



## Tržište

Koncept *Cash&Carry* uveden je na ove prostore otvaranjem prvog Tempa polovinom 2004. godine. Ovaj koncept podrazumeva najveću ponudu proizvoda uz najniže cene na tržištu.

Površina Tempo centara je od 8.000 do 18.000 kvadratnih metara a opremljeni su modernom funkcionalnom opremom za čuvanje i izlaganje robe. Svaki centar poseduje veliki parking prostor od 350 do 700 mesta.

Asortiman robe koji se nalazi u ponudi Tempa, od 8.000 do 50.000 artikala, više je nego raznovrstan. To znači da se u Tempu mogu kupiti svi najpoznatiji domaći i inostrani proizvodi, od kompletne prehrane do velike ponude neprehrambenog asortimana.

U početku je fokus bio na standardnim prehranbenim i neprehrambenim proizvodima neophodnim za svako domaćinstvo: voće i povrće, sveže meso, riba, delikates, mleko i mlečni proizvodi, sirevi, bezalkoholna i alkoholna pića,

zainteresovanima pruža priliku da postavljaju pitanja, predlažu, kritikuju i daju svoje utiske o celokupnom poslovanju.

U cilju što boljeg informisanja potrošačima je na raspolaganju Tempo Call Centar 0800/353-70-40. Svaki poziv ovog broja je besplatan. Potrošači ovde dobijaju informacije o cenama, promotivnim aktivnostima, radnom vremenu, akcijskim sniženjima, načinima plaćanja. Drugi vid komunikacije s potrošačima ostvaruje se preko knjige utisaka. Sve informacije o poslovanju Tempa dostupne si i na sajtu [www.tempo-cc.co.yu](http://www.tempo-cc.co.yu).

Svi zaposleni radnici u Tempu prošli su višenedeljni program obuke, a svoja znanja o prodaji, poznavanju robe, odnosima s potrošačima i poslovanju kompanije redovno šire na stručnim predavanjima. Celim procesom obuke koordinira stručan Trening centar.

Svakog meseca na specijalnim akcijskim sniženjima nađe se stotinak proizvoda iz svih

sadržaji. Dan otvaranja obeležen je brojnim promocijama i poklonima za potrošače.

Već 8. decembra 2006. godine, nedelju dana nakon otvaranja Tempa u Novom Sadu, otvoren je i Tempo u Nišu. Na ulazu u Niš, u Bulevaru 12. februara 80, otvoren je najveći prodajni objekat u južnoj Srbiji na 10.000 kvadratnih metara. S ponudom od 30.000 artikala, velikim parking prostorom, bankom i kafe-barom kupcima je omogućena najugodnija kupovina.

Veliko otvaranje najvećeg prodajnog objekta na Balkanu organizovano je 22. decembra u Beogradu. Tempo na adresi Autoput I, Blok 53, industrijska zona Novi Beograd, prostire se na 18.000 kvadratnih metara i završen je za rekordna 93 dana. Ponuda od 50.000 artikala, kao i brojna akcijska sniženja, garantuju najniže cene na tržištu. Ispred prodajnog prostora nalazi se veliki parking prostor za 700 vozila, a u sklopu centra su banka, kafe-bar i igraonica za decu. Dan otvaranja obeležen je ogromnim



smrznuti proizvodi, sredstva za ličnu higijenu i proizvodi kućne hemije.

Razvojem je ponuda proširena i na: bebi svet, staklenu galanteriju, svet plastike, kuhinjski pribor i posude, kancelarijski materijal, proizvode za kuću, kupatilo, baštu, auto-kozmetiku i opremu, male kućne aparate, elektroniku i sezonske proizvode.

Struktura ponude u Tempu prilagođena je porodici koja svoju kupovinu obavlja na nedeljnom, dvonedeljnom, ili čak mesečnom nivou. „U ritmu najbolje kupovine“ kupcima su na raspolaganju bogat asortiman, najpovoljnije cene i najbolja usluga na beogradskom tržištu.

## Dostignuća

Tempo izuzetnu pažnju posvećuje svojim kupcima. Ovo je jedina trgovina s razvijenim odeljenjem za odnose s potrošačima, koje svim

robnih grupa. Uporedo s redovnim akcijskim sniženjima u Tempu se često organizuju dodatna sniženja, uglavnom za najprodavanije proizvode. Sva sniženja uvek su prilagođena sezonskim potrebama potrošača.

## Istorijat

Prvi Tempo *Cash&Carry* otvoren je 15. jula 2004. godine. Zauzima površinu od 8.000 kvadratnih metara i nalazi se u neposrednoj blizini centra grada u Luci Beograd. Nakon dvogodišnjeg uspešnog poslovanja 2006. godina završena je sa tri nova Tempa.

Novosadski Tempo otvoren je 1. decembra 2006. godine u Tekelijinoj ulici bb. Ovo je najveći prodajni objekat u Vojvodini i zauzima površinu do 12.000 kvadratnih metara. U ponudi se nalazi čak 40.000 artikla, a u sklopu centra su banka, apoteka, igraonica za decu i drugi zanimljivi

brojem kupaca koji su želeli da kupe proizvode koji su samo tog dana bili na sniženju od 50 odsto.

