

KONZUM

Tržište

Konzum, vodeći nacionalni maloprodajni lanac, posluje u skladu sa najsvremenijim svjetskim maloprodajnim standardima u više od 650 prodajnih mjesta diljem Hrvatske. Konzum je sastavni dio Agrokora koncerna, najveće privatne kompanije u Hrvatskoj i jedne od najvećih kompanija u jugoistočnoj Europi. Poslovanje se osim maloprodaje, intenzivno razvija i kroz veleprodaju putem VELPRO centara kao i u segmentu drogerija u sklopu KOZMO drogerija.

Konzum je ujedno i vodeći regionalni maloprodajni lanac. U 2004. godini, napravljen je prvi regionalni iskorak otvorenjem VELPRO centra u Sarajevu, najvećeg trgovačko-distributivnog centra u Bosni i Hercegovini. U narednim godinama uslijedilo je intenzivno širenje maloprodajne mreže Konzumovih prodavaonica, a u 2008. godini Konzum je tržišni lider sa ukupno 64 maloprodajna objekta te 2 veleprodajna centra.

Na tržištu Srbije posluje tvrtka IDEA, koja je jedan od najvećih trgovaca na tom području sa više od 80 maloprodajnih objekata i više od 3.000 djelatnika. IDEA je ujedno i lider u veleprodaji koja sa 7 veleprodajnih centara (dva u Beogradu te po jedan u Nišu, Čačku, Leskovcu, Novom Sadu i Subotici) organizira kvalitetno opskrbljivanje HoReCa segmenta, malih trgovaca te pravnih osoba.

Dostignuća

Konzum d.d. dobitnik je značajnih priznanja i certifikata za dostignuća u svom poslovanju.

Godine 2003. Konzumu je, od strane Hrvatske gospodarske komore, u kategoriji velikih trgovačkih društava dodijeljena nagrada za najuspješnije trgovačko društvo u Zagrebu. Godine 2004. prima nagradu za uspostavljanje najšire nacionalne trgovačke mreže koja je utjecala na korekciju cijena u korist potrošača.

Godine 2006. Konzum je primio dvije nagrade - Zlatnu dionicu, posebnu nagradu za najveći rast tržišne kapitalizacije, kao i posebnu nagradu za najveći rast tržišne cijene. Iste godine dodijeljena mu je nagrada za kontinuiranu predanost unapređenju kvalitete usluge uz implementaciju mystery shopping-a.

U 2007. godini Konzum je dobio posebno priznanje za doprinos razvoju zaštite okoliša i otkupu ambalažnog otpada, dodijeljeno od strane Fonda za zaštitu okoliša i energetske učinkovitost. Konzum je jedan od najvećih hrvatskih poslodavaca koji zapošljava više od 12.000 djelatnika, stoga je Certifikat Poslodavac partner iz 2007. iznimno važno poslovno priznanje. Ovu nagradu Konzum je dobio za izvrsnost u upravljanju ljudskim resursima te za partnerski odnos poslodavca i posloprimca, koji se temelji na razvoju zaposlenika kao najboljem načinu unapređenja konkurentnosti kompanije i rastu njezine ukupne vrijednosti.

Konzumova otkupna stanica DAD Neretva prvi je



sustav u Hrvatskoj kojemu je 2006. godine dodijeljen certifikat Global Gap Fruit and Vegetables za mandarinu i od tada se svake godine uspješno recertificira.

Povijest

Tradicija imena Konzum, koje se uvijek veže uz pojam kvalitete i visoke razine usluge, traje već više od pola stoljeća, od otvorenja prve samoposluge u Zagrebu 1957. godine. Udruživanjem četiriju maloprodajnih lanaca trgovina, 1970. osnovan je Unikonzum koji usklađivanjem sa odredbama Zakona 1992. postaje dioničko društvo. Godine koje slijede donose značajnu prekretnicu u povijesti kompanije: 1994. godine Agrokora postaje većinski vlasnik, a već iduće godine Unikonzum mijenja ime u Konzum i otvara se Super Konzum Vukovarska – prvi supermarket u Hrvatskoj usklađen sa svjetskim maloprodajnim standardima. Daljnji razvoj ide u pravcu preuređenja prodavaonica, modernizacije imidža i unapređenja cjelokupnog poslovanja. Godinu 2000. obilježilo je intenzivno širenje mreže Konzumovih prodavaonica i otvorenje logističko – distributivnog centra u Zagrebu, najvećeg u ovom dijelu Europe. Sukladno značajnom rastu i razvoju kompanije, 2004. Konzum uvodi novi vizualni identitet. U razdoblju od 2005. do 2007. Konzum razvoj svoje prodajne mreže i budućeg poslovanja temelji na širenju u segmentu velikih formata – Super Konzuma, kojih do danas na području cijele

Hrvatske ima ukupno 29. Godinu 2006. obilježava početak PLUS market partnerstva u sklopu Konzumove veleprodaje, dok je 2007. u znaku učvršćenja vodeće tržišne pozicije i otvaranja novih 67 prodajnih mjesta.

