

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 22/11, 7. 6. 2011

Stálý zájem o nákup na splátky

Stejně jako v předchozím roce, i letos plánuje významná část českých domácností (14 %) při nákupu elektrospotřebičů využít možnost nákupu na splátky. Na splátky se domácnosti nejčastěji chystají pořídit televizor, bílou techniku (pračka, chladnička / mraznička, myčka) a notebook nebo stolní počítač. Vyplyvá to z výsledků aktuální studie Elektro 2011, kterou každoročně vydává společnost Incoma GfK.

Nákup na splátky je populární, využívají ho všechny skupiny obyvatelstva, bez ohledu na příjem, věk a vzdělání. Detailnější pohled na data ovšem ukazuje, že o něco častěji na splátky nakupují mladí lidé do 29 let a také lidé s nižším vzděláním. Mezi nejoblíbenější splátkové programy patří služby společností Cetelem a Home Credit. Programů jedné z těchto společností se totiž – podle průzkumu společnosti Incoma GfK – chystá využít více než polovina z těch, kteří letos nákup elektrospotřebiče na splátky plánují.

Přestože většina spotřebitelů uvádí, že při výběru elektrospotřebičů je pro ně na prvním místě dobrá kvalita a funkčnost výrobku (často symbolizovaná ověřenou značkou s dobrou pověstí), jedním dechem doplňují, že další hlavní proměnou při nakupování je cena. Vzhled a design pak hraje podle spotřebitelů spíše vedlejší, doplňkovou roli. Převážná většina Čechů také ve studii tvrdí, že používá elektrospotřebiče tak dlouho, dokud slouží. Nemají tedy potřebu vyměňovat je za nové, dokud fungují. Inovativní, novátorské technologie mohou ke koupi nového elektrospotřebiče motivovat maximálně třetinu spotřebitelů. Cenová citlivost části českých spotřebitelů může také stát za výrazným zlepšením pozice prodejen řetězce OKAY. Ten se dostal do skupiny nejsilnějších hráčů na trhu, do které patří např. prodejny Datart a prodejny Electro World. OKAY v posledních letech výrazně expandoval, od roku 2007 otevřel v ČR téměř 40 nových prodejen. Oproti jiným velkoplošným prodejnám elektroniky se OKAY vymezuje svou diskontní cenovou politikou – tomu odpovídá i umístění prodejen, které se nevyskytují v nákupních centrech s klasickými hypermarkety, ale v retail parcích v blízkosti prodejen s nižší cenovou úrovní, jako je Kaufland, Lidl nebo Penny market. Podle studie slaví prodejny OKAY úspěch především u mladšího zákazníka s nižším příjmem, který žije v jednočlenné domácnosti v okresním městě a který potřebuje koupit elektrospotřebič z kategorie bílá technika (lednice, pračka, myčka, sporák apod.).

Podle studie se loni také opět zvýšil podíl Čechů, kteří nakoupili nějaký elektrospotřebič na internetu. Elektrospotřebiče ve virtuálních prodejnách nakupuje už téměř 60 % spotřebitelů. Na internetu přitom dnes běžně nakupují i lidé se základním vzděláním a lidé ze starších věkových kategorií, což v minulosti nebylo tak časté. Mezi nejoblíbenější internetové prodejny s elektrospotřebiči patří Alza.cz, Klasa.cz a Mall.cz. Velmi dobrou pozici má ovšem také internetový obchod kamenného řetězce Datart. Obecně v internetových nákupech vede kategorie PC & PC příslušenství, následuje bílá technika. Konkrétně se v loňském roce na internetu nejvíce nakupovaly notebooky, příslušenství k počítačům, pračky a myčky.

Medvídek Pom-Bär bude učit tenis

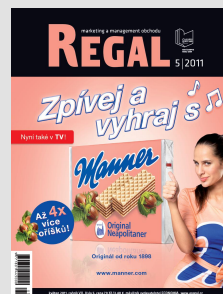
Značka Bohemia Pom-Bär zahájila spolupráci se školou Tenisland, extraligového hráče Richarda Dražného. Společně budou po dobu tří let podporovat dětské talenty. Během sportovního dne s medvídkem Pom-Bär trenéři vyberou pět nejšikovnějších dětí ve věku 5–7 let. Těm výrobce slaných pochoutek Internack zaplatí celoroční bezplatnou přípravu v tenisové škole. Cílem aktivity je upozornit rodiče na nutnost aktivního sportu a význam pohybu pro děti. „Medvídek Pom-Bär je mezi dětmi oblíbená postava, stejnojmenný slaný snack si mohou bez obav dopřát, pokud se pravidelně hýbou. Proto jsme se rozhodli podpořit Tenisland. Líbí se nám filosofie školy, kde jde v první řadě o radost z pohybu, individuální přístup k dětem a příjemnou atmosféru,“ vysvětluje marketingový ředitel Michal Riegel.

