



## Saopštenje za javnost

### **Tri hiljade radnji u programu „Partnerski odnos sa kupcima“**

**Beograd, 31. januar 2011. – Tri hiljade malih trgovinskih radnji širom Srbije uključilo se u program „Partnerski odnos sa kupcima“ u okviru kojeg METRO Cash & Carry pomaže nezavisnim vlasnicima trgovina da rekonstruišu svoj objekat, bolje organizuju proces prodaje i unaprede poslovanje.**

Najveći veleprodajni lanac u Srbiji METRO Cash & Carry pokrenuo je program „Partnerski odnos sa kupcima“ 2009. godine sa ciljem da pomogne vlasnicima malih nezavisnih trgovinskih radnji da poboljšaju svoju konkurentnost, postanu atraktivniji krajnjim kupcima i tako opstanu na tržištu koje se sve više okreće velikim prodajnim formatima.

- Program "Partnerski odnos sa kupcima" je započet uspešno pre tri godine u Srbiji, i veoma smo posvećeni da pomognemo našim kupcima iz segmenta malih trgovina da postanu konkurentni na tržištu, koje sve više nagine ka većim maloprodajnim formatima. Osećamo da je naša obaveza da prenesemo znanje i iskustvo koje imamo lokalnim trgovcima, koji su naša važna grupa kupaca sa kojima želimo da ostvarimo dugoročno partnerstvo – kaže Kristijan Hilkema, član uprave METRO Cash & Carry Srbija.

- U sklopu ovog programa vlasnicima radnji prenosimo znanje sticano 45 godina širom sveta u vezi sa preuređenjem prostora, pravilnim odabirom asortimana, izlaganjem i skladištenjem robe. Od ovog programa veliku korist imaju i krajnji kupci, koji u malim trgovinama dobijaju kvalitetniju uslugu – dodaje Hilkema.



## Saopštenje za javnost

Ovaj program sastoji se od čitavog niza predavanja i radionica tokom kojih vlasnici radnji dobijaju praktična znanja korisna za svakodnevno poslovanje. U objektima METRO Cash & Carry obezbeđene su posebne prostorije namenjene edukaciji trgovaca i „pokazne prodavnice“ u kojima vlasnici radnji mogu da vide kako trgovina sa unetim izmenama izgleda. Stručnjaci METRO Cash & Carry odlaze i u objekte čiji su vlasnici uključeni u program „Partnerski odnos sa kupcima“ i daju im konkretna rešenja za rekonstrukciju, organizaciju i brendiranje objekta.

Dosadašnje iskustvo pokazuje da su nezavisne trgovine uključene u ovaj program, promenama asortimana i izlaganja robe imali prosečno povećanja prodaje od 20%. Mali trgovci uključeni u projekat su poboljšali svoje poslovanje, a krajnjim kupcima omogućili dobar asortiman proizvoda i kvalitetniju uslugu.

---

METRO Cash & Carry Srbija ([www.metro.rs](http://www.metro.rs)) započeo je sa poslovanjem početkom 2005. godine. Danas kompanija posluje sa centrima u Beogradu (u Krnjači, Zemunu i Vidikovcu) i Kragujevcu, Novom Sadu, Nišu, Subotici, Šapcu i Užicu.

METRO Cash & Carry je prisutan u 30 zemalja sa preko 700 distributivnih centara. Sa više od 100.000 zaposlenih širom sveta, kompanija je u 2010 ostvarila prodaju u iznosu od oko 31 milijarde evra. METRO Cash & Carry je prodajna linija METRO Grupe, jedne od najvećih internacionalnih trgovačkih kompanija na svetu. U 2010. godini Grupa je ostvarila prodaju od oko 67 milijardi evra. Kompanija broji oko 280.000 zaposlenih, i posluje sa preko 2.200 centara u 33 zemlje. Snagu METRO Grupe čine prodajne linije koje nezavisno posluju na tržištu: internacionalni lider u veleprodaji METRO/MAKRO Cash & Carry, Real hipermarketi – maloprodajne trgovine prehrane, Media Markt i Saturn – evropski tržišni lideri specijalizovani za trgovinu na malo medijskim i drugim električnim uređajima i Galeria Kaufhof – moderne robne kuće. Više informacija na: [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de)

### Kontakt:

Jelena Popović, rukovodilac korporativnih komunikacija, METRO Cash & Carry Srbija  
Auto - put za Novi Sad 120, 11080 Zemun, Beograd  
Tel: +381 11 3777 254; Fax: +381 11 3777 607  
Mob: +381 63 22 44 15  
E-mail: [jelena.popovic@metro.rs](mailto:jelena.popovic@metro.rs)