

Facelift la magazinul cash&carry tradițional

26 Jan 2022 | de Alina Dragomir



[1]



[2]



[3]



[4]



[5]



[6]



[7]

Deși piața locală este descrisă tot mai des drept un câmp deschis de luptă, în care o parte importantă dintre jucători încearcă să supraviețuiască, există și retaileri care aleg să identifice oportunitățile din piață și pariază pe dezvoltare. În această categorie se încadrează și CBA Nord-Vest, retailer care a investit peste două milioane de euro în deschiderea celui de-al patrulea cash&carry din rețea prin care face pasul spre generația nouă de magazine.

Sunt deja câțiva ani buni de când retailerii internaționali au pus pe hold investițiile în expansiune în canalul cash&carry, o decizie deloc

surprinzătoare dacă avem în minte cotele de piață în scădere pentru retailul independent. Cu toate acestea, potențial există, iar CBA Nord-Vest, jucător cu istorie pe acest segment de vânzare, a ales să fructifice această oportunitate. „Primul magazin CBA C+C a fost deschis în 2013. Acum, la 8 ani de la acea inaugurare, operăm patru unități cash&carry, cea mai recentă deschidere fiind în luna octombrie, în Cluj-Napoca”, spune Leber Laszlo, Director de Vânzări CBA Nord-Vest.

Decizia de extindere era însă pe listă de ceva vreme și a venit ca o completare firească a businessului. „Din 2010, epicentrul businessului nostru este în Satu Mare, unde, pe lângă un magazin cash&carry, avem și un centru logistic cu o suprafață de depozitare de 6.500 de metri pătrați. Cu timpul, ne-am extins și în zona de vest a țării, prin deschiderile de magazine cash&carry din Arad și Oradea, iar orașul Cluj-Napoca era pe radarul nostru pentru că prin poziția geografică, noua locație va facilita accesul consumatorilor clujeni, precum și al partenerilor din centrul țării la mărfurile comercializate de către CBA, răspunzând astfel solicitărilor pe care le-am înregistrat în ultimii ani. Astfel, putem să ne lărgim aria de desfacere în județul Cluj, precum și în județele limitrofe”, mai punctează reprezentantul CBA C+C.

Concept adaptat 100% profilului de cumpărător

Chiar dacă vorbim despre un magazin cash&carry, antreprenorul din spatele businessului CBA Nord-Vest a ales să regândească formatul clasic și să adapteze conceptul la profilul de cumpărător. „Orașul Cluj-Napoca este cel mai important oraș după Capitală și, deloc surprinzător, nu a atras doar atenția noastră, ci și a jucătorilor internaționali. Drept urmare, am gândit un spațiu mai modern, care să răspundă nevoilor cumpărătorilor noștri. Dincolo de design și sortimentație, unde am încercat să venim cu un upgrade, am înțeles orientarea spre protejarea mediului și avem două stații de încărcare pentru mașini electrice”, adaugă Laszlo.

Iar nevoile cumpărătorilor au cântărit mult în dezvoltarea conceptului pentru că, deși la origini vorbim despre un magazin cash&carry, CBA C+C se adresează și cumpărătorilor persoane fizice. „Fiind un oraș atipic, încă de la început am targetat atragerea unui număr mai mare de cumpărători finali. Revânzătorii rămân clar pe lista noastră de interes și un segment extrem de important dacă ne gândim la evoluțiile din celelalte magazine pe care le operăm, însă primele rezultate ne arată că am reușit să trezim interesul clujenilor”, susține executivul.

Astfel, dacă ne raportăm la bilanțul primei luni de funcționare, magazinul reușește să atragă zilnic peste 700 de clienți, marea lor majoritate fiind persoane fizice. „În această locație avem cel mai mare număr de persoane fizice. Este o politică asumată, din luna ianuarie urmează să pornim promovarea spre segmentul de retaileri”, adaugă Leber Laszlo.

