

A Fórmula de Sucesso para os Supermercados de Descontos

Convenção da ABRAS - Brasil

Paul Foley

São Paulo, 17 de setembro 2015

estratégias de varejo que funcionam

Vamos iniciar esta palestra de um jeito bem diferente!

Sobre Paul Foley

- Fundador e Sócio-Diretor da Foley Retail Consulting (FRC)
- Mais de 40 anos de experiência de varejo
- Membro do Conselho de 3 varejistas em 3 países
- Ex-CEO da ALDI Süd (23 anos)

Foley Retail Consulting F.R.C.

- Baseada em Viena, Áustria
- Controlada e administrada pelos sócios
- Foco exclusivo em varejo e e-commerce
- Opera em uma diversidade de mercados geográficos
- Trabalha com grande variedade de varejistas e canais
- Soluções derivadas da prática real!
- Os 4 sócios da FRC somam 135 anos de experiência de gestão de varejo de alto nível



Supermercados de Descontos



Princípios dos Descontos – Em que se baseiam?

O que precisa um Varejista de Descontos para operar de forma efetiva?

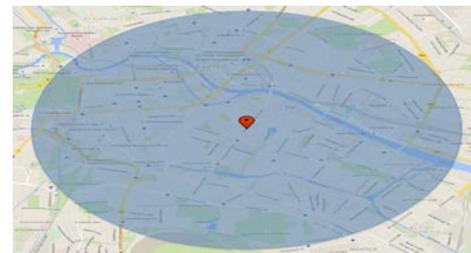
1. Produtos de Marcas Próprias que igualem o desempenhos dos produtos de marcas



1. Estrutura de custos operacionais que corte um terço dos custos normais da indústria



2. Captura de 25.000 pessoas com expectativas populares de qualidade



Quais são os objetivos de um Varejista de Descontos?

1. 30% de vantagem no preço de varejo sobre a média do mercado e ser conhecido como líder em preço



1. Ser o maior comprador de qualquer produto individual vendido no mercado



Como é o mercado ideal para o Varejista de Descontos?

Cinco condições de mercado necessárias para o Varejista de Descontos

1. PIB per capita acima da média global – quanto mais alto melhor!
2. A indústria de varejo de alimentos obtém retornos de EBITDA 5% acima de média global
3. Canal de descontos com pouca penetração (menor que 10%) – quanto mais baixo melhor
4. Economia com altos salários
5. Concorrentes são empresas “listadas em bolsa”

5/5



Austrália
População 23m

3/5



Brasil
População 200m

... 2020?

O Mundo do Varejista de Descontos!

Market share de Varejista de Descontos por País, 2015 (%)



Sob circunstâncias normais, onde todos os canais operam normalmente, os descontos podem comandar 20% do total de market share

Como o Varejista de Descontos ataca o mercado?

Conquistando dois objetivos chave: liderança em preço e poder de compra!



Faça os cálculos!

Como o Varejista de Descontos obtém poder de compra através de market share - caso Reino Unido

- Vendas por SKU

				Princípio de Pareto		
	Vendas €	SKU	Vendas /SKU	80% de vendas	20% de SKU	Venda/ SKU
	58,4bn	40.000	1,5m	46,7bn	8.000	5,8m
	6,2bn (11% da Tesco)	1.000	6,2m			6,2m

Source: FRC

Quanto investimento de capital será necessário para o Varejista de Desconto?

