

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 29/08, 2. 9. 2008

Perfect Fit – kampaň cílená na psy

V polovině srpna byla spuštěna kampaň na podporu nové superprémiové značky krmiva pro psy Perfect Fit. Tato značka je již českým spotřebitelům známá díky své „kočičí“ variantě, uvedené na trh minulý rok. Perfect Fit se odlišuje tím, že jednotlivé varianty tohoto krmiva odpovídají různým psím osobnostem. V první fázi uvedení na trh je k dostání pět různých variant krmiva – Diva (pro malé mlsné čiperky), Junior (pro hravé neposedy), Sensitive (pro citlivá břicha), In-home (pro milovníky domova) a Active (pro neúnavné společníky).

Uvedení značky Perfect Fit na trh je podpořeno silnou in-store kampaní ve formě POP materiálů a samplingových aktivit v místech prodeje. Vedle printové a OOH komunikace vznikla také kampaň cílená přímo na spotřebitele krmiva, tedy na psy samotné.

Realizace spočívá ve využití minibillboardů, které jsou svou podstatou totožné s klasickými billboardy až na fakt, že jsou s ohledem na cílovou skupinu umístěny ve výšce psích očí. Jelikož je pro psy čich snad tím nejdůležitějším smyslem, jsou billboardy navíc „navoněny“ látkami, které působí pozitivně na čichové vjemy psů. Nosiče jsou postupně vystavovány v pěti „pejskařích“ favorizovaných pražských parcích, kde se následně objeví také promotéři za účelem samplingu a předání veškerých nezbytných informací o jednotlivých variantách Perfect Fitu. Kromě psích spotřebitelů mysleli tvůrci kampaně i na jejich „páníčky“ a do spektra prodejních míst zahrnuli super- a hypermarkety. Perfect Fit totiž bude jedinou superprémiovou značkou krmiva pro psy dostupnou pouze v síti těchto prodejen.



Značky jako součást globálního dialogu

Na konferenci a workshopu Londýn v Praze 2 se 15. října 2008 představí pět marketingových specialistů z Londýna. Jejich úkolem bude zboření tradičních marketingových taktik a odkrytí nových efektivnějších cest značek a produktů ke spotřebitelům.

Na letošní konferenci „Joining the Conversations“ („Zapojte se do konverzací“) vystoupí mimo jiné ředitel britské pobočky Facebook Blake Chandlee nebo Mark Earls, autor knihy „Herd“ („7 principů masového marketingu“). „Naším cílem je ukázat, že mnohé marketingové metody, které jsme všichni dlouhodobě aplikovali, už nyní neplatí. Světem hýbe digitální komunikace, vzdálenosti se zkrátily, lidé spolu díky internetu mohou o věcech vést nepřetržitou konverzaci. Úkolem pro značky není tuto konverzaci přerušovat, ale najít způsob, jak se stát její součástí,“ říká organizátor akce Jaroslav Čir, global consumer and market insight director pro značku Rexona, Unilever London. Druhý ročník konference Londýn v Praze pořádá Perfect Crowd ve spolupráci s agenturou Ogilvy Group. Zájemci se mohou zaregistrovat přes internetové stránky www.londynvpaze.cz.

Interspar opakuje úspěšný projekt

Projekt „Abeceda omalovánky pro děti s maskotem Intersparu“ odstartoval 30. srpna v hypermarketech Interspar a supermarketech Spar. Interspar se rozhodl akci, poprvé uvedenou v minulém roce, z důvodu velkého úspěchu opakovat. Zatímco na závěr školního roku dostávali školáci při předložení vysvědčení zmrzlinu zdarma, návrat do školy jim zpříjemní omalovánky zpracované do knižní formy. Abeceda omalovánek obsahuje 31 písmen české abecedy od A do Ž. Jejím průvodcem je dráček, dětský maskot Intersparu. Omalovánky obsahují také slevové kupony na dětské zboží a školní potřeby. Náklad se tento rok zvyšuje na 42 tisíc kusů. Akce je podpořena ve všech tiskových médiích Interspar a na internetových stránkách www.interspar.cz.



