

Nákup elektra – orientace podle ceny a značky

Studie Elektro 2008, společný projekt firem Incoma Research a GfK Praha, ukázala, že český spotřebitel se řídí při nákupu elektra nejen cenou, ale také značkou. Zatímco pro muže je rozhodující právě značka a cena výrobku, jsou ženy v tomto ohledu pragmatičtější a volí výrobek jeho designu (zapadá do konceptu nábytku, bytu), ale také například spotřeby energie.

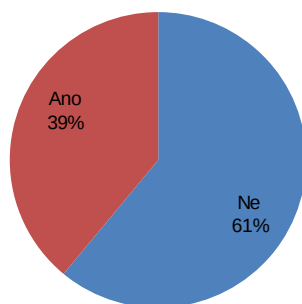
Maloobchodní trh s elektrem vyrostl ve srovnání s rokem 2006 o 9 %, přičemž největší nárůst zaznamenala kategorie TV, audio, video. Především velké domácí spotřebiče se z drtivé většiny prodávají ve specializovaných prodejnách, zároveň ale roste význam internetu, kuchyňských studií a prodejen nábytku.

Lidé v ČR před nákupem srovnávají ceny elektra mezi jednotlivými prodejny, především díky dostupným informacím na internetu. Velmi pozitivně jsou vnímány poprodejní služby, jako je odvoz zboží do domu, instalace anebo servis. Odbornou radu prodáváče při nákupu oceňuje 70 % dotázaných.

S rostoucí náročností nakupujících elektra a houstnoucí sítí elektroprodejen se pro jejich výběr ukazují jako nejdůležitější kritéria: blízkost, široká nabídka sortimentu, ale také odborný personál. Jako hlavní nákupní místo pro všechny sledované kategorie (kromě telekomunikační techniky, kde již tradičně přední místa obsazují telekomunikační společnosti) jmenovali respondenti nejčastěji Electro World, dále Datart a Okay. Preference specializovaných prodejců rostou především na úkor hypermarketů.

Skokově roste podíl lidí (především mladí do 25 let), kteří nakoupili elektro zboží přes internet (nárůst 12 % oproti roku 2006). Nejvýznamnější kategorií prodávanou prostřednictvím tohoto kanálu jsou PC, velké bílé elektro a foto.

Nakoupili jste v posledních dvou letech nějaké elektro zboží prostřednictvím internetu?



Zdroj: Elektro 2008, Incoma Research a GfK Praha

Bio jogurty Mlékárny Valašské Meziříčí oceněny

První místo soutěže o Výrobek roku 2008 získal v kategorii jogurtů a zakysaných výrobků Bio jogurt borůvka z produkce Mlékárny Valašské Meziříčí. Na třetím místě se umístil Bio jogurt bílý od stejné společnosti, druhou pozici obsadil Bio jogurt drink brusinka-černý rybíz firmy Olma.

Ocenění byla předána v rámci patnáctého výročí Světového dne mléka. „Při výrobě bioproduktů dodržujeme přísné zásady a pravidla jejich výroby. Všechny suroviny použité při výrobě našich bio jogurtů pocházejí z certifikovaných ekofarem,“ uvádí Jana Novotná, ředitelka Mlékárny Valašské Meziříčí. „Navíc je bio mléko zpracováváno ve své původní tučnosti, což jen podtrhuje přírodní charakter výrobku. Taktéž přidané ovoce je v kvalitě bio,“ dodává Jana Novotná.



Odborníci na obaly sázejí na růst

Společnost Rajapack a celý koncern Raja s pobočkami v devíti evropských zemích zaznamenaly v roce 2007 obrát ve výši 220 mil. eur, což znamená nárůst ve srovnání s předchozím rokem téměř o 20 %. Koncern zaměstnává celkem 750 lidí.

V tomto vývoji chce Raja pokračovat i v tomto roce. Plánovaný letošní obrát by měl dosáhnout 250 milionů eur. Základem budou inovativní řešení různých požadavků v oblasti obalů a zásilkových služeb, výhodné ceny a zákaznický servis.



