Auto i Myjnia

2019-02-11

W 2018 r. E.Leclerc otworzył 4 nowe stacje paliw

Grupa E.Leclerc Polska przedstawiła wyniki za 2018 r. Wzrost sprzedaży w tym okresie wyniósł 3,89%. Jak podkreśla Grupa: dobre wyniki zostały osiągnięte mimo obowiązującego od marca ur. zakazu handlu w niedzielę. WIĘCEJ czytaj w marcowym wydaniu miesięcznika "Paliwa Płynne". ***Jeśli szukasz oferty franczyzy sklepowej, przyjdź na organizowane wyłącznie przez Polską Izbę Paliw Płynnych*** XXVI Międzynarodowe Targi STACJA PALIW 2019, 15-17 maja ***na terenie EXPO XXI, Warszawa, ul. Prądzyńskiego 12/14***

Strategia promocyjna E.Leclerc w 2018 r. opierała się na planie dedykowanym produktom świeżym, takim jak mięso, owoce czy nabiał. Zdecydowanie zwiększono ich obecność w katalogach. W celu wzmocnienia sprzedaży w dni poprzedzające niehandlowe niedziele, wprowadzono także cykl „U nas weekend zaczyna się od czwartku", w którym promowano produkty z tej kategorii.
Grupa wzmocniła w ubiegłym roku swoją strukturę, rozpoczynając oficjalną współpracę z siecią Frac, która w lipcu dołączyła do grupy zakupowej Galec. Partnerstwo opiera się m.in. na wspólnym negocjowaniu cen z dostawcami. Kontrakty na 2019 r. osiągnięte tą drogą pokazały duży potencjał założonego modelu współpracy, który może być w przyszłości kontynuowany również z innymi partnerami E.Leclerc. Frac posiada obecnie 16 sklepów w Polsce. W listopadzie ur. funkcjonująca wcześniej w ramach tej sieci placówka w Stalowej Woli, została otwarta pod szyldem E.Leclerc.
2018 r. to dla E.Leclerc także rozwój sprzedaży internetowej i sieci stacji paliw. Kolejne dwie placówki dołączyły do grona 11 sklepów, które oferują usługę zakupów online. Otwarto również 4 stacje paliw, których obecnie jest już 18. Rozwój w tych obszarach kontynuowany będzie również w 2019 r.
W 2018 r. E.Leclerc ogłosił swoje plany rozszerzania oferty związanej ze zdrowym odżywianiem. W odpowiedzi na coraz większe zainteresowanie Polaków tym obszarem, w E.Leclerc znacząco wzrosła m.in. liczba produktów bio, dla osób z nietolerancjami pokarmowymi oraz produktów pochodzenia roślinnego marki własnej. Był to pierwszy etap strategii zakładającej podwojenie liczby produktów marki własnej z

tych kategorii do 2020 roku. Wzrost znaczenia tego segmentu jest coraz bardziej widoczny również w przestrzeniach sklepów, które rozbudowują swoje działy zdrowej żywności.
Jednym z priorytetów E.Leclerc w 2018 r. było wyjście naprzeciw oczekiwaniom konsumentów w kontekście doświadczeń zakupowych i komfortu podczas wizyty w sklepie. W tym okresie zakończono proces modernizacji działów z produktami świeżymi we wszystkich sklepach. Wprowadzono także nowe rozwiązania technologiczne z myślą o poprawie komfortu klientów. Poszczególne placówki należące do grupy modernizowały się równolegle, w obszarach wynikających z posiadanego formatu czy specyfiki lokalnych rynków. Jednocześnie wdrażano rozwiązania w zakresie IT i logistyki, podnoszące efektywność wszystkich placówek E.Leclerc.

Źródło: E.Leclerc

Źródło: http://www.paliwa.pl/strona-startowa/archiwum/w-2018-r-e-leclerc-otworzyl-4-nowe-stacje-paliw