אלון רבוע כחול ישראל

מגה קמעונאות

תוכנית אסטרטגית חדשה לרשת מגה קמעונאות, יולי 2013

אלון רבוע כחול ישראל בע"מ

מגה קמעונאות

אזהרת מידע צופה פני עתיד

מצגת זו עשויה לכלול הצהרות צופות פני עתיד, לרבות תחזיות, הערכות, אומדנים ומידע אחר המתייחסים לאירועים ונושאים עתידיים. הצהרות צופות פני עתיד עשויות להתייחס, בין היתר, להכנסות, רווחים, תזרימי מזומנים, הוצאות הון ונתונים פיננסים אחרים. הצהרות צופות פני עתיד עשויות בנוסף להתייחס לאסטרטגיה העסקית שלנו, מטרות וציפיות שלנו בקשר למיצוב שלנו, פעולות עתידיות, רווחיות, נזילות ומשאבי הון. כל ההצהרות מלבד הצהרות בנוגע לעובדות היסטוריות הינן הצהרות צופות פני עתיד וניתנות לזיהוי על ידי השימוש בטרמינולוגית צפי עתידי כגון השימוש במילים "לחזות", "להאמין", "יכול", "אומדן", "ציפייה", "כוונה", "עשוי", "תכנון", "תחזית", "פרויקט", "יעשה" ומינוחים וביטויים דומים.

כל מידע צופה פני עתיד הכלול במצגת זו מבוסס על מידע קיים של החברה, ובנוסף על ציפיות והערכות עכשוויות של החברה בקשר להתפתחויות עתידיות ומגמות, ועל ההשפעה של ההתפתחויות ושל המגמות. למרות שאנו מאמינים שההנחות שעליהן מבוססת כל הצהרה צופה פני עתיד הן סבירות, כל הנחה שכזו יכולה להתברר כלא מדויקת וההצרה צופה פני העתיד המבוססת על הנחה כאמור יכולה להתברר כשגויה. עסקינו ופעולותינו כוללים סיכונים וחוסר וודאות, רבים מהם אינם בשליטתנו, וכל אחד מהם, או כל צירוף שלהם, עלול להשפיע באופן מהותי על תוצאות הפעילות שלנו ועל השאלה האם ההצהרות צופות פני העתיד יתבררו בסופו של דבר כנכונות. הצהרות צופות פני עתיד מבוססות על ציפיות עכשוויות ווהן לא בטוחה לביצוע עתידי.