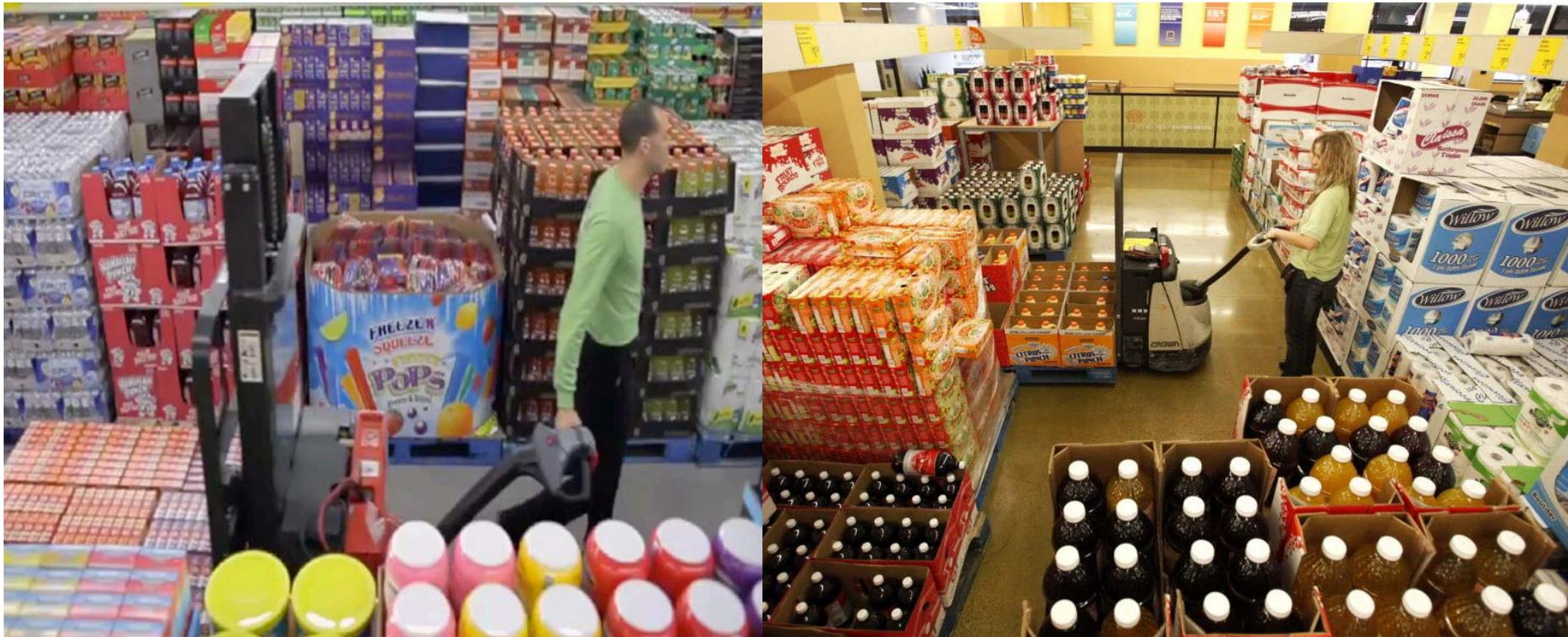
Investimento antes de registro de lucro em um novo mercado

- Meio bilhão de dólares em 5 anos!



Como o Varejista de Descontos atinge sua meta de custos?

A tarefa crítica de gerir a logística e a definição da equipe



Como o Varejista de Descontos atinge sua meta de custos?

A tarefa crítica de gerir a logística e a definição da equipe



Como o Varejista de Descontos atinge sua meta de custos?

A tarefa crítica de gerir a logística e a definição da equipe



Estágio de Maturidade

Como o Varejista de Descontos desenvolve suas próprias marcas e se torna uma marca em si!



Estágio de Maturidade

Como o Varejista de Descontos se torna uma marca.



German discounters take UK supermarkets by storm

Jenny Cosgrave | @jenny_cosgrave
Friday, 13 Feb 2015 | 10:11 AM ET
CNBC

What's Wrong With America's Supermarkets?

Traditional Grocery Stores Are Caught in the Middle, Losing Market Share to Discounters as Well as Specialty Shops



Aldi overtakes Waitrose to become Britain's sixth biggest supermarket

08 Apr 2015 | Gavin Cleaver

Every Lidl helps? German discounters rattling UK's big four supermarkets

Reação do Mercado

Sainsbury's boss predicts discounters Aldi and Lidl will eat 15% of market share by 2022

Aldi overtakes Waitrose's market share

🕒 8 April 2015 | **Business**

Discounters Aldi and Lidl achieve combined 10% market share

13 February, 2015 | By Luke Tugby

Supermarket suppliers face collapse over price war

Doubling in number of suppliers facing collapse as Tesco, Asda, Sainsburys and Morrisons cut prices

Supermarkets squeezing suppliers

June 12, 2014

More than 100 suppliers could go bust from supermarket price war

Como o Varejista de Descontos se relaciona com seus clientes

Estratégias para ganhar lealdade

- Defesa do Consumidor: Parece estar no lado do consumidor ao vender pelo menor preço possível
- Sempre diz a verdade, mesmo que dolorosa. Sem as bobagens de RP!
- Sempre paga seus fornecedores em dia
- Políticas justas de RH que garantem a lealdade dos funcionários
- Possui um conjunto de crenças protegidas pela tradição e pensamento de longo prazo



O Que pode dar errado para o Varejista de Descontos?

Estratégias da concorrência contra o Varejista de Descontos



*Reduzir a diferença de
preços para mais de 15%*



Resumo

Pontos Abordados

- O sucesso do Varejista de Descontos tem a ver com sua filosofia de administração de custos
- Os Varejistas de Descontos bem-sucedidos são concorrentes difíceis quando têm GRANDE PODER DE COMPRA
- Os Varejistas de Descontos bem-sucedidos investirão muito dinheiro antes de obter qualquer lucro
- Os não-alimentos são uma parte importante de sua oferta
- Os Varejistas de Descontos bem-sucedidos podem perturbar seriamente mercados de varejo de alimentos lucrativos
- Depois que o Varejista de Desconto chega a seu “ponto de maturidade”, a única forma de pará-lo é investir em preço e margem e diminuir a diferença de preços.



Obrigado por sua atenção!

FOLEY RETAIL CONSULTING
Kaerntner Ring 5-7 | 1010 Vienna | Austria
Phone: +43 1 205 1160 1253 - Email: office@foleyretailconsulting.com
www.foleyretailconsulting.com

estratégias de varejo que funcionam