

Doverie-Brico AD



Mr.Bricolage

Doverie-Brico AD



Mr.Bricolage

**ДА ПОСТАВИМ КЛИЕНТА НА ПЪРВО
МЯСТО ВЪВ ВЕРИГАТА
“ПРОИЗВОДИТЕЛ - ТЪРГОВЕЦ – ПАЗАР”**

29 юни 2010, София





Групата MR. BRICOLAGE

Третата верига DIY във Франция
по оборот и пазарен дял – 12.5%

Най-голямата верига DIY по брой магазини в Европа

Над 12,000 служители в целия свят





Групата MR. BRICOLAGE



2.4 милиарда евро продажби с ДДС
650 магазина под четири марки (52 от които извън
Франция) и 250 асоциирани магазини
€ 650 М покупки в централата Mr. Bricolage
плюс € 180 М покупки в филиала Le Club



НАШИТЕ ЦЕННОСТИ:

- **КЛИЕНТЪТ** и страстта **ТОЙ** да може разчита на нас;
- Да сме близо до **КЛИЕНТА**: до неговите нужди, мечти и финансови възможности;
- Да осигурим на **КЛИЕНТА** лесен достъп до магазина; до необходимия продукт; до нужната информация; до помощта и консултацията; до услугите, свързани с покупката; и всичко това на достъпна цена.



Doverie-Brico AD



Mr.Bricolage

ДОВЕРИЕ БРИКО АД

Първата верига DIY в България

10 години присъствие на българския пазар

Мастер франчайз на марката и know-how на

Mr. Bricolage за територията на България, Сърбия,

Македония, Албания, Косово и Черна гора

10 магазина в България и 2 магазина в Сърбия

Joint-Venture между българската група Доверие (55%)

и Mr. Bricolage SA, Франция (45%)



Как да излезем от кризата с най-малки загуби:

Трябва ние (ритейлъри и доставчици) да поставим на първо място **КЛИЕНТА** и да адаптираме нашето предложение към промените в нагласите, предпочитанията и възможностите на нашите клиенти!

Предимството за доставчиците да работят директно с ритейлърите: чрез ритейлърите всеки производител и доставчик може да получи обратна връзка от крайните клиенти – потребителите.



За да преживеем кризата и да излезем от нея още по-силни и по-добри професионалисти:

Трябва ние (ритейлъри и доставчици) да приемем, че кризата е направила нашите клиенти постоянно променящи се и нелоялни!

Заедно трябва да следим промените в клиентите и в пазара и ЗАЕДНО да реагираме бързо на промените!

Динамичността на промените води до скъсяване на supply chain и преориентиране на ритейлърите към локални и регионални доставчици.



Как доставчиците могат да помогнат на ритейлърите и по този начин и за своите продажби:

В тясно сътрудничество с ритейлърите, да се доближат до клиентите и промените в тях чрез:

- бърза реакция на спиране на нетърсени продукти и замяната им с нови;
- слизане на “терена” (в магазините) чрез участие в мърчендайзинга, оборудването и означенията; чрез свои мърчандайзери и оживления;
- съвместни (с ритейлърите) промо активности и информация, насочена към крайните потребители.