Ce s-a schimbat la capitolul sortimentație

Cu o suprafață de vânzare de 1.200 de metri pătrați, sortimentația CBA C+C Cluj-Napoca a fost construită pornind de la rețeta deja testată, punând la dispoziția clienților circa 7.000 de produse, 70% dintre ele fiind din zona alimentelor. Spre deosebire de celelalte unități, magazinul include o zonă de legume și fructe, plus un spațiu extrem de generos pentru produsele cu temperatură controlată. „Este pentru prima dată când am luat decizia de a lista legume și fructe și, din nou, balanța a fost înclinată de profilul cumpărătorului. Există un potențial foarte mare pe această categorie și pe segmentul de revânzători, însă nu suntem încă la acel nivel. Suntem adepții teoriei pașilor mărunți și prin listarea acestei categorii am făcut primul pas. Cât despre zona de produse cu temperatură controlată, vitrinele pentru produse refrigerate măsoară 30 de metri liniari, cele pentru produse congelate 25 de metri liniari, iar vitrina asistată 15 metri liniari”, spune Leber Laszlo.

Tot la capitolul sortimentație merită menționat faptul că a fost acordată o atenție deosebită categoriei de băuturi, fiind amenajat un raion dedicat cu peste 250 de SKU-uri listate din toate categoriile, dar și un focus mai mare pentru produsele premium. În plus, în urma experienței pozitive avute în magazinul din Satu Mare, CBA C+C Cluj-Napoca integrează și un spațiu fast food.

Atuuri în lupta pentru viitor

Cu o experiență de circa 20 de ani pe piața locală de retail, CBA Nord-Vest este unul dintre jucătorii cu notorietate, operând pe lângă cele patru magazine cash&carry și programele de franciză CBA și Privat. „Avem în jur de 130 de parteneri, număr relativ constant prin comparație cu anul trecut. Această deschidere ne ajută însă la întărirea brandului și cresc șansele de a mări numărul de francizați. Dacă până la deschiderea magazinului aveam doar 60 de clienți deserviți în mare parte doar prin distribuție, în momentul de față am depășit pragul de 150, iar ținta este să ajungem la 400-500 în următorii doi ani”, spune

reprezentantul retailerului.

Prin ce se diferențiază CBA C+C de restul jucătorilor și cum arată strategia de fidelizare? „Am vrut ca produsele cu rulaje să aibă o expunere mai bună și în această zonă intră și produsele marcă proprie. Avem în portofoliu 600 de SKU-uri proprii și notorietatea acestora a crescut de la un an la altul, lucru care se reflectă și în vânzări. Altfel, strategia noastră nu este complicată. Avem deja experiență în piața de retail, reușim să oferim diversitate prin sortimentatie prin importurile directe și produsele marcă proprie, calitate la nivel de servicii și un preț corect. Nu ne-am dorit niciodată să intrăm într-un război al prețurilor, însă nu de puține ori competitorii noștri aleg să opereze cu marje mai mari, ceea ce ne ajută să avem prețuri competitive”, explică Leber Laszlo.

Dacă vorbim despre rezultate, compania va încheia anul acesta cu un plus de 10% fără să luăm în calcul vânzările din Cluj, deși primele luni nu promiteau prea mult. „Pentru 2021, ponderea magazinelor CBA C+C este de circa 60% din cifra de afaceri, iar pentru anul viitor estimez că vom ajunge la 63-65%, creștere susținută de deschiderea din Cluj. Însă pentru anul viitor ne-am propus să dezvoltăm și divizia de trading, de aceea vorbim despre o creștere de câteva puncte procentuale”, mai spune managerul.

Cât despre așteptări, în ciuda amenințărilor externe, precum prețurile la energie care atrag după sine majorări de prețuri și problemele la transporturi care pot bulversa piața, retailerul este optimist și estimează că va continua să fie pe plus cu fiecare canal de vânzare (magazine cash&carry, distribuție și trading). „Vom continua să investim în business pentru că suntem de părere că mai e loc de creștere. Avem în proiect construcția unei depozit nou de 5.000 de metri pătrați la Satu Mare și extinderea rețelei nu se oprește aici. Vom rămâne însă la regiunea care ne-a consacrat”, concluzionează Leber Laszlo.

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articole/facelift-la-magazinul->

cashcarry-traditional

Legături

- [1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/264-mag-lunii-01.jpg>
- [2] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/264-mag-lunii-02.jpg>
- [3] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/264-mag-lunii-03.jpg>
- [4] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/264-mag-lunii-04.jpg>
- [5] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/264-mag-lunii-05.jpg>
- [6] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/264-mag-lunii-06.jpg>
- [7] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/resources/galleries/264-mag-lunii-07.jpg>