarach." Powinno pozwolić to Auchan realizować swoje historyczne ambicje - poprawienie jakości życia mieszkańców. Ta ambicja

przekłada się na dwa strategiczne filary: z jednej strony stać się projektantem unikalnej, uczciwej i odpowiedzialnej oferty, a z drugiej strony być twórcą relacji i doświadczeń, łącząc fizyczne sklepy z lokalnymi platformami."

Pierwszy filar zakłada skupienie się na dobrej, zdrowej i lokalnej, ale także uczciwej i odpowiedzialnej ofercie produktowej. "Auchan Retail chce wyjść poza tradycyjną rolę detalisty, stając się projektantem i selektorem produktów, aby móc zaoferować konsumentom wyjątkową ofertę" - podkreślają władze Grupy Auchan.

Jak podkreśla sieć, oferta Auchan będzie opierać się na lokalnych produktach, a firma będzie współpracować z lokalnymi producentami. W 2022 r. Celem jest zwiększenie obrotu osiągniętego właśnie dzięki sprzedaży lokalnych produktów. Ich skład i pochodzenie ma się stać bardziej przejrzyste. Produkty będą powstawać z poszanowaniem środowiska naturalnego i dobrostanu zwierząt. Liczba odpowiedzialnych i zrównoważonych kanałów dostaw wzrośnie, aby w 2022 r. osiągnąć liczbę 1500 na całym świecie (250 we Francji) w porównaniu z blisko 500 obecnie (odpowiednio 150 we Francji).

Aby to osiągnąć, wspierane będą również zrównoważone rolnictwo. Opracowany zostanie w tym celu specjalny program edukacyjny. Każdy kraj będzie musiał wprowadzić tzw. etykietę wartości odżywczej i umieścić ją na wszystkich produktach marki własnej Auchan.

Sieć rozszerzy także gamę ekskluzywnych produktów, a także zobowiąże swoje zespoły do przyspieszenia redefinicji składu produktów. Wspólny rozwój produktów w każdym kraju zostanie uogólniony. Dodatkowo produkty będą oceniane przez klientów i dostawców. Te najsłabsze wymieniane lub wycofywane.

Nowe doświadczenia

Drugi filar ma opierać się na tworzeniu nowych doświadczeń, w celu poprawy jakości życia mieszkańców. Auchan chce wykorzystać fizyczne sklepy do spotkań. Sklepy zapewnią lokalnym partnerom przestrzeń i umożliwią im sprzedaż swoich produktów i usług. Każdy sklep będzie również miejscem doświadczeń dla mieszkańców. Będą mogli chociażby brać udział w lekcjach gotowania i degustacjach, a także spotykać z ważnymi ludźmi.

Dodatkowo ambicją Auchan do 2022 r. jest podwojenie obrotu w handlu przez internet, a tym samym osiągnięcie ponad 15 proc. światowego obrotu z wyłączeniem hipermarketów i supermarketów.

Zielone Auchan

Auchan chce też wyeliminować opakowania plastikowe do 2022 roku. Również opakowania wszystkich produktów marki własnej Auchan mają być w 100-proc. nadające się do recyklingu. Ponadto do 2022 roku zużycie energii w sklepach ma spaść o 25 proc. 50 proc. zużywanej energii będzie pochodzić ze źródeł niskoemisyjnych.

Zmiany dotkną też pracowników. W celu poprawy wydajności i sprawności operacyjnej Auchan Retail planuje reorganizację we Francji. Projekt zakłada zwolnienie 517 pracowników. W sumie zlikwidowanych zostanie 677 miejsc pracy, a powstanie 135 nowych.

Równowaga finansowa

Sieć chce też odzyskać swobodę finansową. Władze firmy Auchan Retail podkreślają, że firma

"wdraża strategię inwestycyjną, aby skoncentrować swoje wysiłki na priorytetowych oczekiwaniach klientów. Podjęte działania mają na celu przywrócenie równowagi finansowej i osiągnięcie głębokiej odmiany do 2022 r., przy docelowej EBITDA wynoszącej 6 proc. Jednocześnie firma będzie nadal obniżać koszty operacyjne. Długofalowym celem jest osiągnięcie 1,1 miliarda euro oszczędności."

- Auchan 2022 to ambitny projekt realizowany z silnym pragnieniem dobrej jakości jego wykonania. Jestem przekonany, że nasza firma może umocnić w handlu detalicznym XXI wieku - podkreślił Edgard Bonte, prezes Auchan Retail.

KLIKNIJ I PRZECZYTAJ TAKŻE:

[Otwarcie roku. Auchan Lifestore w Luksemburgu](#)

[Auchan rozwija lifestore, czyli nowy koncept hipermarketu \[ZDJĘCIA / VIDEO\]](#)

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/auchan-2022-siec-ma-nowa-strategie-dla-oferty-skle,60066>