

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 10/09, 10. 3. 2009

Globus zahajuje Mimi klub

Společnost Globus ČR připravila pro své zákazníky Mimi klub, který je určený nastávajícím maminkám a rodičům dětí do tří let. Díky členství získají nejen nárok na výrazné slevy na vybrané zboží určené dětem v této věkové kategorii, ale také zdroj zajímavých informací, rad a tipů na internetových stránkách www.mimi-klub.cz.

„Myšlenka na vznik Mimi klubu vychází z obdobného projektu, který již několik let úspěšně funguje v naší mateřské společnosti v Německu. Nápad se nám líbil, a tak jsme začali pracovat na jeho realizaci v ČR,“ říká Gabriela Bachánková, vedoucí projektu. V posledních letech probíhající babyboom se projevuje na výrazně rostoucí poptávce po dětské výživě, kosmetice a doplňkovém sortimentu a rodiče malých dětí tvoří významnou skupinu zákazníků. „Děti jsou samozřejmě událostí pro celou rodinu, takže si kromě oslovení samotných maminek slibujeme, že dokážeme oslovit i další rodinné příslušníky – hlavně tatínky a prarodiče,“ říká Boris Malý, ředitel marketingu Globus ČR. Internetové stránky budou obsahovat jak nabídku zhruba 80 až 100 položek zboží v různých kategoriích s výraznými slevami, tak zajímavé informace pro rodiče od lékařů, specialistů na výživu, výchovu a další oblasti. „Na internetových stránkách bychom chtěli přinášet nové články každý týden, aby zákazníci měli důvod stránky navštěvovat a aby při každé návštěvě objevili nějakou zajímavou informaci,“ říká Boris Malý. K článkům bude možno přidávat komentáře a do budoucna se uvažuje i o zřízení diskusního fóra, kde by si maminky mohly vyměňovat rady a zkušenosti. Součástí stránek je Nákupní seznam, který umožní vytvořit a vytisknout seznam, podle kterého mohou rodiče nakoupit zboží z nabídky Mimi klubu.



Procure it Direct sází na přímý kontakt s výrobcí

V roce 2006 založená česká společnost Procure it Direct, která se zabývá procurementem (zprostředkováním dodávek přímo od výrobců), vykázala loni obrát 11 mil. dolarů.

„Specifikem fungování firmy, jež dosud realizovala 14 multimilionových projektů, je koncepce založená na přímém kontaktu s výrobcí, čímž odpadá článek zprostředkovatelů, kteří celou transakci klientovi neúměrně prodražují,“ popisuje Andrew Smith, CEO. Procure it Direct deklaruje, že veškeré zboží zajistí klientům až o 40 % levněji než konkurenční společnosti při zachování nadstandardní kvality. Využívá k tomu databázi 4000 zahraničních výrobců, z toho zhruba třetinu tvoří čínské a čtvrtinu české firmy. Společnost, která nedávno představila nové logo a webové stránky (www.procureitdirect.com), spolupracuje například s firmami Mango, Estée Lauder, Clinique, Hilton, Marriott, Tesco, Levis, Marks & Spencer, GTS Novera, hotel Kempinski atd.

Na trh přichází cool mléko

Mlékárna Čejtičky představila novou značku Milkin, která má mladým lidem komunikovat, že i když pijí mléko, mohou být „in“. Trendový design obalů „black&white“ má dětem a teenagerům pomoci, aby se za pití mléka nestyděli.

Na podporu plánuje hlavně BTL aktivitu, PR a advertorialy v tisku. Od poloviny roku nasadí ochutnávky v obchodních řetězcích. Milkin se již začal prodávat v Hypernově. Pod touto značkou se budou prodávat i jiné tekuté mléčné produkty, jako jsou kefirý či smetany.



