

Carrefour jest pierwszą siecią międzynarodową, która wprowadziła francyzową sieć sklepów osiedlowych w Polsce, proponując francyzobiorcom model skuteczny i będący odpowiedzią na ich oczekiwania biznesowe.

W ramach rozwoju franczyzy w Polsce Carrefour proponuje różne formy partnerstwa, zarówno dla partnerów francyzowych, jak również działając na zasadzie hurtowni poprzez wygodny system zaopatrzenia sklepów.

Franczyza Carrefour Express jest nową propozycją systemu francyzowego w Polsce. Jej nowatorskość polega na unikalnym połączeniu pewnych elementów z modelu franczyzy twardej i miękkiej. Model franczyzy Carrefour sprawdza się zarówno w dużych miastach, jak i w mniejszych miejscowościach do 10 000 mieszkańców, ponieważ Carrefour Express korzysta z potęgi handlowej Carrefour i wypracowanych przez sieć rozwiązań takich jak: asortyment, cena, logistyka, promocja oraz organizacja multiformatowa, a także strategia handlowa zbudowana wokół klienta. Ponadto Carrefour, będący w Polsce siecią multiformatową, posiada doświadczenie w sklepach takich jak: hipermarkety, supermarkety i sklepy osiedlowe o różnych powierzchniach: od 100 m² do 15 000 m². Obecnie model francyzowy w Carrefour jest jednym z najbardziej wydajnych, przynoszącym najlepsze wyniki, co potwierdzają liczne otwarcia sklepów w 2010 r. Dotychczas Carrefour otworzył 30 nowych sklepów a kolejne 20 otworzy jeszcze do końca roku. Średni obrót za m² na rok przekracza 20 000 zł w pierwszym roku funkcjonowania placówki handlowej.

Niestandardowe rozwiązania w modelu franczyzy dla sklepów osiedlowych sprawiają, że przeniesienie pewnych elementów z franczyzy miękkiej i twardej czyni w obecnej chwili model Carrefour najlepszym na rynku.

Wybrane korzyści z franczyzy « twardej » - nowoczesny koncept dostosowany do potrzeb klientów sklepów osiedlowych, duży asortyment (np. 3500-4000 artykułów w sklepie o powierzchni 100 m²), atrakcyjne ceny (produkty marki Carrefour, najtańsza grupa Produkt Polski) i promocje, które można znaleźć w supermarketach i hipermarketach Carrefour. Francyzobiorca otrzymuje wsparcie na etapie aranżacji i przygotowania sklepu – dostęp do wypracowanego know-how handlowego, pakiet szkoleń oraz ekipę, która pomaga mu w przygotowaniu sklepu na trzy tygodnie przed otwarciem i prowadzeniu placówki przez kolejny tydzień jego działania. Ponadto Carrefour finansuje w 100% koszty związane z informatyką oraz pakiet marketingowy na otwarcie (szyldy zewnętrzne, marketing wewnętrzny, wózki, ubrania dla personelu, dekoracje wewnętrzne, gazetkę na otwarcie). Dodatkowo Carrefour finansuje meble kasowe, alkoholowe oraz meble na warzywa i owoce. W ramach współpracy Carrefour umożliwia swoim partnerom skorzystanie z preferencyjnych warunków, jakie ma u swoich dostawców oraz dostęp do prawie 1500 produktów marki własnej Carrefour.

Wybrane korzyści z franczyzy « miękkiej » - adaptacja konceptu do potrzeb i możliwości partnera znacząco przyczynia się do ograniczenia kosztów inwestycji. Średni koszt inwestycji na sklep o powierzchni 100m² nieposiadający żadnego wyposażenia wynosi ok. 70 tys. zł plus koszty pierwszego zatowarowania. Partnerzy zachowują dużą autonomię. Carrefour zapewnia swobodę w wyborze dostawcy, nie narzuca dyscypliny zakupowej i nie pobiera opłaty wstępnej za przystąpienie do sieci. Carrefour bierze na siebie koszty związane z gwarancjami płatniczymi. Swoim partnerom proponuje system bonusów zakupowych, a także m.in. ułatwienia w płatnościach za pierwsze zatowarowanie. Istnieje także możliwość wcześniejszego wycofania się przez partnera ze współpracy. Carrefour podejmuje praktykę francyzową jedynie wtedy, jeśli ma ona na celu interes partnera.

