



## Benchmarking - Nosso negócio é...

...A busca incessante por **mais Vendas e menos Despesas.**

O terceiro componente, a Margem Bruta, é consequência ou causa desses dois.

- Se reduzo as despesas, posso ser mais competitivo, com mar-

gens menores e, com isso, buscar mais vendas.

- Num esforço de marketing e com redução das margens, posso aumentar vendas.

- Com despesas menores, posso buscar diferenciais competi-

vos em preços ou serviços.

Enfim, esta é uma frase que poderia estar em todas as mesas de seus colaboradores:

"O que você está fazendo vai ajudar a Vender mais ou a reduzir Despesas?" AC Ascar

## Carrefour reinventando o Carrefour

O hipermercado clássico, como o conhecemos desde 1963 na França e desde 1970 no Brasil, está com os dias contados.

O grupo francês Carrefour acredita nisso e já inaugurou seu novo conceito de hipermercado, com duas lojas experimentais em Lyon, na França.

Além de preços e ótimos perecíveis, quer proporcionar nova experiência de compras aos seus clientes, com conforto, amizade e divertimento.

O novo formato conta com nove zonas de atração: alimentos, congelados, orgânicos, bebê, moda, beleza, casa, entretenimento e eventos.

As "zonas de atração" lembram a antiga ideia de "universos", porém mais extremada, sofisticada e numa atmosfera colorida e festiva.

Vai à França?

Não deixe de ir a Lyon conhecer essa reinvenção do híper.

## ESPAÑA FILOSOFANDO

A crise ainda está viva e principalmente viva na Europa.

Na Espanha, uma discussão a respeito do tema trouxe as seguintes reflexões sobre o momento varejista:

- O presente e o futuro serão de consumidores exigentes.

- Proximidade e Desconto são as variáveis mais importantes.

- Preço, no entanto, é a variável dominante.

- Excesso de ofertas e preços baixos de todos acabarão com as diferenciações.

- Os que oferecerem qualidade e confiança serão os vencedores.

Todos concordam com essa máxima, que

não é nova: **No futuro, nada será como antes.**



## Frases a ponderar

Se você vai fazer alguma coisa errada, pelo menos aproveite. Provérbio iídiche (deve ser coisa do Gerson)

## DIA % MUDANDO NA ESPANHA

Supermercado de Desconto, Loja de Sortimento Limitado ou Hard Discount. Qualquer que seja o nome do formato, ele tem sido um sucesso no país.

A rede Dia % foi criada na Espanha em 1979 pelo Grupo Promodes e hoje pertence ao Grupo Carrefour. É operada de forma independente em todos os países em que está.

Fala-se em vendas, na Espanha, de 4,2 bilhões de euros, com cerca de 2,8 mil lojas.

Como hoje há uma tendência para as lojas de proximidade (urban stores), eles estão convertendo essas lojas, apesar do seu sucesso, para os formatos Dia Market e Dia Maxi. Já estão operando mais de 1.000 lojas com essas duas novas bandeiras.



## Você sabia que...

...Um grupo organizado pela Abras estará viajando ao Food Marketing Institute, a feira supermercadista americana, em maio próximo? Iremos a Dallas e a extensão será na maravilhosa Vancouver, no Canadá. Programe-se, que valerá a pena.

Neste mês estou por lá, selecionando lojas a serem visitadas e planejando tudo para vocês. Entrem no [www.portalabras.com.br](http://www.portalabras.com.br) e saibam mais sobre a viagem.