VE 2. ČÍSLE NAJDETE:

- Cena v době krize
- Průmyslové nemovitosti
- Grilování

Regal 2/2009 vyšel 17. února
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Skupina Deichmann expanduje

Evropská skupina Deichmann oznámila, že ve všech 17 evropských zemích, ve kterých je aktivní, byly v roce 2008 dosaženy ve srovnání s předminulým rokem opět lepší výsledky v obrátu a v prodeji počtu párů obuvi. Zároveň došlo k vybudování další sítě poboček v Rakousku i na trzích v jihovýchodní Evropě. Na letošek plánuje podnik s hlavním sídlem v Essenu další expanzi. Předseda managementu společnosti, Heinrich Deichmann, oznámil, že i navzdory aktuální hospodářské krizi chce investovat do celé skupiny 165 mil. eur. Prostředky jsou určeny především na otevření celkem 284 nových obchodů v roce 2009. Znamená to zatím největší expanzi v dosavadní historii firmy, která vznikla v roce 1913 a od začátku své existence je ze 100 % ve vlastnictví rodiny zakladatele.

Nokia spolu s T-Mobile a Skype

Společnosti Nokia a T-Mobile oznámily plány na společnou podporu pro widgety, aplikace a další obsah poskytovaný zákazníkům se snadným přístupem k celé řadě internetových služeb. Uživatel si může prohlížet a stáhnout widgety nejen z T-Mobile widget galerie, ale také z Nokia OVI Store pomocí T-Mobile web'n'walk widget platformy. Sjed-

(Pokračování na stránce 2)

BIO SUMMIT
Organic Business in the CEE | Explore | Learn | Understand
Zlatí partneři konference:
BILLA | **United Bakeries**

25.3.2009 Kongresové centrum „U HÁJKŮ“ Praha 1

- ✓ Jak se lépe prosadit na trhu prostřednictvím biopotravin?
- ✓ Jakou šanci přináší jejich užití v gastronomii?

Info&On-line registrace: www.biosummit.cz

Letos poprvé
**BIO GALA
VEČER!**

Soutěž Pepův svátek s novým konceptem

Povltavské mlékárny již podruhé realizují soutěž Popřej svému Pepovi a vyhraji!, tentokrát s upraveným konceptem. „Zaregistrovaný soutěžící odesílá Pepovskou pohlednici, a to buď elektronickou formou nebo fyzicky v rámci jednotlivých aktivit, kdy poštovní náklady hradí Pepa, respektive Povltavské mlékárny,“ upřesňuje brand manažer Zdeněk Růžek. Pro letošní rok se stal partnerem Velkopopovický Kozel.

Došlo tak ke spojení dvou značek, které se blíže profilují. Soutěž je komunikována prostřednictvím webových stránek www.mujpepa.cz, přes vybraná regionální rádia, zapojen je také deník Metro a bannery na vybraných serverech. Další aktivity budou probíhat v hypermarketech, na ulicích a v rámci výjezdních hlídek regionálních rádií.

Mysli na zdraví se společností Emco

Společnost Emco, výrobce cereálních produktů, přichází v březnu s radikální změnou v názvosloví svých výrobků. Kromě jiného přistupuje k přejmenování produktů Müsli. Spotřebitelé budou motivováni ke zdravému životnímu stylu názvem Mysli na zdraví. „Přejmenování již rozšířeného a známého názvu Müsli je pro mě i pro celý tým společnosti Emco zásadní změnou,“ říká Zdeněk Jahoda, majitel Emco.

Firma mění i svůj korporátní design. Tato změna by měla sjednotit korporátní image, která bude komunikována prostřednictvím médií, stejně jako bude na prospektech nebo v katalogích. Grafické prvky zahrnují charakteristické logo společnosti, firemní barvy a specifické písmo. Měly by usnadnit vizuální komunikaci firmy, identifikaci a zvýraznit vizuální styl firmy. Emco zároveň představuje novinky: ovesné sušenky Vitalky Sezamové a Sezamové s oříšky, Müsli sušenky se sezamovou příchutí a přírodní neporcovanou kaši Emco Expres Natural.