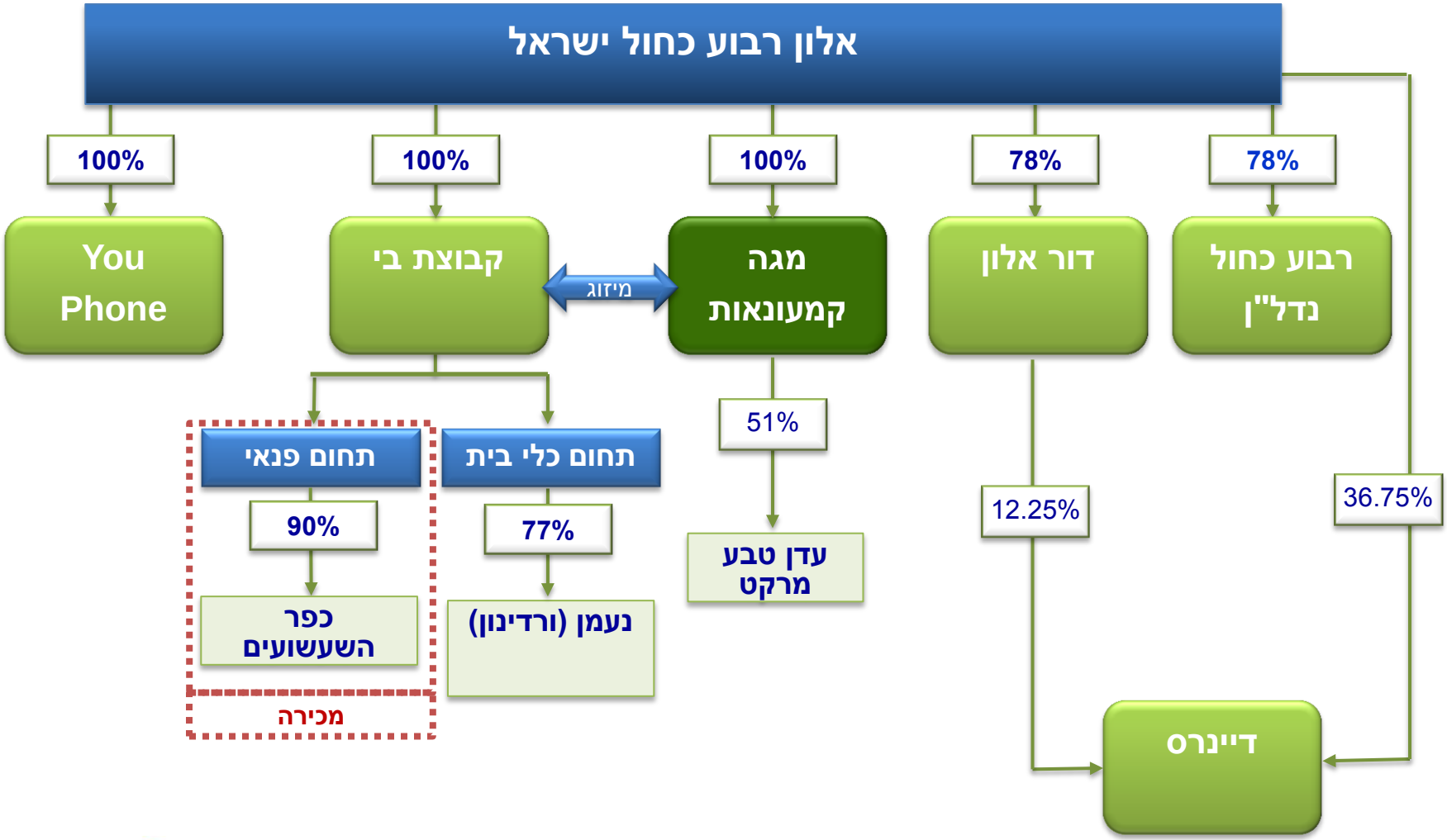
תוצאות ממשיות ומגמות בעתיד עשויות להשתנות משמעותית מאלו שהוצגו או השתמעו מכל הצהרה צופה פני עתיד במצגת זו, כתלות במגוון גורמים, לרבות אלו אשר מתוארים ביתר פירוט בדוחות התקופתיים והשנתיים של החברה, הצהרת הרישום שלנו בטופס F-1, הדו"ח השנתי שלנו בטופס F 20 ובמידע אחר אותו הגשנו וסיפקנו לרשות ניירות הערך הישראלית וכן ל-Securities and Exchange Commission, ובכלל זאת תחת הכותרת "גורמי סיכון".

כל הצהרות צופות פני עתיד, בכתב ובעל פה, אשר ניתן לייחס אלינו או אל אנשים הפועלים מטעמנו תואמות להצהרות הקודמות. למעט החובה לגלות מידע כנדרש לפי חוקי ניירות ערך החלים, איננו מתחייבים לעדכן כל מידע הכלול במצגת זו או לפרסם את תוצאות כל שינוי לכל הצהרה אשר עשוי להיעשות על מנת מנת לשקף אירועים או נסיבות שקרו , או שנעשינו מודעים להם, לאחר תאריך מצגת זו.

