



Mercator

Tržište

Mercator-S je deo Grupe Mercator, koju čine trgovinska i netrgovinska preduzeća u Sloveniji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Srbiji. Na ovim tržištima Mercator ima strateški cilj da ostane najveći, odnosno vodeći trgovac - razvojem sopstvene maloprodajne mreže i strateškim povezivanjima. Otuda će u narednom srednjoročnom periodu ova tržišta biti centar razvojnih aktivnosti Mercatora.

Mercator-S nastoji da svojim delovanjem ostvari sinergiju prostora na srpskom i drugim tržištima gde posluje, kroz izvoz srpskih proizvoda na ova tržišta (Pionir, Next, Jaffa, Rubin, Vinoprodukt Čoka itd), podsticanje i edukaciju proizvođača iz Srbije na što brže dobijanje standarda neophodnih za izvoz proizvoda u EU, budući da je jedina trgovinska kuća u Srbiji, koja ima sertifikat za sistem menadžmenta kvaliteta ISO 9001:2000. Time se sa strateškim partnerima odvija saradnja u razvoju autentičnih i kvalitetnih proizvoda, obezbeđivanju mogućnosti rasta na tržištu Srbije, ali i doprinosi se boljoj spoljnotrgovinskoj razmeni između Slovenije i Srbije.

Mercator-S razvija maloprodajnu mrežu u Srbiji i planira do 2010. godine da ostvari tržišno učešće od 10 odsto. Za četiri godine rada na srpskom tržištu izgrađena su tri prodajna objekta i kupljeno je 14 lokacija, što predstavlja investicije u iznosu od 100 miliona evra. Prvi od izgrađenih objekata Mercator Centar Beograd, najveći je tržišni centar u lancu Grupe Mercator i predstavljao je 2002. godine najveću greenfield investiciju u Srbiji, vrednu 43 miliona evra.

Mercator-S realizuje maloprodaju kroz 15 prodajnih jedinica različitih prodajnih programa, koje dopunjuje i ponuda u brojnim lokalima, datim pod zakup.



Mercator-S ima velike planove za poslovanje na srpskom tržištu. Pored otvaranja novih centara i daljeg unapređenja ponude u svim segmentima koje Mercator predstavlja kupcima, primarni ciljevi ove kompanije su unapređenje kvaliteta života potrošača i podizanje nivoa udobnosti u kupovini u objektima Mercator-S. Ovakav pristup tržištu i potrošaču ima za cilj da obezbedi nove uspehe Mercatora-S.

Dostignuća

Mercator-S odigrao je edukativnu ulogu u raznim oblastima - počev od uvođenja brojnih istraživačkih projekata, koji se odnose na kupce, tržište i konkurenciju, oblikovanje tržišnih strategija, brojnih projekata unapređenja prodaje, kratkotrajnih i trajnih, strateških, koji su do dolaska Mercatora u Srbiju bili nepoznati domaćem tržištu, do pionirske uloge u razvoju *loyalty* programa za potrošače - ponudom lepeze Mercator Pika kartice za različite kupce. Time je dokazao da prevazilazi okvire trgovinske kuće u Srbiji. Mercator-S se izdvaja po odličnim

trgovinskim uslugama, visokom kvalitetu ponude i konkurentnim cenama, što sve predstavlja značajne koristi za potrošače.

Da bi potrošačima i ostalim partnerima pružio visok kvalitet usluge i saradnje, po čemu se Mercator izdvaja kao jedinstvena trgovinska kuća na svim tržištima gde posluje, primenjuju se savremeni standardi, koji podrazumevaju specijalnu obuku svih zaposlenih, pridržavanje poslovnog, korporativnog Kodeksa, poslovnu kulturu u odnosu sa dobavljačima i partnerima, potroša-

čima i stalno unapređivanje ovih aktivnosti.

Mercator-S ulaže mnogo i u kvalitet komunikacije s potrošačima i javnošću, koji je potvrđen i kroz nominacije, tri godine zaredom, za nagradu Budi dobar i pokaži to drugima u kategoriji pet najboljih privrednih organizacija u Srbiji, a koje dodeljuju eksperti iz oblasti odnosa s javnošću.

Svoju društveno odgovornu ulogu Mercator-S realizuje kroz akcije pomoći zdravstvenim ustanovama (porodilište Kliničko-bolničkog centra Zemun, Institut za majku i dete na Novom Beogradu, prihvatilište za nezbrinutu decu u Zvečanskoj, sportskim klubovima (rukometni klubovi Humel i Mladost iz Čačka, Košar-

kaški klub Ušće), projektima iz oblasti kulture (domaći filmovi - Profesionalac, Sjav u očima, Jesen stiže, dunjo moja), kao i brojnim humanitarnim akcijama.

