

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 21/09, 26. 5. 2009

Platební karty v Kauflandu

Dne 12. května 2009 zahájila Česká spořitelna (ČS) pilotní provoz přijímání platebních karet v sedmi prodejnách obchodního řetězce Kaufland (Klatovy, Kolín, Nymburk, Praha 8, Benešov, Kutná Hora, Tábor). V celé obchodní síti řetězce bude možné nakoupit platební kartou od letošního července. Možnost zaplatit jakoukoli debetní nebo kreditní kartou mají klienti obchodního řetězce Kaufland vůbec poprvé. „Bezhotovostní platby kartou u nás rychle získávají na oblibě a obchodníci si to uvědomují. Doba, kdy pořízení platebních terminálů pouze zvažovali, je pryč. Dobře vědí, že v současnosti je možnost platby kartou nezbytností,“ uvádí Stanislav Šmolík, ředitel odboru akceptace platebních karet ČS. „Přesto vidím na tuzemském trhu velký potenciál. Češi totiž stále nakupují kartou asi o polovinu méně často než je běžné v zahraničí,“ dodává. Od roku 2008 poskytuje Česká spořitelna přijímání platebních karet také v řetězcích Makro Cash&Carry ČR, Tesco Stores ČR a OBI Česká republika. Přijímání platebních karet ČS zprostředkovává také např. v obchodním řetězci Interspar a Lidl. Do oblasti akceptace platebních karet patří procesování plateb na platebních terminálech (POS terminály), ale i zprostředkování plateb uskutečněných přes internet. Platební terminály ČS jsou vybaveny čipovou technologií, která přispívá k bezpečnosti transakcí. V oblasti internetové akceptace karet zajišťuje ČS zakódovaný přenos údajů (3D-Secure), takže obchodník se citlivé údaje ke kartě nedozví. Platební terminály představují asi 92 % z celkového počtu smluvních partnerů, internetová obchodníci tvoří 8 %. Díky terminálům ČS mohou klienti platit kartou téměř u 17 tisíc obchodníků. Počet obchodních partnerů a také počet a objem u nich uskutečněných plateb každoročně významně roste. Počet transakcí kartami ČS za posledních osm let vzrostl více než osmkrát, objem transakcí je téměř sedminásobný. Držitelé platebních karet ČS provedli v roce 2008 v průměru 23 transakcí, což je o 13 transakcí více než v roce 2001. Hodnota jedné bezhotovostní transakce na jednu kartu ČS v roce 2008 činila 21 190 Kč, před osmi lety to bylo 4930 Kč.



PowerRailer a nový web

Společnost Schenker v ČR nabízí nový produkt PowerRailer, přímou konkurenci kamionové dopravě. Jde o systém kombinované přepravy zboží využívající ucelené vlaky s každodenními odjezdy do jihovýchodní Evropy a na Balkán. Díky tomu je o 10 až 15 % levnější než silniční doprava při zachování flexibility a rychlosti. Pevné jízdny řady vlaků s odjezdy ze Šoproně každý den zajišťují výrazně vyšší spolehlivost dodávek. V současnosti PowerRailer propojuje střední a jihovýchodní Evropu – regiony s největším potenciálem přepravy a dobrým železničním spojením. Firma DB Schenker také spustila nové webové stránky, kde nabízí snadnou orientaci v nabídce služeb a podrobnou on-line kontrolu zásilek. Novinkou je i sekce Kariéra, která nabízí informace nejen o společnosti, ale o celé oblasti logistiky.

Prodejná výstava stanů Hannah v Praze-Štěrboholích

Hannah, česká značka sportovního a outdoorového vybavení, oblečení, obuvi a doplňků, využije otevřené prostranství outletového centra Fashion Arena v Praze-Štěrboholích a připraví výstavní akci stanů. Na travnaté ploše uvnitř centra vyrostou od 8. do 21. června stany různých velikostí a typů použití. Všechny budou ke koupi za outletové ceny, tedy nejméně o 30 % nižší než v běžných obchodech. V některých případech budou ještě umocněné akčními nabídkami.



