

What's up?

Benchmarking Lojas especializadas em alta

Apesar das grandes redes, de grandes lojas de venda em massa (como os supercenters e lojas de departamento), as lojas especializadas vêm vencendo este desafio e crescendo com um foco concentrado em uma sempre melhor e mais próxima relação com o consumidor final.

Estas são as dez principais redes de lojas especializadas dos Estados Unidos, de acordo com pesquisa realizada pela TSYS.

Empresa	Sede	Vendas (US\$ milhões)	Número de lojas	Lucro (US\$ milhões)	Especializada em
Best Buy	Minneapolis	20.946	1.890	99	Eletroelet.
Gap	S. Francisco	14.454	4.353	477	Confecção
Staples	Framingham	11.596	1.500	446	Mat. Escrit.
Office Depot	Delray	11.356	1.038	310	Mat. Escrit.
Toys "R" Us	Paramus	11.305	1.595	229	Brinquedos
Circuit City	Richmond	9.953	611	106	Eletroelet.
Barnes & Noble	New York	5.269	2.117	99	Livraria
CompUSA	Dallas	5.100	225	-	Computadores

Quer mais detalhes? Acesse www.stores.org

Antes prevenir...

A conhecida rede canadense Loblaw se preparou no ano passado para uma possível forte expansão do Wal-Mart no país. Na tentativa de diminuir as diferenças entre as redes, fez as seguintes mudanças: reduziu os preços de venda e aumentou a linha de não-alimentos. A rede Wal-Mart ainda não declarou sua política para o Canadá, mas... Antes prevenir que remediar.

Perecível é o caminho

Novo formato de loja foi inaugurado pela Shaw's em Boston, para continuar seu esforço de se diferenciar em um mercado crescentemente competitivo. Além de seus formatos – supermercado, superloja suburbana, rural e hispânica –, denominou este novo formato de "market fresh". São 3.600 metros

quadrados de área de vendas, com as seguintes características:

Foco: perecíveis e pratos prontos (HMS)

Investimento: US\$ 8 milhões

Número de itens: 40 mil

Check-outs: 21 (sendo 4 self check-outs)

Público estimado: 200 mil pessoas por mês

Horário de funcionamento: das 6 às 24 horas

Seções especiais: Todas de perecíveis; Produtos orgânicos e naturais; Loja de vinhos; Padaria, produção local; Departamento de sushi; Pratos prontos (o forte da loja); Pedidos à la carte; Importados (shop the world); e Restaurante e café.

Você sabia que...

O lápis é o objeto mais utilizado no mundo? O Brasil é o maior produtor (mais de 1 bilhão de unidades por ano saem da fábrica da Faber Castell em São Carlos-SP) e os maiores consumidores são os norte-americanos (2,5 bilhões de lápis por ano).

Frase a ponderar

"Não são os grandes planos que dão certo, mas sim os pequenos detalhes."
(autor desconhecido)

Por Antonio Carlos Ascar – Visite nosso site:
www.ascarassociados.com.br e-mail: aascar@uol.com.br

Fontes: Revistas LSA, Supermarket News, Distribuição Hoje, Progressive Grocer, Elsevier, Chain Store Guide, Food Chain 'sia, Speaks, Asian Retail Trade.