

Benchmarking MULTICANAL É A ROTINA

Um estudo do The Hartman Grupo mostrou a importância dos diversos motivos de compra nos diferentes formatos americanos de lojas de alimentação. Ele dá uma boa ideia sobre as propostas dessas lojas.

● Compras do mês (estocagem) são feitas nos supers, hipers e nos cubes.

● Para comprar o que está faltando (completar) qualquer formato serve.

● Nas compras ocasionais os mais procurados são os supers e hipers.

● E para consumir em seguida a compra usam as drogarias e dollar stores.

Objetivo de compra	Supermercado(%)	Dollar Store(%)	Clube Atacad. (%)	Hipermercado(%)	Drogaria
Estocar	47	23	50	42	29
Completar	25	23	23	21	21
Ocasional	12	8	8	14	6
Consumo imediato	11	21	8	7	24

Como veem, os supermercados são ótimos para a compra mensal e semanal e ainda bons para a ocasional, sendo mais fracos para a compra de consumo imediato.

Fonte: Progressive Grocer 2012

Marcas mais valiosas



As mais valiosas

Valor em bilhões (US\$)

1	Apple	182,9
2	IBM	115,9
3	Google	107,8
4	McDonald's	95,2
5	Microsoft	76,6
6	Coca-Cola	74,2
7	Marlboro	73,6
8	AT&T	68,8
9	Verizon	49,1
10	China Mobile	47,0

Estudo da consultoria Millward Brown mostra as dez marcas mais valiosas do mundo.

Observem que sete são de empresas de tecnologia, duas de produtos de consumo e uma de *food service*.

A primeira empresa brasileira a aparecer é a Petrobras, mas em 75º lugar.

Gente, não tem nenhuma rede de supermercado!

Metro City

No começo do ano, o grupo alemão Metro abriu sua primeira loja Metro City em Madri.

É mais uma rede procurando operar lojas menores. São 1.600 m² de área de vendas operando 5.500 itens, sendo 500 de não alimentos, com um investimento de 22 milhões de euros. É um atacado em pequenas dimensões focado em clientes "horeca" (hotéis, restaurantes e catering) e em pequenos varejistas. O formato da loja se aproxima da bem-sucedida rede americana Smart&Final.

AUCHAN EM 2012

Suas vendas cresceram 5,8% sobre 2011, chegando a 46,9 bilhões de euros. Na contramão, os lucros caíram 16,1%, fechando em 719 milhões de dólares, representando 1,53% sobre suas vendas. Neste grupo francês, 57% das vendas são domésticas, sendo 43% de outros países onde opera. A notícia importante é que seu presidente acredita que 2013 poderá ser tão ruim quanto 2012.

Frases a ponderar

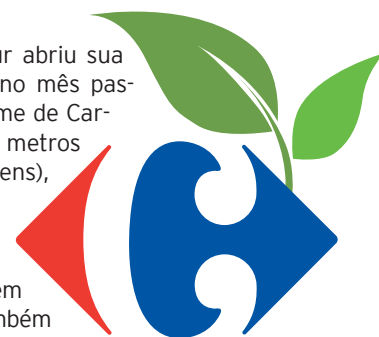
Cuide dos seus clientes.

Qualquer outra coisa se resolve por si. *Fred Meyer*

Carrefour bio

O grupo francês Carrefour abriu sua primeira loja "orgânica", no mês passado, em Paris. Com o nome de Carrefour Bio, opera em 170 metros quadrados 2.000 SKU (itens), sendo todos orgânicos.

Para ser coerente com sua proposta, seus equipamentos de frio consomem pouca energia e a loja também oferecerá aos clientes embalagens plásticas recicláveis ou de algodão.



Você sabia que...

..... As reservas de carvão da Antártida podem suprir todas as necessidades do nosso planeta por alguns séculos?

