



## Šéf METRO Slovakia Romain Vincent: Našou úlohou je reagovať na potreby našich zákazníkov a zamestnancov

Práca na efektívnosti siete predajní, schopnosť dodávateľského reťazca prispôbiť sa súčasnej situácii, keď trh bojuje s infláciou, zlepšovanie dôvery zákazníkov. To sú jedny hlavných výziev, na ktorých pracuje Romain Vincent, nový generálny riaditeľ METRO Slovakia. Od 1. februára 2023 nahradil na poste Karolyho Szalaja. Svoju kariéru odštartoval v spoločnosti METRO ako Senior Category Manager Food v METRO Hungary už pred osemnástimi rokmi. Následne prešiel viacerými manažérskymi pozíciami v rámci skupiny METRO Group v piatich rôznych krajinách.

### Výzvou je rast nad úrovňou inflácie

Slovensko zápasí s infláciou, rastúcimi prevádzkovými nákladmi a cenami potravín. Sieť šiestich veľkoobchodov v celej krajine stavia svoju stratégiu na zvyšovaní dodávok a BMPL. *"Rast nad úrovňou inflácie je vždy výzvou. Myslím si, že s tým zápasí každý. Musíme prelomiť obchod s dodávkami a musíme chrániť náš Cash & Carry biznis prostredníctvom nízkych cien a efektívnej prevádzky. Začína sa to spoľahlivosťou, stabilitou sortimentu za veľkoobchodné ceny tak, aby si zákazníci mohli pridať maržu, keď budú musieť tovar ďalej spracovať alebo predávať. Takže o produktoch a cenách aktívne diskutujeme s našimi dodávateľmi. Chceme chrániť zákaznícku základňu a pomôcť im zlepšiť ich konkurencieschopnosť biznisu,"* hovorí **Romain Vincent**, nový generálny riaditeľ METRO Slovakia, ktorý pred príchodom na Slovensko pôsobil ako obchodný riaditeľ v METRO Russia a METRO Spain.

*„Pre našich B2B zákazníkov je veľmi dôležité zachovať cenovú stabilitu,“* uvažuje nahlas Vincent: *„Našimi spoločnými výzvami s partnermi v súčasnosti sú zahrnúť infláciu, dostupnosť výrobkov a zdržanlivosť zákazníkov pri výdavkoch. V záujme zachovania cenovej stability musíme spoločne bojovať proti inflácii. Cenová stabilita znamená zabezpečiť, aby sa nákladová cena na úrovni produktu postupne zvyšovala a bola spravodlivá voči našim zákazníkom. V nasledujúcich mesiacoch teda musíme spoločne veľmi tvrdo pracovať, aby sme našim zákazníkom ponúkli čo najlepšie podmienky. COGS (náklady na predaný tovar) a stanovenie si podmienok budú kľúčovými prvkami našej spolupráce.“*

*"Usilovne pracujeme na cenotvorbe a chceme pokračovať v rozširovaní a investovaní do nášho hlavného projektu Buy more pay less (BMPL). Neustále pracujeme na prevádzkovej efektívnosti všetkých našich predajní, pretože produktivita predaja na meter štvorcový je rozhodujúca,"* vysvetľuje Romain Vincent a pokračuje: *"Našou hlavnou silnou stránkou však zostávajú naši ľudia, ich zručnosti a schopnosť lepšie slúžiť našim zákazníkom. Myslím si, že zlepšovanie týchto silných stránok môžeme urýchliť a v súčasnom kontexte je na to ideálny moment."*

### Nový líder v segmente veľkoobchodu

Romain Vincent si počas svojho pôsobenia v spoločnosti METRO prešiel jednotlivými pozíciami a tak si je plne vedomý, že výzvy, ktoré tu boli pred dvoma dekadami boli odlišné, ako tie, ktorým čelí spoločnosť dnes. Ako nový líder spoločnosti sa chce sústrediť na tri hlavné body. Prvým, ktorý zároveň považuje za kľúčový pre biznis je konkurenčný zápas o talentovaných, správnych ľudí, ktorí by boli pre tím METRO prínosom. *„Myslím si, že boj o talentovaných zamestnancov sa onedlho ešte zintenzívni. Nielen Metro, ale aj iné firmy dnes čelia masívnej priepasti, čo sa týka základných zručností, ktoré je potrebné mať v budúcnosti. Takže určite sa potrebujeme zamerať na rozvoj talentu a schopností zamestnancov v rámci spoločnosti,“* odhalil svoj zámer generálny riaditeľ Romain Vincent. V tomto smere považuje za dôležité, aby firma dbala o spokojnosť spolupracovníkov v práci, aby chodili do firmy s úsmevom na tvári a nie s nechutou. *"Mojím cieľom je, aby zamestnanci každé ráno prichádzali na pracovisko s úsmevom, nadšením, ochotou tvoriť, obsluhovať zákazníkov a vyhovieť im v ich potrebách, a nie so stiahnutým žalúdkom,"* dodal.

