



Informacja prasowa
Warszawa, 8 sierpnia 2017 r.

Remodelling sklepu franczyzowego - Carrefour docenia wieloletnią współpracę

Franczyzobiorcom, którzy mają za sobą wieloletnią współpracę z Carrefour, firma oferuje remodelling placówek, zgodny z oczekiwaniami klientów i najnowszymi trendami.

W każdym przypadku przebudowa sklepu jest planowana indywidualnie, z uwzględnieniem potrzeb klientów danej placówki. Dzięki długofalowej współpracy z franczyzobiorcą, Carrefour ma możliwość lepszego poznania klienta i zrozumienia specyfiki danej lokalizacji, również m.in. dzięki narzędziom do analizy wyników sklepu.

Zmiany realizowane w trakcie przebudowy sklepu obejmują m.in.:

- zmianę ustawienia sklepu
- nowe aktywa:
 - meble na działy warzywa i owoce oraz pieczywo
 - kasy dotykowe
 - regał na alkohole, w tym specjalny regał na wina
 - boksy kasowe
- wejście
- nowe wizualizacje, w tym czarno – białe grafiki, np. z lokalnymi motywami.

Zgodnie z aktualnymi trendami panującymi na rynku firma odśladnia też witryny, aby zachęcały klientów do wejścia do środka, i doświetla najbardziej wrażliwe kategorie produktów oświetleniem punktowym.

Całość działań jest planowana wspólnie przez menedżera regionalnego i franczyzobiorcę. Po stronie franczyzobiorcy pozostaje jedynie odświeżenie lokalu. Pozostałe zmiany przejmuje na siebie Carrefour.

- Cenimy dobrą współpracę, a naszym priorytetem jest zapewnienie wsparcia dla naszych franczyzobiorców. Kilka lat na rynku detalicznym to okres, w którym wiele może się zmienić, dlatego naszym „długodystansowym” franczyzobiorcom oferujemy swojego rodzaju bonus w postaci remodellingu sklepu. Dzięki temu franczyzobiorca może skorzystać z najnowszych konceptów wypracowanych przez firmę i unowocześnić swoją placówkę – mówi Marek Lipka, dyrektor ds. sklepów convenience w Carrefour Polska.

Carrefour Polska stale modernizuje wszystkie posiadane formaty, w tym koncepty sklepów franczyzowych. Firma bacznie obserwuje zmiany zachodzące na rynku i wprowadza nowe rozwiązania, żeby dostosować wygląd i ofertę sklepów do nowych trendów konsumenckich.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour, światowy lider i referencyjna sieć branży detalicznej, posiada ponad 12 000 sklepów i e-sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour jest multilokalną, multiformatową i omnikanałową grupą handlową, zatrudniającą ponad 384 000 osób na całym świecie i generującą sprzedaż w wysokości 103,7 miliarda euro w 2016 roku. Każdego dnia 13 milionów klientów na całym świecie odwiedza sklepy Carrefour, których wyróżnikiem jest jakość i zaangażowanie w zrównoważony handel.

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy. Wszyscy pracownicy Carrefour Polska przyczyniają się do realizacji tej polityki poprzez programy: STOP Marnotrawstwu, Z miłości do Zdrowia oraz Różnorodność.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com