

Os eixos estratégicos do Grupo Ibersol

EXISTIR PARA PROMOVER BOAS EXPERIÊNCIAS E QUALIDADE DE VIDA

Num cenário de grandes alterações no comportamento dos consumidores, a valorização das boas experiências e a qualidade de vida são preocupações constantes para o Grupo Ibersol.

Por isso, o Grupo garante uma oferta diversificada, que possibilita aos consumidores experiências variadas, em qualidade e sabor.

Do pequeno-almoço ao almoço, do lanche ao jantar, durante a semana ou fim de semana, numa paragem a meio de uma viagem de automóvel, antes da partida de um comboio, ou de um voo pela noite dentro, grande parte da vida das pessoas é feita fora de casa e o Grupo Ibersol procura proporcionar momentos aprazíveis, aliados a uma alimentação equilibrada, cuidada e adequada ao estilo de vida dos portugueses.

No actual contexto adverso e de esforço de adaptação dos consumidores, emergem novas atitudes e comportamentos de consumo, que passarão a fazer parte do novo consumidor e revelam novas tendências a acompanhar.

Este momento de mudança tem sido crucial para o reforço da estratégia do Grupo: prosseguir uma política exigente no que respeita a aspectos

funcionais como o Produto e a Segurança Alimentar, a base firme da oferta das suas marcas, abrindo caminhos seguros para novas apostas sempre dinâmicas e inovadoras.

FOCAR AS ENERGIAS NA RELAÇÃO COM O CLIENTE

Num momento em que os consumidores viram reduzido o rendimento disponível, o consumo fora de casa representa um especial valor percebido, quer pela proposta de valor quer pela experiência proporcionada.

Por isso, desde a organização das suas unidades aos sistemas de informação, foi desenvolvida uma abordagem sistémica, que garante uma estratégia de identificação de grandes *clusters* de consumidores, de acordo com as diferentes envolventes e comportamentos.

Neste contexto, o Grupo está a levar a cabo uma política activa de *Value-Based Pricing*, que se traduz numa adequação dos preços da oferta aos benefícios proporcionados, respeitando a heterogeneidade dos consumidores e dos mercados.

Na origem de todo este processo está a matriz “Pensar Cliente”, que significa para o Grupo Ibersol a concretização do seu projecto “Agir Cliente”. Para isso, o Grupo procura, todos os