V 5. ČÍSLE NAJDETE:



- Škola pro nezávislé obchodníky
- Ryby – skladování a prodej
- Nealkoholické nápoje v létě

Regal 5/2009 vyšel 20. května
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

CIES World Business Summit

CIES ohlásila konání tradičního globálního setkání předních zástupců retailu, World Food Business Summit. Letošního, již 53. ročníku se zúčastní 750 zástupců prodejců a výrobců potravin z více než 50 zemí. Toto fórum se uskuteční 17. až 19. června v newyorském hotelu Waldorf Astoria. Delegátům nabídne příležitost k setkání se členy nevyššího managementu nejúspěšnějších firem působících v oblasti retailu a FMCG. Mezi vystupujícími budou CEO a prezidenti společností, jako jsou PepsiCo, Wal-Mart, L'Oréal, Kellogg Company, Kraft Foods, Sainsbury's, Sara Lee and Safeway, dále manažeři z firem, jako např. Coca-Cola, Carrefour, Campbell Soup Company, Danone a další.

Hlavním tématem je „Ingredience pro úspěch v turbulentní době“ a diskuse se zaměří na sdělování nápadů a myšlenek z různých trhů s cílem najít vhodné strategie pro růst. Více na www.ciessummit.com.

Hartmann čelí hospodářské krizi

Skupina Hartmann pokračovala v prvním kvartále 2009 ve svém výkonu, a to navzdory nepříznivé době. S růstem obrátu o 12 % v porovnání se stejným obdobím loňského roku dosáhla dobrých výsledků. Dvě důležité akvizice (společnosti Bode Chemie a Whites-tone) pozitivně ovlivnily výsledky tohoto období. Skupina tak zlepšila operativní konsolidovaný čistý zisk o 29,3 % na 14,9 mil. eur ve srovnání s prvním kvartálem roku 2008.

Navzdory celosvětovému hospodářskému poklesu skupina očekává pokračující tržní organický růst ve všech třech strategických produktových oblastech. V dalších aktivitách skupina předvídá mírný prodejní růst, a to prostřednictvím aktivit společnosti Kneipp a expanzí aktivit skupiny Noge.

Stránky Mio Advantage

Společnost Mio, globální výrobce osobních navigací, oznámila spuštění stránek Mio Ad-

(Pokračování na stránce 2)

Novinky společnosti Global Wines

Společnost Global Wines v květnu zahájila distribuci již osmého vydání katalogu Global Wines 2009/2010, ve kterém nabízí více než 700 druhů prověřených vín ze všech významných světových vinařských oblastí.

V nabídce je i řada nových vín, která odrážejí aktuální trendy a poptávky trhu. Tradičním prvkem je kolekce prestižních destilátů, dárkových balení a vinařských doplňků. Druhou letošní novinkou je nový internetový portál www.global-wines.cz. Stránky prošly zásadní „rekonstrukcí“, pravidelné aktuality a informace o novinkách a akčních nabídkách lze po registraci dostávat do e-mailové nebo poštovní schránky.

Diskontní řetězec Plus definitivně končí

Společnost Penny Market provozující diskontní prodejny Penny, dodržela slib a v avizovaném termínu dokončila převzetí řetězce Plus. Do sítě Penny tak nově přibýlo 122 prodejen. Firma tím zvýšila svůj tržní podíl na diskontním trhu zhruba na 55 % a v roce 2009 očekává obrát více jak 27 mld. Kč. „Jsmo velice rádi, že se nám podařilo stát se



nejvýznamnějším řetězcem tohoto typu, ale ještě důležitější pro nás je být jedničkou pro naše zákazníky a tuto pozici si udržet. Naši snahou je se co nejvíce přiblížit jejich potřebám dostupností jednotlivých prodejen, přístupem našich zaměstnanců, novým zajímavým sortimentem a hlavně podporou českých výrobců a jejich zboží,“ uvádí Martin Peffek, jednatel společnosti.

Tabasco a Sedlčanský Hermelín opět spolu

Tabasco a Sedlčanský Hermelín se daly opět dohromady a společně připravily recept na přípravu nové variace. Po nakládání hermelínu s Tabascem z podzimu minulého roku přichází nový grilovaný Sedlčanský Hermelín s Tabascem, nesoucí název „Pepa na grilu“. Firma Rémy Cointreau Czech Republic, distributor Tabasca Sauce v ČR, tímto způsobem pokračuje ve spolupráci s Povltafskými mlékárnami. Balení Tabasca, čtyř Sedlčanských Hermelínů a grilovacího koření bude v prodeji ve všech řetězcích hypermarketů.