המידע הכלול כאן אינו מהווה תשקיף או מסמך הצעה אחר, ואינו מהווה או יוצר כל הזמנה או הצעה למכור או חלק ממנה, או כל שידול של כל הזמנה או הצעה לקנות או להירשם לקנייה, ניירות ערך כלשהם של אלון החזקות ברבוע כחול - ישראל בע"מ או כל תאגיד אחר, ובנוסף המידע או כל חלק ממנו או עובדת הפצתו אינם מהווים בסיס או אפשרות להסתמך עליהם בקשר עם, כל פעולה, חוזה, התחייבות או בקשר לניירות הערך של אלון החזקות ברבוע כחול - ישראל בע"מ.

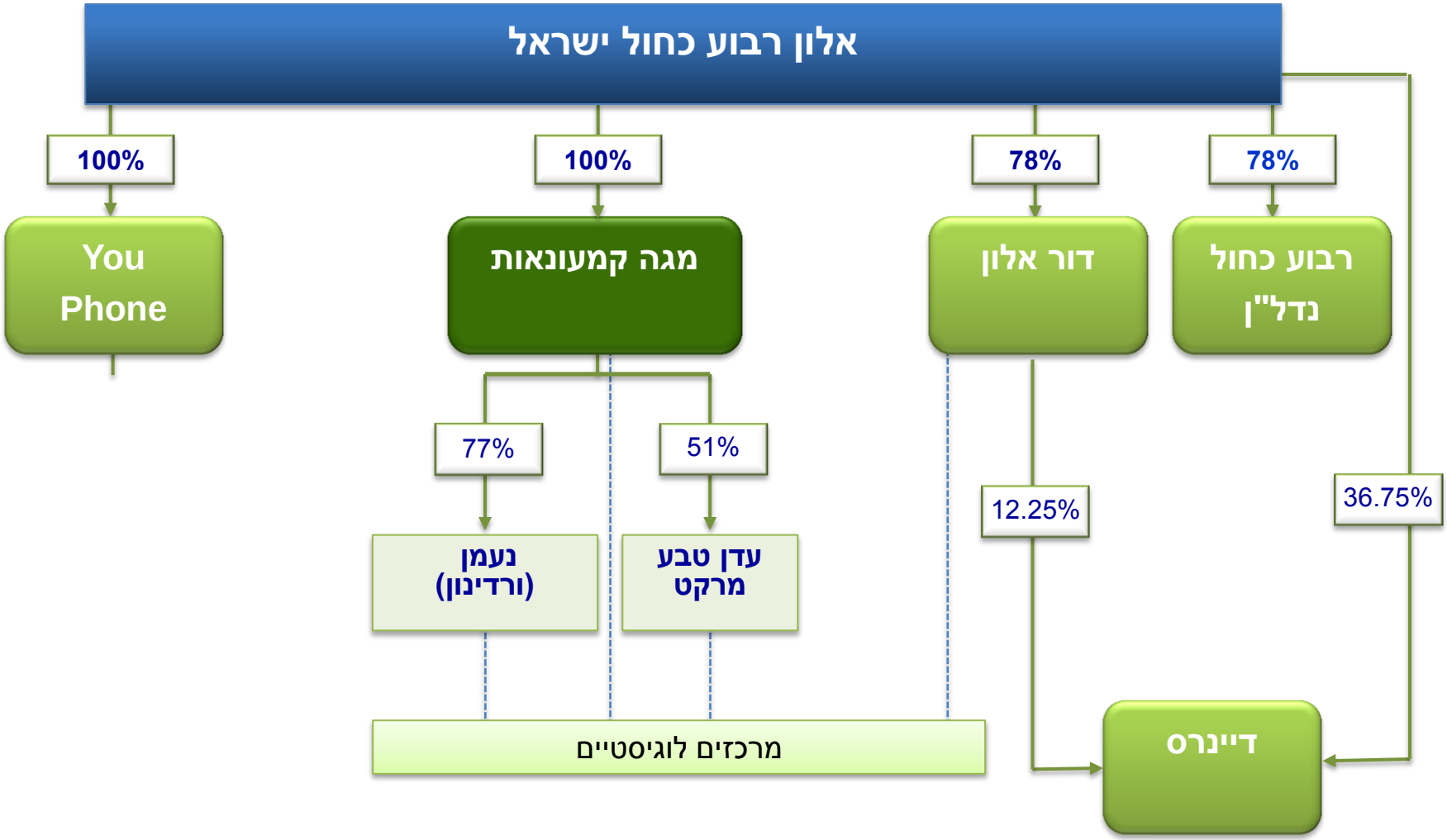
המידע האמור במצגת זו אינו מהווה ייעוץ השקעות ובכל מקרה מיועד ללקוחות כשירים בלבד.

