“O grande fator de sucesso da marca Meu Super é o seu conceito de proximidade”

Quer ser um franquiado Meu Super? Para isso basta ter espírito empreendedor, disponibilidade financeira para investimento em negócio de sucesso e vontade de desenvolver um projeto em conjunto com a Sonae e o seu know-how. A Revista pontos de vista quis saber mais e conversou com António Filipe, Diretor Geral do Meu Super, que nos deu a conhecer um pouco mais deste conceito de sucesso e as mais-valias do mesmo.

12/11/2017

A rede de supermercados Meu Super, do Grupo Sonae MC (Modelo Continente) tem tido um crescimento exponencial desde que surgiu em Portugal em 2011, quer em número de lojas, quer em termos de cobertura territorial do país, quer no que respeita ao volume de vendas. Quais as principais características da marca que lhe têm permitido este crescimento?

O grande fator de sucesso da marca Meu Super é o seu conceito de proximidade. É um formato para empresários e empreendedores, que encontram no Meu Super uma forma de entrar no mercado de retalho alimentar ou de modernizar um modelo de negócio tradicional, com a garantia e o suporte da Sonae MC. Depois, é uma mais-valia para os consumidores, que, através das lojas Meu Super, têm acesso aos produtos que precisam no seu dia-a-dia, acesso aos produtos da marca continente e com um atendimento personalizado.

Segundo alguns dados, a vossa marca apresenta números excecionais, ou seja, o número de lojas da rede passou de 24 no final de 2012 para um total de 260 no final de 2016. Como se explica este nível de evolução?

De facto, a rede de lojas Meu Super evolui muito em apenas seis anos. Foi a marca que cresceu mais em franquia em 2015 e 2016. A justificação para este sucesso é que este modelo de negócio é diferenciador e beneficiada solidez e da confiança proporcionada pelo maior retalhista português como a Sonae MC.

Assumem-se como um conceito de supermercados de proximidade lançado pela Sonae em 2011, especificamente desenvolvido para o sistema de franchising. Que vantagens apresentam a quem vos procura no sentido de apostar na vertente da franquia?

Sim, o Meu Super é uma marca que tem crescido sob o modelo de franquia e, nesse âmbito, a Sonae MC garante apoio em todas as fases do processo. Assegura a análise de viabilidade do investimento, na definição de layout do espaço, na seleção do equipamento e, até, na seleção da oferta de loja.

Os clientes poderão também usufruir de todas as vantagens proporcionadas pelo cartão de fidelização do Continente, através de descontos nas lojas e de benefícios numa rede alargada de parceiros.

Na vossa estratégia, de que forma é importante que os empreendedores que se juntam a vocês acreditem na vossa fórmula? De que forma é a mesma essencial para o próprio sucesso? É legítimo afirmar que é este modelo e filosofia que têm contribuído para captarem um número crescente de potenciais interessados?

No caso do Meu Super e, diria, em qualquer negócio desenvolvido sob o modelo de franquia, é fundamental que o franqueador e o franqueado estejam em sintonia e saibam qual é o papel de cada uma das partes no negócio, para se atingir o sucesso. Os últimos seis anos de atividade revelaram a solidez e consistência do nosso modelo de franquia. Estamos, por isso, muito satisfeitos com os resultados alcançados, mas acreditamos que o futuro será ainda mais risonho.

Todos os negócios acarretam riscos e o modelo de franquia não "foge" a esse cenário. Quais são os principais riscos do vosso modelo de franchising? De que forma é que promovem um acompanhamento e aconselhamento constante aos empreendedores interessados na vossa marca?

Sim, todos os negócios e investimentos compreendem um risco, que, no caso do Meu Super é minimizado pelo acompanhamento e apoio que a Sonae MC faz junto dos franqueados Meu Super. Isto traduz-se em contactos permanentes e em decisões conjuntas.

Como é precedido todo o processo de seleção, aconselhamento e implementação de cada loja? É de facto uma parceria, ou seja, um percurso comum?

É sempre um processo de parceria, feito lado a lado. O primeiro contacto é normalmente estabelecido pelo empresário ou empreendedor que tem interesse na marca Meu Super. Depois de formalizado o interesse, é feita uma avaliação de viabilidade da franquia, que compreende estudos de mercado e análises de investimento.

Após esta fase, passa-se então para a preparação ou conversão do espaço de loja, para a definição do layout e escolha do equipamento. Após abertura mantemos um contacto permanente, para que as duas partes possam assegurar o sucesso da loja.

Qual é a taxa de sucesso dos vossos franquiados?

A taxa de sucesso é muito elevada e superior à média do mercado. Acompanhamos e apoiamos com programas desenvolvidos e específicos para a dinamização das vendas das lojas.

É legítimo afirmar que o modelo de franchising, hoje em dia, assume-se cada vez com um cariz de serviço às populações pela dinâmica que perpetua na proximidade e zonas envolventes?

Julgo que o formato de proximidade das lojas Meu Super favorece a revitalização do chamado comércio tradicional, através de um modelo mais profissionalizado e ajustado às necessidades atuais dos consumidores. Por outro lado, as lojas Meu Super assumem atualmente um papel central dos bairros e de pequenas localidades, porque acabam por ser o local onde os vizinhos se encontram e interagem, o que acaba por favorecer também a vida da comunidade.

A inovação é um vetor essencial e importante na vossa dinâmica? Em que aspetos?

A inovação é importante para o nosso mercado nomeadamente ao nível de desenvolvimento de produto e em novos conceitos de desenvolvimento do negócio. A experiência do consumidor continuará a ser um dos eixos de atuação da marca.

Quais são os grandes desafios atuais da marca? Existe espaço para o crescimento de espaços em Portugal? Se sim, de que forma o irão perpetuar em 2018? Acredita que o modelo de franquias/franchising é cada vez mais o futuro?

O grande desafio é alargar a rede de lojas da marca e chegar cada vez mais perto das famílias portuguesas. Estamos convencidos de que há ainda muito espaço para estes formatos de proximidade crescerem quer na criação de novas lojas quer na modernização de lojas existente, sobretudo, porque os portugueses fazem cada vez mais compras de pequena dimensão e de forma mais frequente, o que favorece bastantes as lojas Meu Super.

Escolher a rede de supermercados Meu Super significa exatamente o quê?

Significa escolher um formato ganhador, sólido, consistente e seguro, com vantagens claras para empresários, empreendedores e consumidores.