V ČÍSLE 6-7 NAJDETE:

- Podnikové prodejny
- Logistika podle Sparu
- Trend wellness v obchodech

Regal 6-7/2008 vyjde 20. června
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

TNT buduje zelenou flotilu

Společnost TNT zdvojnásobuje své úsilí omezit emise CO₂, a proto uvádí do provozu více než 100 elektrických nákladních vozidel. V první fázi budou vozidla nasazena v silniční síti Velké Británie, Číny a Austrálie.

TNT Express a Smith Electric Vehicles představili v Londýně i největší flotilu elektrických vozů s nulovými emisemi CO₂. V průběhu příštích 18 měsíců tato flotila stovky vozů „Newton“ poháněných baterií nahradí své diesellové protějšky. Nové 7,5 tunové vozy každoročně zabrání vypuštění až 1,299 milionu kilogramů CO₂ do atmosféry měst a obcí ve Spojeném království.

Čisticí pady Scotch-Brite slaví 50

Čisticí podlahové pady Scotch-Brite oslaví letos padesát let své existence. Společnost 3M přišla s prvním padem v roce 1958 a od té doby dodává na trh nová řešení pro péči o podlahy. Během těchto let vystřídaly pady Scotch-Brite několik podob, od původního tenkého padu až po jeho nejmodernější fialovou verzi obohacenou o diamantové částice, a také technologii, které byly na jejich výrobu použity. Čisticí pady Scotch-Brite využívají kombinace tří klíčových technologií firmy. Pro jejich výrobu byl vyvinut speciální výrobní proces, při němž lepidlo spojuje brusné části s umělými vlákny.

Výroba Signalu – přesun z Itálie

Společnost Unilever bude podstatnou část svých výrobků zubní hygieny pro Evropu vyrábět na Slovensku. Zcela novou výrobní halu na výrobu zubních past Signal otevřela

(Pokračování na stránce 2)

Kanzelsberger je nejhezčí

Organizátoři 14. mezinárodního knižního veletrhu a literárního festivalu Svět knihy letos vyhlásili soutěž O nejkrásnější knihkupecký interiér. Přihlásil se také český knihkupecký řetězec Kanzelsberger, jehož interiér ocenila odborná porota jako nejlepší. „Ohromně nás to potěšilo. Je to další důkaz, že náš koncept je správný a že jej vnímají i kolegové z branže,“ reaguje Zdeněk Fekar z marketingového oddělení knihkupecké sítě. Kanzelsberger již v roce 2005 obdržel za jednotný vizuální styl firmy ocenění Dobrý design udělované Design centrem České republiky. Autory jednotného stylu firmy jsou architekt Jan Růžička a grafik Jan Kolář.

Rio Mare nabízí lososy

Společnost Bolton Czech distribuující značku Rio Mare uvádí pod touto značkou na trh řadu lososových konzerv. Výrobky se již několik let prodávají v domovské Itálii a ČR je mezi několika prvními evropskými zeměmi, kam zamíří export. Uvedení trojice lososových variant na prémiovém trhu rybích konzerv doprovodí v červenci intenzivní TV kampaň (20vteřinový spot demonstrující možnosti přípravy), PR kampaň v časopisech o vaření a životním stylu, ochutnávky v místě prodeje (distribuce především v obchodních řetězcích) a POS materiály v podobě woblerů a receptů.



Další energeticky úsporný obchod Tesco

Od 5. června mohou lidé z Říčan a okolí nakupovat v novém hypermarketu Tesco. Na prodejní ploše 3000 m² nabízí téměř 30 tisíc druhů výrobků. Ty zahrnují široký sortiment čerstvých a trvanlivých potravin i nepotravinového zboží, včetně pečiva oblíbené českobrodské pekárny Mimo. Čerstvé pečivo zajišťuje vlastní pekárna, která zákazníkům nabízí okolo 30 rozpeků po celý den. V nabídce jsou i čerstvá grilovaná kuřata přímo z grilu, zákazníci zde najdou také obslužný pult s nabídkou uzenin, salátů, sýrů a cukrovinek. Obchod rovněž představuje přes 50 energeticky úsporných opatření, např. kryty na mrazicích vanách, zastínění venkovních stěn zelení pro zvýšení tepelné izolace, noční vychlazení venkovním vzduchem, využití dešťové vody atd.

