

Best Market, retailerul independent pentru care profitul nu este o misiune imposibilă

26 Aug 2019 | de Alina Stan



[1]



[2]



[3]



[4]



[5]



[6]



[7]



[8]



[9]

Andrei Sandu a lansat în urmă cu nouă ani rețeaua de supermarketuri Best Market, primele locații fiind deschise în Capitală. Decizia de a se extinde în Dâmbovița a reprezentat un pariu câștigător și o gură de oxigen dincolo de o piață sufocată de competiția rețelilor internaționale, așa cum este în prezent Bucureștiul.

Experiența lui Andrei Sandu în retailul alimentar datează din anul 2003, când a făcut parte din echipa GFS, companie care controla, printre altele, rețeaua de magazine Univers'All și care a intrat în faliment în anul 2006. Ulterior, în 2010, lansa pe piață brandul Best Market, deschizând în primă fază cinci unități comerciale în București, poziționate pe segmentul de proximitate. Însă debutul pe piața de retail din Capitală nu a fost lipsit de provocări.

„În momentul în care am deschis magazinele, piața nu își revenise încă din criza financiară. Foarte mulți furnizori aveau probleme începând de la livrări, până la lipsa de încredere față de un client nou în piață. După 2008-2009 termenele de plată către furnizori erau foarte strânse. Iar în momentul în care deschizi o rețea nouă și vii din start cu 5 locații, aportul financiar trebuie să fie foarte mare pentru a putea susține atât investiția în locație, cât și partea de investiție în stocurile de marfă. Am pornit cu fonduri proprii, nu am avut linii de credit. Am crescut frumos și ne-am uitat la profitabilitatea fiecărei locații în parte. Am investit treptat, un magazin l-a crescut pe celălalt și după primii doi ani de zile, am ajuns la o capitalizare care ne-a permis să deschidem noi locații”, a explicat Andrei Sandu.

O strategie pe care retailerul a mizat la început și care funcționează și în prezent constă în orientarea către produse de calitate, la un preț accesibil, ceea ce permite Best Market să beneficieze de un rulaj foarte bun. „Nu am început cu un concept bine definit, ci m-am adaptat fiecărei locații în parte. În locația din strada Mărgeanului, spre exemplu, noi și farmaciile suntem singurii care emit bon fiscal. Fiecare zonă are specificul ei și am fost nevoiți să creionăm un tip de magazin aferent

fiecărei locații”, mai spune proprietarul rețelei.

Un moment important în evoluția companiei conduse de Andrei Sandu l-a reprezentat achiziția, în decembrie 2017, a celor opt magazine Livorno din județul Dâmbovița. Odată cu această preluare Best Market ajungea la 13 magazine în București și Dâmbovița – un județ care a adus practic o gură de oxigen pentru retailerul independent, în contextul în care Bucureștiul se transformase în ultimul timp într-un adevărat „câmp de luptă” pe fondul competiției cu rețelele internaționale. Proprietarul rețelei Best Market a resimțit din plin această presiune când, în 2013, a pierdut două magazine situate în sectorul 5 al Capitalei, după ce proprietarul spațiilor comerciale a decis să nu îi mai prelungească contractul de închiriere și să le cedeze către Mega Image. „Atunci am fost puși în situația de a reloca și am redeschis aceste magazine în 2014 și 2015, tot în București”, a precizat Andrei Sandu.

O locație nouă și o direcție bine definită

În luna aprilie 2019, retailerul independent a deschis un magazin în comuna Gura Ocniței, din județul Dâmbovița, cu o suprafață totală de 460 mp, dintre care spațiul de vânzare ocupă 380 mp. Aceasta este prima locație deschisă sub noul format prin care comerciantul urmărește o uniformizare a conceptului.

„Am simțit nevoia să avem un portofoliu unitar. Dacă vorbim de magazinele mici, de 100-140 mp, sunt anumite grupe de articole pe care nu le-am putut expune în magazin și aici mă refer la produse de nișă gen jucării, zona de menaj sau o gamă mai bogată pe partea de non-food. Atunci, pentru acele locații am mers foarte mult pe zona de proximitate oferindu-i clientului strictul necesar”, a punctat proprietarul Best Market.

