



КнигиКратко

Библиотека КнигиКратко

**Краткое содержание «Кто
создал Auchan, Atac, Leroy
Merlin? Секреты семьи Мюлье»**

ООО "Акцион управление и финансы"

КнигиКратко Б.

Краткое содержание «Кто создал Auchan, Atac, Leroy Merlin? Секреты семьи Мюлье» / Б. КнигиКратко — ООО "Акцион управление и финансы", — (КнигиКратко)

Этот текст — сокращенная версия книги «Кто создал Auchan, Atac, Leroy Merlin? Секреты семьи Мюлье». Только самое главное: идеи, техники, ключевые цитаты. «Продавать как можно больше качественных товаров по самым низким ценам самому большому числу покупателей» — таков девиз Жерара Мюлье, основателя Auchan. Этот подход позволил ему вырастить из одного магазина торговую группу с тысячей гипермаркетами в 12 странах мира. Auchan входит в десятку крупнейших продовольственных ретейлеров, в TOP-20 розничных сетей и в двадцатку крупнейших семейных компаний планеты. Кроме торговли продовольствием (Auchan и Atac), члены семьи Мюлье в качестве владельцев множества компаний действуют сегодня в самых разнообразных нишах розничного рынка: ковры и паласы, товары для дома, спортивные товары, электробытовая техника, готовая одежда и так далее. У семьи солидные позиции и в ресторанном бизнесе. Через Immochan семья владеет значительной недвижимостью, в том числе 300 торговыми галереями, приносящими приличную арендную плату. Одним словом, это поразительный конгломерат, не имеющий аналогов в Европе, где большинство ритейлеров специализируются на определенном наборе рыночных ниш. Благодаря исключительному разнообразию предлагаемых товаров, клиенты, каковы бы ни были их потребности, всегда найдут необходимое в магазине кого-нибудь из Мюлье (на сегодняшний день в списке отсутствуют только очки и обувь). Ежегодно французская семья оставляет в кассах магазинов Мюлье от 8 до 10% всех расходов на питание и товары для дома. В продовольственной сфере доля рынка Auchan и Atac составляет примерно 13%. В секторе одежды, автосервиса и товаров для дома позиции Мюлье значительно прочнее — 30%. В целом по Франции семья в той или иной форме контролирует около 4800 торговых точек, включая франшизы. Напоминаем, что этот текст — краткое изложение книги

© КнигиКратко Б.
© ООО "Акцион управление и
финансы"

Жерар Мюлье «Кто создал Auchan, Atac, Leroy Merlin? Секреты семьи Мюлье»

Основатель французской розницы

«Продавать как можно больше качественных товаров по самым низким ценам самому большому числу покупателей» – таков девиз Жерара Мюлье, основателя Auchan. Этот подход позволил ему вырастить из одного магазина торговую группу с тысячами гипермаркетами в 12 странах мира. Auchan входит в десятку крупнейших продовольственных ретейлеров, в TOP-20 розничных сетей и в двадцатку крупнейших семейных компаний планеты.

Основатель международной торговой империи вырос в промышленном городке Рубе, на севере Франции. Этот город известен, прежде всего, династиями крупных шерстяных фабрикантов. С 1950-х гг. семейство Мюлье начало создавать сеть магазинов по продаже шерсти Phildar и укреплять позиции в розничной торговле. В тот момент будущему хозяину Auchan исполнилось 23 года. По семейной традиции сначала он учился в Рубе в школе Нотр-Дам-де-Виктуар. Но оценки были не блестящими, и родители перевели его в пансион в Дюнкерке. Мальчик провел там три года, один раз оставшись на второй год. Ему все-таки удалось поступить в Текстильный институт Рубе, где училось большинство детей текстильных промышленников. Он прошел всего один курс, потому что желание скорее начать карьеру было сильнее.

Жерар устраивается в компанию отца. Молодой человек полон энергии и замыслов. В 1955 г. отец доверяет ему руководство производством вязальных машин, а в 1958 г. – пост директора по продажам Phildar. Между этими двумя датами Жерар женится. С этого момента он присоединяет к своей фамилии фамилию жены, Бернадетты Матиас, и становится Жераром Мюлье-Матиас.