S-Budget vstupuje na český trh

Řadu potravinových výrobků za výrazně nízké ceny s názvem S-Budget uvádí na tuzemský trh společnost Spar. Od 18. června tak supermarket Spar a hypermarkety Interspar nabídnou svým zákazníkům pod touto značkou více než 60 nových produktů. Jedná se především o výrobky z oblasti základních potravin. Řada S-Budget je první privátní značkou potravin, kterou Spar uvádí společně ve svých prodejnách v několika zemích najednou. „Pro obaly produktů řady S-Budget je typické červeno-zelené provedení stejně jako střídma jednoduchost a prosté grafické provedení bez fotografií. Jednoduchost obalů výrazně ovlivňuje úspory v nákladech, které se promítají do konečné ceny výrobků,“ říká Petr Jindra, marketingový ředitel společnosti Spar ČOS.



České značky – síla v kvalitě a ceně

Česká značka, to je v očích spotřebitelů především výroba na našem území s dlouhodobou tradicí. Za silnou stránku výrobců českých značek považují lidé hlavně kvalitu, potom cenu. I to vyplynulo ze zveřejněného exkluzivního sociologického průzkumu, který pro sdružení České značky provedla společnost STEM. „Výsledky průzkumu ukazují, že i přes postupující globalizaci stále existuje u českých spotřebitelů zdravá míra národního patriotismu a hrdosti na to, co dokázaly chytré české hlavy a zlaté české ručičky. To je zjištění, které nás samozřejmě velmi těší,“ říká Martin Klofanda, předseda sdružení České značky. Jeho členy nyní jsou: Elton hodinářská, Kofola, Madeta, Rodinný pivovar Bernard, Triola, Ryor, Zenit Čáslav a nově Cenzor.

Kdo přesvědčí o plechovkách?

Evropské sdružení výrobců plechovek (BCME a jeho pracovní skupina BevCan) rozjela koncem května kampaň na podporu prodeje piva v plechovkách. Prostřednictvím promotýmů Can Patrol, které budou objíždět hypermarkety Makro, mohou získat nakupující kartonu plechovkového piva dárek – hedvábný šátek. Účelem kampaně je komunikovat výhody plechovkového piva a podpořit spotřebu plechovek v ČR, která je hluboko pod evropským průměrem. Jak je vidět ze zvoleného dárku, kampaň cílí na ženy nakupující v době Eura 2008, kdy se muži neodepí od obrazovek. Druhá část kampaně bude oslovovat rekreanty na největších českých koupalištích s otázkou, zda dokážou rozlišit chuť piva z láhve a piva z plechovky. Ta proběhne v červenci a srpnu 2008.

(Pokračování ze stránky 1)

od začátku roku ve své dceřiné společnosti deMiclén v Levicích italská společnost Safo-sa. Kapacita nové výroby je 210 milionů kusů zubních past ročně. Závod vyrábí zubní pasty pod značkami Signal, Mentadent, Pepsodent a Aim, které jsou variantami značky na zahraničních trzích. Na Slovensku zůstává necelé 1 % výrobků, celých 99 % směřuje do sousedních zemí, ČR, Skandinávie, Řecka, Španělska a dalších.

Úspěch ve francouzském Bourg-sur-Gironde

Již po čtyřicáté se ve Francii konala mezinárodní soutěž vín Challenge International du Vin 2008 a byla u toho i společnost Moravské vinařské závody Bzenec. Vína z Bzenec byla navíc úspěšná a odvezla si dvě medaile. Kupáž Veltlínské zelené, Sylvánské zelené ročníku 2006 získala stříbrnou medaili, Chardonnay ročníku 2006 z nově připravované řady EGO Emotion získalo bronz. Zvláštností této soutěže je složení degustačních komisí, které zahrnují kromě expertů i „osvícené“ amatéry, což jsou spotřebitelé, kteří se intenzivně věnují ochutnávání vín. Díky různorodosti degustátorů jsou výherci medailí ocenění jak profesionály, tak i zákazníci.