V 8. ČÍSLE NAJDETE:

- Golfový trh
- Návrat do středu města
- Impulsní zboží

Regal 8/2008 vyšel 13. srpna
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

SIAL 2008

V Paříži, na severním výstavišti Villepinte, se od 19. do 23. října uskuteční mezinárodní zemědělsko-potravinářský veletrh SIAL 2008. Nabízí možnost setkání s více než 5500 dodavateli, z nichž velkou část tvoří malé a střední firmy, zhruba ze 100 zemí. Prezentovat se budou v rámci 19 sekcí potravinářských výrobků. Na zvýšení dynamiky prodeje se zaměří Retail World, nový doprovodný program věnovaný speciálně obchodním řetězcům. Nejúspěšnější potravinářské produkty tradičně představí soutěž SIAL d'Or, kompletní nabídku potravin Francie předvede French Export Corner. Svět vína bude mít zastoupení v sekci Wine Innovation Forum.

Více informací najdete na www.sial.fr, kontakt pro Českou republiku a Slovensko zajišťuje agentura Active Communication Praha.

Mio je lídrem trhu s GPS

Výsledky zprávy analytické společnosti Canalys ukazují, že na prvním místě na trhu s GPS ve střední a východní Evropě je Mio Technology. Druhé čtvrtletí uzavřel tento výrobce v rekordní výši – s více jak 35% podílem na trhu s GPS zařízeními. Mio Technology si zachovává vedoucí pozici v tomto regionu na trhu s PDA (Personal Digital Assistant – osobní digitální asistent), kde má podíl větší než 82%.

„Naše relativně mladá společnost byla založena v roce 2002. Zisk více jak 35% podílu na trhu, který je v našem regionu velmi kompetitivní, je výborný výsledek. Dokazuje, že naše značka je velmi silná. Tyto výsledky nám dovolují navýšit výdaje na zkvalitnění našich služeb, například bezplatných aktualizací map

(Pokračování na stránce 2)

Algida komunikuje nutriční hodnoty

Značka Algida (Unilever ČR) v současné době komunikuje obaly, které spotřebitelům pomáhají vybrat si tu správnou zmrzlinu. Důraz klade na fakt, že obsahují přehlednou tabulku nutričních hodnot, kde lze zjistit obsah energie, bílkovin, cukru a tuků. Stejně tak zahrnují procento doporučeného denního množství (GDA) energie a tuku. Nechybí informace o tom, že při výrobě zmrzlin Algida jsou používána jen přírodní aroma, barviva a také šťáva z ovoce. Neopomijí ani skutečnost, že pokud je zmrzlina bez čokoládové polevy, obsahuje 4-8 % tuku, s polevou většinou maximálně 20 %. Vodová zmrzlina samozřejmě neobsahuje tuk žádný.

Šetření přírody s recyklovanými Post-it bločky

Společnost 3M se rozhodla pro ekologickou cestu i ve výrobě svých kancelářských potřeb a uvedla na trh nové lepicí bločky Post-it z recyklovaného papíru. Nová ekologická řada poznámkových bločků se vyrábí ze 100% sběrového papíru a z recyklovaných papírových vláken. Od ministerstva životního prostředí získal tento produkt certifikát „ekologický výrobek“.

Recyklované Post-ity budou zatím k dostání přes standardní distributory kancelářských potřeb. Jsou baleny buď v kartonech, rovněž ze 100% recyklovaného materiálu, po 16 kusech, nebo samostatně v obvyklém plastovém balení. K dispozici jsou ve třech velikostech a v pěti pastelových barvách – modré, dvou odstínů zelené, šedivé a žluté.