Tabasco bude na obalu komunikováno nálepkou, po jejímž sloupnutí se objeví recept na správné ugrilování „Sedlčanského Pepy“. „Zejména slunečné letní dny lákají spoustu lidí k lenošení na zahradách, kde relaxují a právě grilují. Hermelín mezi grilovanými pochoutkami nesmí chybět a Tabasco mu dokáže vdechnout úplně jiný rozměr,“ říká Regina Netolická, brand manažerka Tabasca v ČR.

Kampaň značky KlasA

Značka KlasA vstoupila do druhé čtvrtiny roku 2009 s novou marketingovou kampaní a sloganem „Výjimečná kvalita zaručena“. Cílem celého souboru aktivit je nejenom snaha podpořit znalost značky, ale také vysvětlit spotřebitelům, proč je pro ně přínosné takto označené výrobky vyhledávat.

Kampaň je nová také svou grafickou podobou. Spotřebitelům budou představeny nové vizuály, které na první pohled upozorňují na skutečnost, že v kvalitě potravin mohou být v praxi značné rozdíly. Marketingovou podporu a propagaci značky kvality KlasA zajišťují v roce 2009 nové agentury vybrané na základě řádného výběrového řízení vypsání SZIF. Kreativní část kampaně a další reklamní aktivity bude zajišťovat agentura Momentum (skupina McCann – Erickson). Za nákup médií zodpovídá mediální agentura MediaCom Praha, pro zajištění PR podpory byla vybrána agentura Crest Communications.



Vodka Amundsen – představuje web a televizní spot

Vodka Amundsen společnosti Stock Plzeň – Božkov se představuje i na internetových stránkách www.amundsen.cz. Lákadlem startu nových stránek je premiéra minutového reklamního spotu.

„Vodka Amundsen se pracovala na špici českého trhu. Ročně pořádáme stovky promoakcí, ochutnávek, sponzorujeme hudební festivaly, neustále vznikají další skvělé receptury na míchané nápoje. Proto si myslíme, že příznivci Vodky Amundsen přivítají, když všechny informace najdou přehledně a atraktivně uspořádané na jednom místě,“ uvádí brand manažerka značky Hana Šrachtová.

(Pokračování ze stránky 1)

vantage pro své uživatele. Podle jejich zástupců to představuje další zásadní krok v neustálém zlepšování zákaznických služeb podle firemní politiky. Internetové stránky, na nichž se lze snadno zaregistrovat, nabízejí členům efektivnější přístup k personalizovaným informacím podpory produktů a aktuálním novinám.

DHL Express lépe sleduje zásilky

Společnost DHL Express, poskytovatel expresních a logistických služeb, spouští aktualizovanou službu sledování zásilek na internetu. Služba nabízí zákazníkům inovace, které zpřehlední on-line sledování stavu jednotlivých zásilek. Nový systém je založený na návrzích a nápadech získaných přímo od zákazníků. Umožňuje kontrolovat přepravu většího počtu zásilek současně a přepínat ze souhrnného přehledu o jejich pohybu na detailní náhled pro konkrétní zásilku včetně její aktuální polohy a času poslední změny stavu zásilky. Použitím moderních metod Ajax (Asynchronous JavaScript a technologie XML) může zákazník přepínat mezi jednotlivými náhledy, aniž by musel opakovaně stránku načítat. Zákazníci tedy získají veškeré požadované informace podstatně rychleji než doposud.

Posun v chování spotřebitelů

Nový průzkum, zadaný společností MasterCard a provedený firmou TNS, odhaluje nejvýraznější posun v chování spotřebitelů od 2. světové války. Průzkum definuje řadu faktorů podílejících se na vzniku zcela nového spotřebitelského chování v důsledku dopadů finanční krize, které se začaly projevovat v roce 2008 a změnily vyhlídky a obecný přístup evropských spotřebitelů. Výsledkem studie je evropský barometr kupní síly, mapující chování spotřebitelů v celém regionu. Závěry průzkumu byly představeny na výroční konferenci o debetních a předplacených kartách společnosti MasterCard Europe v Berlíně.

