

NAVO - Polska Grupa Dystrybucyjna – jedna z największych polskich grup handlowych, prowadząca sprzedaż detaliczną i hurtową artykułów FMCG – rozwija dotychczasową współpracę z międzynarodowym koncernem 3M w Polsce. Na podstawie osiągniętego porozumienia spółka uzyskała status „Master Dystrybutora” i będzie odpowiedzialna za obsługę sprzedażową, logistyczną oraz trade-marketing marek Scotch-Brite™, PRIMA, Vicoplast i Syrena na Rynku Tradycyjnym w Polsce.

Nowy zakres współpracy powinien przynieść Navo dodatkowe przychody szacowane na kilkadziesiąt mln złotych rocznie.

NAVO współpracuje z 3M od początku 2010 roku. Dobre wyniki sprzedaży, satysfakcja w zakresie poziomu świadczonych usług i interesująca wizja rozwoju biznesu zaowocowała decyzją 3M o rozszerzeniu kooperacji ze spółką. Porozumienie w tym zakresie zapewnia Navo wyłączność na dystrybucję na Rynku Tradycyjnym w Polsce produktów następujących marek znajdujących się w portfolio firmy 3M: Scotch-Brite™, Vicoplast, PRIMA i Syrena. Spółka – oprócz samej sprzedaży i logistyki – będzie odpowiedzialna za działania związane z promocją ww. produktów.

„Decyzja o wyborze naszej spółki na wiodącego dystrybutora przez tak uznanego światowego producenta, jakim jest 3M, to dla nas wielkie wyróżnienie. Jest to już kolejny globalny gracz – po Procter & Gamble – który powierzył nam istotną część swojego biznesu. Uzyskane dzięki kontraktom liczne synergie w obszarze oferty produktowej chcemy efektywnie wykorzystać nie tylko w zakresie samej sprzedaży, ale także w zakresie działań promocyjnych.. Podejmowane przez Navo działania wykorzystujące siłę brandów różnych producentów mogą być efektywnym narzędziem budującym skuteczne dotarcie do konsumentów”. – powiedział Roman Gajczewski, wiceprezes NAVO PGD.

Podstawową zasadą działalności NAVO PGD jest ścisła współpraca z partnerami oparta na długoterminowych porozumieniach handlowych i istotnie wykracza ponad sprzedaż ich produktów. Spółka zapewnia pełną logistykę, a ponadto wsparcie trade marketingowe oraz marketingowe na linii producent – detalista - konsument. Unikalny model dystrybucyjny – bazujący na sprzedaży artykułów wzajemnie uzupełniających się w poszczególnych kategoriach produktowych, a nie konkurujących ze sobą – w połączeniu z wieloletnim doświadczeniem rynkowym i uzyskanymi synergiami kosztowymi – czyni ofertę NAVO bardzo interesującą dla potencjalnych partnerów.

„Jedną z podstaw działalności 3M jest bliska kooperacja z partnerami regionalnymi w poszczególnych krajach. Navo posiada doskonale rekomendacje i wieloletnie doświadczenie na rynku sprzedaży, dystrybucji oraz efektywnych promocji produktowych. Na podstawie obserwacji ich działań podjęliśmy decyzję o rozszerzeniu naszej współpracy do rangi „Master Dystrybutora” w wybranych kategoriach produktowych. Nie mamy wątpliwości, że to trafny wybór – powiedział Arkadiusz Buczyński, Dyrektor Handlowy Rynku, Sektor Produktów Konsumenckich i Biurowych, 3M Poland.

Partnerami NAVO PGD są m.in.: P&G, 3M, SC Johnson czy Newell Rubbermaid. Od czerwca 2010 roku spółka znacząco rozszerzyła współpracę z Procter & Gamble w kategorii produktów Elektro marek Duracell, Braun i Oral B. W oparciu o unikalną formułę „Full Service Distributor” firma przejmuje zarządzanie działaniami sprzedażowymi, logistycznymi i tak zwanym trade marketingiem oraz niemal cały zespół handlowy zajmujący się tymi produktami w Polsce. Na podstawie zawartego porozumienia obsługa wszystkich klientów P&G w obszarze powyższych produktów została przejęta przez NAVO PGD.

NAVO PGD jest jedną z największych organizacji sprzedażowych w kraju. W skład oferty handlowej spółki wchodzi produkty chemiczne, kosmetyczne, farmaceutyczne, gospodarstwa domowego oraz – nowo wprowadzone – artykuły z kategorii elektro. Grupa prowadzi sprzedaż hurtową i detaliczną marek takich jak: Vizir, Pampers, Always, Pantene, blend-a-med, Olay, Gillette, Pronto, Raid, Off, , , Vick, Duracell, Braun, Oral B, od niedawna także Scotch-Brite™, PRIMA, Viscoplast oraz Syrena.

NAVO - Polska Grupa Dystrybucyjna ma niemal 20-letnie doświadczenie na polskim rynku FMCG. Cechuje ją dynamiczny rozwój skali działania przy jednoczesnym utrzymaniu konsekwentnego wzrostu wyników finansowych. Przychody Grupy za 2009 rok przekroczyły 876 mln złotych. Średnioroczna dynamika wzrostu przychodów w latach 2003-2009 wyniosła ponad 8%.

3M Company