



## Пазар

Жито маркети важат за најраспространетиот ланец на супермаркети во Македонија и се еден од водечките брендови во својата област, како по уделот кој го имаат на пазарот така и по долгите години постоење. Главната дејност на компанијата е трговија на мало, во своите преку 52 супермаркети, распределени во повеќе општини низ Македонија: Велес, Скопје, Куманово, Тетово, Гостивар, Кичево, Прилеп, Битола, Кочани, Облешево, Винаца, Делчево, Демир Капија, Неготино, Градско, Росоман, Валандово и Брвеница.

Долгогодишното постоење на македонскиот пазар, доволно говори за огромната доверба која потрошувачите ја изградиле во брендот на Жито маркети. Тоа го покажуваат и податоците добиени од терен и од социјалните медиуми, каде Жито маркетите важат за маркети кои имаат најлојална и проактивна база со лојални корисници. Наредните проекции и развојни стратегии на компанијата, се во насока на доближување на брендот до што е можно поголем број на граѓани, коишто ќе имаат можност да се уверат во основните постулати на компанијата: достапни цени, љубезен персонал и врвен квалитет на производите.

## Достигнувања

За најголемо достигнување го сметаат опстојувањето на пазарот сите изминати години и успешно пребрдување на сите препреки. Различните времиња носат свои предизвици, коишто можат да се надминат само со добро осмислена стратегија, домаќинско работење и покажување смелост и храброст при донесување крупни одлуки. Да се биде денес помеѓу водечките во својата област, значи дека зад себе имате успешно изоден пат, со многу препреки и тешки моменти. Исправени пред многу предизвици, но секогаш на крај излезени како победници, со менаџмент кој има визија пред себе, кој пред се, го работи со љубов она за што се определил.

Во своето преку 27 годишно постоење компанијата е добитник на многубројни признанија, благодарници, дипломи, сертификати и награди. Сите признанија се од најразлични области на општеството и културниот живот во



Македонија. Заслугата за нивното добивање ја имаат сите потрошувачи ширум државата, Републиката Македонија.

## Историјат

Компанијата е основана во далечната 1987 год., со отворањето на првиот тогашен СТД „ТАЊА“ во Велес, од страна на сопственикот Г-дин Јованче Ѓошевски. Компанијата е со сто процентен сопствен капитал и во моментот поседува 52 супермаркети, со околу 700 вработени. Седиштето на компанијата се наоѓа во Велес каде се наоѓа и централниот магацин за сопствени потреби. Во рамките на самата дирекција работат 50-тина професионалци од најразлични сектори, кои се тесно поврзани со работата на самите маркети. Во рамките на компанијата работат професионалци со различен степен на образование и различна етничка и верска припадност. Искусниот тим кој ги постави темелите на чесно, домаќинско и одговорно работење бил предуслов за она што денес го надградуваат младите професионалци.

Ако, пред многу години, успех беше да се

имаат основните прехранбени производи во доволни количини, денес ситуацијата е сосема различна. Денес, успехот на една компанија се мери со бројот на задоволни купувачи, со новитетите кои постојано ги воведува и со предноста која ја создава во однос на другите.

Порастот и ширењето на Жито маркети, започнал од Велес, се проширил кон Скопје и продолжил кон останатите градови. И тогаш и сега, определбите се со цврсти чекори, а не со трчање, да стигнат до целта. Како за секоја компанија така и за Жито маркети, на крајот од годината, финансискиот биланс го одредува патот на стагнација или дополнително инвестирање и ширење на брендот. Како што дозволува условите на пазарот, но со многу трпение и упорност, Жито маркети освојуваа населба по населба, општина по општина, за денес да станат препознатливи на територијата на целата држава. Имало периоди кога што условите не дозволуваа ширење на веќе постоечките маркети, но и периоди во кои било предизвик да се отвори нов маркет во друга населба или друг град.





## Производ

Местото на кое денес се наоѓаат Жито маркети и се она што до сега го имаат постигнато, е заслуга на стекнатата доверба од страна на купувачите, на макотрпното работење од вработените и на партнерскиот однос со коминтентите и соработниците односно добавувачите.

Исклучително високо се цени односот кој изминатите години е граден со сите бизнис соработници не правејќи разлика дали станува збор за добавувачи со мал обрт на соработка или со првите топ 10 добавувачи. Заеднички се взаемно стекнатите почит и доверба со сите нив.

Изградениот партнерски однос и долгогодишната соработка со коминтентите, на Жито маркети им овозможува секогаш да го понудат најдоброто на пазарот. Поседувањето на НАССР сертификат и водењето грижа околу транспортот, безбедно складирање и чување на производите, е доказ за понудата на свежи и квалитетни производи.

Би сакале да потенцираме дека изминатите неколку месеци како и период кој претстои до крај на тековната 2016 година, голем дел од компанијата е фокусиран на ребрендирање на сопствената трговска марка на производи, позната под името 5ка. Исто така се работи на дополнително зголемување на асортиманот на производи, кои што ќе бидат брендирали под сопствена трговска марка. Крајната цел е на крајните купувачи да им се понуди квалитетен препознатлив производ, по уште подостапна цена. При изборот посебно се внимава тоа да бидат македонски производители кои веќе се докажани со долгогодишен квалитет.