### V centre pozornosti zákazníci a bezpečnosť

Druhou výzvou, na ktorú sa chce Romain v budúcnosti zamerať, sú zvyšujúce sa očakávania zo strany zákazníkov v reálnom aj digitálnom svete. Dôraz kladie na otázky ako môže METRO pomáhať svojim zákazníkom a neustále

sa zlepšovať v službách, ktoré im poskytujú. Ak totiž budú spokojní, vrátia sa aj v budúcnosti, čo je pre fungovanie spoločnosti jedným z kľúčových bodov.

Tretou výzvou je ochrana a bezpečnosť dát, keďže systémy sa stávajú stále viac zraniteľnými. Preto je dôležité, aby mala spoločnosť dobrý plán a bola pripravená čeliť tejto výzve a riešiť problémy v prípade, ak nastanú.

### **Slovensko je efektívny tím**

Napriek tomu, že je Slovensko s dostupnými zdrojmi pomerne malá krajina, čo sa týka výsledkov, slovenský tím je skutočne efektívny. V rebríčku predaja METRO Sales sa nachádza na 9. priečke z celkového počtu 20. „*Na Slovensku mi imponuje odolnosť a pracovitosť ľudí. Cením si ich úprimnosť a lojálnosť voči spoločnosti METRO. Pokiaľ ide o METRO Slovakia, podnik je stabilný, rastie a zarába peniaze.*“ Vysvetlil tiež, že súčasné tempo rastu je stabilné, ale otázkou je, ako rásť rýchlejšie a ktoré časti podnikania zdvojnásobiť. „*Sme dominantní v segmente HORECA a chceme sa stať ešte silnejšími. Čo sa týka franšízy Můj obchod, v súčasnosti máme 764 predajní a plán je mať do roku 2025 viac ako 900 predajní.*“

### **Viac informácií o Romainovi Vincentovi, výkonnom riaditeľovi:**

<https://www.linkedin.com/in/romain-vincent-b6ab884>

### **O spoločnosti METRO**

*METRO je medzinárodná veľkoobchodná spoločnosť s potravinovým a nepotravinovým sortimentom, ktorá sa špecializuje na uspokojovanie potrieb hotelov, reštaurácií a stravovacích zariadení (HoReCa), ako aj nezávislých obchodníkov. Po celom svete má spoločnosť METRO približne 16 miliónov zákazníkov, ktorí si môžu vybrať, či nakupujú v jednom z veľkoformátových obchodov, objednávajú online a vyzdvihujú svoje nákupy v obchode alebo si ich nechávajú dodať. METRO okrem toho tiež podporuje konkurencieschopnosť podnikateľov a vlastných podnikov pomocou digitálnych riešení, a tým prispieva ku kultúrnej rozmanitosti v maloobchode a pohostinstve. Udržateľnosť je kľúčovým pilierom podnikania spoločnosti METRO. Spoločnosť METRO je európskym lídrom v indexe udržateľnosti Dow Jones. Spoločnosť pôsobí v 30 krajinách s viac ako 700 prevádzkami a zamestnáva viac ako 100 000 ľudí na celom svete.*

*V roku 2020 oslávila spoločnosť METRO 20 rokov na slovenskom trhu. V Slovenskej republike patrí do siete METRO Cash & Carry SR šesť veľkoobchodných centier pre podnikateľov. Široká ponuka tovaru, prevádzková výkonnosť, vyspelá logistika, priame nákupy vo veľkých objemoch, ale tiež služba Distribúcia, teda dovozu tovaru zákazníkom priamo do prevádzok umožňujú spoločnosti METRO predávať tovar za najvýhodnejšie veľkoobchodné ceny. METRO sa na Slovensku orientuje predovšetkým na tri skupiny profesionálnych zákazníkov – na oblasť HoReCa, maloobchod a malé až stredné firmy, ktoré podporuje okrem širokej ponuky tovaru aj nadštandardnými službami na mieru. Aktívne podporuje alianciu maloobchodných predajní Můj obchod, ktorá v súčasnosti spája 764 lokálnych predajcov po celom Slovensku.*

[www.metro.sk](http://www.metro.sk)

[www.facebook.com/metro.sk](https://www.facebook.com/metro.sk)

[https://www.instagram.com/metro\\_sk/](https://www.instagram.com/metro_sk/)

<https://sk.linkedin.com/company/metro-cash-&-carry-slovakia>