

# Záró vizsga esettanulmány FOX-osok számára 2015

## I. A Coop áttekintése

### Hitvallás

„COOP. A Jó szomszéd.”

A COOP üzletlánc a családok napi fogyasztási szükségleteinek kielégítését szolgálja úgy, hogy részükre a legoptimálisabb ár/érték/idő arányt kívánja biztosítani.

A COOP olyan magyar élelmiszer-napicikk forgalmazást végző kiskereskedelmi üzletlánc, amely elkötelezett

= a minőség mellett, kifejezetten kerüli a bizonytalan eredetű termékek forgalmazását,

= a magyar termékek piacra kerülésének segítségével, a hazai fogyasztók igényeinek megfelelően

A COOP üzletlánc elkötelezett a magyar kereskedelmi kultúra színvonalának emelése mellett, különösen a fogyasztók részére történő személyes eladás és a vásárlás kulturált körülményeinek biztosításával. A Coop az ország legnagyobb lefedettséggel rendelkező, hazai élelmiszerlánc, mindannyiunk „jó szomszédja”. A jelmondat kifejezi a hálózat legfontosabb ismervét: a Coop szinte mindenütt jelen van, barátságos, közeli élelmiszerüzlet, mindennapi életünk része. Elkötelezett a magyar kereskedelmi kultúra színvonalának fejlesztése mellett, különösen a személyes eladás és a vásárlás kulturált körülményeinek biztosításával. Az elmúlt évek alatt a Coop üzletlánc látványos fejlődésen ment keresztül. Alapításakor, 1995-ben 619 üzlet érezte úgy, hogy szükség van egységes, koncentrált fellépésre, míg 1999-ben már háromszor ennyi bolt a COOP üzletlánc tagja. Napjainkban közel 3.000 COOP üzlet várja vásárlóit 1.650 településen.

A folyamatos újítás a Coop-csoport fejlődésének egyik kulcseleme. A Coop egy hagyományos kiskereskedelmi lánc, amelynek története 40-50 évre tekint vissza, célja azonban, hogy a tradíciók megőrzése mellett a piaci igényeknek megfelelően modernizálja az üzletláncot, hiszen a vevői elvárásoknak csak így lehet megfelelni. A fejlesztések egyszerre több irányban zajlanak ez idáig nagy sikerrel. Üzleteik mintegy kétharmada már átesett a modernizációs folyamaton, amely egyrészt műszaki technikai fejlesztést, átépítéseket, boltrendszer átalakításokat jelent, másrészt az információs technológia korszerűsítését, amely az egységes áruazonosítás, integrált rendszer, közös adattárház kialakítását segíti elő. A Coop üzletlánc magyarországi fejlődése más európai ország számára is példaértékű. A Coop sikerei bizonyítják, hogy a mai nyitott gazdasági viszonyok közt is lehetséges a hazai értékek megőrzése. 2000-ben megalapították a cseh és szlovák szövetkezeti rendszer részvételével a Coop Euro Zrt.-t, ahol közösen elemzik az eddig elért sikereket és kölcsönösen átadják egymásnak a hasznos tapasztalatokat. Naponta mintegy kétmillió ember fordul meg a különböző bolttípusokban. A falvakban a lélekszámhoz igazodó kisboltok jelentik a lakosságnak a mindennapi élethez szükséges élelmiszer és vegyi áru beszerzési lehetőséget, a községekben és városokban nagyobb alapterületű üzletek versenyeznek a multinacionális láncokkal. A Coop-üzletlánc a teljes egészében magyar tulajdonú Coop Gazdasági Csoport része, amely sokkal bővebb tevékenységi körrel rendelkezik, mintegy 700 kereskedelmi kis- és középvállalkozás tagja van, melybe beletartozik az élelmiszer kis- és nagykereskedelem, ruházati kis- és nagykereskedelem, iparcikk kis- és nagykereskedelem, ipari, illetve egyéb tevékenység. A Coop-csoport mintegy 32.000 embert alkalmaz, ezzel a létszámmal az egyik legnagyobb kistelepülési foglalkoztató.