ProLogis – nové pronájmy

ProLogis, vlastník, správce a developer logistických nemovitostí, oznámil, že podepsal se společností Kuehne + Nagel nové smlouvy o pronájmu 84 500 m² ve dvou distribučních parcích ProLogis v Evropě. Kuehne + Nagel je mezinárodní poskytovatel logistických služeb a patří mezi klienty společnosti na několika kontinentech. První smlouva zahrnuje 50 200 m² v ProLogis Parku Wellingborough, který se nachází v regionu East Midlands v Anglii a rozkládá se na 106 tisících m². Druhá zahrnuje 34 400 m² v ProLogis Parku Isle d'Abeau v Lyonu ve Francii o celkové rozloze 418 tisíc m² a společnost bude prostory provozovat jako víceúčelové distribuční zařízení pro klienty na jihu Francie.

CobraConnex nyní i na Východě

Systém CobraConnex vyhledává od letošního roku odcizená vozidla také ve všech republikách bývalého SSSR. Rozšíření služby o podstatnou část Evropy i asijský region získává automaticky každý zákazník jako benefit v rámci globalizace systému. „Monitorování těchto oblastí doposud bránila dohoda s místní hlídací agenturou,“ říká Ladislav Pašek, výkonný ředitel systému CobraConnex. „Systém využívá celoevropské roamingové služby Sunrise podobně jako v ostatních státech,“ dodává. Systém CobraConnex vyhledává odcizená vozidla po většině zemí Evropy pomocí technologie GPS a GSM, je kombinovaný s imobilizérem a speciální jednotkou pro okamžitou identifikaci.

Globus s novinkami

Služba Fotosběrna, kterou na webových stránkách Globusu od jejího zavedení v roce 2004 využívaly desetitisíce zákazníků, se dočkala zásadní inovace. „Od nynějška je ještě jednodušší objednat fotografie z digitálních snímků,“ vysvětluje Jan Marek z oddělení marketingu a firemního rozvoje Globusu a dodává, „díky aplikaci Domácí fotosběrna si každý zákazník může připravit zakázku v klidu off-line a využít přitom celé řady funkcí, jako je zoom, možnosti výřezu, úprava barevnosti, různé efekty, jako je sépiový efekt nebo reliéf.“

Společnost Globus ČR se také rozhodla oslovit své zákazníky dalším komunikačním kanálem, webovou televizí. Návštěvníci webu firmy mohou prostřednictvím zhruba pětiminutových videí sledovat např. aktuální dění ve společnosti i v jednotlivých obchodech.

Whirlpool jde cestou bio

Společnost Whirlpool CR, působící na trhu s bílou technikou, se rozhodla podpořit trh s bioprodukty v České republice. Plánuje dlouhodobou komunikační a marketingovou strategii, která by měla přispět jak k větší propagaci produktů v biokvalitě, tak například k podpoře ekologického zemědělství i k lepší informovanosti českého zákazníka.

„Společnost Whirlpool se již řadu let věnuje problematice životního prostředí, soustředíme se na ekologické aspekty našich spotřebičů, klademe důraz na úsporu energií. Záleží nám na kvalitě našich produktů a s tím jde ruku v ruce i podpora kvalitních výrobků, ať už jde o potraviny, prací či mycí prostředky. Spojení s výrobky v bio kvalitě se tedy přímo nabízí,“ říká Ján Živný, marketingový ředitel Whirlpool CR.



Electro World očekává nárůst prodeje televizorů

Společnost Electro World připravil speciální fotbalovou nabídku a očekává dvouciferné nárůsty prodeje televizorů. „Časově omezené speciální nabídky připravujeme pro naše zákazníky pravidelně. Nyní jsme v souvislosti s přicházejícím fotbalovým šampionátem v Rakousku zařadili do naší nabídky několik plochých televizorů s velkými úhlopříčkami a se slevou až 10 tisíc Kč. Díky skvělým parametřům těchto televizorů si fanoušci budou moci vychutnat sportovní atmosféru šampionátu přímo ze svých domovů,“ komentuje nabídku Jiří Klíčník, generální ředitel společnosti Electro World Česká republika. „Naši nabídku považujeme za natolik lákavou, že v tomto týdnu předpokládáme nárůst prodeje televizorů o téměř 100 %. Podle našich zkušeností z období před světovým fotbalovým šampionátem v roce 2006 očekáváme, že nákupní horečka nastupuje již počátkem týdne, od 2. června,“ dodává Jiří Klíčník.

