



Η INTERSPORT, μέσα στα 40 χρόνια παρουσίας της σε όλο τον κόσμο, έχει κατακτήσει την ηγετική θέση ανάμεσα στις αλυσίδες αθλητικών ειδών παγκοσμίως, ενώ στην Ελλάδα, αποτελεί τη No 1 εταιρία λιανικής πώλησης αθλητικών ειδών ήδη από τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της, εδώ και 10 χρόνια.

Εταιρεία

Θυγατρική εταιρεία του ομίλου FOURLIS, η INTERSPORT Athletics ξεκίνησε τις δραστηριότητες της στη χώρα το 2000, φτάνοντας σήμερα να αριθμεί περισσότερα 50 καταστήματα σε Ελλάδα, Ρουμανία, Βουλγαρία Κύπρο. Με το άνοιγμα των πρώτων καταστημάτων το Σεπτέμβριο του 2000, η INTERSPORT ήρθε να καλύψει το κενό που δημιουργούσε στην ελληνική αγορά η έλλειψη μιας οργανωμένης αλυσίδας καταστημάτων όπου ο καταναλωτής μπορεί να καλύψει όλες τις ανάγκες σε αθλητικά είδη. Συγκεντρώνοντας τις καλύτερες μάρκες στις πιο ανταγωνιστικές τιμές της αγοράς, η INTERSPORT έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη του κοινού και προσφέρει κάθε μέρα σε χιλιάδες πελάτες τα αθλητικά προϊόντα που χρειάζονται.

Αγορά

Η αγορά αθλητικών ειδών στην Ελλάδα αποτελείται από πολλούς ανεξάρτητους ιδιοκτήτες μικρών καταστημάτων, από τα monobrand καταστήματα των πολύ γνωστών αθλητικών brands (Nike, Adidas, Puma κλπ.), από τα πολυκαταστήματα που προσφέρουν αθλητικά προϊόντα και από το Internet. Η Intersport έχει καταφέρει να πρωταγωνιστήσει σε αυτή την αγορά και να αποτελεί την πρώτη και πλέον αξιόπιστη επιλογή στο μυαλό του καταναλωτή αναφορικά με αγορές αθλητικών ειδών. Η διαρκής ανάπτυξη της εταιρείας, η βελτίωση των καταστημάτων της, η εισαγωγή νέων τεχνολογιών για την εξυπηρέτηση του καταναλωτή και η συνεχής εκπαίδευση του

1. WE ARE COMMITTED TO ENSURING EVERYONE CAN ENJOY THE BENEFITS OF AN ACTIVE AND HEALTHY LIFESTYLE 2. WE TAKE PRIDE IN WELCOMING OUR CUSTOMERS TO AN EXCITING SHOPPING ENVIRONMENT 3. WE ARE PASSIONATE ABOUT SHARING OUR SPORTS EXPERIENCES AND PRODUCT KNOWLEDGE WITH OUR CUSTOMERS 4. WE ENSURE EVERY CUSTOMER RECEIVES THE BEST ADVICE FOR THEIR AGE, ABILITY AND BUDGET 5. WE ACTIVATE OUR CUSTOMERS IN THEIR PURSUIT OF SPORT 6. WE ARE DEDICATED TO PROVIDING THE EQUIPMENT AND BRANDS THAT ENABLE MAXIMUM SPORTS ENJOYMENT

THIS IS HOW WE BRING SPORT TO THE PEOPLE



προσωπικού έχει βοηθήσει σημαντικά στην αύξηση μεριδίου αγοράς.

