

ЗАО «ДОБРОНОМ» АКТИВНО ПРИБЛИЖАЕТСЯ К ПЕРВОЙ ТЫСЯЧЕ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ: СТРАТЕГИЯ И ЦЕЛИ ПОПУЛЯРНОГО РИТЕЙЛЕРА

Один из крупнейших игроков в сфере розничной торговли в Беларуси ЗАО «Доброном» планирует увеличить количество своих магазинов до тысячи, а также стать лидером среди торговых объектов форматов «у дома» и «жесткий дискаунтер».



Выйти в лидеры, считают в компании, реально благодаря созданию привлекательных условий для покупателей, расширению потребительской аудитории, организации эффективных логистических и операционных процессов, а также анализ динамики рынка ведущих ритейлеров и применение экономически эффективных кейсов на практике. Принципиальная позиция компании – акцент на белорусских производителей, выгодное ценообразование, доступность. Залог успеха – в стабильном движении вперед без ущерба для качества и соответствии современным требованиям в сфере розничной торговли.

ЗАО «Доброном» открывает магазины в Беларуси с 2011 года. Под его руководством развиваются известные в стране бренды «Копеечка», «Маяк»

УНП 191178504

и «Доброном». Каждое направление имеет свои особенности, но объединяет их главное: конкурентоспособное качество товаров и обслуживания, доступность и универсальный ассортимент. Компания нацелена на достижение результата и продолжает развивать потенциал своих бизнес-проектов.

Для компании в целом и для каждого отдельно взятого региона – открытие новых объектов всегда выгодно. Это и комфорт для покупателей, и поступление налогов в бюджет, и новые рабочие места, что позитивно сказывается на общей экономической и социальной сферах.

Внутренняя аналитическая работа позволяет изучить и найти наиболее выгодные подходы к организации процесса розничной торговли на всех этапах. Так, ЗАО «Доброном», кроме прочего, имеет собственные службы логистики, управляет коммерческим и операционным блоками, налажено собственное производство полного цикла.

Активно развивается тренд розничных сетей – собственные торговые марки. На данный момент это: «Вяскowy пaдвopак», «Вкусно как дома», «Смачна FOOD», «Добрики», Floria, Alestino, Comfort style, GOOD, PROSTO СУШИ. Выпуская продукцию под своими марками – компания может контролировать производство на каждом этапе, качество товара и ценообразование.

Особое внимание в «Доброноме» уделяют маркетинговой составляющей и презентации торговых объектов и ассортимента, в том числе, в популярных социальных сетях и мессенджерах. Кроме того, компания всегда откликается на социальные проекты, будь то благотворительная помощь или участие в государственной программе скидок для социально незащищенных слоев населения. На сегодняшний день уже более двухсот восьмидесяти тысяч покупателей активно используют социальную дисконтную карту.

В результате комплексных мер по развитию бизнес-идей, торговые объекты ЗАО «Доброном» завоевывают популярность, особенно в регионах. Это дает возможность расширять бизнес.

Число новых магазинов постоянно и стабильно растет. Сейчас ритейлер является абсолютным лидером по количеству ежемесячно открывающихся торговых объектов. Так, в 2022 году открыто 103 магазина, а с января по август 2023 года – 64. В среднем – 8-8,5 магазинов в месяц.

В июне 23-го года, «Доброном» открыл 900-й магазин – «Копеечку» в г.п. Россоны Витебской области. Спустя два месяца в компании насчитывалось уже 915 торговых объектов. Цель – 1000 магазинов к началу 2024 года.

Если говорить о направлениях, которые развивает ЗАО «Доброном», то речь идет о сетях супермаркетов, магазинов форматов «у дома» и «жесткий дискантер».

В частности, в Беларуси работают 43 супермаркета «Доброном» торговой площадью от 50 до 650 м кв. В них, кроме универсального ассортимента, широко представлены товары FRESH-категорий, в том числе собственного производства – выпечка, кулинарная продукция.



» Более 12 тысяч сотрудников работают в ЗАО «Доброном», из них 1000 – в центральном офисе компании в Минске. Более 280 000 человек имеют право на скидки в магазинах ЗАО «Доброном» по социальным картам программы лояльности для социально незащищенных слоев населения. Более 1000 тонн продукции ежедневно отгружаются в распределительных центрах ЗАО «Доброном» для доставки в магазины по всей Беларуси. 2800 наименований товаров представлены в магазинах ЗАО «Доброном». В более 190 населенных пунктах Беларуси есть магазины ЗАО «Доброном». 143 112,55 м кв. – именно столько занимают торговые площади магазинов ЗАО «Доброном». Более 700 тысяч покупателей ежедневно обслуживаются в магазинах ЗАО «Доброном»!

Основной упор «Доброном» делает на магазины формата «у дома» – популярная сеть «Копеечка», которая работает в Беларуси с 2017 года. По оценкам специалистов, подобные торговые объекты становятся более востребованными, нежели гипермаркеты.

Эффективная коммерческая стратегия компании «Доброном», оптимизация операционных и логистических процессов, а также снижение дру-

гих расходов, позволили создать сеть, которая стала одним из лидеров рынка по уровню низких цен. Сейчас в Беларуси функционируют порядка 800 «Копеечек», которые позиционируют себя как магазины формата «у дома».

Расширяя бизнес, в 2021 году «Доброном» реализует бизнес-проект по развитию формата «жесткий дискаунтер» – появляется сеть магазинов «Маяк». В августе 2023 года под этим брендом в Беларуси работает уже 84 торговых объекта.

Концепция «Маяка» заключается в удовлетворении основных потребностей покупателей – качественные универсальные товары по доступным ценам. Лояльная ценовая политика проводится за счет применения минимальной торговой надбавки, постоянной гибкой работы с поставщиками, а также благодаря умению оперативно реагировать на изменения, происходящие в сфере ритейла.

Учитывая растущую популярность дискаунтера «Маяк», компания приступила к активному развитию этого направления. Планируется, что к концу года число подобных магазинов увеличится до сотни. Преодоление этого рубежа позволит «Маяку» занять лидирующую позицию среди «жестких дискаунтеров», уверяют в ЗАО «Доброном».

В целом, все направления, по которым работают сети магазинов ЗАО «Доброном» ориентированы на спрос, качественное обслуживание, наличие востребованных товаров различных категорий, в том числе продукции отечественного производства, увеличение перечня товаров собственных марок. Отслеживание покупательских интересов и трендов направлено на удовлетворение потребностей всех слоев населения. Открытия новых торговых объектов позволяет создавать новые рабочие места, а также становиться ближе к покупателям.

Ставку на успех «Доброном» делает и в подготовке собственных кадров, предлагая соискателям обучение и реальный карьерный рост. Здесь можно повысить квалификацию или обучиться специальности с нуля. По результатам обучения выдается свидетельство государственного образца о присвоении квалификационного разряда по профессиям «контролер-кассир», «продавец», «повар». Учитывая динамику развития сетей, ответственный контролер-кассир при желании может стать старшим контролером-кассиром, заведующим отделом и даже директором. Сейчас в компании работает более 12 тысяч сотрудников, которые обеспечены достойной заработной платой, стабильными выплатами и гарантированным соцпакетом.

ЗАО «Доброном» ежегодно участвует в премии «Народная марка» и получает заслуженные награды. Так, по результатам народного голосования, в 2022 году сеть магазинов «Копеечка» стала призером в номинации «Сеть магазинов формата «у дома», а также получила награду в специальной номинации «Народное признание». Это, считают в компании, весомая оценка работы всего предприятия.