истражувања, се еден од столбовите на кои ја потпираат визијата за понатамошен развој. Се разбира потребно е да се најде соодветен баланс, помеѓу она што е зацртано и она што е реална потреба на самиот пазар. Само со смислена долгогодишна стратегија, која е потребно секоја година да се прилагодува според потребите, ќе се постигне очекуваната цел. Ситните делови ќе трпат одредени измени и корекции, но глобалната слика мора да остане иста.

## Промоција

Исклучително внимание компанијата посветува на сопствена промоција на сработените проекти, со цел полесно да се пренесат бенефиците и поволностите до купувачите. Изработена е посебна програма за лојалните купувачи со „лојални картички“, со цел верните купувачи да добиваат што е можно поголем број поволности. Се користат и современите трендови, како што е Facebook, за известувања и промоции. Преку 100,000 поддржувачи на Facebook, е податок што самиот говори за огромното одобрение и поддршка од граѓаните.

Жито маркети се промовира со својата креативност и иновативност, со делење на промотивни материјали од врата до врата, испраќање на СМС пораки до купувачите, како и организирање посебни настани наменети за определени маркети. Целта на Жито маркети е секој маркет посебно и секој потрошувач поединечно, да ги почувствуваат бенефиците и поволностите кои што ги нуди. Се разбира, со помош од добавувачите, редовно организира промоции и дегустации на нивните производи. Сосема е логично и природно, купувачите за својот планиран семеен буџет, од Жито маркети да очекуваат поголем бенефит. Кон очекувањата на купувачите, Жито маркети изминатите неколку години, мошне успешно им излегуваше во пресрет. Со понудената можност за активно вклучување на граѓаните, во големите наградни игри организирани од Жито маркети, истите имаа можност да добијат безброј награди во вид на потрошувачки производи или автомобили.

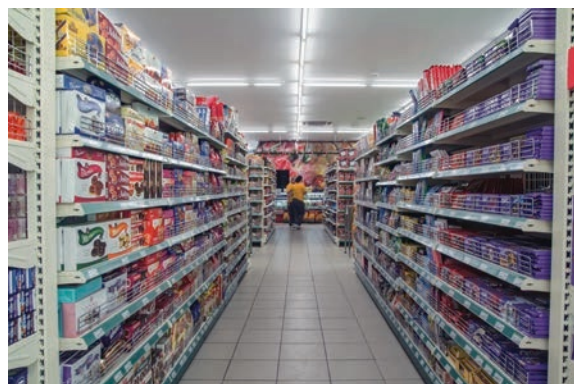
## Вредност на трговската марка

Менаџерскиот тим на компанијата постојано вложува во стручноста и сплотеноста на тимот кој раководи, за да може подоцна сета таа позитивна енергија, чувство на споделување и среќа да се пренесе до сите вработени во компанијата,

насекаде низ Македонија. Создавањето на хармонија во тимот и чувството на почит и сплотеност, е макотрпен процес за кој е потребно време, а не средства. Тоа едноставно се создава, гради и израснува, а не се купува.

Позитивната енергија и хармонија, е непроценливата вредност која ја поседува брендот Жито маркети. И покрај постоечкиот висок степен на обученост и стручноста на целокупниот персонал, постојано се вложува во нови обуки како на новите вработени така и на доусовршување на постоечкиот кадар. Жито маркети сметаат дека денес конкуренцијата е исклучително голема, како никогаш до сега. Нивната идеја е да се направи разлика помеѓу нив и конкуренцијата, со љубезност, услужливост и професионалност на вработените, особено на вработените во продажба. Токму затоа во моментот вложуваат и во опремување на сопствен тренинг центар, со предавачи од сопствените редови и повремено гости – предавачи, значајни во малопродажбата како од Македонија така и од регионот. На тој начин расте и имиџот на брендот, а со самото тоа и самата трговска марка.

[www.zito.com.mk](http://www.zito.com.mk)



## Неодамнешен развој

Во своето 27 годишно постоење, компанијата стабилно чекори по патот до денешната позиција на пазарот. Најголемата експанзија и отворање на нови маркети се бележи во последното тромесечје од 2014 год. Кога што компанијата достигнува бројка од 17 супермаркети, отворени во Скопје во општините Аеродром, Ѓорче Петров, Ченто, Центар, Карпош, Кисела Вода, Бутел, Гази Баба и Илинден. Развојната стратегија на компанијата е проектирана според можностите и потребите на самиот пазар. Теренските детални анализи и



## ДАЛИ СТЕ ЗНАЕЛЕ ДЕКА...

### ЖИТО МАРКЕТИ

- Првиот Жито маркет е отворен пред 27 години во Велес.
- Жито се едни од водечките општествено одговорни компании во земјата. Во периодот од 2013 – 2016 г. имаат донирано во повеќе здравствени институции, училишта, верски објекти, проекти од општествено значење, општини, здруженија и поединци.
- Статистички гледано најголемиот број на отворање на нови маркет се случувале во месец декември.
- Компанијата е во фаза на ребрендирање на сопственото лого.
- Најголемиот број на маркети се наоѓаат во Скопје.