Κύρια Επιτεύγματα

Η είσοδος της INTERSPORT στη λιανική αγορά αθλητικών ειδών σημείωσε από την πρώτη στιγμή επιτυχία. Τα 5 καταστήματα έγιναν το δεύτερο χρόνο 12, τον τρίτο χρόνο 15 και σήμερα ξεπερνούν τα 30, καλύπτοντας ένα μεγάλο εύρος γεωγραφικών περιοχών στην Ελλάδα. Η βάση για την επιτυχία είναι η ύπαρξη μιας ευρείας γκάμας προϊόντων και η ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών. Το κλειδί της επιτυχίας που κρατά την INTERSPORT στην κορυφή από την πρώτη μέρα ως και σήμερα και που αποτελεί οδηγό για το μέλλον είναι η δημιουργία εμπνευσης και πάθους για τον αθλητισμό σε όλα τα επίπεδά της, μέχρι η εμπνευση αυτή να φτάσει στον τελικό αποδέκτη: τον πελάτη.

Και οι πελάτες της INTERSPORT το αναγνωρίζουν με την 1η θέση σε αναγνωριμότητα στην αγορά. 1 στους 4 Έλληνες σκέφτεται πρώτα την INTERSPORT όταν πρόκειται για αθλητικά είδη, ενώ 9 στους 10 αναφέρουν τα Intersport σαν μία από τις πιθανές επιλογές τους. (Πηγή: Gfk Eurobus, Σεπτ. 2007).

Η επένδυση στην επικοινωνία αποτελεί μεγάλο μέρος του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της εταιρείας και περιλαμβάνει τόσο ενέργειες που χτίζουν και ενισχύουν την εταιρική εικόνα της, όσο και τακτικές-προϊοντικές ενέργειες αύξησης της επισκεψιμότητας. Επίσης, από το 2009, η INTERSPORT επενδύει σημαντικά σε ενέργειες κοινωνικής



8 Μαρτίου, Παγκόσμιο Ημέρα της Φυλακής.



ευθύνης, όπως το project «Fit for life» με στόχο να περάσει μηνύματα και πρακτικές «εξ ζην» σε παιδιά κάθε ηλικίας.

Προϊόντα-Υπηρεσίες

Η INTERSPORT προσφέρει μία πλήρη γκάμα από χιλιάδες προϊόντα αθλητισμού. Ρούχα, παπούτσια και αξεσουάρ από περισσότερες από 120 επώνυμες μάρκες παρουσιάζονται στο χώρο του καταστήματος ανά δραστηριότητα. Έτσι, ο πελάτης που παίζει ποδόσφαιρο έχει στη διάθεσή του μια ευρεία γκάμα από ποδοσφαιρικά παπούτσια για παιχνίδι σε χόρτο ή σε 5x5, πλήρη εμφάνιση για την ομάδα του, φόρμες για τις προπονήσεις και το ζέσταμά του, μπάλες και άλλα αξεσουάρ αγώνων και προπονήσεων, αλλά και την επίσημη εμφάνιση της αγαπημένης του ομάδας για να πανηγυρίσει στο γήπεδο. Η λογική της κάλυψης των αναγκών ανά δραστηριότητα σε συνδυασμό με την εξειδικευμένη γνώση του προσωπικού των καταστημάτων δίνει στον πελάτη την ευχάριστη εμπειρία του one-stop-buying. Πέρα από τις δημοφιλείς δραστηριότητες – ποδόσφαιρο, μπάσκετ, βόλλεϋ, tennis, fitness, τρέξιμο, skate, ski, snowboard – η INTERSPORT

1968

Ίδρυση της IIC-INTERSPORT INTERNATIONAL CORPORATION από 10 εθνικούς αντιπροσώπους των χωρών: Αυστρία, Βέλγιο, Δανία, Γαλλία,

Γερμανία, Ιταλία, Ολλανδία, Νορβηγία, Σουηδία και Ελβετία, με 652 σημεία πώλησης και τζίρο που φτάνει τα 218 εκατ. Ευρώ.

1979

Παρουσίαση του λογότυπου INTERSPORT.

2000

Στρατηγική συμμαχία με τον Όμιλο FOURLIS και ίδρυση της INTERSPORT ATHLETICS A.E.E. στην Ελλάδα, με άνοιγμα των πρώτων 5 καταστημάτων στο Χαλάνδρι, τη

Γλυφάδα, τη Νέα Ιωνία, τη Νέα Σμύρνη και την Πέτρου Ράλλη.

