



A Tesco jövőképe és stratégiája ¹

A Tesco a világ egyik legnagyobb kereskedelmi vállalata. Sikerei nem a véletlennek köszönhetők, hanem a hatékony vezetésnek és üzletvitelnek. A Tesco folyamatos sikere azon alapul, hogy a vállalat világos üzleti stratégiákat dolgoz ki, melyeket állandóan újraértékel. A Tesco célja a vevői hűség fokozása, és a vállalat alapját adó nagy-britanniai üzletek fejlesztése a vevői élmény javítása céljából, és ennek eléréséhez 1 milliárd fontos befektetési programot indított. A program keretében versenyképességet javító stratégiákat dolgoztak ki, melyek alapja az ár, a minőség, a termékkála és az innováció, valamint a kiemelkedő többszörös vevőszolgálat volt (mely utóbbi pl. a 'Click & Collect' online vásárlási lehetőségben is megjelent).

A világos jövőkép kijelölése a Tesco sikeréhez elengedhetetlen, ehhez járul hozzá a specifikus célkitűzések meghatározása és nyomon követése, és az ezek megvalósításához szükséges stratégiák kidolgozása. A működés minden egyes vonatkozását rendszeresen megfigyelik, és ha szükséges, terveket dolgoznak ki, hogy a célok biztosan megvalósuljanak. A Tesco minden egyes döntésének hátterében a felelős kereskedelem iránti elkötelezettség áll, ezt igazolják a vállalat nagy ambíciói és alapvető értékei, melyek segítségével a vevők és egyéb érdekelt felek javára használják ki a nagy méret előnyeit. Minden egyes döntés mögött az a megfontolás áll, hogy a vevőket, közösségeket, beszállítókat és dolgozókat tisztességgel és tisztelettel kell kezelni. A Tesco értékek a Tesco minden cselekedetében jelen vannak, és garantálják a vevői elégedettséget és a márkahűséget.

A Tesco vezetése tisztában van azzal, hogy küldetése, jövőképe és stratégiái milyen fontos szerepet játszanak a sikerben és egy sor kulcsfontosságú teljesítménymutató (KPI) alkalmas teljesítménye nyomon követésére és értékelésére.

A stratégia, a jövőkép, az értékek, a célok és a célkitűzések azonban mit sem érnek, ha hatásukat nem követik nyomon, és nem értékelik. A Tesco több módszert is alkalmaz az adatgyűjtésre és a célok megvalósulásának értékelésére, így a Klubkártya rendszert, a telefonos felmérést és az online vevői paneleket, és ezek segítségével meghatározza, mit szeretnének a vásárlók és mennyire elégedettek a vállalat teljesítményével.

¹ Vision, values and business strategies. A Tesco case study. Available at: <https://www.tesco.com/member/The%20Times%20100>