První prodejní Samsung Centrum v Praze

Společnost Samsung Electronics 5. března oficiálně otevřela v Paláci Flora první Samsung Centrum na území české metropole. Přítomen byl Chang Jae Lee, generální ředitel Samsung pro Česko, Slovensko a Maďarsko, spolu s Tomášem Opluštilem, ředitelem maloobchodní divize ze společnosti Fast ČR. V Praze je již v provozu tzv. showroom Samsung, kde lze vybrané produkty prohlédnout a vyzkoušet. Nové Samsung Centrum v Paláci Flora zákazníkům nabízí možnost nejen se s produkty Samsung detailně seznámit, ale také je rovnou zakoupit nebo objednat i s případnou instalací doma. Provozovatelem Samsung Centra v Paláci Flora je firma Fast ČR.

Cajthamlová tváří mlékárny

Mlékárna Valašské Meziříčí uzavřela spolupráci s odborníci na zdravou výživu Kateřinou Cajthamlovou. Ta propůjčila své jméno vybraným produktům této společnosti, u kterých tak garantuje jejich výživové hodnoty a pozitivní vliv na lidský organizmus. Spotřebitelé tyto produkty poznají podle její fotografie umístěné na obalu, které se na trhu objeví již v dubnu tohoto roku.

Půjde například o výrobky z řady bio produktů a kysané výrobky. Prvním představeným výrobkem je Acidofilní mléko. „Spolupráce s Kateřinou Cajthamlovou pro nás představuje další potvrzení kvality našich produktů, které jsou svým složením zdravou a prospěšnou stravou,“ uvádí Jana Novotná, ředitelka Mlékárny Valašské Meziříčí.



Mall.cz otevřel obří distribuční centrum

Internetový obchodník Mall.cz otevřel za Prahou nové distribuční centrum. Svou kapacitou i provedením jde pravděpodobně o největší a nejmodernější skladový prostor mezi internetovými obchodníky v celé střední a východní Evropě. Nachází se v logistickém areálu Horních Počernic na okraji Prahy a má plochu 6800 m².

„Internetový obchod budoucnosti není o líbivé prezentaci, ale o okamžité a bezchybné distribuci,“ říká Marek Liška, ředitel společnosti Internet Mall, která nákupní galerii Mall.cz provozuje. „Díky novému distribučnímu centru jsme byli schopni naskladnit 50 tisíc kusů zboží v hodnotě přes 100 mil. Kč, které je připraveno k okamžité expedici. Kapacita skladu je však několikanásobně vyšší. Spustili jsme akci ‚Dnes objednáte, zítra doručíme‘, kdy zákazníkovi garantujeme doručení do druhého dne od objednávky,“ dodává Liška.

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

(Pokračování ze stránky 1)

nocný trh bude k dispozici v průběhu druhého pololetí 2009 na hlavních trzích založených na platformě Nokia Series 40. Nokia také vytvořila partnerství s firmou Skype. Přinese internetový komunikační kanál do řady osobních počítačů Nokia. Podle podmínek smlouvy o spolupráci bude Skype začleněn do přístrojů Nokia, nejdříve do řady Nokia Nseries. Prvním modelem s předinstalovaným softwarem Skype bude Nokia N97, která na trh přijde ve 3. čtvrtletí roku 2009.

Nejlepší značka v Německu

Letos již pošesté bylo v Německu udělováno ocenění Nejlepší značka, které je založeno na komplexním průzkumu společnosti GfK. Zohledňuje se kvantitativní síla značky stejně jako její atraktivita a u těch nejúspěšnějších se hodnotí i schopnost čelit do budoucna výzvám na trhu.

První místo v kategorii Nejlepší produktová značka a třetí místo v kategorii Nejlepší firemní značka získala společnost Miele. „Jsme velice šťastni a potěšeni touto vynikající cenou, navíc jsme na stupních vítězů dvakrát. Ocenění vnímáme jako potvrzení filozofie naší společnosti Immer besser – Stále lepší, která platí po mnoho generací,“ říká o dvojitém úspěchu Reinhard Zinkann, společník a jednatel společnosti Miele & Cie.