Kubík spouští promotion se Scooby Doo

Prodejce dětských nápojů Kubík, společnost Maspex Czech, spustil velkou promoční akci spojenou s dětským seriálem Scooby Doo společnosti Warner Bros. Akce potrvá od září 2008 do ledna roku 2009. Je primárně určená pro děti od 4 do 14 let, na její podporu je připravena televizní a tisková kampaň, speciální www stránky a POS materiály. Nápoje Kubík získají pro toto období také speciální etikety a víčka. „V tomto projektu spojujeme dětské nápoje Kubík s oblíbenou partou Scooby Doo. Cílem bylo připravit atraktivní, pro děti zajímavou promoci s Kubíkem v druhé polovině roku,“ říká brand manažerka značky Kubík Vlasta Dejmková a dodává, „děti dostanou atraktivní dárek v podobě SuperAlba s okénky pro sběr samolepek, s charakteristikou jednotlivých členů rodiny Scooby Doo a spoustou hádanek a rébusů. Věřím, že SuperAlbum děti zaujme a zapojí se do sbírání.“

Olomouc součástí nové sítě společností DHL a PPL

Společnost DHL, poskytovatel expresních a logistických služeb, zprovozní letos v listopadu s partnerskou společností PPL CZ v pořadí již čtvrtý společný distribuční terminál v České republice, tentokrát v Nemilanech u Olomouce. Předchozí tři terminály byly otevřeny již v loňském roce a nacházejí se v Českých Budějovicích, Plzni a Teplicích. Moderní centrum v Olomouci zajistí překládkové operace spojené s distribucí zásilek téměř po celé Moravě.



Výstavba terminálu je součástí rozsáhlého projektu – integrace terminálové a distribuční sítě společností DHL a PPL CZ v České republice. Celkové náklady projektu přesáhnou 1 mld. Kč.

Galleria Moda až od října

Galleria Moda, největší outletové centrum v ČR, otevře nedaleko ruzyňského letiště svou první fázi (90 obchodů) až v říjnu. Původním termínem přitom bylo 9. září. „Důvodem je zpoždění stavebních prací na nové silnici spojující Gallerii Moda a rychlostní komunikaci R7 směrem na Kladno. Nedokončením příjezdové komunikace bychom riskovali velké zvýšení provozu v oblasti letiště, proto byl termín posunut na říjen,“ vysvětluje Luciano Mamini, ředitel Gallerie Moda. Konkrétní datum bude ještě upřesněno. Nová nákupní galerie nabídne světové módní značky za výhodné ceny, které zajišťují nejméně 30% slevu oproti běžným cenám. Obchody některých značek se na českém trhu objeví vůbec poprvé.

Čtete časopis REGAL!

Ukázkový výtisk ZDARMA si můžete objednat

na internetové adrese <http://ib.ihned.cz/predpl/a/nazk.php?tit=RE>



(Pokračování ze stránky 1)

nebo moderního call centra,“ říká Anna Janas, senior brand manager pro střední a východní Evropu, Mio Technology.

Tři hlavní segmenty třicátníků

Sít' komunikačních agentur Proximity Worldwide zveřejnila výsledky vlastního výzkumu třicátníků, který je zatím největší provedenou studií této generace, která vyrostla v rozdílných politických režimech, zažila konec studené války a masivní rozvoj technologií, zejména internetu. Dnes tato „Generace X“ celosvětově přebírá moc po generaci označované jako „Baby Boomers“. Studie zkoumala lidi narozené v letech 1967 až 1977, přičemž celkem se výzkumu zúčastnilo 5208 lidí v 17 zemích.

V rámci výzkumu byly identifikovány tři hlavní segmenty třicátníků: „Lidé v pohybu“ (pohybují se na okraji hlavního proudu, jsou stále „na cestě“ a rádi se baví), „Usedlí“ (menší okruh přátel, pěkný domov, zaměření na design a módu – tento segment klade důraz na svůj vlastní životní styl a patřičně si jej užívá) a „Super-rodice“ (v centru pozornosti pro tuto skupinu stojí dítě).

Dražší potraviny – větší zisky

Největší světoví výrobci potravin se podle HN vloni úspěšně vyrovnali s rostoucími cenami surovin a dál zvyšovali své ziskové marže. Padesátka největších koncernů v průměru zvýšila podíl zisku na obrátu o zhruba jeden procentní bod na 18,1 %. Vyplyvá to z nejnovější studie poradenské společnosti OC&C Strategy Consultants, kterou prezentoval německý deník Handelsblatt. Firmy přitom rostly především z vlastních sil, a ne prostřednictvím akvizic či fúzí. Jedničkou mezi výrobci spotřebního zboží (měřeno obrátem v roce 2007) je potravinářský koncern Nestlé s obrátem 83,6 mld. dolarů, jako druhý se umístil americký konkurent Procter & Gamble s tržbami 77,4 mld. dolarů. Třetí je britsko-nizozemská společnost Unilever, která dosáhla obrátu 55,1 mld. dolarů.