מבנה החזקות נוכחי



בכוונת החברה למכור את הפעילות

מבנה החזקות צפוי לאחר השלמת מיזוג מגה ובי



מוטי קרן - קצת עלי

- יליד צפת
- בן 49, נשוי + 3, מתגורר באבן יהודה
- BA, MBA בכלכלה, שניהם מאוניברסיטת ת"א
- 23 שנים בחברת יוניליוור במגוון תפקידים בארץ ובחו"ל
- תפקידים אחרונים: מנכ"ל יו"ר יונוליוור ישראל וסגן נשיא בכיר (SVP) אשכול מדינות מזרח אירופה יוניליוור העולמית

התהליך האסטרטגי

מאסטרטגיה לפעולה (ומבנה אירגוני)

מודל הפעלה

תהליכי ליבה ומדדי הצלחה

בחינת תרבות אירגונית

הגדרת אסטרטגיה שיווקית

הגדרת החזון ומשימה אסטרטגית

מיצוב תחרותי

מיפוי והכרת החברה

- התהליך הובל ע"י ההנהלה וצוותים חוצי ארגון
- ידע נאסף מתוך ההיסטוריה של הארגון ושיחות עם בכירים מהעבר וההווה
- תמיכה בתהליך ע"י חברות יעוץ
  - אסטרטגיה שיווקית – מספר גורמים מהארץ ומחו"ל
  - אפקטיביות ארגונית – חברת HAY Group עם צוות יועצים מכל העולם

ינואר | פברואר | מרץ | אפריל | מאי | יוני | יולי

אסטרטגיה שיווקית בעזרת צוות יועצים מוביל מהארץ ומחו"ל

גיל SCS - יעוץ אסטרטגי

(שותפות לקבוצת BDO זיו האפט)

ניסיון ניכר במרבית ענפי המשק, המשלב פעילות מקומית ופעילות גלובלית: תעשיות עתירות טכנולוגיה, תקשורת, תעשייה מסורתית, חקלאות, מזון, קמעונאות, שירותים, כימיקלים, מסחר, פרמצבטיקה, גופים ציבוריים וממשלתיים וגופים שאינם למטרות רווח. עם לקוחות החברה נמנות חברות מהמובילות במשק, בהן תנובה, קוקה-קולה, פלאפון, הריבוע הכחול, שופרסל, טלדור, טבע, קאל, יוניליוור ועוד.

יפעת פולקמן – (יועצת אסטרטגית, מנהלת הפרויקט במגה) : MBA שיווק ומימון, מעל 14 שנות ניסיון בתחום, ניסיון עשיר בליווי חברות מהמובילות במשק הישראלי

Respect

בניה והובלת מותגים

הוקמה בשנת 2004 ומורכבת מקבוצת אסטרטגים שיווקיים ואנשי קריאטיב בכירים יוצאי ענף הפרסום וניהול השיווק, החברה מציגה תפיסה חדשנית, כוללת, של ניהול אסטרטגי וקריאטיבי של מותגים במציאות התקשורתית החדשה: respectמלווה את החברות הגדולות במשק ומובילה פרויקטי מיתוג ואסטרטגיה בארץ ובחו"ל. החברה מתמחה בפיתוח big ideasשאינם תלויי מדיה זו או אחרת - קונספטים אסטרטגיים, שיווקיים ותקשורתיים פורצי דרך למותגים קיימים וחדשים, המיושמים במכלול אפיקי התקשורת השיווקית ותמהיל השיווק של החברה, בהתאם לצרכיה הספציפיים ותוך התמקדות בפתרונות יישומיים ומכווני תוצאות.