Henkel má vyšší obrát i zisk

Společnost Henkel zveřejnila finanční výsledky za fiskální rok 2008. Kromě jiného zaznamenala silný růst obrátu na úrovni 8,1 % na 14,1 mld. eur, organický růst obrátu 3 %, nárůst upraveného provozního zisku* o 9,1 % na 1495 mil. eur, upravený výnos na preferenční akcii* vyšší o 3,2 % (2,26 mil. eur) a nárůst obrátu v růstových regionech o 3 procentní body na 37 % celkového obrátu (*před amortizací v důsledku alokace kupní ceny). Navržená výplata dividend se přitom udržuje na úrovních z předchozích let.

Objem investic v Evropě: propad

Podle nejnovější studie CB Richard Ellis byl obrát investic za loňský rok pouze 117 mld. eur, což oproti předchozím letům představuje výrazný propad. Pokračující finanční krize a chýtrající ekonomická předpověď ovlivňují poptávku investorů, což způsobilo 53% meziroční pokles v jejich aktivitách.

„Zpomalení bylo evidentní na všech trzích ve střední a východní Evropě a meziroční aktivita se propadla všude kromě Ruska, kde investice o objemu 3,3 mld. eur dosáhly stejné částky jako v roce 2007. Ale musíme poznamenat, že i v Rusku nyní můžeme pozorovat stejný trend jako vidíme na hlavních trzích západní Evropy a je velmi pravděpodobné, že během roku 2009 bude Rusko dále ovlivněno. Jeden z efektů viditelných na trhu již teď je značný tlak na nájemné,“ komentuje Pavel Scháňka, ředitel investičního oddělení ve střední a východní Evropě.

Avion Shopping Park Brno posiluje pozici

Brněnský Avion Shopping Park (ASP) hodnotí rok 2008 jako úspěšný, a to navzdory začínající ekonomické krizi. Průměrný nákup za minulý rok dosáhl 3696 Kč. Celkový obrat ASP byl v loňském roce přes 3 mld. Kč, což představuje 6% nárůst oproti roku 2007.

Tyto výsledky byly dosaženy i přes náročnou přestavbu nákupního domu IKEA. „Protože v konkurenčním prostředí brněnských shopping center nechceme a nemůžeme usnout na vavřínech, radíme potřebu dalšího rozvoje ASP do popředí našich zájmů. Jednou z hlavních vizí naší společnosti je totiž dlouhodobý investiční záměr,“ říká marketingová manažerka centra Avion Shopping Park Martina Procházková.

Bistro Chef míří i do firem

Novou řadu mražených jednorporcových jídel Bistro Chef, kterou společnost Findus CEE představila koncem minulého roku, provází od konce února a v březnu marketingová podpora v podobě ochutnávek. Jde o kombinaci klasických ochutnávek v hypermarktech Tesco, Hypernova a dalších.

Praha je pokryta specifickým způsobem – k optimálnímu zasažení cílové skupiny je zvolena distribuce vzorků v kancelářích velkých firem. Přímou na místě si mohou zaměstnanci vyzkoušet produkt, a to v mikrovlnných troubách, které jsou k dispozici. Další podporou jsou PR aktivity, nabídka zboží za zvýhodněnou cenu je také umísťována do letáků prodejen. Připraveno je i umístění POS materiálů.



Redesign webu Sparu ČOS

Přihlásit se k pravidelnému odběru elektronického newsletteru, který bude obsahovat akční tipy a novinky o dění na in-storu, a také si stáhnout elektronické slevové kupony na nákup v hypermarktech Interspar, mohou návštěvníci nových internetových stránek www.interspar.cz, jejichž provozovatelem je společnost Spar ČOS.

Cílem kompletního redesignu webových stránek bylo především komplexní a maximálně přehledné uspořádání informací. Dalším důvodem byla všeobecně stále se zvyšující obliba internetu jako pomocníka při zjišťování informací. „Tímto krokem reagujeme na potřeby našich zákazníků, kteří ve stále větší míře upřednostňují vyhledávání informací na internetu,“ říká Petr Jindra, marketingový ředitel Spar ČOS.