Regal 5/2011

vyšel 26. 5.

V čísle mj. najdete:

- Stále chytřejší obchod
- Efektivní a úsporné klima
- Hotová jídla, těstoviny, omáčky & spol.



Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Úspěšná mise na veletrhu

Veletržní expozice mezinárodního logistického providera – společnosti Dachser na veletrhu transport logistic 2011 v Mnichově slavila úspěch. Na 665 m² výstavní plochy zde prezentovala svoje logistické služby tisícům návštěvníků veletrhu.

Veletržní stánek Dachseru v tradiční modro-žluté kombinaci upoutal pozornost návštěvníků nejen svojí velikostí a nápaditým členěním na bar, cateringovou a přednáškovou zónu a konferenční boxy.

Velký ohlas sklídila i vodní stěna jako dominantní prvek expozice. „Jsme rádi, že se nám podařilo veletržním stánkem naše klienty a návštěvníky veletrhu překvapit.“

O jeho bezvadný provoz se po celou dobu veletrhu staralo 90 našich kolegů z Dachseru z celého světa,“ říká Jan Polter, obchodní a marketingový ředitel Dachser Czech Republic, a dodává: „Letošní návštěvnost veletrhu dosáhla rekordních 51 tisíc návštěvníků ze 134 zemí a my jsme rádi, že jsme naplnili náš cíl prezentovat se jako moderní logistický provider.“

SanSwiss přesunul část výroby do Rumunska

Firma SanSwiss Jičín koncem minulého roku přemístila část svých výrobních kapacit do rumunského Temešváru. Do nákupu nemovitosti a vybavení objektu výrobní linkou přední evropský producent sanitární techniky značky Ronal investoval téměř 50 mil. Kč.

Provoz, který je umístěn v areálu sesterské společnosti SanSwiss S.R.L. a ve kterém pracuje dvanáct lidí, ve zkušebním režimu do března vyrobil 3000 sprchových koutů. Informoval o tom ředitel podniku Ondřej Stěhulka s tím, že do konce listopadu jičínský SanSwiss oproti původně plánovaným 16 tisícům v Rumunsku vyprodukuje až 20 tisíc sprchových koutů.

V dlouhodobém horizontu potom firma v novém provozu počítá s ustálením roční produkce na hranici 30 tisíc kusů sprchových koutů.

Nákupy v Galerii Harfa se soutěží

Obchodní centrum Galerie Harfa u pražské O₂ areny odstartovalo při příležitosti půlročního výročí od svého otevření soutěž, jejíž účastníci mohou do 30. června získávat dárkové poukazy na nákup ve vybraných obchodech Galerie Harfa. „Lidé jsou odměňováni za něco, co vlastně dělají bezděky každý den. Když mají hlad nebo když shánějí něco na sebe, tak prostě jdou a koupí si to. A když si to koupí v Galerii Harfa, dostanou vlastně od nás část peněz zpět,“ říká Tomáš Zralý, ředitel obchodního centra. Každý zákazník, který během svého nákupu v jakémkoli z obchodů Galerie Harfa utratí alespoň 300 Kč, má nárok na to, aby obdržel soutěžní razítko. Dosáhne-li hodnota nákupu 600 Kč, má zákazník nárok na razítka dvě a tak dále až do maximální hodnoty nákupu ve výši 15 tisíc Kč, od které již dostává zákazník stejný počet razítek. Nasbírání-li zákazník na svou soutěžní kartu deset razítek, může soutěžní kartu vyměnit za dárkové poukazy v hodnotě 300 Kč od vybraných obchodníků. Na závěr soutěže proběhne ještě slosování, ve kterém bude vylosováno 10 výherců. Ti obdrží dárkové poukazy v hodnotě 5000 Kč.

Zlaté dědictví II

Na farmě v Olšanech se usku-tečnilo natáčení nového TV spo-tu na paštiky značky Hamé s pracovním názvem „Zlaté dědictví II“. Finální podobu mu dalo marketingové oddělení společnosti Hamé ve spolupráci s reklamní agenturou Comtech. V hlavní roli se opět představil Bohuš – Bolek Polívka, tentokrát v doprovodu svého filmového vnuka. Nová televizní reklama volně navazuje na dnes již proslulý reklamní spot z roku 2002 „Májka – Zlaté dědictví“ a na televizních obrazovkách je k vidění na konci května letošního roku. Spolu s novým TV spotem se diváci seznámí i s spotřebitelskou soutěží, která bude probíhat do konce měsíce července.