Sve navedene aktivnosti, specijalno kreirane ponude za potrošače, pokretanja edukativnih kampanja i pogodnosti koje su ugrađene u svaki segment kompanije Mercator imaju, svakako, jedan zajednički cilj - to je kvalitetna komunika-

cija s potrošačima koji imaju identičan tretman na svakom tržištu na kojem Mercator posluje: njihovo zadovoljstvo nalazi se u središtu svega što Mercator radi.

Pored lokalno specifičnih aktivnosti, koje su prilagođene potrebama i željama potrošača u Srbiji, Mercator je napravio korak napred u umrežavanju regije: u okviru *customer loyalty* programa (Pika kartica), realizovana je akcija Pika kartica - nema granica kojom je promovisana mogućnost korišćenja ovih kartica u više država regiona, tj. na svim tržištima na kojima Mercator posluje. Na ovaj način, daje se dodatna podrška potrošačima pri svakom susretu s kompanijom.

Istorijat

Mercator je osnovan 1949. godine, osnivanjem preduzeća Živila Ljubljana. Od 1990. godine počinje koncernska organizovanost, a tri godine kasnije počinje privatizacija, koja je po obimu i vrednosti predstavljala najveću privatizaciju u srednjoj Evropi. Od 1998. godine Mercator odlučno nastupa na tržištu - razvija maloprodajnu mrežu i tržišne aktivnosti, kreće u intenzivno



10%

**U nedelju,
29. avgusta
2004.**

Kupujte jeftinije!

U avgustu ćete ponovo moći da koristite 10 postotni popust, koj poljezujemo svim kupcima povodom predstavljanja naše 55 godišnjice.

Pozivamo Vas da u nedelju, 29. avgusta, posetite otvorene prodavnice Grupe Mercator* i iskoristite popust na kupovinu iz svih prodajnih programa.

Iskoristite odlične pogodnosti!

Vesna
prodavačica na delikatesu
6 godina u Mercatoru.

55 godina
Mercator

*U Mercatoru možete koristiti popust na kupovinu iz svih prodajnih programa.

i usluge), osmišljene su ili lokalno prilagođene mnoge akcije namenjene kupcima, koje dodatno povećavaju vrednost korporativnog brenda – kroz usluge ili akcije, koje su u međuvremenu izrasle u podbrendove Mercatora-S: projekat tzv. nacionalnih korpi, s posebnim naglaskom na srpsku korpu (promocija poznatih nacionalnih proizvođača, podrška akciji Kupujmo domaće i potvrda prilagođavanja kompanije lokalnom tržištu), specijalne sezonske akcije – novogodišnje, uskršnje, školske, slavske, velika sezonska sniženja u specijalizovanim prodavnicama Mercatora-S.

Osim raznovrsnih strateških, lokalnih, sezonskih i posebnih ponuda kupcima, Mercator-S je dosta uložio i u kreaciju namenskih programa za posetioce – organizacijom koncerata, pozorišnih predstava, modnih revija, dečjih radionica, proslava rođendana prodajnih objekata, velikih događaja, promocija i poklona za kupce povodom otvaranja novih objekata. Ovim redovnim aktivnostima Mercator-S pruža potrošačima dodatnu vrednost u odnosu na sam čin kupovine.

Mercator-S izdvaja se i po edukativnim programima od opšteg značaja. Višemesečnom kampanjom 5 na dan – obojimo život (akcija Kelj je OK, uz javne ličnosti, decu i stručnu podršku Zavoda za onkologiju i radiologiju Republike Srbije), promoviše se zdrav i kvalitetniji način života.

Mercator

Dobra ideja!

Američka pomorandža, limun, pingo, jabuka

Sirup Fucral
pomorandža, limun,
pingo, jabuka
1 litar
Rumapromet
177,65

Stadolet Aloma
Vanilla Honey
1 litar
Del Yug
240,00

138,-

179,-

Sir Mozzarella
125g
Valletta
127,92

100,-

povezivanje kapitala. Uspešno preuzima 23 preduzeća i dolazi na tržišta Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Srbije. Tako počinje da ostvaruje svoju viziju da postane najveći trgovinski lanac prehrambenih proizvoda i robe dnevne potrošnje u domaćinstvu u jugoistočnoj Evropi. Među preduzećima novih članica EU Grupa Mercator zauzima 32. mesto po ostvarenim prihodima. U 2005. Mercator je postao najuglednije slovenačko preduzeće u očima poslovne javnosti.