2002

Τριπλασιασμός ετήσιου τζίρου με 3 μόνο νέα καταστήματα (αύξηση από 12 σε 15).

Πακέτο TECNOprou



καλύπτει και ένα ευρύ φάσμα λιγότερο γνωστών δραστηριοτήτων που όμως έχουν πιστούς fans, όπως το mountaineering-hiking, το ping pong, το squash, το badminton, το golf, το beach tennis κ.ά.

Σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην προϊοντική γκάμα της INTERSPORT αποτελούν οι αποκλειστικές μάρκες της, etirel, McKINLEY, PRO TOUCH, TECNOprou, ENERGETICS, FIREFLY, DYNATOUR που συνδυάζουν πολύ καλή ποιότητα σε μοναδικές τιμές.

Επίσης, λόγω της διεθνούς παρουσίας της, η INTERSPORT εξασφαλίζει αποκλειστικά μοντέλα για τους καταναλωτές της από όλες τις επώνυμες μάρκες (Nike, adidas, PUMA, Reebok, ASICS κλπ).

Πρόσφατες Εξελίξεις

Μέσα στην προηγούμενη πενταετία, η ανάπτυξη της INTERSPORT ξεπέρασε τα σύνορα της Ελλάδας και επεκτάθηκε

και σε άλλες χώρες στα Βαλκάνια.

Το 2004 άνοιξε το πρώτο κατάστημα στο Βουκουρέστι (Ρουμανία), το 2006 στη Σόφια (Βουλγαρία) και το 2007 στη Λευκωσία (Κύπρος).

Πέρα από τη γεωγραφική ανάπτυξη, ακολουθώντας το ρεύμα των ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων, η INTERSPORT από το 2007 επενδύει σε μεγάλο βαθμό στον εκσυγχρονισμό των καταστημάτων της, με ψηφιακά και ηλεκτρονικά εργαλεία που δίνουν προστιθέμενη αξία στην εμπειρία του πελάτη. Το Infokiosk, ένας μίνι σταθμός πληροφοριών, βοηθά τον πελάτη να αναγνωρίσει ποιο είναι το στυλ άθλησης που χρειάζεται και ποια όργανα γυμναστικής θα του προσφέρουν το maximum αποτέλεσμα. Μέσω του Footscan, ο πελάτης κάνει

πελματογράφηση, ώστε να δει τη μορφολογία του πέλματός του και να επιλέξει τα performance παπούτσια που ανταποκρίνονται σε αυτή. Το Intersport TV είναι ένα εργαλείο ενημέρωσης για αθλητικά γεγονότα καθώς και για τις πιο hot προσφορές. Και το νέο Infodesk είναι ένας online τρόπος πλοήγησης στα προϊόντα που διατίθενται στο κατάστημα.

Η επικοινωνιακή στρατηγική της INTERSPORT συμβαδίζει και ενισχύει την ανάπτυξη της εταιρείας. Από το "all about sports" το 2007 και «Ζήσε τα σπορ στα INTERSPORT», η INTERSPORT γίνεται το σημείο από όπου ξεκινούν όλα τα αθλήματα, "the place where sports start", μήνυμα που προσαρμόζεται σε κάθε δραστηριότητα: the place where football, running, fitness starts.

Το 2009 αποτελεί ένα σημείο σταθμό στην επικοινωνία της INTERSPORT. Μετά από έρευνα ετών σε διεθνές επίπεδο, 7 χώρες συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας και περισσότερους 4.000 συμμετέχοντες, η INTERSPORT αποφασίζει να πάει ένα βήμα πιο μπροστά, με μια πιο ολιστική προσέγγιση που ανταποκρίνεται στον τρόπο ζωής του σύγχρονου καταναλωτή: «ο αθλητισμός είναι για όλους και η αποστολή μας είναι να φέρνουμε τον αθλητισμό στους ανθρώπους». Με το νέο payoff «sport to the people», κάνει ένα άλμα και μπαίνει σε μια ομάδα φίλων που παίζουν ποδόσφαιρο κάθε