Prazdroj spouští web o odpovědné konzumaci

Společnost Plzeňský Prazdroj představil dvě novinky v rámci odpovědného přístupu k otázkám konzumace piva. První jsou internetové stránky www.napivosrozumem.cz, na kterých se návštěvníci dozvědí o zdravotních účincích alkoholu na organismus, ale také o tom, jak ho odpovědně konzumovat. Druhou představí Prazdroj na všech reklamních materiálech a pivních etiketách, kde se objeví právě adresa těchto webových stránek. Ta odkazuje na cenný zdroj informací a je také apelem k odpovědné konzumaci. V průběhu tohoto roku se ve všech reklamních spotech i další komunikaci Plzeňského Prazdroje objeví sdělení o odpovědné konzumaci formou odkazu na zmíněný web v rozsahu 10 % z tištěné plochy, respektive vysílacího času.



Penny Market je novým partnerem AXA Clubu

Společnost Penny Market je novým partnerem AXA Clubu, věrnostního programu AXA penzijního fondu. Při platbě AXA kartou v prodejnách Penny tak mohou členové tohoto klubu získat speciální bonus na svůj účet penzijního připojištění – 4 % z každého nákupu nad 500 Kč. AXA Club má v současnosti již devět partnerů. O členství lze zažádat na pobočkách AXA nebo si lze prostřednictvím kontaktního formuláře na internetových stránkách www.axa.cz sjednat schůzku s finančním poradcem.

Spolupráce Garmin a Asus

Společnosti Garmin a Asus se společně podílejí na vývoji produktové řady mobilních telefonů Garmin-Asus nūvifone. První modely navigačních a komunikačních zařízení byly představeny na veletrhu Mobile World Congress v Barceloně. V roce 2009 bude na trh uvedeno několik produktů postavených na různých mobilních platformách. Všechna zařízení Garmin-Asus nūvifone navazují na vizi původních produktů nūvifone a budou mít funkce pro připojení, komunikaci i navigaci.

Puma oznámila výsledky

Podle oznámení zástupců sportlifestylové značky Puma se ji i přes všeobecný odliv zákazníků povedlo dosáhnout nových rekordních tržeb. Celosvětově vzrostly o 2,9 % na 2,8 mld. eur.

Konsolidované tržby vzrostly o 8,5 % na 2,5 mld. eur. Konsolidované tržby prokazují nárůst již 14. rokem v řadě, míra zisku se vyšplhala na hranici 51,8 %.

Generální ředitel Pumpy Jochen Zeitz shrnuje: „I navzdory velmi složité situaci na trhu a slabému spotřebitelskému sentimentu dokázala Puma během posledního finančního roku překonat své finanční výsledky. Zvláště měla velice solidní růst tržeb ve 4. čtvrtletí. Ve 4. čtvrtletí jsme přijali opatření s cílem připravit se na nadcházející finanční rok a flexibilně reagovat na změny na trhu.“

Personálie

- Sdružení obrany spotřebitelů (SOS) má nové vedení. Republikový výbor zvolil do funkce předsedy Radima Krejčího, který dosud působil jako právník brněnské kanceláře SOS. Personální změny v čele SOS probíhají od loňského května, kdy byl odvolán tehdejší předseda sdružení David Šmejkal. Funkci předsedy dočasně vykonávali místopředsedové Václav Ransdorf a Tomáš Liškutín. Mluvčím SOS byl zvolen pracovník tiskového oddělení SOS Jan Mišurec.

- Společnost 3M oznámila vytvoření nové divize pro obnovitelné zdroje energie. Bude součástí průmyslové a dopravní jednotky firmy a jejím hlavním zaměřením bude výroba a řízení energie. Novou divizi povede Michael Roman, který bude jejím ředitelem a viceprezidentem.

- Společnost Infor oznámila, že Benoit de la Tour byl jmenován na pozici senior viceprezidenta a generálního manažera pro oblast Evropy, Středního východu a Afriky (EMEA). Předtím zastával pozici viceprezidenta v regionu jižní Evropy. Bude zodpovědný za prodej a služby všech produktů Infor v regionu EMEA a podporovat růst společnosti v celém regionu.