Nový designový a interaktivní web

Marks & Spencer spustil novou podobu svých webových stránek. Představují modernější přehlednější design a obsahují několik novinek, i co se týče obsahu. Značka se nyní zaměřuje na rozšiřování cílové skupiny směrem k mladší generaci, a tak není překvapením, že i web se dočkal omlazení. M&S do tvorby webu zapojil i své zákazníky, kteří mohli ještě před spuštěním web testovat a do finální verze tak byly zapracované jejich názory a úpravy. Důraz na komunikaci se spotřebitelem je znát i na vzniku Blogu na webu, což je úplná novinka. Kromě článků od módních odborníků zde budou zveřejňovány také názory zákazníků na trendy, rady do kuchyně či články o ochraně životního prostředí. Po České republice plánuje M&S spuštění nové verze web stránky i na Slovensku, v Polsku, v Estonku, v Litvě a v Lotyšsku.

Z ČSRLZ je nově PMF

Receptem na úspěch budou podle posledního výzkumu PricewaterhouseCoopers u českých generálních ředitelů inovace. Firmy plánují nabírat nové zaměstnance a zároveň se 58 % generálních ředitelů obává nedostatku kvalifikovaných odborníků. Je zřejmé, že krize končí a jedním z klíčových faktorů úspěchu budoucnosti jsou lidé – nositelé nápadů, myšlenek, inovativních řešení a nových procesů. Právě tyto trendy potvrzuje i nejvýznamnější reprezentant oboru, který po 18 letech mění svůj název a logo z ČSRLZ (České společnosti pro rozvoj lidských zdrojů) na PMF (People Management Forum). „Rozhodnutí o změně názvu je důsledkem naší snahy vystupovat proaktivně a být spoluvůdce změny kolem nás. Nový název podporuje naši cestu přeměny organizace od řízení lidských zdrojů k angažovanosti a vedení lidí,“ uvádí František Míka, prezident neziskové organizace PMF.



People
Management
Forum

Čtyřlístek s Dobrou vodou

Pomoci s pitným režimem u dětí mohou oblíbené dětské postavičky. Dobrá voda již v minulém roce úspěšně nalákala děti, aby pily s chutí – přinesla na dětských lahvičkách s Dobrou vodou hrdiny z oblíbeného filmu Kuky se vrací. Ukázalo se, že děti z lahviček pijí rády a často už jen díky svým oblíbeným postavičkám. Dobrá voda na přelomu května a června přichází s novinkou – edicí Dobré vody dětské ve formátu 0,33 l s figurkami dalších oblíbených dětských hrdinů, Čtyřlístku, Fíňky, Myšpulín, Pinďa a Bobík nyní budou děti provázet na oblíbených třetinkových lahvičkách neperlivě ochucené Dobré vody s praktickým push-pull uzávěrem. Zahrnují pět ovocných příchutí – malina, hruška, bílé hrozny, bezinka a zcela novou příchutí jahoda. Dobrá voda Čtyřlístek obsahuje oproti jiným slazeným nápojům nebo džusům mnohem méně cukru, navíc je obohacena o vitamin C.

Metso prodlužuje partnerství s Kühne + Nagel

Společnost Metso Minerals (Tianjin) International Trade, celosvětový dodavatel technologií a služeb pro stavební a těžební průmysl, uzavřela se společností Kühne + Nagel smlouvu o plánování, realizaci a řízení nového distribučního centra v Šanghaji. Touto novou smlouvou obě firmy prodlužují své pětileté partnerství. Finskému těžebnímu a stavebnímu specialistovi poskytuje společnost Kühne + Nagel mezinárodní spediční služby od roku 2006 a v roce 2008 převzal řízení distribučního centra náhradních dílů Metso Minerals Tianjin. K zefektivnění domácích distribučních procesů v Číně se společnost Metso rozhodla otevřít doplňkové distribuční centrum v Šanghaji.

Navzdory inflaci zůstává tržní důvěra vysoká

Z průzkumu mezinárodní banky HSBC vyplývá, že vývozci a dovozci po celém světě zůstávají ve vyhlídkách vývoje trhu pro dalších šest měsíců i nadále optimističtí. A to i navzdory silným obavám z rostoucích nákladů, nižší ziskovosti a nestálé poptávce spotřebitelů. Čínská měna renminbi (RMB) se poprvé v historii dostala před britskou libru a stala se třetí nejčastěji obchodovanou světovou měnou. Nejvyšší míra HSBC Indexu tržní důvěry byla zaznamenána v rozvíjejících zemích, a to konkrétně v Indii, Saudské Arábii a Mexiku. Posílení o tři body registrovala i Čína a USA. Index tržní důvěry poukazuje na dva významné trendy, díky kterým zůstává důvěra v globální trh dostatečně silná – posilování obchodu mezi jednotlivými regiony a větší propojenost s rozvíjejícími se trhy. Pro rozvinuté trhy jsou tzv. emerging markets hnacím motorem dalšího růstu. I z tohoto důvodu plánují tyto země v krátké době rozšíření vzájemné spolupráce a zvýšení obchodních aktivit. Nejnadějnějším regionem pro růst je z pohledu obchodníků Čína, následovaná Evropou a Latinskou Amerikou.