Σάββατο απόγευμα, σε ένα ζευγάρι που πηγαίνει για τρέξιμο στη γειτονιά όποτε βρίσκει χρόνο, σε μια παρέα σκεϊτδωδών που κάνουν φιγούρες και άλματα στην πλατεία μετά το σχολείο, σε ένα group γυναικών που παίρνουν μέρος στο δρόμο 10km του Μαραθωνίου χωρίς προετοιμασία, απλά γιατί τους αρέσει να τρέχουν. Την ίδια

στιγμή, αναπτύσσεται ένα νέο πρότυπο καταστήματος, με σαφή διαχωρισμό ανά δραστηριότητα και στόχο να δίνει στον πελάτη τη δυνατότητα να αποκτή



μέσα στο κατάστημα μια προσομοίωση της εμπειρίας του αθλήματος που αγαπά και να αποκτή πάθος για τον αθλητισμό.

Το Σεπτέμβριο του 2009, το κατάστημα του Γέρακα ανοίγει στο κοινό και παρουσιάζει σε 900 τ.μ. τη νέα εμπειρία περιήγησης. Ακολουθεί το κατάστημα της Λεμεσού το Νοέμβριο του 2009.

Αξίες-Όραμα

Το όραμα της INTERSPORT είναι να είναι το πιο δυναμικό, αναγνωρίσιμο και κερδοφόρο brand αθλητικών ειδών στον κόσμο. Οι αξίες που αποτελούν το DNA του οργανισμού είναι 6: η ποιότητα, η επικέντρωση στον αθλητισμό, ο προσανατολισμός στον πελάτη, η βαθιά γνώση, ο επαγγελματισμός και ο υγιεινός τρόπος ζωής. Μένοντας πιστή σ' αυτές τις 6 αξίες, η INTERSPORT υπόσχεται να φέρνει εις πέρας κάθε μέρα την αποστολή της: να φέρνει τον αθλητισμό στους ανθρώπους ή...

SPORT TO THE PEOPLE

www.intersport.gr

Ίσως δεν γνωρίζατε ότι...

Η INTERSPORT είναι ο παγκόσμιος leader στην αγορά αθλητικών ειδών με παρουσία σε περισσότερες από 35 χώρες, 5.200 καταστήματα και ετήσιο τζίρο που ξεπερνά τα 8,9 δισ. Ευρώ.

Στην Ελλάδα η INTERSPORT δραστηριοποιείται εδώ και 10 χρόνια.

Οι πελάτες που επισκέπτονται κάθε μέρα την INTERSPORT στην Ελλάδα είναι περισσότεροι από 10.000.

Η INTERSPORT διαθέτει 7 αποκλειστικές μάρκες προϊόντων ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ: McKINLEY, PRO TOUCH, TECNOprou, ENERGETICS, FIREFLY, etirel, DYNATOUR.

Τα καταστήματα INTERSPORT διαθέτουν τη μοναδική τεχνολογία Footscan, μέσω της οποίας οι πελάτες μπορούν να κάνουν δωρεάν πελματογράφηση ώστε να αγοράσουν performance παπούτσια βάσει της μορφολογίας του πέλματός τους.

Υπάρχει κατάστημα INTERSPORT στην Κύπρο στο οποίο το προσωπικό μιλά συνολικά 12 γλώσσες.

Σε ένα τσίκο footwear ενός καταστήματος INTERSPORT μπορούν να παρουσιάζονται περισσότερα από 450 μοντέλα παπουτσιών.



2004

Άνοιγμα του πρώτου καταστήματος στη Ρουμανία, Βουκουρέστι.

2006

Άνοιγμα του πρώτου καταστήματος στη Βουλγαρία, Σόφια.

2007

Άνοιγμα του πρώτου καταστήματος στην Κύπρο, Λευκωσία.

2009

Αλλαγή της εταιρικής επικοινωνίας με το payoff "sport to the people".