Esprit je nejoblíbenější

Vyhlášením vítěze soutěže o nejoblíbenější obchod vyvrcholily oslavy 5. výročí Paláce Flóra. V letošním roce soupeřilo o přízeň zákazníků více než sto obchodů. První místo získal obchod Esprit, druhá a třetí byla prodejna Orsay a Sephora. Zákazníci hodnotili na základě svých osobních zkušeností umístěním nálepek ve tvaru diamantů na výlohy obchodů.

„Soutěž o nejlepší obchod u nás probíhá již třetím rokem a je stále oblíbenější. Jak mezi zákazníky, kteří nalepením samolepky ve tvaru diamantu na výlohu svého obchodu vyjadřují přízeň, tak mezi obchody, které získávají motivaci ke zlepšování svých služeb vůči zákazníkům. Letos se obchody opravdu aktivně zapojovaly a soutěžení braly jako výzvu,“ uvedla Šárka Bušková, marketingová ředitelka Paláce Flóra.



Čtete časopis REGAL!

Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete objednat na internetové adrese <http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=RE>



Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Radana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, regal@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, magda.etzlerova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoliv další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.

Good Mobility Suite ve verzi 6.0

Společnost Motorola Enterprise Mobility Business, poskytovatel služeb a řešení v oblasti podnikové mobility, uvádí na trh Good Mobility Suite ve verzi 6.0. Obsahuje virtuální privátní síť spravovanou poskytovatelem služeb, vylepšenou správu zařízení a bezpečnostní řešení. Zahnuje Good Mobile Connection, Good Administration Center a Good Mobile Messaging a organizací poskytuje bezpečnější, nepřerušovaný a snadno spravovatelný mobilní přístup k podnikovým informacím a aplikacím. Nová Good Mobile Connection je první virtuální privátní síť spravovaná poskytovatelem služeb, která je schopná poskytovat nepřerušované, chráněné datové spojení z mobilních zařízení k datům a aplikacím, které se vyskytují za hranicí firemního firewallu.

Plaza Centers – pozemek v Lešnu

Společnost Plaza Centers, developer na trhu s nemovitostmi, oznámila, že získala pozemek o rozloze 17 tisíc m² v Lešnu v Polsku, na kterém hodlá postavit nákupní a zábavní centrum. Jedná se již o druhý projekt společnosti v Polsku od chvíle, kdy Plaza v říjnu 2007 vstoupila na burzu cenných papírů ve Varšavě, a celkově třináctý projekt na území Polska. Od roku 1996 zde Plaza postavila, spravuje nebo prodala sedm nákupních center a plánuje výstavbu dalších čtyř nákupních a zábavních center v Suwalki, Toruni, Kielce, Zhořelci a víceúčelový projekt v Lodži. Hrubý rozpočet projektu se odhaduje na přibližně 37 mil. eur. Stavební práce začnou v půli roku 2009, dokončení se očekává na konci roku 2010.

Personálie

- Marketingovou ředitelkou společnosti Pivo-vary Staropraven je od začátku června Jana Dubová. Nahrazuje Petra Dvořáka, který byl jmenován marketingovým ředitelem pro zónu střední a východní Evropy a Kubu. Pozici ředitele podpory prodeje zastává od konce dubna Tom Clysner.
- Divize IPG (Imaging and Printing Group) společnosti Hewlett-Packard oznámila, že pozici enterprise GTMU manager bude zastávat Monika Škrabská. Bude zodpovídat za tým obchodníků a podporu prodeje pro 150 až 200 top zákazníků.
- Potravinářskou komoru České republiky (PKČR) povede další čtyři roky prezident Miroslav Toman. Rozhodlo o tom ve volbách výrazně posílené, nově zvolené a zúžené představenstvo PKČR.
- Společnost Plaza Centers, developer na trhu s nemovitostmi, oznámila jmenování Terezy Janoušové do pozice leasing manager pro ČR.