„Ve způsobu, jímž spotřebitelé dnes rozhodují o svých výdajích a úsporách, došlo k obrovskému posunu,“ potvrzuje Javier Perez, prezident společnosti MasterCard Europe. „V současných hospodářských podmínkách procházíme všichni těžkou zkouškou a tato nová zjištění upozorňují na výrazný posun chování spotřebitelů v neuvěřitelně krátké době. Spotřebitelé ještě nikdy tolik nepřemýšleli o svých výdajích a úsporách, k čemuž je samozřejmě nutná potřeba lepšího hospodaření s vlastními finančními prostředky. Při naplňování těchto potřeb hrají nezanedbatelnou roli i platební karty,“ dodává.

Zisk prodejen Home Depot vzrostl

Americké síti prodejen potřeb pro dům a zahradu Home Depot v 1. čtvrtletí stoupl zisk o 44 % na 514 mil. dolarů. Home Depot, největší takový řetězec na americkém trhu, to

(Pokračování na stránce 3)

Kanzelsberger má stránku na Facebooku

Sít' knihkupectví Kanzelsberger nově otevřela svoji stránku v prostředí Facebooku. „Nemůžeme být stranou současného fenoménu, jakým sociální sítě jsou. I když od nové prezentace neočekáváme přímé prodejní efekty, považujeme za správné být našim zákazníkům nablízku i zde,“ vysvětluje Zdeněk Fekar z oddělení marketingu a public relations firmy.

„Aby byly stránky do budoucna dostatečně atraktivní, počítáme rovněž se zapojením našich obchodních partnerů,“ dodává. Podle dřívějšího průzkumu 80,2 % zákazníků knihkupectví pravidelně využívá internet.

První obchod HP otevřen v prostorách Comfor

V prostorách prodejny Comfor v obchodním centru Nový Smíchov byl otevřen první značkový obchod HP v České republice. Zájemci zde najdou mimo jiné novinky v produktovém portfoliu HP, především notebooky, stolní počítače a tiskárny.

„První značková prodejna znamená novou éru prezentace našich produktů,“ uvádí marketingový manažer divize osobních počítačů HP Česká republika a Slovensko Petr Trešl. Podle marketingového ředitele prodejní sítě Comfor Martina Wankeho se výrobky HP tímto krokem spojují s tradicí specializovaných prodejen Comfor a jejich zaměstnanců, kteří jsou nápomocni při jakémkoliv problému. „Naši pracovníci mají totiž vysoké ambice – být specialisty. Pravidelně se odborně vzdělávají a mají dokonalý přehled o aktualitách ze světa informačních technologií,“ říká.



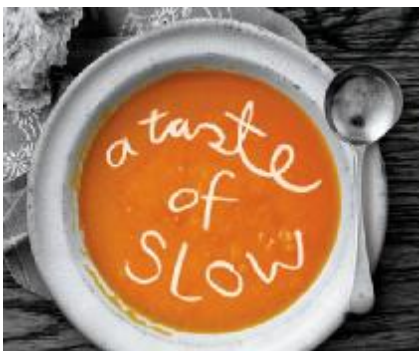
Dočkáme se hubnutí u potravin?

Podle posledního omnibusového sběru dat společnosti Factum Invenio, který se uskutečnil ve dnech 24. až 29. dubna 2009 na reprezentativním vzorku 1040 respondentů starších 15 let, nevěděla polovina obyvatel ČR o dosavadní povinnosti výrobců dodržovat standardní velikost balení některých produktů. Zrušení tohoto nařízení hodnotí občané spíše negativně. Změna podle nich povede ke zhoršení orientace mezi výrobky a poskytne výrobcům prostředí pro „neviditelné zdražování“. Obyvatelé si rovněž uvědomují nutnost zvýšení vlastní iniciativy při nákupu. Také z tohoto důvodu jsou nakloněni rozšíření povinnosti uvádět měrnou cenu výrobku i na prodejny, které ji dosud neměly.

