



Первая по величине сеть гипермаркетов и третья среди крупнейших розничных сетей страны

Основана в 1993 г. в Санкт-Петербурге

25 октября 1993 года

Открыт первый магазин-склад в торговом формате cash & carry с двумя 2 кассовыми аппаратами

Рассчитан на оптового покупателя

Ассортимент: кондитерские изделия, алкогольная продукция, самые популярные сорта чая и кофе

Основное преимущество - низкие цены

Концепция совершенствования производства

2005-2009 30 новых магазинов в 17 городах России

2012 14 магазинов открыто в 12 городах

2013 21 гипермаркет в городах России, 10 супермаркетов в Москве

2014 31 гипермаркет в городах России, 14 супермаркетов в Москве

2015 32 гипермаркета и 8 супермаркетов в городах России

2016 52 гипермаркета и 17 супермаркетов в городах России

2017 40 гипермаркета и 49 супермаркетов в городах России

2018 13 гипермаркета и 38 супермаркетов в городах России

Сегодня:

245 гипермаркетов в 88 городах по всей России

136 супермаркетов в Москве, Санкт-Петербурге, Сибири, Уральском и Центральном регионах

Концепция совершенствования товара

Мерчандайзинг и планировка торговых площадей: планировка магазина исходя из поведения наиболее значимых категорий покупателей

Качество продаваемых товаров контролирует специальный отдел.

Продукция проходит жесткий отбор и двухуровневую систему контроля.

Повышение уровня обслуживания в магазинах с повышенной нагрузкой за счет открытия новых удобно расположенных торговых точек для охвата текущей клиентской базы и новых покупателей.

Значительные инвестиции в IT, логистику и персонал

Дальнейшее повышение уровня охвата населения в регионах присутствия путем использования различных форматов магазинов в целях повышения степени удобства для покупателей

Концепция интенсификации коммерческих усилий

Использование текущего уровня популярности бренда «Лента» для ускорения вывода новых магазинов на плановые показатели
регулярное проведение маркетинговых кампаний в СМИ

купоны на кассе, рассылка по электронной почте, рассылка SMS, рассылка по обычной почте, киоски самообслуживания на территории магазина
управление категориями товаров: принятие решений по ассортименту исходя из понимания потребностей покупателей

управление продвижением товаров: изучение степени интереса различных категорий покупателей к различным акциям /выгодным предложениям, в том числе реакции в отношении цен на товары, участвующие в соответствующих акциях

позволяет отслеживать модели покупательского поведения и анализировать меняющиеся предпочтения



Более 14 млн. активных держателей карт лояльности

Акции

Скидки

Товары недели

Хит цена

Электронные каталоги

В наших магазинах проводятся регулярные акции, распродажи и программы лояльности. Каждые две недели мы выпускаем каталог специальных предложений со скидками до 30%

Количество наших покупателей постоянно растет. Но мы знаем, что у каждого из них свои потребности и пожелания. Поэтому нам важно общаться напрямую, используя почту, SMS-оповещения или e-mail-рассылки. Такую возможность нам дает [карта постоянного покупателя](#), которую наши клиенты могут приобрести в любом магазине "Лента". Также карта дает гарантированную скидку 5% на весь ассортимент представленных в "Ленте" товаров и возможность воспользоваться специальными выгодными предложениями. Сегодня владельцами карт постоянного покупателя "Лента" являются более 10 млн. россиян.

В гипермаркетах сети «Лента» вы можете воспользоваться спектром дополнительных услуг: химчистка, салон сотовой связи, фотоуслуги, аптека, мелкий ремонт, химчистка и другие

Товары собственного производства

В «Ленте» вы найдете все необходимое для ужина или праздничного застолья.

На витринах гипермаркетов сети представлено: 44 наименования холодных закусок, соленья, 47 горячих блюд. Выпечка и хлеб 85 наименований. Мясные, куриные и рыбные полуфабрикаты – больше 100 наименований.

Не реже 1 раза в месяц меняется или обогащается ассортимент.

Ежемесячно в течение года проводятся Дни национальной кухни.



1. Привлекательные рабочие места, обучение и развитие персонала.

Тщательный подбор персонала, продвижение и ротация кадров.

Конкурентоспособная заработная плата, медицинское страхование.

Спецодежда, средства индивидуальной защиты. Льготное питание

2. Низкие цены и удовлетворение запросов покупателей

все магазины сети в России предоставляют наиболее нуждающимся и

незащищенным категориям граждан социальную карту, дающую

дополнительные скидки в размере от 3% до 8% на определенные продукты

питания и некоторые хозяйственные товары

3. Ориентация на работу с местными товаропроизводителями

Большой ассортимент товаров и услуг закупается у местных

производителей и поставщиков. Эти товары продвигаются в магазинах с

помощью специальных указателей на стеллажах

4. Забота об окружающей среде

Минимизация негативного воздействия на экологию во всех аспектах деятельности (использование сырья, потребление энергии, транспортировка грузов, утилизация отходов)

5. Инвестиции в экономику регионов и поддержка местных сообществ

Предоставление финансовой и материальной помощи местным благотворительным организациям, учебным заведениям, учреждениям здравоохранения, досуга и культуры. Инвестиции в развитие местной инфраструктуры



6. Охрана труда и техника безопасности (посетителей, покупателей и персонала)

Выявление потенциальных рисков для сотрудников и покупателей, повышение бдительности персонала и проверка укомплектованности магазина необходимыми средствами защиты