

Decathlon Benelux

Znacząco obniża koszty druku

KLIENT Decathlon (Belgia)

SEKTOR Handel detaliczny

KATEGORIE KOSZTÓW

Druk

PROJEKT

Decathlon - założony we Francji w 1976 r. należy do Grupy OXYLANE - zajmuje się produkcją i dystrybucją sprzętu sportowego pod marką własną oraz w imieniu innych międzynarodowych marek. Grupa zatrudnia 46 000 pracowników na całym świecie, a jej obroty w 2010 r. wyniosły 5 440 milionów euro. W krajach Beneluxu spółka zatrudnia 1500 pracowników, prowadzi 13 sklepów Decathlon oraz centrum dystrybucyjne. W roku 2011 realizowała kilka projektów rozbudowy.

Jako spółka stosunkowo młoda, która dopiero od niedawna odnotowuje wzrost z roku na rok, Decathlon Benelux był świadomy korzyści, jakie mogą wyniknąć z wdrożenia programu kontroli kosztów. Dlatego też Dyrektor Finansowy Pieter Van Dyck zlecił starszemu partnerowi Expense Reduction Analysts Johanowi Van Delm analizę i optymalizację kosztów druku.

Wcześniej Decathlon Benelux wydawał rocznie około 1,3 mln euro na druk. Główną część tego budżetu stanowił wydruk 2 milionów folderów promocyjnych typu door-to-door miesięcznie. Koordynację od projektu graficznego po druk i dystrybucję zlecono w całości agencji. Decathlon bardzo rzadko bezpośrednio kontaktował się z drukarnią, ale był bardzo zadowolony z jakości i poziomu obsługi.

Expense Reduction Analysts zaproponowało Decathlonowi Benelux zastąpienie strategii zaopatrzeniowej polegającej na kompleksowej obsłudze, polegającym na współpracy z ograniczoną liczbą partnerów posiadających najlepsze, sprawdzone doświadczenie w swojej dziedzinie i zdolnych do spełnienia potrzeb i oczekiwań Decathlon. Projektowanie graficzne pozostało zadaniem agencji. Expense Reduction Analysts, by znaleźć najbardziej odpowiednią drukarnię, ogłosili przetarg, w którym wyłoniono czterech uznanych graczy z krajów Beneluxu (w tym dotychczasowego dostawcę).

“

„Wyniki finansowe przekroczyły nasze oczekiwania, a jakość i poziom usług są co najmniej tak dobre, jak w przeszłości.”

ILYA CHARDOME, DYREKTOR DS. MARKETINGU, DECATHLON

WYNIKI

Druk 20%

Zapewnienie kierownictwa marketingu Decathlon, że przejście do alternatywnego dostawcy nie wpłynie na jakość i ciągłość usług, ani też nie zwiększy obciążenia zespołu marketingu, było krytycznym czynnikiem sukcesu projektu, dlatego też Expense Reduction Analysts zorganizowali spotkanie w dwóch rekomendowanych drukarniach, dzięki prezentacjom przygotowanym przez różnych interesariuszy, którzy mieliby obsługiwać Decathlon (od przyjęcia zamówienia do jego realizacji), wizyty stanowiły wysoce osobiste doświadczenie i pomogły wyjaśnić kwestie związane z zadaniami wszystkich zaangażowanych.

W wyniku przetargu Decathlon Benelux zredukował koszty druku o 20% i zdecydował się zainwestować znaczną część tych oszczędności w dodatkowe promocje.

Ilya Chardome, Dyrektor ds. Marketingu: „Podczas wstępnych spotkań z Expense Reduction Analysts zgodziliśmy się na zmianę naszego aktualnego sposobu działania, choćby nawet miało to doprowadzić do zmian w strukturze naszej bazy dostawców. Przejrzystość metod Expense Reduction Analysts i szybkość ich realizacji działała bardzo uspokajająco i pozwoliła nam nabrać zaufania do wytypowanych rozwiązań alternatywnych, dodatkowo wyniki finansowe przekroczyły nasze oczekiwania, a jakość i poziom usług są co najmniej tak dobre, jak w przeszłości.”