מארק דיקנס

יועץ בינלאומי לשיווק וקמעונאות

יועץ אסטרטגיה שיווקית מוביל ובעל ניסיון רחב בעולמות הקמעונאות בעברו : מבעלי ומקימי חברת "Astounded" המתמחה ביעוץ לרשתות קמעונאיות בתחומי נקודת המכירה, כיום משמש כיועץ, בין היתר לחברות כגון חברת Tesco

אביבית כהונאי

יועצת קמעונאות בכירה

בעלת ידע ונסיון רב. מומחית במחקר , פיתוח עיסקי ,אסטרטגיה שיווקית. ניסיון עשיר בניהול צוותים לעמידה ביעדים ובמשימות. יכולת לזהות הזדמנויות עיסקיות להגדלת מכירות ורווחים.

MBA אוניברסיטה העברית בירושלים. התמחות בשיווק ובמימון

ניסיון מקצועי: מנהלת רשת הוניגמן, מנהלת שיווק ופיתוח עסקי nanoQ, מנהלת מחקר ואסטרטגיה ריבוע כחול, עוזרת מחקר בנק ישראל.

Hay Group

85	Offices in 47 countries
2.600	Employees worldwide
7.000	International clients
$500m	Sales

Helping organizations work

	Building effective organizations	Leadership and talent	Reward services
Our purpose			
Our practice clusters	Business solutions & Organisational Transformation	Leadership transformation	Executive rewards
		Capability assessment	Job evaluation
Our service lines	Performance management	Talent management	Reward Strategies
			Reward Communication

Hay Group Insight: employee and customer surveys

Heineken, SIEMENS, CEMEX, RBS The Royal Bank of Scotland, PHILIPS sense and simplicity, AXA, Strauss, ZIM, IBM, Procter&Gamble, MITSUBISHI, ERICSSON, AstraZeneca, vodafone, CATERPILLAR, Pfizer, Panasonic, bp, BASF The Chemical Company, United Nations 60 A Time for Renewal, Microsoft, citigroup, Unilever, Goldman Sachs, TOYOTA, Carrefour

