



Pomimo perturbacji w branży Multimedia, RTV oraz AGD Media Expert może zaliczyć rok 2010 do wyjątkowo udanych. Szczegółowa analiza działań podjętych przez spółkę w 2010 roku pozwala poznać powody, dzięki którym właściciele marki Media Expert skutecznie uniknęli problemów odczuwalnych przez pozostałych graczy rynkowych. Doskonale wskaźniki sprzedażowe oraz wzrost udziału w rynku to nie przypadek, a efekt wzorowej współpracy całej załogi Media Expert.

NOWA JAKOŚĆ ZAKUPÓW

Elektromarkety zyskały zupełnie nowy wygląd. Wdrożono najnowocześniejsze koncepcje merchandisingowe i wizualne. Wprowadzono nowy sposób prezentacji produktów i dodatkowe ekspozytory. Prezentowana koncepcja to przykład realizacji aktualnych światowych osiągnięć w dziedzinie handlu. W wyniku przeprowadzonych zmian elektromarkety sieci Media Expert zyskały nowoczesny wygląd i stały się jeszcze bardziej przyjazne klientom. Konsekwentnie realizowana polityka komunikacji marketingowej zaowocowała wzrostem rozpoznawalności placówek i marki Media Expert. Drugi rok z rzędu marka Media Expert znacząco zwiększyła swoją obecność w kampaniach reklamowych w ogólnopolskich stacjach radiowych i telewizyjnych.

WIELKIE OTWARCIA MEDIA EXPERT

W 2010 roku miał miejsce najdynamiczniejszy wzrost liczny elektromarketów. Konsekwentna realizacja poczynionych założeń i inwestycji pozwoliły na otwarcie 33 nowych elektromarketów oraz gruntowną rewitalizację 23 kolejnych. W 2010 roku powierzchnia handlowa elektromarketów powiększyła się o ponad 40 tys. metrów, a zatrudnienie wzrosło o ponad 500 osób.

MEDIA EXPERT LIDEREM

2010 to rekordowy rok pod względem obrotów sieci. Elektromarkety Media Expert znajdują się głównie w miejscowościach, których liczba ludności nie przekracza 100 000 osób - już w trzecim kwartale roku, firma zajęła pierwsze miejsce we wspomnianym segmencie. To ogromny sukces, biorąc pod uwagę, że w chwili powstania Media Expert startowała w rankingach z siódmej pozycji. Analizując wskaźniki całej branży AGD i RTV sieć elektromarketów Media Expert znajduje się obecnie na trzecim miejscu pod względem obrotów w skali ogólnopolskiej. Efektem wdrażanego rebrandingu i silnych zintegrowanych działań marketingowych był wzrost spontanicznej znajomości marki o 90% w rekordowym czasie 18 miesięcy, w stosunku do czasu przed rebrandingiem (badania MillwardBrown).

MEDIA EXPERT WZMACNIA POZYCJĘ

Dobre wyniki sprzedażowe to tylko jeden ze wskaźników określających pozycję spółki. Konsekwentne budowanie pozycji lidera na rynku Multimedia, RTV i AGD następuje również w wyniku realizacji polityki konsolidacyjnej. Przejmowane sklepy są remontowane oraz poddawane unifikacji wizualnej zgodnej z najnowszymi standardami Media Expert.

PRACOWNICY – TWÓRCY SUKCESU

Prawdziwe oblicze sukcesu Media Expert, obok spektakularnych wskaźników i niezwyklej dynamiki wzrostu, to pracownicy firmy. Doskonale dobrany zespół fachowców, identyfikujących się z organizacją i z jej misją dostarczania

klientom produktów najlepszych marek w najniższych cenach, to najmocniejsze ogniwo w całym łańcuchu ekonomicznych zależności. Zaangażowanie i ciągła chęć podnoszenia kompetencji sprawiają, że pracownicy Media Expert budują na co dzień sukces całej sieci.



Media Expert

[więcej informacji z Media Expert](#)