

Eurocash szuka nowych rozwiązań dla franczyzy

data aktualizacji: 2016.09.09



Eurocash pracuje nad kolejnymi konceptami sklepów, które będą mogli rozwijać franczyzobiorcy. Dzięki czemu będą oni mogli efektywniej konkurować z największymi sieciami handlowymi na rynku. W ramach sieci Abc oprócz bazowej wersji sklepu osiedlowego, została uruchomiona miejska placówka typu convenience, a już wkrótce grupa zaoferuje koncept handlowy dedykowany dla sklepów z alkoholem.

Doskonałym przykładem tego jak Grupa Eurocash szuka nowych rozwiązań dla swoich franczyzobiorców jest przykład sklepu Abc on the way przy ul. Senatorskiej w Warszawie. - Ta placówka to dla nas „laboratorium”, swego rodzaju centrum badań i rozwoju. Chcemy jak najlepiej dopracować koncept „city”, zanim tę formę wsparcia marketingowego zaoferujemy wszystkim

naszym klientom – niezależnym polskim handlowcom – mówi **Łukasz Chady, dyrektor Sieci Sklepów Abc.**

- Wspólnie z właścicielem sklepu będziemy sprawdzać, co działa, a co nie działa i co należy poprawić. Niezwykle istotna jest typowo turystyczna lokalizacja tego sklepu. To przełożyło się na to, w jaki sposób skonstruowany został asortyment sklepu. Oferuje on nie tylko rozbudowane bistro z kawą i przekąskami, czy asortyment produktów convenience, ale także regał z pamiątkami z Warszawy. Warto podkreślić, że według naszej filozofii, to niezależny właściciel sklepu najlepiej zna swoje otoczenie rynkowe i potrzeby swoich klientów. Jako Eurocash jedynie pomagamy i podsuwamy dodatkowe rozwiązania – podkreśla Łukasz Chady.

Jak wyjaśnia przedstawiciel Grupy Eurocash klienci z Warszawy już od pewnego czasu zgłaszali, że chętnie przystąpiliby do sieci Abc. Jednak obecna oferta sieci nie jest wystarczająco dostosowana do dużych aglomeracji miejskich, takich jak Warszawa, Kraków, Poznań, Wrocław czy Gdańsk.

- W ostatnim czasie znacznie wzrosła liczba zapytań dotyczących rozwiązań dla sklepów działających na terenie dużych miast, zdecydowaliśmy się na przetestowanie nowego konceptu „city” dla sklepów abc, który sprawdziłby się w tego typu lokalizacjach. Abc on the way przy Senatorskiej w Warszawie jest pierwszym sklepem w tej nowej formule. W ramach tego projektu dużo szerzej podchodzimy do gastronomii, niż dotychczas w ramach Abc Mini Bistro. Dotychczasowe rozwiązania doskonale przyjęły się w mniejszych miejscowościach, jednak dla dużych miast są już niewystarczające. Dlatego musieliśmy pójść dużo dalej i uruchomiliśmy sklep abc w miejskim koncepcie convenience, który znacznie mocniej uwzględnia gastronomię, oferując nowy, bardzo ciekawy koncept bistro – tłumaczy szef Sieci Sklepów Abc.

Oczywiście inny niż w tradycyjnym sklepie Abc będzie asortyment. Przykładowo, regały chłodnicze będą w większym stopniu wypełniane **produktami typu convenience** – ready to eat i ready to drink, a także wieloma innymi wyrobami, które można spożyć na miejscu lub po wyjściu ze sklepu. Być może w sklepie pojawi się także lada chłodnicza z krojonymi wędlinami i serami. Taką sugestią zgłosili konsumenci, którzy mieszkają w okolicy sklepu.

- Podejmiemy próbę połączenia sklepu spożywczego z miejskim **sklepem typu convenience**. Nowy koncept będzie testowany w pięciu lokalizacjach, w największych miastach w całym kraju, tak aby wspólnie z naszymi klientami wypracować dla nich najlepsze rozwiązania. Do końca roku chcemy mieć dopracowany miejski koncept sklepu Abc – mówi Łukasz Chady.

Jak zapewniają przedstawiciele grupy projekt będzie ewoluować i zmieniać się, ale firma chce mieć gotowy fundament pod dalszy rozwój tego konceptu, jednocześnie będą powstawać kolejne rozwiązania dla nowych grup klientów.

- W ramach sieci Abc będziemy mieć koncept bazowy (rozwijany dotychczas – red.) i koncept city, a planujemy ponadto jeszcze stworzyć sklep, który połączy funkcje sklepu spożywczego ze sklepem z alkoholami. Ten ostatni koncept jest także odpowiedzią na potrzeby naszych klientów – tłumaczy Chady.

- Na rynku działa wiele placówek handlowych do 40 mkw. Samodzielnie nie są w stanie przetrwać na rynku. Nie mogą także przy tej wielkości efektywnie działać jako sklepy spożywcze, a tym samym muszą się wyspecjalizować, np. idąc bardziej w handel alkoholem, zamieniając się w sklepy piekarnicze, czy mięsne. Z drugiej strony jest wiele sklepów, które już teraz specjalizują się w sprzedaży alkoholu i nie chcą zmieniać swojego profilu, a jednocześnie chętnie działałyby w ramach sieci – pod wspólną marką i konceptem marketingowym, a jednocześnie zachowując niezależność. Są także sklepy z alkoholem, które już działają w ramach sieci abc, ale nie chcą wprowadzać pełnej

wizualizacji charakterystycznej dla sieci, ponieważ chcą zachować obecną tożsamość - wyjaśnia przedstawiciel sieci Abc.

- Dlatego zamierzamy stworzyć koncept sklepu abc wyspecjalizowanego w sprzedaży alkoholi, który nie tylko obejmie sklepy alkoholowe, ale także da możliwość wyspecjalizowania się innym małym sklepom w sprzedaży tego rodzaju asortymentu. Presja ze strony dyskontów jest tak duża, że specjalizacja to jedna z możliwości przetrwania dla mniejszych sklepów - podkreśla Łukasz Chady.

Pierwsza placówka Abc Alko powinna pojawić się na rynku na początku przyszłego roku. Firma chce uruchomić ok. 5 placówek testowych dla tego konceptu, które pozwolą jej wspólnie z klientami wypracować docelowe rozwiązania.

- Już wkrótce będziemy zatem w stanie zaoferować klientom trzy różne koncepty w ramach sieci Abc (sklep spożywczy, miejski sklep convenience i sklep alkoholowy,). Nasi klienci - niezależni polscy przedsiębiorcy będą mieć zatem jeszcze większy wybór, jeśli chodzi o współpracę z Grupą Eurocash. To oni decydują o tym, który format jest dla nich najbardziej odpowiedni. My natomiast chcemy dać im narzędzia, gotowe rozwiązania w każdym z tych formatów. Liczymy, że przyczyni się to do dalszego dynamicznego rozwoju sieci. W interesie naszych klientów jest, by sieć zwiększała swoją siłę - tylko w ten sposób wspólnie jesteśmy w stanie przeciwstawić się dominującej pozycji dyskontów - podsumowuje dyrektor Sieci Sklepów Abc.



Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/eurocash-szuka-nowych-rozwiazan-dla-franczyzy,8612>