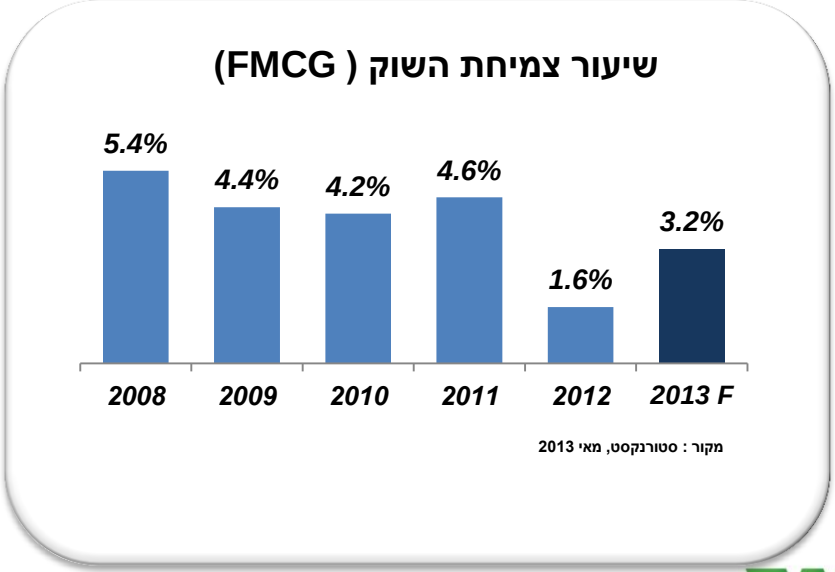
שוק הקמעונאות הישראלי

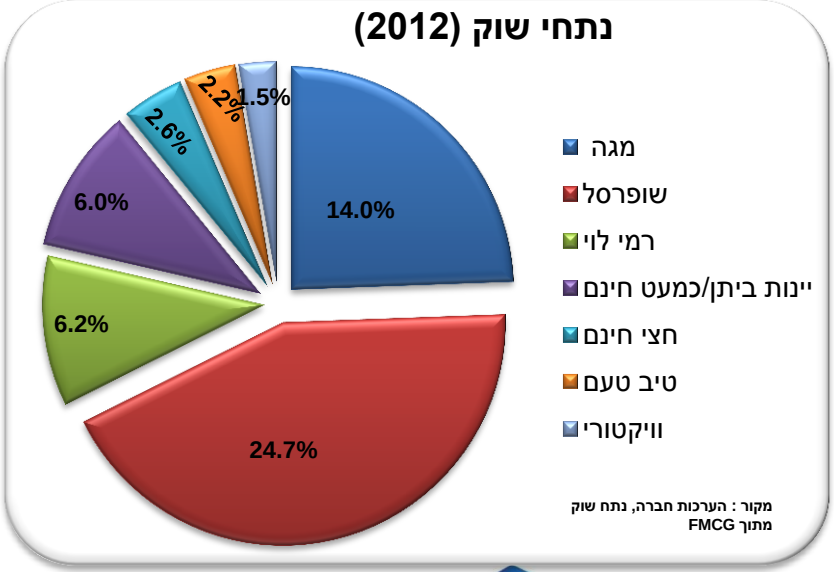
השוק

1. מידת מעורבות גבוהה ותדירה של כל בני המשפחה בתהליך הקניה
2. עיקר השיח הצרכני כרגע סובב סביב סוגיית המחיר
3. עיקר הצמיחה מונע ע"י פורמטי הדיסקואנט
4. עליה במעורבות רגולטורית/ממשלתית
5. פיתוחים טכנולוגיים כמנוע צמיחה מרכזי, במיוחד בקניות דרך אינטרנט

מתחרים

1. שוק תחרותי ומחיר כגורם בידול מרכזי למרות הצעות ערך רבות ומגוונות
2. כניסה וצמיחה מואצת של רשתות פרטיות
3. יחס שטחי מסחר למשק בית גבוה בהשוואה למקובל בעולם





מגה קמעונאות אתגרים והזדמנויות

הכוח עובר ללקוח

במוצר שלנו- חווית קניה

תפיסת מחיר

שירות

מגוון

תפיסת איכות

נוחות קניה

אלון רבוע כחול ישראל בע"מ

קמעונאות

אנחנו רוצים לייצר אופטימיזציה של הצעת
ר ללקוח

...ולהשיג שמירה קניה

אנחנו רוצים שלקוחות
יאהבו את החנויות שלנו

אלון רבוע כחול

קמעונאות

קמעונאות

הכל מתחיל בחזון .....

היכולת לראות את מה שאחרים לא רואים

לבנות "תמונה עתידית" שעל הארגון לשאוף אליה שבנויה על החוזקות וההזדמנויות העיקריות של הארגון ואחרים יתקשו מאוד להגיע אליה

החזון מבטא את דמותה העתידית, הרצויה והמוסכמת של החברה ומהווה את הליבה של התכנית האסטרטגית.
החזון הינו המסגרת להתוויית תכניות הפעולה לפיתוחה של החברה

חזון הוא המפתח להצלחת הארגון - חשוב כי תיווצר סביבו תרבות ארגונית תואמת

החזון של מגה נובע מהיסטוריה העשירה שלנו

במגה מקשיבים לך!

