

## Comercios ecológicos, el ejemplo de Erdi

Los productos tienen dos precios, uno sin tarjeta y otro para los socios de Erdi que solicitaron la tarjeta. Ya ha conseguido 600 clientes que se benefician de descuentos de un 15 a un 25%.

El nuevo sistema se introdujo en abril de 2008. “Nuestra principal motivación es la de mantener satisfechos a nuestros clientes, más allá de aumentar la cifra de negocios, asunto que es también necesario”.

Este empresario de productos ecológicos tiene como objetivo darle un carácter más social a este sistema y para ello espera atraer a los ciudadanos con menor capacidad adquisitiva proponiéndoles que realicen sus compras al por mayor en Erdi y de esta forma agrandar el círculo de nuevos clientes.

El objetivo es fidelizar al 80% de los clientes habituales.

El precio de la “Tarjeta Erdi” es de 19,5 euros mensuales, 23 euros para una familia y para una pareja y 12 euros para personas que vivan en residencias (de menor poder adquisitivo). Las guarderías y colegios o empresas también pagan 19,5 euros por mes.

La tarjeta no es válida sólo cuando el propietario está en casa sino que si se encuentra de vacaciones, se le informa a través de su tarjeta en la web del supermercado de que a la vuelta recibirá algún producto equivalente al coste de la tarjeta. No hace falta presentar facturas de hotel ya que se busca una relación de confianza con los clientes.

Para ser socio y beneficiarse de los descuentos, hay que rellenar un formulario y suministrar una foto. Erdi informatiza los datos y envía una tarjeta de socio. Las familias reciben dos. La tarjeta se presenta cada vez que se realiza una compra en la caja para que se aplique el precio de socio en lugar del normal.

A nivel jurídico todo es correcto y el propietario, señor Hässner, está convencido de que su sistema tiene futuro. Desde que se derogó la ley de descuentos en los comercios no hay problema en implantar un sistema de este tipo.

Hässner comenzó trabajando en la alimentación ecológica para una empresa "Demeter" y después fue uno de los pioneros en el comercio de alimentación ecológica en Alemania.

La decoración interior de los supermercados varía y es prioritario el uso de materiales de segunda mano, el más grande de todos es el que inauguró recientemente en Stuttgart con el nombre de "Denn`s bio" que tiene una superficie de 430m<sup>2</sup>.

"Queremos mantener unos costes de mantenimiento mínimos", comenta.

Entre sus proyectos más actuales está el de diversificar la Tarjeta Erdi. “En 15 días hemos encontrado otros colaboradores que ofrecen a los socios poseedores de la tarjeta servicios con condiciones especiales, la mayoría de los colaboradores son, de momento, profesores de yoga y clínicas de tratamientos con medicina natural”.

La idea es que se vaya aumentando el número de colaboradores ampliándose a otras áreas del mundo de la ecología.

Erdi emplea actualmente a 50 empleados en los 6 almacenes. El negocio es básicamente familiar y, según la opinión de Hässner, “es la única forma de que un supermercado ecológico sea rentable”. Por ello, en el departamento de administración trabajan tanto su mujer como sus hijos. Para 2009, se prevé un crecimiento del 3 al 5%.

Lo importante en Erdi es que a parte de los productos que provienen de la empresa "Dennree", un 75%, siempre hay productos regionales. Una parte proviene de Willmann donde Hässner comenzó su carrera en 1977 y otra directamente de tres panaderías ecológicas y de cuatro proveedores que le suministran las frutas, las legumbres, los huevos y la carne. "Rapunzel" figura también entre uno de los principales proveedores.

Fuente

Compartir

*(fin del artículo)*