Za zdrazování do vězení

Jak uvedla MFD, slovenská vláda našla řešení, jak snížit obavy lidí ze zdrazování po zavedení společné evropské měny. Obchodníkům, kteří nepřiměřeně zvednou ceny, hrozí šest měsíců až tři roky vězení. Výše trestu bude záviset na výši škody.

Novelu ještě musí schválit slovenský parlament. Pokud se tak stane, vstoupí novela v platnost od 1. října. Slovensko přechází na euro 1. ledna 2009. Vláda schválila také novelu regulace cen.

Regulačními kompetencemi budou po dobu dvojího zobrazování cen, tedy od 24. srpna do 31. prosince, disponovat ministerstva. Cenu budou moci regulovat ve chvíli, kdy na trhu vznikne mimořádná situace, která ovlivní ceny a dostupnost výrobků, nebo ovlivní jejich cenovou stabilitu.

bene+ přináší další odměny

GrandOptical a internetový obchod 123shop.cz rozšiřují od 1. září řady partnerů věrnostního programu kreditní karty bene+. GrandOptical nabídne 5 % zpět z každého nákupu kartou bene+, online prodejce 123.shop.cz 2% odměnu. S akčními výhodami přicházejí i stávající partneři. Agip zvyšuje odměny o víkendech, Lifestyle Sports láká na zájezd do Dublinu.

S novou kreditní kartou bene+ její majitel při každém nákupu získá minimálně 1 % z hodnoty transakce zpět. V síti partnerů se odměny pohybují až do výše 10 %. Za každý nákup tak majitel bene+ obdrží odměnu v podobě vrácených peněz. Ty potom může použít podle svých představ.

Kavárna na kolech pokračuje ve své cestě

Typický londýnský autobus (double-decker), netradičně upravený na mobilní kavárnu Nescafé, se v průběhu srpna až října objeví v dalších osmi městech České republiky a Slovenska. Mobilní kavárna Nescafé je součástí roadshow s názvem Nescafé Kavárna na kolech, kterou připravilo Nescafé při příležitosti oslav svého 70. výročí od uvedení první rozpustné kávy v roce 1938.

„První vlna Kavárny na kolech, která proběhla v květnu a v červnu letošního roku, se setkala s velkým úspěchem, navštívilo ji téměř 9000 lidí. Také pro druhou vlnu Kavárny jsme pro naše zákazníky připravili příjemné a netradiční prostředí, kde si mohou nejen vychutnat kávu Nescafé, ale také přispět svými fotografiemi do Mozaiky okamžiků,“ vysvětluje Hana Chybová, marketingová manažerka značky Nescafé.



Spouští se nový Rajapack-Webshop online

Firma Rajapack, specializovaná na obalové materiály, aktualizovala svou internetovou prezentaci a v srpnu spustila nový Online-Shop. Informační, vyhledávací a servisní funkce nyní ulehčují výběr z 1400 druhů obalových řešení. Lze tak na www.rajapack.cz najít všechny obalové novinky, aktuální nabídky a také profesionální rady ohledně balení.

Zákazníci navíc získají podrobný přehled veškerých svých nákupů u této firmy a mohou objednávat online 24 hodin denně. Samozřejmostí je registrace nových zákazníků, která podle Gabriely Fabianové, country manažerky firmy, nabízí mnoho výhod.

Happy Meal Ohrožené druhy

Nový Happy Meal upozorňující na celosvětově ohrožená zvířata uvedla společnost McDonald's 29. srpna ve všech restauracích na území České republiky. Každý Happy Meal Ohrožená zvířata obsahuje informace o jednom z osmi vybraných živočišných druhů, mezi něž patří nosorožec dvourohý, tygr, slon indický, levhart sněžný, kočka velká, panda velká, medvěd lední a gorila nížinná, včetně hračky v jejich podobě. „Happy Meal Ohrožené druhy přinese našim malým zákazníkům zábavu a nové zajímavé informace o ohrožení a ochraně přírody a životního prostředí. Toto aktuální a velmi vážné téma tak dětem představíme hravou formou a naše produkty přispějí nejen k pobavení, ale také ke vzdělání a rozvoji každé malé osobnosti,“ řekl Arnaud Burlin, generální ředitel McDonald's ČR/SR.



