

**“Die sterk groei wat behaal is in ’n mark oorlopens toe vol uitdagings is te danke aan ’n merkwaardige spanpoging, met totale toewyding op elke vlak in die organisasie.”**

JW Basson, Uitvoerende Hoof

## SHOPRITE

**Posisionering** Die Shoprite-ketting is die oorspronklike besigheid in die Groep en sy vernaamste handelsmerk. Dit is ook verreweg die grootste besigheidseenheid. Shoprite is die handelsmerk wat oorwegend buite die grense van Suid-Afrika gebruik word en die voorhoede vorm van die Groep se groei na nuwe markte.

**Teikenklant** Shoprite se klante kom uit die middel- tot laer inkomstegroepe; mense in die lewenstandaardmeting 4 tot 7.

**Inkopies-ervaring** Sy markposisionering het onveranderd gebly; om aan miljoene klante elke dag lae pryse te bied terwyl die pryse van basiese voedsel op die laagste vlakke gehou word.

## Checkers

**Posisionering** Checkers, wat in 1991 verkry is, is ná Shoprite die Groep se belangrikste handelsmerk. Checkers bedryf winkels regdeur Suid-Afrika en in sommige buurlande. Hy spits hom sterker toe op varsprodukte en bied ’n groter verskeidenheid van keurvoedsel-items aan ’n meer geëde klantebasis.

**Teikenklant** Die handelsmerk is onlangs herposisioneer om hom te rig op klante in die hoogste inkomstegroepe en teiken tans klante in die lewenstandaardmeting 7 tot 10.

**Inkopies-ervaring** Checkers het ’n voorkeur inkopiesbestemming geword vir klante met min tyd. Die bestuur het leefstylafdelings soos dié vir wyn, kaas en vleis sterk uitgebrei.



**Posisionering** Die ketting, met sy wye geografiese verspreiding van winkels, bied ’n reeks meubels, elektriese toebehore en tuisvermaakprodukte teen afslagpryse, vir kontant of op krediet.

**Teikenklant** Lewenstandaardmeting 5 tot 8.

**Inkopies-ervaring** Die fokus is op noodsaaklike produkte wat in ’n gestandaardiseerde winkelomgewing op maklike betalingsvoorwaardes aangebied word. Klante kan ook uit ’n omvattende katalogus aanlyn koop.



**Posisionering** Dit bied ’n groter verskeidenheid eietydse kwaliteitmeubels, huishoudelike toestelle en tuisvermaakprodukte aan meer geëde verbruikers.

**Teikenklant** Lewenstandaardmeting 7 tot 10.

**Inkopies-ervaring** ’n Uiters aangename inkopies-omgewing, met produkte wat aantreklik uitgestal word. Klante kan ook uit ’n omvattende katalogus aanlyn koop.



**Posisionering** Die posisionering van die grootformaat Checkers Hyper-winkels, wat geleë is in gebiede met 'n hoë bevolkingsdigtheid, is baie soortgelyk aan dié van die hoof Checkers-handelsmerk. Hulle dra egter 'n veel groter produkreeks, veral wat nie-voedselprodukte betref, en moedig grootmaat-eerder as geriefsaankope aan.

**Teikenklant** Sy teikenklant is dieselfde as vir Checkers: Lewenstandaardmeting 7 tot 10.

**Inkopies-ervaring** Hierdie winkels bied die klant lae pryse op 'n groot verskeidenheid voedsel- en nie-voedselprodukte in 'n aangename omgewing.



**Posisionering** Deur OK Franchise het die Groep 'n vastrapplek in klein, geriefgeoriënteerde markte verkry. Die OK-handelsmerk, wat net aan afsetpunte toegeken word wat aan sekere vereistes voldoen, omvat vier kleinhandelformate – OK Foods, OK Grocer, OK MiniMark en OK Value – benewens die groothandelformaat Megasave.

**Teikenklant** Elke franchise-winkel stel hom ten doel om te voorsien in die behoeftes van die gemeenskap waarin hy hom bevind.

**Inkopies-ervaring** Gerieflik geleë winkels wat klante tydbesparende inkopies teen mededingende pryse bied.

**“Ons prestasies is die gevolg van die stappe wat ons gedoen het, soos die verlaging van ons bruto marge, die beskikbaarstelling van meer bekostigbare produkte en die strategiese posisionering van ons verskillende handelsmerkformate.”**

JW Basson, Uitvoerende Hoof



**Posisionering** Die kleinformaatwinkels van hierdie nuwe ketting is hoofsaaklik geleë in hoëdigheidsgebiede en verkoop 'n beperkte reeks witgoedere en tuisvermaakprodukte benewens beddegoed en tapjete.

**Teikenklant** Lewenstandaardmeting 5 tot 8.

**Inkopies-ervaring** Dit bied 'n aangename ambience tesame met kompakte reekse en persoonlike diens.



**Posisionering** Usave is 'n afslagkettling sonder fieterjasies met 'n beperkte reeks basiese produkte wat aanvanklik vir die laerinkomsteselement voorsiening gemaak het, maar toenemend in eie reg in 'n voorkeur-inkopiesbestemming ontwikkel. Dit is nie alleen 'n ideale formaat vir uitbreiding in Afrika nie, maar stel die Groep ook in staat om die onderkant van die mark binne die landsgrense veel beter binne te dring.

**Teikenklant** Lewenstandaardmeting 1 tot 5.

**Inkopies-ervaring** 'n Beperkte reeks noodsaaklike snelomsetprodukte gebied teen die laagste moontlike pryse in 'n funksionele omgewing.