

Benchmarking Redes, perfil e história

Ela ainda não é uma grande varejista de alimentação, mas brevemente será. Estou falando da nossa terceira rede pesquisada, a Family Dollar, um discounter da Carolina do Norte, EUA, que com 50 anos de vida opera hoje 6.571 lojas em 44 estados americanos, com vendas de 7 bilhões de dólares. As lojas têm em média 700 m² de área total. Portanto, são pequenas e

despojadas, vendendo itens de casa, roupas, sazonais, pessoais, para escritório e barganhas pesquisadas. Sua estratégia para o momento é desenvolver a venda de alimentos com mais itens e suporte logístico para tal. A razão do seu sucesso está na visão de seu fundador, Leon Levine, em focar o consumidor de baixa renda em sua busca por "valor" (relação preço/benefício) e por conveniência.

História de sucesso

1959 - Leon Levine, filho de imigrante russo, abre sua primeira loja em Charlotte, N.C.

1961 - A segunda loja é inaugurada no estado da Carolina do Sul

1967 - Já opera 27 lojas em quatro estados

1971 - Abre sua centésima loja

1978 - Suas vendas anuais ultrapassam 100 milhões de dólares, com 300 lojas

1993 - Agora, as vendas chegam a 1 bilhão de dólares, com 2.000 lojas

1998 - Leon preside o Conselho e seu filho Howard Levine é o novo C.E.O.

2003 - Abre a loja de número 5.000 e as vendas ultrapassam 5 bilhões de dólares

2007 - Lojas renovadas e acrescidas de congeladores

2008 - Crescem com a venda de alimentos em 6.571 lojas e o faturamento chega a 7 bilhões de dólares

2009 - A empresa completa 50 anos.

Fonte SM 18 may 09

Champion com novo nome

A rede francesa de supermercados do Carrefour está mudando de nome. As lojas estão sendo rebatizadas de Carrefour Market.

Até o fim deste ano essas mudanças devem terminar. No Brasil os supermercados do Grupo usam a bandeira Carrefour Bairro. (Elsevier)



Frases a ponderar

"Se queres viver muito, guardas um pouco de vinho velho e um velho amigo." (Pitágoras)

Por Antonio Carlos Ascar

email:aascar@uol.com.br
www.ascarassociados.com.br



Diferenciação é moda



Winn-Dixie, décima primeira rede americana, com sede na Flórida, também cresce com suas lojas diferenciadas (upgrade) e especiais. A assinatura do novo modelo é "Fresh Checked Everyday", que significa, num sentido amplo, loja remodelada, modernizada, atualizada, customizada, enfim, com inúmeros "ados". Já são 51 lojas, que cresceram nas seções de padaria, floricultura, vinho, rotisserie, farmácia e, principalmente, em produtos naturais e orgânicos. A decoração é mais sofisticada neste modelo, que busca sair da mesmice dos supermercados convencionais ou tradicionais para encontrar nichos mais rentáveis. Em tempo: a rede opera 520 lojas e tem vendas anuais superiores a 24 bilhões de dólares.



*



Você sabia que...

... No Líbano os livros são lidos de trás para frente? É por isso que Aghata Christie não vende nada por lá. (Eugenio Mohallem)