Proman Chrudim získal zakázku v Polsku

Chrudimská společnost Proman, která vyrábí a dodává na trhy v několika zemích Evropy regálové systémy, získala v Polsku zakázku za 800 tisíc eur. Regálovými systémy vybaví logistické centrum Trans Poludnie Debica s kapacitou 30 tisíc paletových míst. Firma loni skokově zvýšila obrát a letos plánuje tržby okolo 0,5 mld. Kč. „Zvýšenou poptávku pocítujeme i v dalších zemích bývalého východního bloku, v Rumunsku, v Srbsku, v Chorvatsku, ve Slovinsku, v Makedonii nebo v Bulharsku. Tyto země prodávají prudký rozvoj průmyslu, budování nadnárodních obchodních sítí a logistický center, stručně řečeno – procházejí vývojem, kterým prošla Česká republika před několika lety,“ uvádí jednatel firmy Petr Malý.

Maple Leaf stahuje z trhu potraviny

Kanadský potravinářský koncern Maple Leaf Foods stahuje podle ČTK z trhu značné množství potravin. Genetické testy totiž určily, že z jeho torontského závodu pocházelo maso kontaminované bakteriemi listerií. Kvůli otravě zemřeli nejméně čtyři lidé. Společnost oznámila, že přímé náklady na akci dosáhnou kolem 20 mil. kanadských dolarů (přes 315 mil. Kč).

Maple Leaf je největší zpracovatel masa v Kanadě. V době, kdy se koncern považoval za pravděpodobný zdroj otrav, stáhl z prodeje 20 produktů, které v červnu vyrobil. Nyní společnost rozšířila seznam tohoto zboží na 220 položek. Jde o jednu z největších akcí v Kanadě, kdy se z trhu stahovaly potraviny.

Nejtenčí LCD televizor na světě

Japonský elektronický gigant Sony uvede na trh nejtenčí televizor s obrazovkou z tekutých krystalů (LCD) na světě. Podle ČTK to oznámila firma, která tak rozšíří svůj sortiment před klíčovou vánoční sezónou. Nový model s úhlopříčkou 102 cm bude mít tloušťku 9,9 mm.

Společnost předpokládá, že bude přístroj v Japonsku prodávat za 490 tisíc jenů (zhruba 75 tisíc Kč). Firma uvede na trh rovněž první LCD televizor na světě, jenž bude zobrazovat 240 snímků za sekundu. Současné modely společnosti Sony zobrazují 120 snímků za sekundu. Nový model s 240 snímků za sekundu a úhlopříčkou 117 cm by se měl prodávat zhruba za 400 tisíc jenů (přibližně 61 tisíc Kč).

Personálie

- Společnost Veletrhy Brno ohlásila změnu na postu manažera PR a reklamy. Od 1. září 2008 střídá Martina Stříteckého na této pozici Ondřej Michalík.
- Novým obchodním a marketingovým ředitelem společnosti Karlovarské minerální vody je od září Němec Steffen R. Sámann. Zaujme místo, které bylo po odchodu Marka Singera na místo generálního ředitele Prima TV po určitou dobu neobsazeno. Steffen R. Sámann se vrací pracovně do ČR po osmi letech. V minulosti spolupracoval se značkami Coca-Cola a Pilsner Urquell.
- Belgičan Herman Verstraeten, současný generální ředitel výrobce spotřebního zboží Unilever pro Rusko, Ukrajinu a Bělorusko, je od 1. září šéfem pro region střední a východní Evropy. V letech 1998 až 2001 byl generálním ředitelem Unileveru pro ČR a SR, nyní bude zastupovat celý region, tedy i Maďarsko, Slovinsko, Chorvatsko a Bosnu.