תמיד, בכל מקום ובכל מפגש

כי, באמת, אכפת לנו

המשימה אסטרטגית

הגדלת בסיס הלקוחות הנאמנים

שתוביל להגדלת נתח השוק

ולשיפור מתמיד ברווחיות

עקרי האסטרטגיה - שרשרת הערך של מגה

ממשק הלקוח

- מגוון פורמטים עירוניים/אזוריים למענה לכלל צרכי לקוחות
- האצת הקניות המקוונות ושימוש בטכנולוגיה מתקדמת לשיפור חווית הלקוח
- תפעול חנות מיטבי

הגדלת נתח שוק

מודל הפעלה

- יחידות עסקיות הנוגעות בלקוח במרכז הארגון
- מבנה ארגוני, תהליכים, וממשקים מכווני לקוח
- פיתוח המשאב האנושי ותרבות ארגונית

אפקטיביות ארגונית

שרשרת אספקה והפחתת עלויות

התייעלות שנתית בשיעור של כ-1%

- אופטימיזציה של שטחי מסחר
- שרשרת אספקה אינטגרטיבית
- רכש תקורתי ושיפור רווחיות מצמיחה

צמיחה שנתית מתמשכת בשיעור הרווח התפעולי

שיפור הצעת הערך ללקוח

דע את הלקוח

- מחקרי שוק, אמת מותגית ותקשורת שיווקית
- מועדון לקוחות YOU וחיזוק הסינרגיה עם קבוצת אלון
- סחר מתקדם וחדשני
- פיתוח קטגוריות על בסיס ידע מספקים

אופטימיזציה של הצעת הערך ללקוח

יצירת ערך לבעלי מניות והעובדים

שרשרת האספקה

לוגי

פיזי

תכנון תפעול וניהול מלאי

רכש | מרל | פצה | סדרנות

- מעבר להפצה עצמית של כ 75% מהפעילות תוך 3 שנים
- שיפור זמינות מוצרים במדף, תוך הקטנת ימי המלאי ועלויות סדרנות
- ניהול אבדנים בצורה אינטגרטיבית
- ניהול מרכזי של הרכש התקורתי

מרלוג אייל

מרלוג באר טוביה

דגשים מרכזיים – תוכנית פיננסית

צמיחה שנתית מעבר לשיעור צמיחת השוק

פתרון מלא לאתגר תחרות המחירים בכל הפורמטים ואזורי התחרות בארץ

שמירה על הרווחיות הגולמית באמצעות התייעלות בשרשרת אספקה של כ 1% ומעבר לסחר חדשני

חסכון בהוצאות הקבועות בעיקר כתוצאה מהקטנת שטחים וסגירת סניפים מפסידים

סגירת הפער בשיעור הרווח תפעולי למול ממוצע השוק הקמעונאי הישראלי עד סוף 2014 ובהמשך צמיחה לעבר הממוצע של הרשתות הרווחיות ביותר בעולם

שמירה על מסגרת השקעות בגובה הפחת השנתי ושיפור מתמשך בתזרים המזומנים

מהלכים אסטרטגיים משלימים

- מובילים את השוק האורגני והבריא בישראל באמצעות "עדן טבע מרקט"
- חיזוק רשתות הנון פוד (נעמן גרופ) המרחיבה את נקודות המגע של הקבוצה עם הלקוחות ותמיכה בפעילות הנ"ל בסניפי מגה
- מועדון לקוחות וכרטיס אשראי הנותן ערך מבודל וממוקד ללקוח על פורטפוליו רחב של מוצרי צריכה
- המשך צמיחה של תחום הסלולרי כערך מוסף ומבדל לעומת המתחרים

סיכום

- בנינו תוכנית המתמקדת בלקוח ומבוססת על לקחי העבר, היתרון התחרותי שלנו וההזדמנויות בשוק הקמעונאי העתידי
- נבנה יכולות אירגוניות מתאימות להוציא לפועל את התוכנית בשלבים ובצורה מתוכננת
- אנחנו צופים שיפור מתמשך בתוצאות העסקיות שלנו מרבעון לרבעון

תודה

קמעונאות

אלון רבוע כחול ישראל בע"מ

קמעונאות