KOZMO drogerije prvi su hrvatski lanac drogerija koji u svom bogatom asortimanu nudi proizvode vrhunskih brandova u kategoriji zdravlja i ljepote. Vodeći se sloganom "ljepota koju živite" KOZMO je postao omiljena destinacija za kupnju preparativne i dekorativne kozmetike, parfema i nakita. Prva KOZMO drogerija otvorena je 2005. godine u Zagrebu, a do danas je lanac proširen na više od 40 prodavaonica u svim hrvatskim regijama. Krajem 2007. drogerije rade značajan regionalni iskorak otvorenjem novih prodajnih mjesta u Međugorju i Sarajevu, a u 2008. otvorene su još tri drogerije u Tuzli, Ljubuškom i Mostaru.

Proizvod

Konzum u svojim suvremeno opremljenim prodavaonicama, koje se nalaze na najatraktivnijim lokacijama, nudi vrhunsku uslugu i najkvalitetnije proizvode po najpovoljnijim cijenama. U ukupnoj ponudi dominiraju hrvatski proizvodi s udjelom većim od 80%, što jasno ističe stratešku poslovnu orijentaciju Konzuma prema jačanju hrvatske proizvodnje i gospodarstva. Konzum veliku pažnju posvećuje svježem asortimanu – ponudi mliječnih proizvoda, voća i povrća te svježeg mesa



domaćeg kontroliranog porijekla.

Konzum je najveći proizvođač, otkuplivač te izvoznik voća i povrća u Hrvatskoj. Kroz garantirani otkup od strane Konzuma, domaćim proizvođačima voća i povrća osiguravaju se najviši standardi kontrolirane proizvodnje, distribucije te siguran plasman proizvoda. Proizvodnja voća i povrća u Hrvatskoj organizirana je po regijama u skladu s klimatskim i regionalnim specifičnostima, s ciljem uzgoja najkvalitetnijih sorti.

Konzum godišnje otkupi 75.000 tona voća i povrća kroz vlastite otkupne stanice kao što su DAD Neretva, Plodovi zemlje u Donjem Miholjcu te druge diljem cijele Hrvatske. U pojedinim kulturama voća i povrća, Konzum otkupljuje više od polovice domaće proizvodnje: 25.000 tona mandarine, 15.000 tona lubenice, 11.000 tona rajčice, 6.000 tona dinje te više od 2.500 tona breskve i nektarine.

Osim vlastitih otkupnih stanica, Konzum razvija i partnerske, kooperantske odnose sa najkvalitetnijim privatnim proizvođačima, pa se tako na godišnjoj razini proizvede ukupno 120.000 tona voća i povrća. Svježe voće i povrće otkupljeno od kooperanata, nakon sortiranja u tehnološki suvremenim pogonima, kalibriranja te pakiranja, Konzum distribuira prema svojim prodajnim centrima ili vanjskim kupcima. Zahvaljujući najmodernijem logističko – distributivnom centru u ovom dijelu Europe, Konzum je u mogućnosti svojim kupcima osigurati svakodnevno atraktivnu ponudu voća i povrća, koje će zbog brze dostave do prodavaonica sačuvati svoju svježinu i najkvalitetnije sastojke. Konzum tako godišnje svojim kupcima nudi više od 210.000 tona svježeg voća i povrća, a ujedno je i najveći izvoznik voća i povrća u Hrvatskoj, orijentirajući se na tržišta Slovenije, Austrije, Mađarske, Češke, Slovačke i Rusije.

Bogata ponuda visokokvalitetnog svježeg mesa u Konzumu temelji se na suradnji s PIK Vrbovec, a kvalitetno meso s markicom „kontrolirano porijeklo mesa“ u Konzumove prodavaonice dolazi sa suvremeno opremljenih domaćih farmi.