### **Törzsvásárlói program**

A program célja egy olyan klub létrehozása, amelyhez minden Coop vásárló szívesen csatlakozik, mert különleges kedvezmények várják minden hónapban. Az elmúlt évben a megújult törzsvásárlói program kialakítása zajlott, melynek eredményeként még több, és változatosabb kedvezményhez juthatnak a törzsvásárlók. Havonta megjelenő szórólapon, tíz különböző árkedvezményt biztosító kupont helyeznek el a már regisztrált vásárlók részére. Ötezer Coop Klub pontot összegyűjtött vásárlók exkluzív kuponlevelet kapnak. Az üzletlánc célja, hogy több mint egymillió vásárló csatlakozzon a programhoz.

### **Aktuális nyereményjátékok**

Jelenleg az Állati Pörgés nyereményjáték zajlik, melynek időtartama: 2015. április 16. – május 13. A vállalat naponta sorsol Cuki Fejek plüssfigurákat.



## **VII. Társadalmi felelősségvállalás**

*“A vállalat támogatási rendszerében a helyi értékek megőrzése, a helyi közösségek ápolása, a fiatalok oktatása, a dolgozók továbbképzése mellett kiemelt szerep jut a magyar élsportnak is.”*

### **Olimpia**

A Coop – 1996 óta – 16 éve arany fokozatú főtámogatója a Magyar Olimpiai Csapatnak, kiemelt szponzora a hazai női kézilabda- és férfi vízilabda válogatottnak. Elhivatottan támogat minden olyan kezdeményezést, amely az egészséges életmód, a tömegsport népszerűsítését célozza.

### **Coop Segély Alapítvány**

A Coop Csoport 2010 decemberében létrehozta a Coop Segély Alapítványt, amelynek célja a hátrányos helyzetű csoportok, személyek társadalmi esélyegyenlőségének elősegítése, valamint az árvizek és egyéb természeti csapások károsultjainak megsegítése. Az Alapítvány több ezer „különleges ellátást igénylő” gyermek étkeztetéséhez járult hozzá 2011-ben, akik hazai közintézményekben élnek. Eddigi tevékenysége során közel 80 millió forint támogatást nyújtott a rászorulóknak.

## **Coop Rally**

2006-ban került megszervezésre az „I. Coop Rally – a minőségi magyar termékekért” autós vetélkedő. A kezdeményezés sikerességét bizonyítja, hogy már az első évben kiérdemelte az FMCG szektor és a kormányzat támogatását. 2011-ben már 94 autóval startolt a VI. Coop Rally, napi fogyasztási cikket gyártó vállalatok és a médiatámogatók részvételével. További információ: [www.cooprally.hu](http://www.cooprally.hu).

## **Oktatás**

A Coop Csoport nagy hangsúlyt fektet munkatársai továbbképzésére. Ezért minden alkalmazottja számára folyamatosan biztosítja a fejlődést, a karrierépítést szakmai és fejlesztési tréningek szervezésével. A Coop Csoport kiemelten fontosnak tartja a felhalmozott tudás megőrzését, továbbadását, így a szakma minőségi utánpótlás nevelését is. Az 1954 óta működő ÁFEOSZ Kecskeméti Kereskedelmi és Közgazdasági Szakközépiskolában jelenleg 600 tanulót oktatnak nappali tagozatos osztályokban, és mintegy 230 érettségizett fiatal szakképzésével is foglalkoznak. További információ: [www.afeosziskola.hu](http://www.afeosziskola.hu)

## **VIII. Egyéb információk**

### **Díjak, elismerések**

#### **Az Év Hazai Franchise Hálózata 2012**

A szakértőkből álló bírálóbizottság, az élelmiszerlánc nagyarányú hálózatbővítésével és példátlan fejlesztéseivel indokolta a kiskereskedelmi hálózat kitüntetését.