Locația din Gura Ocniței este prima din rețea în care comerciantul a extins zona de non-food, în special categoria produselor de menaj. Totodată, zona de fresh ocupă un loc mai important în sortimentatie, aprovizionarea, în special pe segmentul legume-fructe, realizându-se zilnic. „Culmea ironiei este că vindem foarte mult pe partea de legume și fructe în magazine amplasate în localități sau comune care au o tradiție pe această zonă. Lucrăm cu peste 40 de producători locali. Sunt producători din Lungulețu de la care luăm cartofi sau varză, din zona Băleni ne aprovizionăm cu roșii, vinete și ardei, iar din Voinești luăm mere”, a declarat Andrei Sandu.

Zilnic, magazinul din Gura Ocnitei atrage în medie între 500 și 550 de clienți, iar acest număr este în creștere, spune proprietarul Best Market. De asemenea, valoarea medie a bonului este de 72,5 lei, dublu față de unele magazine din rețea localizate în Capitală. Și da, valoare este mult peste media din retailul independent, însă locația are avantajul de a fi privită de clienți ca „hypermarketul comunei”.

„În cazul unui magazin din București pot spune că avem un trafic de 1.500 de clienți pe zi. În Dâmbovița acest număr este mai mic, însă există diferențe la nivelul valorii coșului de cumpărături. În București, media bonului este undeva la 25-30 de lei. Chiar dacă ai un număr mai mare de clienți acest indicator poate fi înșelător întrucât ei pot intra doar pentru o sticlă de apă sau un pachet de țigări”, a adăugat administratorul rețelei.

Extindere, dar pas cu pas

Pentru acest an retailerul are în plan extinderea cu o nouă locație, pe care o va inaugura în perioada august-septembrie. „Vom ajunge astfel la 15 magazine. În momentul de față avem terenuri achiziționate în Dâmbovița, însă nu dispunem de puterea financiară pentru o expansiune mai agresivă. Vrem să păstrăm un echilibru între banii pe care putem să îi investim și achizițiile directe”, a spus Andrei Sandu.

Proprietarul Best Market a mai subliniat păstrarea a importanței segmentului de produse fresh, unul din principalii factori de diferențiere versus competiție. „În două locații din Dâmbovița carmangeria joacă un rol important. Avem măcelari, tranșatori, respectiv preparate din carne pe care le realizăm noi. Nu comercializăm produsele sub un brand anume, însă avem în plan să intrăm în acest an și pe marcă proprie. La fel intenționăm și pe segmentul produselor fresh, însă este un proiect la care încă lucrăm”, a detaliat Andrei Sandu. Întrebat despre amenințarea competiției în strategia de dezvoltare a companiei, administratorul Best Market a afirmat că, în mod paradoxal, există magazine, în special în județul Dâmbovița, unde prezența multinaționalelor a avut un impact pozitiv asupra vânzărilor magazinelor din rețea.

„Avem clienții noștri fideli și nu avem probleme. În Dâmbovița, în patru locații din nouă avem Profi ca și competitor. Nu vreau să pară o aroganță, dar pe noi ne bucură concurența. Avem o dinamică de achiziții și de preț de vânzare mult mai bună decât cea a rețelelor internaționale”, a detaliat Andrei Sandu.

În ceea ce privește scenariile de business cu care lucrează pentru acest an, proprietarul Best Market se declară optimist și estimează o creștere de 40% a vânzărilor pe fondul remodelării magazinelor sub noul format. Anul trecut, cele două companii sub care sunt raportate rezultatele financiare – Livorno Store (pentru magazinele din județul Dâmbovița) și Green Food Market (pentru locațiile din București) – au înregistrat o cifră de afaceri cumulată de 68,2 milioane de lei. La nivel de profitabilitate, Livorno Store a raportat un profit net de cinci ori mai mare față de Green Food Market, respectiv 1,07 milioane de lei.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articole/best-market-retailerul-independent-pentru-care-profitul-nu-este-o-misiune-imposibila>

Legături

- [1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/235-mag-lun-best-market-02.jpg>
- [2] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/235-mag-lun-best-market-06.jpg>
- [3] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/235-mag-lun-best-market-01.jpg>
- [4] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/235-mag-lun-best-market-04.jpg>
- [5] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/235-mag-lun-best-market-03.jpg>
- [6] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/235-mag-lun-best-market-07.jpg>
- [7] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/235-mag-lun-best-market-08.jpg>
- [8] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/235-mag-lun-best-market-05.jpg>
- [9] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/235-mag-lun-best-market-09.jpg>