



Tržište

Maxi je maloprodajni lanac prehrambene robe koji posluje u okviru kompanije Delta M, članice Delta holdinga.

Prvi Maxi supermarket otvoren je krajem 2000. godine na Novom Beogradu. Za vrlo kratko vreme ovaj trgovinski lanac postao je sinonim za trgovinu koja brine o potrošačima, prati svetske trendove i uvodi novine u sve segmente poslovanja.

Maxi supermarketi prostiru se na površini od 1.000 do 2.000 kv m i opremljeni su modernom, funkcionalnom i ekonomičnom opremom za čuvanje i izlaganje robe.

Asortiman robe, koja se može parirati u Maxi supermarketima, više je nego raznovrstan. Brojkama mereno, to znači da je reč o asortimanu koji broji od pet do deset hiljada artikala. To, praktično, znači da se u Maxi supermarketima mogu kupiti najpoznatiji domaći i inostrani proizvodi, od trajnih prehrambenih proizvoda preko higijenskog programa i kozmetike, do kućne galanterije i malih kućnih aparata.

Prilikom određivanja strukture ponude u Maxi supermarketima ideja vodilja bila je da to treba da bude mesto u kojem će jedno domaćinstvo moći u potpunosti da se opremi. Dakle, pravo „mesto porodične kupovine“.

Dostignuća

Znajući zlatno pravilo trgovine da je zadovoljan i veran potrošač jedina potvrda uspešnog poslovanja, Maxi izuzetnu pažnju posvećuje svojim kupcima. Ovo je jedina trgovina s razvijenim odeljenjem za odnose s potrošačima, koje svim zainteresovanim pruža priliku da postavljaju pitanja, predlažu, kritikuju i daju svoje utiske o celokupnom poslovanju Maxi supermarketu.

U cilju što boljeg informisanja potrošača, organizovan je Maxi Call centar (0800-353-70-30), putem kojeg potrošači mogu dobiti informacije o prodavnicama, cenama, promotivnim aktivnostima, radnom vremenu, akcijskim sniženjima, načinima plaćanja. Po ugledu na razvijene evropske zemlje, Maxi je prvi na našem tržištu obezbedio besplatno pozivanje Call centra. Neposredan kontakt sa svojim potrošačima Maxi ostvaruje i preko Knjige utisaka koja se nalazi u svakoj prodavnici. Sve informacije o poslovanju



Maxija dostupne su i na sajtu www.maxi.co.yu

Svi zaposleni u Maxiju prošli su program obuke, a svoja znanja o prodaji, poznavanju robe, odnosima s potrošačima i poslovanju kompanije redovno šire na stručnim predavanjima. To je najbolji način da se održi standard kvaliteta usluge koji značajno doprinosi porastu prodaje. Celim procesom obuke koordinira stručni Training centar.

Osim vrhunskom uslugom i jedinstvenim privilegijama, Maxi brojne potrošače privlači povoljnim cenama. Svakog meseca na specijalnim akcijskim sniženjima nađe se stotinak proizvoda iz svih robnih grupa. Uporedo s redovnim akcijskim sniženjima Maxi često organizuje dodatna sniženja, uglavnom za najprodavanije proizvode. Sva sniženja uvek su prilagođena sezonskim potrebama potrošača. O detaljima akcijske prodaje potrošač može da se informiše u svakom supermarketu preko promotivnog lifleta.

Istorijski

Maloprodajna mreža Maxi prvobitno se razvijala samo na području Beograda. U Pančevu je otvoren prvi Maxi van Beograda i ubrzo je postao vodeća trgovina na ovom području. Uporedo s otvaranjem supermarketu po unutrašnjosti (u Novom Sadu, Nišu, Kragujevcu, Zrenjaninu, Jagodini, Šapcu, Obrenovcu..) maloprodajna mreža Maxi intenzivno



se širila na području Beograda. Danas, gotovo da nema opštine bez Maxi supermarketu. Maxi uspešno ispunjava jedan od važnih ciljeva - da sva beogradska naselja i svi veći srpski gradovi imaju svoje Maxi supermarkete. Dugoročnom strategijom predviđeno je proširivanje Maxi mreže van granica Srbije.