#### **Business Superbrands 2011**

A díj történetében a magyar tulajdonú kereskedelmi hálózatok között elsőként, a Coop üzletlánc kapta meg a Business Superbrands elismerést, amely a vállalkozói szféra, a partnerhálózat és a beszállítók felé tanúsított magatartást hivatott elismerni. A díjat kizárólag olyan cégeknek ítélik oda, amelyek szakterületükön kimagasló eredményt képesek felmutatni, tisztességesen és sikeresen működnék, valamint mindig szem előtt tartják fogyasztóik és partnereik érdekeit.

#### **Mintaértékű CSR Project 2011**

Hagyományteremtő céllal 2006-ban indult el az első „Coop Rally”, amelynek legfontosabb célja volt a minőségi magyar termékeket középpontba állítása. Már az első évben kiérdemelte az FMCG szektor és a kormányzat támogatását, idén pedig a Magyar Public Relations Szövetség által meghirdetett „CSR Best Practice 2010” pályázatán, Mintaértékű CSR Projekt kategóriában jutalmazták.

#### **Felhasználóbarát Honlap 2011**

A Coop Üzletlánc honlapja, a [www.coop.hu](http://www.coop.hu) weboldala hasznos és megbízható információs tartalmával az elvárt felhasználói igényeknek megfelel, elégedettséget garantál. Ennek eredményeképpen idén elnyerte a Felhasználóbarát honlap minősítést.

**Kérdések-feladatok FOX-os hallgatók számára**

1. Készítsen kutatási tervet a fogyasztói üzletválasztást befolyásoló tényezők feltárására! Állítson össze egy tíz kérdésből álló kérdőívet!
2. Ismertesse, hogy a COOP cégcsoport hazai piaci helyzetét milyen módon, milyen helyről (forrásból), milyen módszerrel, adatgyűjtésekkel lehet értékelni!
3. Kik, mely fogyasztói szegmensek alkotják a COOP cégcsoport célcsoportjait, különös tekintettel a településekre, melyek az üzletválasztás kritériumai?
4. Elemezze a kereskedelmi márkáknak és építésüknek sajátosságait a COOP-nál! Végezzen elemzést, összehasonlítást a COOP saját márkáira vonatkozóan!
5. A COOP cégcsoport – többek között a településnagyságtól függő – eltérő vevőköre alapján mutassa be a legjellemzőbb különbségeket a forgalmazott termékek vonatkozásában! Értékelje a COOP választékpolitikáját!
6. Elemezze az esettanulmányban szereplő értékesítési csatornákat! Milyen tendenciák jellemzik az értékesítési módok, csatornák fejlődését?
7. Egy disztribúciós csatornában milyen csatornakonfliktusok alakulhatnak ki? Tegyen javaslatot a termelő-kereskedő konfliktusok minimalizálására!
8. Értékelje egy COOP üzlet termék-elhelyezési, boltberendezési tevékenységét!
9. Mutassa be és értékelje a COOP cégcsoport PR tevékenységét, tegyen javaslatot annak továbbfejlesztésére!
10. Értékelje a COOP cégcsoport marketingkommunikációs, reklám és értékesítés-támogató eszközeit, gyakorlatát!

**Szakirány további kérdései:**

1. Jellemezze a Coop esetében a kereskedelmet, mint funkciót.
2. Ismertesse a Coop esetében az értékesítés elemzés fő céljait, és soroljon fel három, az értékesítés elemzésben használható nutatót.
3. Milyen javaslatokkal élne a kategóriamenedzsment terén a COOP üzleteiben?
4. Mutassa be a COOP cégcsoport logisztikai tevékenységét, elsősorban a beszerzés és a raktározás területén!
5. Tegyen javaslatot egy COOP üzlet számára új értékesítési csatornák használatára vonatkozóan!