

Našou prioritou je zabezpečiť odolnosť našich zákazníkov

Trh čelil podľa Štatistického úradu SR 17,5% priemernému nárastu inflácie potravín. Predajné ceny v METRO Slovakia sa zvýšili len o 12%. Tento relatívne nižší nárast svedčí o snahe udržať ceny čo najstabilnejšie a minimalizovať vplyv inflačných tlakov na zákazníkov. Aj v tomto roku sa hovorí o rastúcich cenách surovín, nákladoch na dopravu a rastúcich nákladoch na energie. Každodenná prax ukazuje, že táto situácia už dlhší čas ovplyvňuje majiteľov reštaurácií a malých podnikov.

"Zvýšenie odolnosti našich zákazníkov voči vnútorným a vonkajším faktorom sa pre nás v týchto časoch stalo prioritou. Spájame približne 800 rôznych dodávateľov výrobkov a surovín s väčšinou malých a stredných podnikov. Medzi našich zákazníkov patrí takmer 6 000 reštaurácií, viac ako 2 300 hotelov a ubytovacích zariadení. Nakupuje u nás približne 570 cateringových spoločností a tisíce malých a stredných maloobchodných prevádzok. Sme prepojení s celým ekosystémom. Od februára 2023 sme preto nanovo zaviedli program Kúp viac, plat' menej. Zaradili sme doň najobľúbenejšie značky a viac ako 5 000 produktov, ktoré sú pre podnikanie našich klientov kľúčové. Ponuku produktov v rámci tohto programu prispôbujeme nákupnému košíku zákazníkov, pravidelne ju prehodnocujeme a v prípade potreby upravujeme. Naším cieľom je pre našich partnerov zabezpečiť absolútnu cenovú konkurencieschopnosť a efektívnosť nákladov," vysvetľuje Romain Vincent, generálny riaditeľ METRO Slovakia. Aj napriek inflačnej situácii získalo METRO Slovakia významný trhovú podiel v porovnaní s konkurenciou.

Program Kúp viac, plat' menej je navrhnutý presne na mieru potrieb profesionálnych zákazníkov primárne zo segmentu HoReCa a maloobchod. Jeho cieľom je zabezpečiť cenové zvýhodnenie pri kúpe väčšieho množstva produktov za stabilne výhodné ceny. Užitočným benefitom je fakt, že získavajú väčšiu kontrolu nad rastúcimi nákladmi. Pri vybraných tovaroch je tu možnosť kombinovať jednotlivé druhy alebo príchute výrobkov a dosiahnuť tak nižšiu druhú alebo tretiu cenovú úroveň. Orientáciu v predajniach pri hľadaní tovaru uľahčujú zelené cenovky s logom kampane + = - Kúp viac, plat' menej. Kompletný prehľad o produktoch zaradených do programu uľahčuje mobilná aplikácia Moje METRO.

Efektívna symbióza

Jednou z konkurenčných výhod METRO Slovakia je široký sortiment tovaru. Program Kúp viac, plat' menej zahŕňa nielen privátne značky, ale aj mnohé výrobky dodávateľov a vyžaduje výrazné investície do cien vybraných výrobkov. *„Naším cieľom je zabezpečiť pre tieto výrobky 100%-nú dostupnosť. Vďaka B2B zameraniu a vedúcej pozícii na trhu sme relevantným obchodným partnerom pre našich zákazníkov, ale aj dodávateľov. Program Kúp viac, plat' menej by nebol možný bez angažovanosti a ochoty dodávateľov spolupracovať. Za mimoriadne dôležitú považujeme vzájomnú otvorenú komunikáciu a možnosť diskusie. Len tak je možné zachovať stabilne výhodné ceny pri vybraných produktoch,“* dodáva Romain Vincent, generálny riaditeľ METRO Slovakia.

„360-stupňová zákaznícka podpora”

Program Kúp viac, plat' menej nie je jedinou podporou pre slovenský gastro segment a maloobchod. B2B zákazníci napríklad oceňujú a efektívne využívajú službu akou je dovoz objednaného tovaru na nimi zvolenú adresu. V rámci projektu METRO Akadémia môžu šéfkuchári absolvovať vzdelávacie kurzy pod vedením špičkových slovenských odborníkov na gastro. Do ponuky rozvoja podnikateľského prostredia boli zaradené aj digitálne nástroje DISH pre prevádzky alebo aj možnosť premeny reštaurácie na udržateľnú. „METRO Slovakia sa snaží zviditeľniť slovenskú gastronómiu vo svete aj vďaka prestížnej medzinárodnej súťaži BOCUSE D'OR SLOVAKIA, ktorej sme generálnym partnerom. Pre našich zákazníkov z franchisingovej siete Mójobchod ponúkame poradenstvo pri zakladaní predajne, merchandisingu a marketingovú podporu,“ uzatvára Romain Vincent.

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. 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 2024 oslávi spoločnosť METRO už 24 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 Mójobchod, ktorá v súčasnosti spája 764 lokálnych predajcov po celom Slovensku.

www.metro.sk

www.facebook.com/metro.sk

https://www.instagram.com/metro_sk/

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