## Warszawa, 07.07.2022 r.

# **Grupa Eurocash**

# **Sieć ABC nie zwalnia tempa – otworzyła już 1000. sklep w nowej formule**

**W piątek, 1 lipca, w miejscowości Miłoradz w województwie pomorskim odbyło się uroczyste otwarcie 1000. sklepu ABC w nowym koncepcie. Jest to kontynuacja strategii Grupy Eurocash dotyczącej zmiany wizerunku sklepów ABC, która obejmuje zarówno nowe lokalizacje, jak i rebranding obecnie działających. Sklepy ABC, które przystąpiły do zmiany, odnotowują ok. 40% wzrost obrotów, a także kilkunastoprocentowy wzrost liczby paragonów.**

*– Sieć ABC stała się nowoczesną marką, gwarantującą jakość, przyjemne zakupy, dostępność towaru oraz większą widoczność ofert promocyjnych. Ma to bezpośrednie odzwierciedlenie w sprzedaży produktów w każdej kategorii. Zmiana postrzegania marki przez konsumenta wpływa na wielkość koszyka zakupowego. Nowy wizerunek w połączeniu z obecną strategią rozwoju sklepu lokalnego z nastawieniem na relacje właściciela z konsumentem, powoduje silną synergię i wzrost wartości marki. Wprowadzane rozwiązania dają obecnie już dwucyfrowe wzrosty sprzedaży we wszystkich kategoriach w stosunku do roku poprzedniego. Jest to duży sukces przeprowadzonego rebrandingu marki ABC. Jesteśmy przekonani, że teraz dołączy do nich także sklep w Miłoradzu –* mówi **Tomasz Michalewicz, Dyrektor ds. sieci ABC oraz Rozwoju Klientów w Grupie Eurocash.**

Sklep w Miłoradzu działa w sieci ABC od 2018 roku, a ostatnio przeszedł proces rebrandingu i remodelingu. Zgodnie z imieniem właścicielki, sklep nazywa się „Karolinka”, a na jego szyldzie znajduje się również logo sieci ABC. W witrynach sklepowych zostały podkreślone indywidualne atuty tego sklepu: szeroka oferta napojów i alkoholi, świeże wędliny, nabiał, a także lokalne produkty.

**Jedno miejsce, wiele udogodnień**

Zmiany wnętrza sklepu „Karolinka” objęły powiększenie sali sprzedaży do około 130 m2, a organizacja przestrzeni została zaprojektowana tak, aby konsumenci mogli intuicyjnie wybierać produkty i zrobić zakupy w komfortowych warunkach. Dzięki nowym rozwiązaniom, takim jak regał na pieczywo wypiekane w lokalnej piekarni czy regał na owoce i warzywa, kupujący może łatwo i wygodnie sięgnąć po świeże produkty. Dużym atutem sklepu jest również szeroka lada chłodnicza oferująca bogatą ofertę produktów wędliniarskich, dostarczanych od lokalnego producenta. Dodatkową przestrzeń wzbogacono także o strefy Cafe i Hot-dog, które wpisują się w obecne potrzeby konsumenckie. Warte uwagi są też elementy komunikacji sprzedaży ułatwiające klientom zakupy w sklepie, takie jak: etykiety z informacją o kraju pochodzenia produktów, wyeksponowany asortyment, czytelne etykiety cenowe i oznaczenie produktów typu: produkt lokalny, bio, bez laktozy.

**Z korzyścią dla właściciela**

Proces rebrandingu sieci ABC jest wdrażany równolegle z procesem zmian technologicznych. Wprowadzony w sklepie w Miłoradzu System Kasowy ABC to nowoczesne rozwiązanie, które usprawnia zarządzanie placówką oraz umożliwia przeprowadzanie promocji detalicznych i innych aktywności marketingowych. Właściciel sklepu w prosty sposób może zaakceptować promocje, w tym także gazetkę ABC - wystarczy jedna akceptacja, aby rabaty wgrały się do kas.

Kolejnym wdrożonym rozwiązaniem jest nowa lada sprzedażowa, która optymalnie wypełnia przestrzeń przy kasie. Wyróżnia się ona takimi rozwiązaniami jak: podświetlenie LED półek impulsowych, półka na koszyk z zakupami czy uchwyty systemowe z etykietami cenowymi. Wymienione zostały także regały i lodówki, co pozwoliło wprowadzić bardziej nowoczesne i ergonomiczne urządzenia.

Dodatkowo właścicielka sklepu „Karolinka” poszerzyła ofertę o regał Faktorii Win, a także o program „Czas na Whisky”, który daje jej możliwość zakupu wybranych produktów w hurtowniach Eurocash Cash & Carry w cenach niższych niż regularne. W efekcie sklep zyskał wyeksponowane produkty i konkurencyjną ofertę także w kategorii alkoholi.

W ramach współpracy z siecią ABC w procesie remodelingu to właściciele sklepów mają decydujący głos.– *Jesteśmy przekonani, że nasi franczyzobiorcy najlepiej wiedzą, jakie potrzeby mają ich klienci i w jaki sposób na nie odpowiedzieć. Dlatego o ostatecznym wyglądzie wnętrza sklepu oraz o jego wyposażeniu decydują oni sami. Wybierają, z których*
*zaproponowanych rozwiązań i w jakim zakresie chcą skorzystać. Dzięki temu każdy sklep ABC ma swój unikalny, lokalny charakter* – podsumowuje **Tomasz Michalewicz.**

\* \* \*

ABC to największa ogólnopolska sieć sklepów prowadzona przez Grupę Eurocash w ramach systemu partnerskiego, opartego na zasadach franczyzy. W ciągu ponad 20 lat sieć stała się znaną i lubianą marką sklepów wśród Polaków, zdobywając bardzo wysoką pozycję w tym segmencie sprzedaży. Obecnie do sieci należy ponad 9000 sklepów w całej Polsce. Co 8 sklep małego formatu należy do sieci sklepów ABC. Sieć ABC daje właścicielom sklepów możliwość korzystania z gotowego modelu prowadzenia sklepu. Oferujemy pełne wsparcie marketingowe, organizacyjne oraz preferencyjne warunki zakupowe w hurtowniach Eurocash Cash & Carry - 179 hurtowni w całej Polsce oraz na stronie www.eurocash.pl. Właściciele sklepów posiadają pełną swobodę działania i organizowania swojego biznesu. W myśl hasła
„Z nami Ty jesteś marką”. Dzięki temu oferta jest idealnie dopasowana do lokalnych potrzeb konsumenta. Sklepy ABC są zawsze blisko - niemal 7 milinów klientów ma do nich maksymalnie kwadrans na piechotę od swojego domu! Bliskość, wygoda i oszczędność - nie tylko czasu.

www.noweabc.pl

\*\*\*

Grupa Eurocash to największa polska firma zajmująca się hurtową dystrybucją żywności
i innych produktów szybkozbywalnych (FMCG). Spółka współpracuje z ponad 90 tys. klientów, z których aż 70 tys. stanowią przedsiębiorcy prowadzący lokalne sklepy detaliczne w całej Polsce, których Eurocash wspiera w obszarze dystrybucji, marketingu, nowych technologii
i edukacji.

Grupa to również organizator znanych sieci franczyzowych, agencyjnych i partnerskich takich jak: ABC, Groszek, Lewiatan, Euro Sklep, Gama, Duży Ben. Firma, w oparciu o placówki franczyzowe i własne, rozwija Delikatesy Centrum – największą sieć supermarketów w Polsce.