Mercator je prisutan u Srbiji od 2002. godine - otvaranjem Mercator Centra Beograd (prodajne površine 54.000 kv). Ostali Mercatorovi objekti otvoreni su krajem 2005. godine - Mercator Centar Čačak i Supermarket Zemun.

Proizvodi/usluge

Mercator-S je tokom četiri godine rada u Srbiji dokazao da se izdvaja po standardu kvaliteta ponude i usluge i time je doprineo ujednačavanju ponude i usluge na svim strateškim tržištima Grupe Mercator.

Uz obezbeđivanje komplementarne ponude, koja predstavlja najbolji izbor svih programa za kupce (prehrambeni proizvodi, tekstil, sportska oprema i odeća, tehnika, nameštaj, parfimerija

Najnoviji poduhvati

Mercator nastoji da poboljša konkurentnost ponude i razvije maloprodajnu mrežu kroz strateška povezivanja, razvoj sopstvene maloprodajne mreže i kupovinu privlačnih lokacija. Ovo strateško usmerenje da Mercator postane vodeći trgovinski lanac prehrambenom robom ujedno određuje i strategiju internacionalizacije Grupe Mercator.

Otvaranje velikog tržnog centra u Novom Sadu, planirano za sredinu 2007. godine, investicija je vredna 33 miliona evra. Istovremeno, planirana je i izgradnja dva tržna centra - u Nišu i Beogradu, kao i objekta u Indiji.

Promocija

Prateći svetske trendove u maloprodaji, Mercator-S mnogo ulaže u promotivne i advertising aktivnosti. ATL i BTL advertising koristi se za različite prodajne programe i usluge.

Konkurentna utakmica u trgovinskoj delatnosti na srpskom tržištu odvija se uglavnom preko štampanih medija. Štampani materijal koristi se kao dominantan, jer se njime komunicira s velikim brojem kupaca. Dosta se ulaže i u direktan marketing, posebno u domenu *loyalty* projekata.

TV se koristi kao medij uglavnom za imidž, korporativne kampanje. Za promociju novih trendova prodajnog programa tekstila, organizuju se i modne revije otvorenog tipa.

U okviru kategorije oglašavanja, kako u medijima, tako i u samim centrima, Mercator-S je postavio mnoge standarde u oglašavanju, kreirajući nove pristupe komunikaciji, istovremeno strogo se pridržavajući Zakona o oglašavanju i fer-plej odnosa u tržišnoj utakmici.

Vrednosti brenda

Pružanjem kompletne ponude i usluge visokog standarda, kao i dodatnih vrednosti kupcima, tržni centri Mercator-S postali su jedinstvena mesta porodičnog okupljanja i susreta s poslovnim partnerima i prijateljima. Savremen koncept trgovine, koji obezbeđuje prijatan ambijent, udobnost, komfor, jednostavnost u kupovini, inovativnost ponude i usluge, ukazuje na trajnu usmerenost Mercator-S na visok stepen zadovoljavanja potreba i želja potrošača.

Sve navedene aktivnosti učinile su da je Mercator Srbija ne samo nastavio trend započet prvim pojavljivanjem na ovom prostoru 1972. godine, već je nakon ponovnog otvaranja 2002. godine u Beogradu, značajno unapredio vrednost sopstvenog brenda kroz pomenute aktivnosti, šireći istovremeno mrežu prodajnih objekata i unapređujući kvalitet života u sve više gradova Srbije.

www.mercator-s.co.yu

ONO ŠTO NISTE ZNALI

Mercator

- Mercator se na srpskom tržištu pojavio pre 34 godine (1972).
- Najmlađi zaposleni u Mercatoru-S ima 19 a najstariji 59 godina. Prosečna starost zaposlenih je 33 godine.
- U Mercatoru-S je više zaposlenih žena (360), nego muškaraca (180).
- Mercator Centar Beograd tokom vikenda poseti 8.000 do 10.000 kupaca.
- Mercator Pika kartica je prva međunarodna trgovinska kartica. Više od 50.000 kupaca u Mercatoru koristi Pika kartice.

**VOĆE I POVRĆE
U APRILU
30%
JEFTINIJE***

zasladiti se nije greh

U Mercatoru-S smo snizili cene voća i povrća. Svakodnevno uzimanje svih pet boja voća i povrća može da smanji posledice stresa i da poboljša raspoloženje.

*Ponuda važi za voće i povrće sa oznakom 5 na dan.

5 na dan Obojimo život

Mercator
www.mercator-s.co.yu