

Univerza v Ljubljani
**EKONOMSKA
 FAKULTETA**

Študija primera: Tesco



60 LET

EFMD
EQUIS
 ACCREDITED

Univerza v Ljubljani
**EKONOMSKA
 FAKULTETA**

Tesco – nekoč

1919: prodajalna špecerije v Londonu
 1929: prva prodajalna pod imenom Tesco
 1948: prva samopostrežna prodajalna
 1960: geografska širitev, širitev prodajnega asortimana
 1961: prva veleblagovnica v UK,
 problem: vzdrževanje drobnoprodajnih cen → znamke
 1974: nafta
 1995: finance
 1998: telekomunikacije (O₂), uporabniška elektronika
 2000: tesco.com - en redkih profitabilnih dotcomov:

EFMD
EQUIS
 ACCREDITED

Univerza v Ljubljani
**EKONOMSKA
 FAKULTETA**

Tesco - danes

Tesco.com:
 Promet: 1 mrd £ (31,9 % rast)
 Dobiček: 56,2 mio £ (54,9 % rast)
 200.000 naročil tedensko
 750.000 aktivnih kupcev
 Telefonija: 1,5 mio uporabnikov

Promet: 39,5 mrd £
 Dobiček: 1,6 mrd £
 273.000 zaposlenih
 Poslanstvo: Ustvarjanje vrednosti za kupca z namenom pridobitve njihove vseživljenjske zvestobe

EFMD
EQUIS
 ACCREDITED

Ekonomski fakulteta

Upravljanje odnosov s strankami

CRM > programska orodja
CRM > kartica zvestobe

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

Ekonomski fakulteta

Kartica zvestobe

1994: iniciativa za povečevanje zvestobe
1995 - prvič izdajokartico zvestobe

- za pristop zberejo podatke:
 - ime, priimek, naslov, e-mail, podatki o družini,
 - dietetične zahteve, preference o proizvodih
- temelj za CRM
- 8 milijonov transakcij povezanih s posameznim kupcem
= 50 GB podatkov na teden!

Danes: 13 mio aktivnih uporabnikov

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

Ekonomski fakulteta

Kartica zvestobe (2)

Najboljših 100 vrednih več kot najslabših 4000
Najboljših 5% → 20% prodaje
Najslabših 25% → 2% prodaje
Podatki, ki so jih zbrali →
temelj za strategijo, ki ponuja prilagojene storitve
na cenovno učinkovit način

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

Ekonomski fakulteta

Podatki za spreminjanje strategije

Spremembe strategije na različnih področjih

- cenovna politika
- upravljanje z zalogami
- analize nakupovanja
- pridobivanje kupcev
- ponudba novih izdelkov
- upravljanje s trgovinami
- online obnašanje kupcev
- učinkovitost medijev

EFMD EQUIS ACCREDITED

Ekonomski fakulteta

CRM v praksi

- Dobro poznavanje kupcev
 - + priložnost za cross-selling
 - = 50% nižji stroški pridobivanja novih kupcev
- deljenje podatkov s proizvajalci
 - lahko izboljšajo prodajni miks in promocijo
 - v zameno plačilo ali kuponi
- 25% najboljših kupcev → Marks&Spencer
 - "Tesco's Finest" + promocija
- umik otkov za impulzne nakupe
 - povečanje zvestobe

EFMD EQUIS ACCREDITED

Ekonomski fakulteta

CRM v praksi (2)

Revija

- milijoni prejemnikov
- vsake tri mesece
- masovno prilagojeni (personalizirani)!
 - prilagojeni življenjskemu slogu kupcev
- vsak – posebna kombinacija (150.000 variacij!):
 - člankov
 - Tesco'sh promocij
 - zunanji oglaševalci
- 20% kuponov unovčenih (povprečje panoge 0,5!)

EFMD EQUIS ACCREDITED

CRM v praksi (3)

Zagotavljanje najnižjih cen:

- "Price checkers" – primerjava cen konkurence
- 10.000 izdelkov tedensko
- na tesco.com primerjave dostopne