Slow Food představuje Kraj Vysočina

Organizace Slow Food Prague začíná cyklus, kterým v hlavním městě představí regiony, malé a střední výrobce regionálních potravinářských výrobků a tradičních řemesel, pěstitele původních odrůd ovoce a zeleniny a provozovatele gastronomických zařízení. Jako první si vybrala kraj Vysočinu.

Prezentace výrobců se uskuteční v Ústavu zemědělské ekonomiky a informací v Praze 2 dne 28. května 2009 mezi 16. a 20. hod. Návštěvníci se dozvědí o kulturních, přírodních, turistických i gastronomických zajímavostech Vysočiny v podání Františka Mušky. Budou moci ochutnat speciality, navázat kontakty, podívat se na tradiční výrobky.



Akce Rohlík

Nejvýraznější slevu pečiva v novodobé historii přichystala pro zákazníky svých obchodů společnost Lidl. Od 4. května přistoupila ve spolupráci s dodavateli pečiva k nejrazantnější slevě rohlíků, housek a chleba od svého vstupu na český trh, a pravděpodobně také od roku 1989. Například rohlík zlevní o 50 haléřů.

„Lidl se tak snaží pomoci českým domácnostem, které bojují s dopadem krize na peněženky domácností, a také podpořit své dodavatele pečárenských výrobků, kteří se potýkali s klesající poptávkou,“ říká Sandra Kípeťová, tisková mluvčí společnosti Lidl pro ČR a SR. Podle statistik firmy tak české domácnosti mohou měsíčně ušetřit miliony korun při nákupu pečiva.

(Pokračování ze stránky 2)

podle ČTK uvedl ve své zprávě. Zisk zvýšil díky snižování nákladů, neboť mu tržby klesly. Zisk společnosti překonal očekávání analytiků a investorů na Wall Street. Akcie vzhůru vyslal i menší rival firmy, řetězec Lowe's, který také předčil očekávání. Lowe's navíc zvýšil celoroční výsledkový odhad. Očištěný zisk Home Depot dosáhl 35 centů na akcii, zatímco Wall Street podle Thomson Reuters očekával 29 centů.

Platby přes mobilní telefon rostou

Společnost Visa Europe uveřejnila výsledky nejnovějšího testování, které v současné době probíhá ve čtyřech státech Evropy. Zapojeny jsou do něj bankovní instituce, mobilní operátoři i průmysloví partneři. Už více než dva roky se společnost Visa, společně s členskými bankami, mobilními operátory, výrobci handsetů a poskytovateli technických služeb, zabývá vyvíjením a testováním inovačních mobilních služeb. Investice do mobilních technologií v rozvinutých i rozvíjejících se ekonomikách narůstají společně s rostoucím počtem uživatelů mobilních přístrojů.

„Mobilní platby představují pohodlný a navíc i bezpečný způsob placení. Naším zákazníkům umožňují jednoduše řídit jejich finance na rozvinutých trzích. Využívání mobilních telefonů v každodenním životě obecně stále roste, a proto se v této oblasti neustále snažíme přijít s novými způsoby, jak mohou lidé jednoduše řídit své finance a provádět platby rychleji a bezpečněji,“ uvádí Sandra Alzetta, ředitelka oddělení inovací, Visa Europe.

Personálie

- Společnost 3M Česko pokračuje v posilování managementu. V souvislosti s procesy změn, které po svém jmenování generálním ředitelem zavádí v 3M Česko David Vrba, je posílena korporátní komunikace o Šárku Váchovou, která se od května postavila do čela Corporate Marketing. Stala se tak členkou rozšířeného vedení společnosti. Změnou ve struktuře managementu prošly také divize Healthcare and Consumer & Office Business, kde byl do pozice country business leader jmenován dosavadní šéf divize Healthcare Jan Kočárek. Na pozici country business leader divize Transportation Business and Display & Graphics nově nastoupil Martin Sekanina, dosavadní šéf divize Transportation.
- Novým výkonným ředitelem společnosti Det Norske Veritas pro Českou republiku a Slovensko se s platností od dubna 2009 stal Tomáš Urban. Jeho hlavním úkolem bude rozvoj nových obchodních příležitostí české i slovenské pobočky společnosti a rozšíření firemní strategie o nabídku služeb s přidanou hodnotou.