



## Benchmarking: Nova filosofia "Customer First"

A rede supermercadista americana Kroger, a segunda do país e a sexta do mundo, começa a redefinir o seu negócio. Seu presidente, David Dillon, diz que "estamos num novo mercado. Não é mais o de lojas de alimentação. É muito mais amplo, e ainda sem nome. O princípio é que não procuramos ter o que é bom para o ramo de supermercado, mas, tudo o que é bom para nossos clientes. Com isso, o tamanho do nosso mercado cresce consideravelmente. A verdade é que sendo bom para eles também o será para nós."

Este é o novo caminho "Customer First".

E, os quatro pilares, os focos do programa são:

### Preço, Produto, Gente e Experiência de compra.

Vamos aguardar para ter mais informações sobre o assunto. O tamanho da rede?

São 2.435 lojas nos Estados Unidos (e só lá) com 339.000 funcionários e vendas em 2011 de 90,4 bilhões de dólares.

E vejam que novidade: 90% das vendas são feitas por clientes portadores de cartão fidelidade da rede.

Essas são algumas de suas diversas bandeiras: Ralph's, Food 4less, Kroger, QFC, Fred Meyer, Fry's e King Soopers. Ao todo são 28 bandeiras por todo o país.



## Você quer seus funcionários MOTIVADOS?



Os profissionais varejistas espanhóis valorizam mais as empresas que lhes permitem ter um melhor equilíbrio entre a vida profissional e a pessoal. Isto apareceu em estudo feito pela empresa Compensa RH que listou os mais importantes programas que contribuem para isto e geram maior satisfação no trabalho.

- Formação e Desenvolvimento
- Programa de reconhecimento profissional
- Trabalho a distância
- Dias adicionais nas férias
- Horário de trabalho flexível
- Atividades vinculadas à saúde
- Condições especiais para a compra de produtos

Fonte: DA Retail jan-fev 2012

## Frases a ponderar

Para quem acredita, nenhuma palavra é necessária;  
para quem não acredita, nenhuma palavra é possível.

S. Ignácio de Loyola

## Receita de SUCESSO

O sucesso de um supermercado pode ser medido por situações:

### Prazer ao entrar

uma expectativa de boas compras.

### Prazer durante

loja agradável, limpa e alegre.

### Prazer ao sair

poder pagar e sair rapidamente.



## Você sabia que...

...é preciso aumentar o prazer da compra e diminuir o desprazer nos caixas dos supermercados?