В 1960 г. к его отцу Жерару Мюлье-старшему обращается американская компания NCR, которая ищет покупателей для своих контрольно-кассовых машин среди французских розничных сетей. Компания регулярно приглашает потенциальных клиентов в свой офис в Дейтоне (Огайо). Жерар Мюлье-старший с радостью принимает приглашение. Директор по продвижению товаров NCR не просто расхваливает оборудование, которое изготавливает его компания, но, прежде всего, продвигает концепцию магазина самообслуживания. В самих США самообслуживание пользуется огромным успехом. По другую сторону Атлантики эта форма торговли только-только начинает свое развитие. Большинство магазинов торгуют с помощью продавцов, к которым должны обращаться покупатели. Кроме самообслуживания и дискаунта, NCR продвигает идею супермаркета с прилегающей парковкой, благодаря которой клиенты смогут приезжать за покупками на машине. Жерар Мюлье-старший покорен.

≈≈

Вернувшись во Францию, он рассказывает о сделанных в Америке открытиях сыну, и Жерар-младший тут же записывается на ближайший семинар. В феврале 1961 г. он едет в США и становится горячим сторонником новой формы торговли. Вернувшись во Францию, Жерар-сын решает перейти от теории к практике и открывает свой первый продуктовый магазин самообслуживания. Для Мюлье, имевших прочные позиции в текстильном секторе, это был прыжок в неизвестность. Вклад семьи в проект ограничился предоставлением помещения. Чтобы обеспечить финансирование, Жерар объединяется с Мишелем Сегаром из семьи шерстяных промышленников. Сегар вносит 600 000 франков и получает 50% компании, названной SAMU. Торговая площадь в 600 кв. м (формат минимаркета) оборудуется на основе стро-

жайшей экономии. Штат, около 30 человек, рассчитан по минимуму. Накануне открытия все свободные члены семьи Мюлье участвуют в распаковывании коробок и выкладке товаров на полки, работа продолжается до поздней ночи. Один из кузенов вспоминает, что около полуночи один из стеллажей буквально рухнул под весом поставленных на него коробок. Пришлось в срочном порядке поднимать его и скреплять заново. Магазин был назван Auchan.

Он открылся в четверг 6 июля 1961 г. Однако хозяйки бойкотируют магазин, а буржуа богатых кварталов обходят стороной «эту убогую лавочку». Несмотря на рекламу и скидки, финансовый год заканчивается полным провалом – убытки составили 200 000 франков. Через три года, отчаявшись ждать, когда сын сведет концы с концами, Жерар Мюлье-старший вызывает его в свой кабинет: «Ты все еще ничего не зарабатываешь. Знай, что из этого можно сделать определенные выводы: либо ты не справляешься, либо этот бизнес не прибылен». «Это было для меня ударом, – рассказывал позже Жерар-сын. – В первый момент я хотел все бросить, но отец был хорошим педагогом. Спустя пару минут он добавил: “Даю тебе еще три года, чтобы себя проявить”». Но для рекапитализации бизнеса он выдвинул одно условие: Сегары должны продать свою долю.

Став полновластным хозяином SAMU и получив поддержку, буквально вырванную отцом у остальных членов семьи, Жерар Мюлье начинает изучать правила розничной торговли. «В первые годы я общался с Carrefour. Владелец компании Марсель Фурнье уже понял, что если во Франции он останется один в своем секторе, его быстро раздавят. Поэтому он охотно делился опытом с новичками. Фурнье наглядно продемонстрировал, что лучше продать 100 коробок печенья с наценкой в 1 сантим, чем 10 коробок с наценкой в 10 сантимов. Это и есть дискант».

