

Come ti sviluppo il convenience store

Cedi Sisa Nord Ovest ha messo in atto nel 2007 un progetto di ammodernamento della rete di vendita, basato sull'aggiornamento dell'offerta

Dare forma alla propria vitalità, concretizzandola in criteri assortimentali e logiche di layout che sintetizzino la risposta efficace della propria offerta all'evoluzione delle esigenze dei clienti.

Su queste premesse si fonda il progetto Format e cluster realizzato da Cedi Sisa Nord ovest grazie alla consulenza di un gruppo di lavoro specializzato di Delta Team.

Dalle analisi condotte nella fase preliminare sono emersi i modi di superare le imperfezioni della do (leggibilità degli assortimenti, vetustà degli arredi) e differenziandosi nettamente generando vantaggio per il cliente.

È stata riformulata la missione del supermercato Sisa del

prossimo futuro 2008: tipicamente di prossimità, riconosciuto dai clienti che acquistano diverse volte la settimana.

Questo nuovo supermercato è improntato ai diversi contenuti

★ Format e cluster: i punti chiave

- ➔ analisi delle rete di vendita e benchmarking con i principali competitor;
- ➔ lettura dei nuovi stili di consumo;
- ➔ identificazione di quattro modelli (format) di negozi e definizione delle modalità di utilizzo ottimale degli spazi disponibili per declinare i cluster;
- ➔ formulazione dei cluster assortimentali secondo logiche di category management.



razione degli scaffali che mira al risparmio di tempo, rendendo accessibili le categorie di routine, e aggrega per mondi le categorie bastione e garantendo comunque spazio alle categorie di servizio.

Sono stati riequilibrati gli spazi a favore dei freschi e un significativo ampliamento dei prodotti in *take away*.

Lo sviluppo assortimentale di ogni singola categoria, come il posizionamento e la politica promozionali, sono la conseguenza del ruolo che è stato loro assegnato secondo logiche di category management. I benefici del progetto, ad alcuni mesi dal *roll out* sui negozi-pilota, sono molto incoraggianti: allineamento degli assortimenti, con vantaggi sia in termini di gestione delle referenze sia da un punto di vista logistico che amministrativo, aggiornamento alle



Fonte: Delta Team

della convenience: prezzo competitivo, risparmio sensibile di tempo, qualità e freschezza dei prodotti, e offrire "tutto quel che serve e niente di superfluo". L'attenzione è rivolta a soddisfare i nuovi stili di consumo: integrando prodotti ad alto contenuto di servizio quelle tipicità che meglio esprimono il territorio. Sono stati formulati i criteri per la costruzione di una sequenza merceologica e una configu-

■ Cedi Sisa Nord Ovest in cifre

Supermercati Sisa	64
Superette Iissimo	127
Superstore Sisasuperstore	6
Superficie complessiva	63mila mq
Superficie media per negozio	330 mq

Fonte: elaborazioni Delta Team su dati aziendali

effettive esigenze dei consumatori e importanti crescite dei risultati economici (vendite e mix del margine). ■

m.sciangula@delta-team.it