Proizvodi/usluge

Maxi supermarketi su prvi omogućili svojim kupcima tzv. kupovinu iz fotelje, tj. prvi su organizovali *on-line* prodavnicu. Kupac može da na sajtu izabere robu koja mu je potrebna, poruči je i čeka da paketi upakovane robe stignu na njegovu adresu. Usluga dostave je besplatna, a

roba se plaća kad se isporuči. Jedini uslov za ovu vrstu kupovine jeste da porudžbina kupca vredi više od 4.500 dinara.

U Maxi *on-line* prodavnici roba se može platiti gotovim novcem, čekovima, karticama (Mastercard, Maestro, Diners, Visa, Dina Card i Yuba), kao i žiralno.

Ukoliko kupac robu naruči do 13 časova svakim radnim danom i subotom, dobija je istog dana od 15 do 18 časova. Ako robu naruči



posle 13 časova, dobija je narednog dana. Roba naručena subotom po podne i nedeljom biće dostavljena u ponedeljak. Svaka narudžbina biće telefonski proverena, kako bi kupac bio obavešten o tačnom vremenu isporuke. Roba se plaća službi za isporučivanje.

Izuzetak su narudžbine s *on-line* plaćanjem pre isporuke, koje se ne proveravaju telefonskim putem. U ovom slučaju kupac putem *e-maila* dobija povratne informacije: potvrdu o prijemu porudžbine i potvrdu o autorizaciji njegove kartice.

Kad je reč o pravnim licima, procedura je nešto drugačija: ukoliko je roba naručena do 13 časova, istog dana na adresu pravnog lica stiže i profaktura s iznosom koji treba uplatiti i brojem žiro-računa. Ukoliko klijent, pravno lice, robu naruči posle 13 časova, profakturu i broj žiro-računa dobija narednog dana. Kada se na izvodu pokaže da je uplata izvršena, u roku od dva dana, u dogovoreno vreme služba za isporuke isporučuje robu.

Roba kupljena u Maxi *on-line* prodavnici zasad se isporučuje samo na teritoriji Beograda (opštine: Vračar, Stari grad, Voždovac, Savski venac, Rakovica, Čukarica, Zvezdara, Palilula, Zemun, Novi Beograd).

Najnoviji poduhvati

Nakon šest godina od otvaranja prvog Maxi supermarketa intenzivnog razvoja do osvajanja leaderske pozicije na teritoriji Srbije, tokom kojeg su kupljeni i maloprodajni lanci Pekabeta i C market - doneta je odluka da se svi brendovi u okviru Delta maloprodaje usklade pod jednim imenom - Maxi.

Zbog toga će sve male komšijske radnje nositi naziv Mini Maxi, svi supermarketi ime Maxi, a svi hipermarketi ime Super Maxi. Mini Maxi su radnje do 400, supermarketi Maxi od 400 do 2.000, a hipermarketi Super Maxi preko 2.000 kvadratnih metara.

Do kraja 2007. godine Maxi će biti potpuno rebrendiran.

Promene su desile i u koloritu logotipa. Novi logo Maxi osvežen je crvenom i zelenom bojom, koje u svesti potrošača predstavljaju asocijaciju na sveže asortiman robe (voće, povrće, meso), po čemu je Maxi i dosad bio prepoznatljiv. Iz novog logotipa Maxi izvedeni su i logotipi Mini Maxi i Super Maxi.

Novim jedinstvenim imenom za maloprodajnu mrežu i novim koloritom ojačava se prepoznatljivost brendova Maxi i ostvaruje se lakša komunikacija s potrošačima.

Delta Maxi je početkom 2005. godine otpočeo razvoj sopstvene robne marke. Proizvodi pod trgovinskom markom (ili eng. *private label* - PL) ekskluzivno se mogu kupiti u trgovinskim lancima koji su njihovi vlasnici.

