



Generálny riaditeľ METRO Cash & Carry Karoly Szalai: Úspech v predaji potrebuje silnú symbiózu s dodávateľmi

Váš úspech je náš cieľ. Tento odkaz bol hlavným posolstvom konferencie dodávateľov, ktorú usporiadalo METRO Cash & Carry SR koncom septembra. Aktuálnymi témami jednotlivých odborných prezentácií boli stratégie a vízie spoločnosti pre najbližšie obdobie, aktuálny vývoj, trendy a inovácie. Tiež rozvoj vlastných značiek a franchisingu Môjobchod, trvalá udržateľnosť pri predaji produktov a poskytovaní služieb.

„Keďže pôsobíme v oblasti retailu, FMCG a gastro segmentu, náš úspech je vlastne úspechom našich zákazníkov a to je náš každodenný cieľ. Vidieť, ako sa im darí, ako rastú a sú úspešní. O to sa všetci snažíme každý deň,“ povedal **Karoly Szalai, generálny riaditeľ METRO Cash & Carry SR** na úvod konferencie, ktorej sa zúčastnilo viac ako 200 dodávateľov spoločnosti METRO Cash & Carry z oblasti retailu a gastronómie.

Dvojka na trhu vo franchisingu

Covid-19 ovplyvnil predaj zákazníkom zo segmentu HORECA dva po sebe nasledujúce roky. Napriek tomu získala spoločnosť METRO Cash & Carry SR v roku 2020 vyšší podiel na trhu v celom segmente HORECA o 4,0 percentuálne body. Koniec lockdownu ukázal schopnosť spoločnosti rýchlo a rázne sa reštartovať. *„Ambíciou METRO je, okrem iného, získať silnú pozíciu na trhu franchisingového maloobchodu na Slovensku. A pomocou neho dosiahnuť 1 000 maloobchodných predajní, vďaka ktorým by sme sa mohli stať č. 2 na trhu,“* skonštatoval na konferencii Karoly Szalai.

Ambícia budovania vlastnej značky

Téme tvorby sortimentu sa na konferencii venoval **Xavier Gardies obchodný riaditeľ METRO Cash & Carry SR**: *„Vzhľadom na rôzne skupiny zákazníkov a dva distribučné kanály je pri tvorbe sortimentu potrebné stanoviť si priority. Za posledných 18 mesiacov sme zrevidovali 45 kategórií výrobkov, ktoré pokrývajú 42 % tržieb.“* Vymedzil sa konkrétny sortiment pre dodávky prostredníctvom delivery a v súčasnosti sa tento nový prístup testuje v predajni METRO Devínska Nová Ves. *„Našou ambíciou je zvýšiť do roku 2022 podiel vlastnej značky zo 16 % na 20 %,“* avizoval Xavier Gardies a na záver dodal: *„Čo pre mňa znamená úspech? V biznise, ale aj v osobnom živote je dôležité stanoviť si ciele, ktoré sú pre nás výzvou. Lebo cesta k úspechu je cesta, ktorá posúva ďalej. Platí to pre nás a aj pre našich zákazníkov.“*