## Dodatni sadržaj

Svaki Tempo centar pored redovnog prodajnog prostora s ponudom prehrane i neprehrane upotpunjen je dodatnim zabavnim sadržajem kao što su kafe-bar, igraonica za decu, banka, apoteka..

Kafe-bar Foodies, koji se nalazi u svakom Tempu, kupcima nudi prostor gde mogu da se odmire i osveže uz neko piće ili brzu hranu. U ponudi su uvek vruće pice, piroške i sendviči. Kupci Tempa su najčešće porodice. Kako bi zainteresovali decu i omogućili roditeljima da na miru obave svoju kupovinu, posebno je izdvojen deo za dečju igru. Igraonice su prepune igračaka za decu svih uzrasta.



### Proizvodi/usluge

Kupci Tempa su osim fizičkih lica i profesionalni kupci (samostalne trgovinske radnje, kafići, restorani, pekare, firme). Kupovina se obavlja bez posedovanja dodatnih propusnica ili kartica.

U cilju proširenja asortimana, poboljšanja kvaliteta usluge i zadovoljstva prilikom kupovine, odnedavno je postavljen novi raspored grupa proizvoda. Novim vodičem kroz Tempo kupcima je omogućeno lakše snalaženje i brže

jskih sniženja, kao i viseći putokazi koji olakšavaju snalaženje po objektu...

O spisku proizvoda koji su na akcijskoj prodaji i njihovim sniženim cenama potrošač može da se informiše u reklamnom letku. Svi proizvodi, koji su na akcijskoj prodaji, izloženi su na udarnim prodajnim mestima u rafovima, ili na specijalnim promotivnim ostrvima, uz vidljivo istaknute promo-cene i bogat reklamni materijal.

Pored akcijskih sniženja kupcima su na raspo-

donacije ustanovama od javnog značaja. Prilikom otvaranja Tempo centara u Novom Sadu, Nišu i Beogradu donacije su upućivane vrtićima. Grupa mališana iz vrtića Vendi u Novom Sadu, Neven u Nišu i Izvorčić u Beogradu uveliko uživa u novim dečjim igraonicama.

### Vrednosti brenda

Iz definicije misije Tempa najpreciznije se može utvrditi koje su osnovne vrednosti tog brenda.



obavljanje kupovine.

Kupljena roba se pored gotovog novca može platiti i platnim karticama: Mastercard, Visa, Dina, Yuba, Dinars.

Ponuda robe prilagođena je svim kategorijama kupaca, pa se proizvodi mogu kupovati na komad ili u komercijalnim pakovanjima. Svakog meseca biraju se proizvodi koje kupci najčešće kupuju i prave se nova pakovanja. Multipak predstavlja pakovanje proizvoda po meri potreba kupaca.

### Promocija

Tempo *Cash&Carry* centri svojstveni su po prepoznatljivom vizuelnom identitetu. Potpuno karakterističnom izgledu prodajnog prostora doprinosi, između ostalog, pozicioniranje robe po svetskim prodajnim standardima, promo-ostrva na kojima su izloženi proizvodi s mesečnih akci-

laganju i ostali vidovi promocije proizvoda. Promocije i degustacije koje se redovno organizuju prava su prilika da potrošač pre kupovine dobije detaljne informacije o osobinama proizvoda, da ih proba, da mu se ponude recepti, da dobije poklon... Mnogi proizvodi kupuju se s već upakovanim proizvodom gratis. Često se dešava da se uz kupovinu nekoliko proizvoda dobija još jedan takav proizvod besplatno.

Otvaranje Tempa uvek prate vrlo vredni pokloni za potrošače. Svaki 100. kupac dobija besplatnu kupovinu, svaki 500. kućni bioskop, 1.000. mobilni telefon, 2.000. veš-mašinu, 3.000. frižider, 4.000. kameru i 5.000. laptop.

### Društvena odgovornost

Delta maloprodaja izuzetna pažnju posvećuje društvenoj odgovornosti. Otvaranje novih maloprodajnih objekata tradicionalno prate

Tempo misija je, naime, najveća ponuda proizvoda uz najniže cene na tržištu koje obezbeđuju najveću uštedu. Teži se uspostavljanju najsavremenijih svetskih trendova u oblasti *Cash&Carry* centara. Ove odrednice već su postale prepoznatljive osobine Tempa i udarne vrednosti ovog brenda.

[www.tempo-cc.co.yu](http://www.tempo-cc.co.yu)

### ONO ŠTO NISTE ZNALI

#### Tempo

- 80 tona ulja prodato je 22. decembra 2006. godine u Tempo centru u Bloku 53 u Beogradu.
- 50.000 artikala nalazi se u ponudi Tempa.
- 1.730 parking mesta imaju svi Tempo centri.