Imajući u vidu želje i potrebe potrošača za proverenim i stalnim kvalitetom, u asortiman su postepeno uvedeni proizvodi pod robnim znakovima ovog lanca (Adut, Darovi prirode, Mistral, Riso, La Gusto, Finela, Snekis, Finno, Livs)... Počev od mlečnih proizvoda, šećera i soli, lista PL proizvoda Delta Maxija proširena je i prera-

đevinama od mesa, čajevima, preradom od voća i povrća... Vremenom je došlo do razvoja novih brendova Favola i Fedela koji su zamenili postojeće Darove prirode, Finno, Livs, Riso.

Pažljivim odabirom sirovina i bliskom i intenzivnom saradnjom s proizvođačima, obezbeđen je jednak nivo kvaliteta naših PL proizvoda s vodećim brendovima u određenoj robnoj grupi.

Pored posebnog naglaska na kvalitetu, potrošačima su ponuđene i do 20 odsto niže cene.

U proizvodnji privatnih robnih marki Delta Maxi se velikim delom oslanja na domaću proizvodnju. Od domaćih proizvođača zastupljeni su Yuhor, Džersi, Mlekoprodukt, Bilje Borča, Centroprodukt, Aleva... Proizvodnjom pod robnom markom Delta Maxi proizvođač iskorišćava sve

svoje raspoložive kapacitete, smanjuje poslovne troškove i dobija sigurno tržište za plasman svoje robe. Svesni toga, danas inicijativu za saradnju preuzimaju sami proizvođači.

Promocija

Osnovna odrednica vizuelnog identiteta Maxija je prepoznatljiv izgled porodičnog supermarketa zapadnog stila. Potpuno karakterističnom izgledu prodajnog prostora doprinosi, između ostalog, pozicioniranje robe po svetskim prodajnim standardima, promo-ostava na kojima su izloženi proizvodi s mesečnih akcijskih sniženja, viseći putokazi koji olakšavaju snalaženje po objektu...

Osim tipičnog izgleda same prodavnice, tu su i dodatni elementi koji kreiraju imidž ovog trgovinskog lanca: parking prostor ispred svakog supermarketa, poligoni za dečju igru, ozelenjene i uređene slobodne površine.

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.

Osim po akcijskim prodajama, Maxi je poznat i kao supermarket u kome potrošač može bliže da se upozna s proizvodima. Promocije i degustacije koje Maxi svakodnevno organizuje sa svojim dobavljačima prava su prilika da potrošač pre kupovine dobije detaljne informacije o osobinama proizvoda, da ih proba, da mu se ponude recepti, da dobije poklon...

Maxi je poznat i po tome što gotovo svakog meseca u saradnji sa svojim dobavljačima poklanja potrošačima vredne nagrade. Uz malo sreće, kupovina u Maxiju može doneti luksuzna putovanja, vredne kućne aparate, automobile...

Vrednosti brenda

Iz definicije misije trgovinskog lanca Maxi najpreciznije se može utvrditi koje su osnovne vrednosti Maxi brenda. Maxi misija je, naime, obezbeđivanje visokog nivoa usluge, najnižih cena, proširivanje asortimana i prenošenje najsavremenijih svetskih trendova u maloprodaji. Istovremeno, ove odrednice, već su postale prepoznatljive osobine Maxi supermarketa i udarne vrednosti ovog trgovinskog brenda.

Ove vrednosti samo će ubrzati ostvarenje vizije i konačnog cilja menadžmenta ovog domaćeg preduzeća: da lanac Maxi supermarketa postane lider na Balkanu.

www.maxi.co.yu



ONO ŠTO NISTE ZNALI

Maxi

- 188.000 potrošača je obavilo svoju novogodišnju kupovinu u Maxi supermarketima 30. decembra 2006. godine.
- 9.396 isporuka robe je obavljeno preko Maxi on line-a u toku 2006. godine.
- U decembru 2006. godine u svim Maxi supermarketima prodato je:
 - 658 hiljada litara Coca Cole
 - 540 tona ulja
 - 480 tona mandarina
 - 453 tone banana
 - 378 tona šećera
 - 255 tona svinjskog mesa.