Вернувшись в свой магазин, Мюлье немедленно применил этот принцип по отношению к напиткам и алкоголю. Результат сказался немедленно: «Вечером мы увидели, как буржуа из Рубе и Туркуэна делают крюк, чтобы заехать после работы в Auchan и купить свой любимый Black & White». Мужья советуют женам делать покупки в магазине в районе Верхних полей, потому что некоторые товары продаются там действительно дешево. Новость быстро распространяется: «Чем больше мы снижали цены, тем быстрее становилась оборачиваемость наших запасов». Несколько месяцев спустя количество клиентов магазина возросло благодаря открытию автозаправочной станции, также с очень низкими ценами.

≈≈

Шесть лет спустя после открытия магазина в Рубе, в 1967 г., Жерар Мюлье ставит перед собой новую задачу: открыть гипермаркет. В Ронке, совсем рядом с бельгийской границей, он начинает непосильный на первый взгляд проект – строительство магазина площадью 6000 кв. м. Мюлье не забыл увиденное в США. Он понимает, что образ жизни французов, так же как и американцев, меняется: становится все больше работающих женщин, а продажи автомобилей стремительно растут. Эти два социальных феномена в самое ближайшее время значительно изменят поведение потребителей. Жерар Мюлье едет в Вениссье, неподалеку от Лиона, чтобы посмотреть на открытый там Мишелем Фурнье третий магазин Carrefour площадью 9500 кв. м. «Его сын Бернар, который руководил магазином, даже дал мне планы: электричество, отопление, холодильные камеры и т. д. В то время все были щедрыми...»

Огромный магазин открывается в августе. Его успех был настолько оглушителен, что на следующей неделе после открытия принимается решение увеличить его площадь до 13 000 кв. м. Какое-то время он будет самым крупным гипермаркетом во Франции. Но если покупатели приветствуют открытие нового гипермаркета, то у коммерсантов оно, напротив, вызывает серьезное недовольство. «Чего только мы не натерпелись, – расскажет потом один из соратников Мюлье, – гвозди на парковке, сообщения о том, что в здание заложена бомба, анонимные звонки, требования выкупа и угрозы убийства. Я хорошо помню, что в тот момент эти про-

блемы мешали мне спать гораздо больше, чем собственно работа магазина. Поскольку в этом отношении у нас были превосходные сотрудники».

Однако, по сравнению с магазином в Рубе, организация работы нового гипермаркета была совершенно иной. Из-за огромного размера гипермаркета возникли специфические проблемы. Было больше 40 касс, и в магазине воровали массу товаров. Во всех сферах деятельности нужны были уточнения и усовершенствования. Чтобы увеличить свою привлекательность, магазин начал проводить крупные рекламные акции. Осенью 1967 г. гипермаркет в Ронке становится первым магазином во Франции, который организует «месяц бордоских вин». Клиенты, особенно бельгийцы, буквально опустошают полки. Акция повторяется на следующий год, но тут же встречает конкуренцию других розничных сетей. Распродажи вин начинают проводиться во Франции повсюду. В Ронке Auchan также обнаруживает влияние на продажи масированной выкладки товара на видном месте. Выкладка на торцах стеллажей, специальные акции в центральной аллее – эти формулы станут азбукой торговли, но Auchan сумеет применить их с большей эффективностью, чем все остальные.

≈≈

В 1968 г. из-за проблем со здоровьем Жерар Мюлье берет небольшой отпуск. Это вынужденное отсутствие заставляет его расширить полномочия сотрудников и возложить на них большую ответственность, что в дальнейшем отразится на его методах руководства. В этот период он понял, до какой степени может доверять своим сотрудникам. Auchan – это компания, где сотрудники чувствуют свою ответственность и где им передаются серьезные полномочия.

Поправив здоровье, Мюлье думает об открытии третьего магазина. Он выбирает район Англо, к западу от Лилля, где находит прекрасно расположенный участок земли рядом с оживленной автострадой. Для строительства магазина нужно около 10 га, но фермер согласен продать участок только целиком, что составляет 100 га... Семья выступает против таких непропорциональных инвестиций. Но хозяин Auchan уверен, что возможностью нужно воспользоваться. На собрании совета семьи он получает поддержку отца. Тонем патриарха Мюлье-старший объясняет братьям и племянникам: «Земля —единственная в мире вещь, которую нельзя создать».

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.