Nedavni razvoj

Gradenje kvalitetnog odnosa s kupcima strateška je odrednica Konzumovog poslovanja. To pogotovo vrijedi za najvjernije kupce za koje uvijek postoje dodatne prednosti i razlozi za svakodnevnu kupnju u Konzumovim prodavaonicama. Konzum Plus Card kartica je Konzumov način nagrađivanja vjernosti svojih kupaca. Kupnjom u Konzumovim prodavaonicama, korisnici Konzum Plus Card kartice sakupljaju nagradne bodove. Svaka tri mjeseca za sakupljene bodove kupci dobivaju nagradne kupone kojima ostvaruju uštede prilikom svoje sljedeće kupnje. Princip dobivanja i korištenja kartice je iznimno jednostavan, a osim nagradnih kupona korisnici uživaju u cijelom nizu posebnih pogodnosti – posebnim akcijskim ponudama i nagradnim igrama osmišljenim isključivo za korisnike, Konzum Plus Card časopisima, osvajanju



dodatnih bodova kupnjom "Plus artikala", kao i korištenju bodova za ostvarivanje specijalnih pogodnosti prilikom kupnje proizvoda ili usluga na prodajnim mjestima KPC partnera.

Konzum se, svojim modernim pristupom poslovanju, nastoji približiti kupcima i ponuditi im vrhunsku uslugu. S tim ciljem, pokrenuta je Konzum Internet prodavaonica koja se kontinuirano razvija i na taj način privlači sve veći broj korisnika on line kupnje. Kupnja putem Konzum Internet prodavaonice vrlo je jednostavna: dovoljno je registrirati se na stranici <http://online.konzum.hr>, klikom miša odabrati željene proizvode, staviti ih u virtualnu košaricu i zaključiti narudžbu. Specijaliziranim vozilima naručena se roba dostavlja direktno do vrata kupca što u današnje vrijeme brzog životnog i poslovnog ritma predstavlja veliku pomoć. Osim širenja područja dostave, Konzum Internet prodavaonica dobila je i svoj novi izgled kroz redizajniranu web stranicu - još moderniju, atraktivniju i funkcionalniju. Novi vizualni identitet i organizacija sadržaja omogućuju još lakše i brže snalaženje na stranicama Internet prodavaonice, a izbor proizvoda postaje jednostavniji pomoću nove i poboljšane tražilice kojom kupac direktno dolazi do željenih proizvoda.

Promocija

Konzumovo poslovanje temelji se na ispunjenju želja i potreba njegovih kupaca. Svoj poslovni uspjeh Konzum gradi na stalnoj komunikaciji s kupcima, koja je jasno izražena sloganom "S Vama kroz život".

Konzum kontinuirano od 2004. koristi mystery

shopping kao metodu istraživanja zadovoljstva kupaca te kao način definiranja segmenta poslovanja koji se mogu dodatno unaprijediti. Mystery shopping je omogućio Konzumu daljnju standardizaciju kvalitete usluge za naše kupce, a pritom je i djelatnicima dao jasnije smjernice razvoja njihovog odnosa sa svakim pojedinačnim kupcem. Povratne reakcije Konzumovih kupaca također su odlične budući da su istraživanja, kao rezultat uvođenja mystery shoppinga, pokazala porast zadovoljstva uslugom.

Vrijednosti robne marke

Konzum je 2001. godine pokrenuo razvoj privatne robne marke K plus kojom se kupcima omogućuje kupnja visoko kvalitetnih proizvoda po prihvatljivim cijenama te im se na taj način pruža dodatna komparativna prednost prilikom kupnje u Konzumu. Proizvodnja K plus proizvoda realizira se uglavnom u suradnji sa renomiranim domaćim proizvođačima. Asortiman Konzumove privatne marke trenutno broji više od 500 proizvoda izvrsne kvalitete po povoljnim cijenama. Kontinuirana kontrola porijekla i procesa proizvodnje u skladu sa najboljom svjetskom praksom, dizajnom ambalaže i povoljnim cijenama omogućuju Konzumovoj privatnoj marki iznimnu kvalitetu i odličan prijem kod krajnjih kupaca. Upravo to pokazuju i nezavisna istraživanja koji su određene K plus proizvode uvrstile u najprepoznatljivije brandove po mišljenju kupaca. Smjer budućeg razvoja Konzumove privatne robne marke ujedno će se temeljiti i na inovativnom razvoju novih proizvoda originalne i zaštićene recepture.

www.konzum.hr



JESTE LI ZNALI...

Konzum

- Konzumov prihod u 2007. godini pet puta je veći od prihoda prvog sljedećeg konkurenta na tržištu.
- Konzumova prodajna mjesta posjeti više od 600.000 kupaca dnevno.
- Konzum Plus Card kartica ima više od 850.000 aktivnih korisnika godišnje.