Plany rozwoju Carrefour Express

Celem jest otwarcie 200 sklepów Carrefour Express w 2011 r. i wzrost wydajności w nadchodzących latach. Rok 2010 był rokiem przejściowym, w trakcie którego zostały dopasowane struktury wewnątrz organizacji, nastąpiła adaptacja systemów informatycznych, wdrożenie i adaptacja efektywnych rozwiązań logistycznych, zatrudnienie i wykształcenie dodatkowego personelu - wszystko po to, aby zapewnić sukces modelu na dużą skalę.

Carrefour jest otwarty na wszystkie inne formy współpracy, które służą łatwemu zaopatrzeniu sklepów (działalność hurtowa) - ten typ partnerstwa może zrewolucjonizować sektor zaopatrzenia (hurtownie). Potwierdzonym atutem

Carrefour w stosunku do innych partnerów na rynku jest to, że łączy w sobie z jednej strony kompetencje hurtownika z bardzo wydajnym systemem informatycznym i logistycznym, a z drugiej strony doświadczonego handlowca, który dokonuje wyboru asortymentu w zależności od prawdziwych potrzeb klienta. Niezależność Carrefour pozwala zagwarantować swoim partnerom najlepsze warunki.

„Dynamiczna rozbudowa sieci franczyzowej Carrefour Express jest aktualnie strategicznym kierunkiem rozwoju firmy Carrefour w Polsce. Wprowadzane przez Carrefour od kilku miesięcy zmiany miały na celu udoskonalenie oferty i uczynienie jej wyjątkową w skali kraju. Dobre wyniki, jakie notuje od początku roku Carrefour Polska oraz sygnały płynące od franczyzobiorców potwierdzają, że zmiany te odpowiadają oczekiwaniom rynku franczyzy spożywczych sklepów osiedlowych. Rozwój sieci sklepów Carrefour Express ma służyć także kształtowaniu postaw biznesowych i zwrócić uwagę na tę formę działalności osobom, które ciągle szukają pomysłu na własnych biznes. Dla Carrefour najważniejsze jest, żeby zadowoleni ze współpracy i przedstawionej przez nas oferty byli przede wszystkim nasi partnerzy oraz klienci ich sklepów. Dzięki temu Carrefour będzie mógł stabilnie i dynamicznie rozwijać swoją markę” – powiedział François Vincent, dyrektor ds. rozwoju franczyzy Carrefour Polska.

Najważniejsze założenia rozwoju franczyzy w ramach marki Carrefour Express:

- Połączenie dwóch modeli franczyzowych, tzw. franczyzy twardej i miękkiej
- Wolność w wyborze dostawców
- Możliwość zatowarowania poszczególnych sklepów produktami regionalnymi
- Połączenia wybranych akcji promocyjno-marketingowych z innymi formatami handlowymi Carrefour
- Dostęp do bardzo szerokiej oferty produktów marki własnej Carrefour oraz ponad 700 najtańszych produktów z gamy Produkt Polski
- Wsparcie silnej, rozpoznawalnej na rynku marki, której oferta i polityka cenowa zachowują spójność ze wszystkimi formatami sklepów Carrefour
- Uproszczenie procedur współpracy

Minimalne warunki, jakie musi spełniać osoba zainteresowana otwarciem sklepu w ramach sieci Carrefour Express, to posiadanie lokalu o powierzchni od 100 do 500 m² z dogodnym dojazdem, w sąsiedztwie osiedli mieszkaniowych. W związku z całym programem szkoleń i ponad 50-letnim doświadczeniem Carrefour w rozwoju handlu detalicznego, do sukcesu potrzebny jest jeszcze tylko entuzjazm i zaangażowanie w codzienną pracę. Franczyza jest sposobem na biznes dla ludzi dynamicznych, którzy pragną rozpocząć swoją karierę przedsiębiorcy w oparciu o sprawdzony model współpracy ze znaną i cenioną marką.

Carrefour Polska