

# Новый «Магнит»

## Стратегические принципы и видение Группы компаний «Магнит»

В рамках разработки стратегии мы сформулировали три стратегических принципа для Компании:



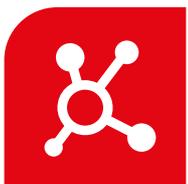
### 1. Клиент – первый приоритет

Основа нашей стратегии – радикальное улучшение ценностного предложения для наших клиентов. Мы сфокусируемся на самых важных для потребителя элементах. Мы обновим наш ассортимент: обеспечим наличие на полках самых востребованных продуктов, увеличим степень локализации продуктовой линейки и вырастим долю частной марки. Мы будем следить за свежестью и качеством продукции, при этом сохраняя существующее лидерство в цене. Для повышения удобства магазина мы уже запустили программу редизайнов, в рамках которой улучшаются план торгового зала и выкладка продуктов на полке, а сам магазин становится более светлым и чистым. Клиентоориентированность станет частью ДНК Группы – наш персонал станет более дружелюбным и приветливым.



### 2. Наши сильные стороны – фундамент роста

Мы сохраним наши преимущества близости к клиенту и наличия крупнейшей цепочки поставок. Более 18 тыс. торговых точек в 2 976 городах, 38 распределительных центров, более 5,9 тыс. грузовиков и уникальная система прямого импорта составляют основу нашей операционной модели и позволят нам достичь лидерства в эффективности. Мы расширим мощности собственного производства и разовьем единый бренд семьи магазинов «Магнит». Собственное производство станет основой развития частных марок, а мультиформатное предложение с единой программой лояльности сделает наше предложение еще более привлекательным для потребителя, дифференцирует нас по сравнению с конкурентами и позволит сформировать глубокое понимание потребностей клиентов.



### 3. Цифровые компетенции – платформа для лидерства в будущем

Мы создадим новые для Компании цифровые компетенции, актуальные для каждого элемента цепочки создания стоимости. Омниканальное предложение для потребителей поможет выйти на новый растущий сегмент рынка и усилить лояльность наших клиентов, а цифровизация внутренних процессов обеспечит прорывное изменение уровня эффективности.

За последние пять лет рынок ретейла в России эволюционировал. В условиях замедления темпа роста рынка возросла конкуренция: топ-5 федеральных игроков занимают уже 29% рынка, и их доля будет расти. Наши потребители становятся все более требовательными: для них стали критичными такие параметры, как свежесть продуктов и широта ассортимента, чистота и удобство магазина, дружелюбность и внешний вид персонала. Но при этом они все так же чувствительны к цене и не готовы переплачивать за качество.

Вместе с рынком ретейла должна меняться и Компания. Чтобы соответствовать новой реальности и усилить наши позиции лидера, мы запустили стратегическую программу трансформации Группы компаний

«Магнит». В ее основе – фокус на нашем покупателе, удовлетворение его потребностей, максимальное использование сильных сторон нашей бизнес-модели и создание новых платформ для роста. Мы ставим себе цель – стать новым стандартом доступного потребления и позитивного покупательского опыта для всех российских семей. Мы будем покрывать самые важные потребности покупателей под единым зонтичным брендом. Мы создаем семью магазинов «Магнит» для каждой российской семьи.

Программа трансформации началась во второй половине 2018 г. Результат не заставил себя ждать: мы гордимся, что впервые за два года в IV квартале 2018 г. сопоставимые продажи Компании стали положительными.

Основываясь на рыночном контексте и стратегических принципах, мы сформулировали видение Группы компаний «Магнит»:

# 1

**Завоевать доверие покупателей и обеспечить экономическую эффективность основных направлений бизнеса:**

- достичь глубокого понимания потребностей наших клиентов;
- внедрить новое ценностное предложение для существующих форматов магазинов:
  - сохранить наше традиционное преимущество низких цен;
  - обновить ассортимент и создать дифференцирующее предложение за счет свежести и качества продуктов, обеспеченных уникальным собственным производством и частной маркой;
- запустить и масштабировать программу лояльности;
- усилить клиентское восприятие зонтичного бренда «Магнит»;
- трансформировать эффективность операций в магазинах и цепочке поставок;

**Рост за счет клиентоориентированной трансформации существующих форматов**

# 2

**Стать новым стандартом доступного потребления для всех российских семей:**

- усилить наше уникальное предложение, объединяющее все форматы, категории, каналы продаж и коммуникации, запустить массовое омниканальное предложение:
  - покрыть все покупательские миссии, связанные с приобретением продуктов питания, товаров для красоты и здоровья, детского питания, уходом за детьми и уходом за домашними питомцами, а также создать предложение сопутствующих услуг (например, доставки);
  - создать предложение на уровне специализированных магазинов для каждой миссии;
- сделать нашу программу лояльности еще более привлекательной для потребителя – внедрить практики массовой персонализации предложений, основанных на аналитике больших данных;
- создать «бесшовную» омниканальную экосистему, позволяющую покупателю быстро и удобно переключаться между каналами продаж и миссиями.

**Рост за счет увеличения доли в кошельке покупателя, массовой персонализации и полноценной омниканальности**