



„Kaufland България“ е част от голямото европейско семейство на фирмата. Веригата е основана в Германия от Йозеф Шварц. Историята на Kaufland датира от далечната 1930 г. Днес компанията принадлежи към водещите търговски вериги в Европа и има над 1000 хипермаркета в общо седем европейски страни – Германия, Чехия, Словакия, Полша, Хърватия, Румъния и България. В България фирмата е активна от 2006 година.



„Електроуреди“ и гр. В магазините на веригата може да се намери всичко необходимо под един покрив.

Съвременен развитие

„Kaufland България“ се стреми да бъде винаги в близост до своите клиенти, затова се разраства с бързи темпове. В синхрон с увеличаващите се потребности на клиентите и необходимостта от разнообразни качествени стоки на ниски цени, Kaufland

Пазар
Хипермаркетите Kaufland в България вече са повече от 40. Осем от тях са разположени на територията на София. Всяка година компанията осигурява нови работни места. Днес служителите на фирмата са над 4600. Фирмата успя да завоюва солидни позиции като най-харесвана търговска верига и желан и коректен работодател.

Знаете ли, че...

- Kaufland в превод от немски език означава „Страната на пазаруването“.
- Фирмата има нов слоган от 2012 година: „Kaufland – тук съм на правилното място“.
- Първият хипермаркет в страната отваря врати на 8 март 2006 година.

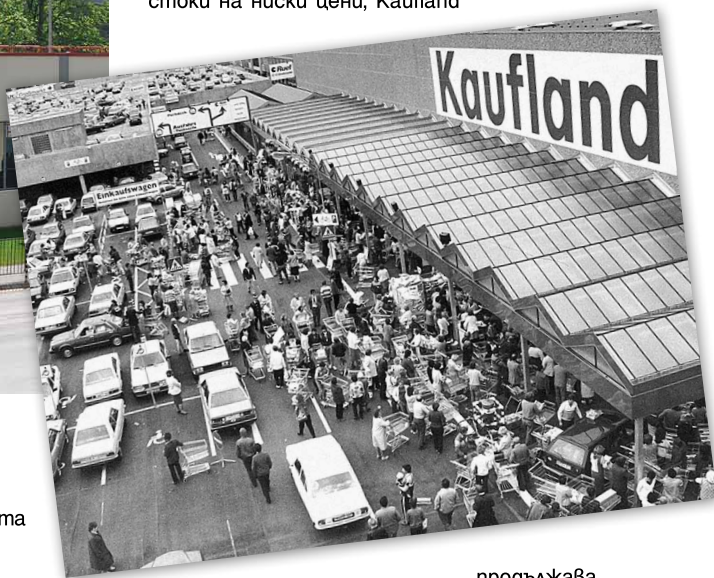
партньор на гоставчици и производители, както и като едно от най-предпочитаните места за пазаруване на българските клиенти.

Продуктът

Асортиментът на „Kaufland България“ се отличава с голямо разнообразие. Под своите собствени марки Kaufland предлага продукти с гарантирано качество на изключително ниски цени. K-Classic е силната собствена марка на Kaufland и предостава богат избор от над 500 артикула. На щандовете в хипермаркета – наред с продукти от известни световни производители – над 70% от асортимента е от български произход. Да предложим качество на клиентите на ниски цени – това е основната цел на веригата. Водещият мотив на Kaufland „Гарантирано добро пазаруване на ниски цени!“ важи не само за хранителните продукти, но и за отделите „Стоки за домакинството“, „Стъкло и порцелан“, „Текстил“, „Играчки“, „Стоки за свободното време“, „Канцеларски материали“,

Постижения на марката

Силата на марката е решаваща за успеха на фирмата. Kaufland е марка с изключително ясно пазарно позициониране, разпознаваемо лого и цялостна визия, които я отличават от нейните конкуренти. В България потребителите асоциират марката Kaufland и нейните послания с положителния имидж на фирмата по отношение на ежедневна свежест, омерен избор, качество, ниски цени, гаранции и услуги и не на последно място – с любезно обслужване на клиента. Марката успя да се наложи като надежден



продължава успешната си експанзия и открива още нови хипермаркети. Все повече хора идентифицират Kaufland като „своя магазин“. Компанията е социално отговорна с конкретни ангажменти към опазването на околната среда и устойчивото развитие в сектора „Търговия с бързооборотни стоки“. Усилията на веригата са съсредоточени към това да използва все по-ефективно наличните природни ресурси и да развива стратегия, насочена изцяло към нуждите на българския потребител.

Промоция

Ежеседмичните силни промоции и клиентският вестник Kaufland са рекламна концепция с бъдеще. Клиентите получават интересна информация от областта на здравословното хранене, полезни съвети за домакинството и актуална информация за светски личности и събития, както и атрактивни игри с награди. Вестник Kaufland предоставя множество



Знаете ли, че...

Kaufland вече втора поредна година подкрепя Националния марафон на спортните бонбони, който е под егидата на Столична община и с участието на прочутия световноизвестен супергерой Спортмакс – Магнус Скевина. Екипът на Kaufland раздава на всички участници в марафона ябълки, с което заявява своята отговорност за здравословно хранене на децата и юношите на България.



Възможности за реклама – от обява с местно значение до национално разпространение на брошури. Вестникът излиза всяка седмица в над 1 400 000 тираж и има над 30 регионални издания. С тези издания компанията отдава дължимото и на регионалните производители и техния асортимент. Рекламният вестник се печата на 100% рециклирана хартия, с което веригата още веднъж ясно заявява отговорността си към околната среда.

Ценности на марката

Успехът на компанията се дължи на търговската концепция, която е насочена изцяло към българския потребител. Особено важен е фактът, че в България работи прекрасен екип, който вървя в максимата „Който престане да става по-добър, престава да бъде добър“. Заг нея се крият изключително постоянство, професионализъм, перфектна организация, изявена фирмена култура, както и верен мениджърски усет към тенденциите на пазара днес и в бъдеще. Екипът на „Kaufland България“ работи постоянно в няколко основни насоки:

- Да предлага на своите клиенти богат избор от качествени артикули на ниски цени, свежест и отлично обслужване.
- Да спазва клиентските си гаранции, които дават сигурност на пазаруващите в хипермаркети Kaufland.
- Да е надежден и желан работодател за служителите, на които се дължи и успехът на компанията.
- Да е надежден партньор за своите контрагенти.
- Да работи със система, която гарантира прозрачно протичане



на процесите и е основа за устойчиво бизнес развитие, както и в пълен баланс със законовите изисквания.

• Да развива постоянно своя модел за устойчиво развитие, включващ отговорност към клиентите, служителите и околната среда. Принципиите на Kaufland за устойчиво развитие декларират готовността на фирмата да интегрира конкретни действия в работните процеси, а извън основната си търговска дейност да поема отговорност към обществото и околната среда.

► www.kaufland.bg



История

- 1930 – Йозеф Шварц обединява своето търговско дружество с фирмата за търговия на едро с южни плодове A. Lidl & Comp. Новото предприятие се преименува на Lidl & Schwarz KG.
- 1984 – Открива се първият хипермаркет Kaufland в Некарсуим, Германия.
- 1998 – Начало на международното разрастване. Kaufland отваря врати за първи път в Чехия.
- 2006 – Първият Kaufland в България отваря врати.
- 2011 – Kaufland празнува пет години на българския пазар и отваря своя хипермаркет № 1000 в Европа в немската столица Берлин.