DB Schenker Award pro Stefana Walthera

Prestížní ocenění logistického operátora DB Schenker za rok 2010 získal Stefan Walther z Univerzity v Erlangenu-Norimberku. Cenu a finanční stipendium ve výši 10 tisíc eur převzal mladý vědec v rámci specializovaného veletrhu transport logistic v Mnichově, a to za svou dizertaci na téma „Konverze dopravních sítí na průmyslové odvětví: analýza a hodnocení alternativních přístupů ke službám nákladní dopravy, se zaměřením zvláště na přepravce v odvětví silniční nákladní dopravy v Evropě“. DB Schenker Award patří mezi nejvýznamnější evropská ocenění v oboru logistiky a je určeno mladým akademikům z celého světa.

Nové obchody v NC OAZA Kladno

Nákupní centrum OAZA Kladno má od května dva nové přírůstky, kterými jsou kadeřnictví Perfekt Hair a obchod Háč & Háč s oblečením a zbožím pro domácnost. „Přítomnost dalších značek potvrzuje stálý zájem o prostory v nákupním centru OAZA Kladno a v celém regionu. Chceme našim zákazníkům vycházet vstříc a věřím, že tato nabídka obchodů naše zákazníky zaujme,“ uvádí Viktor Honke, ředitel nákupního centra OAZA Kladno. Kadeřnictví Perfekt Hair působí na českém trhu již od roku 2007 a nabízí kompletní kadeřnický servis a služby. Kadeřnictví spolupracuje se známou značkou kadeřnických výrobků Matrix. Háč & Háč otevřel svůj nový obchod na ploše o velikosti 290 m². Koncept prodejen působí na trhu již 15 let a nabízí textil (zejména ponožky, silonové zboží a spodní prádlo), drogerii, kosmetiku, cukrovinky a dárkové předměty. Tato prodejna navíc rozšířila svůj sortiment o výprodej stolů a židlí s minimální slevou 70 %.

Dárková služba s čokoládou

Společnost Čokoláda.cz oznámila 24. 5. spuštění nové on-line služby, která nabízí možnost rychlého objednání dárku na míru a jeho následné doručení po celém území ČR. Zaměřuje se na nejvyšší kvalitu hořkosti i mléčnou čokoládu. V nabídce má mnoho produktů, které získaly ocenění na prestižních mezinárodních soutěžích. Jednou z přidaných hodnot nové služby je možnost vytvoření originálního dárku. Zákazník si vybere z nabídky obalů, zvolí způsob platby či doručení a k zásilce může přidat i vzkaz nebo některý z doplňkových produktů. To vše vyřídí za několik okamžiků z domova či kanceláře. Objednávky lze učinit i dlouho dopředu s tím, že v určený den je zboží doručeno přímo na adresu obdarovaného. Více na www.cokolada.cz.



Letní novinky značky Garnier s výraznou podporou

Značka Garnier (L'Oréal Česká republika) uvádí v červnu novou řadu šamponů Fructis Men. Charakterizuje ji technologie Active Taurine system, spojující taurin a aktivní výtažky z ovoce. Složení výrobků (250 ml a 400 ml) je připravené podle specifických požadavků mužů: Daily Energy – každodenní dávka energie, Menthol Power – proti lupům a Fall Fight – proti padání vlasů. Podporu prodeje zajistí rozsáhlá kampaň v televizi, tisku, na internetu, dále PR, outdoor, POS materiály a spotřebitelská soutěž. Garnier Men představí v červenci novou řadu deodorantů Mineral X-treme Ice 72h (150ml sprej a 50 ml roll-on), při jejichž aplikaci klesá teplota kůže o 4 °C a pokožka je chráněná, dýchá a nepotí se 72 hodin. Prodeje podpoří 360° kampaň: TV, tisk, outdoor, internet, in-store, křížové promo deo a Fructis a spotřebitelská soutěž.

Největší expozice českého nábytku na Moravě

Společnost Hanák nábytek, český výrobce kvalitního nábytku, otevřel v květnu rozsáhlou prodejní expozici nábytku ve svém Design centru Hanák na Moravě. V novém studiu o 1600 m² návštěvníci najdou nejnovější kolekce nábytku do kuchyní, obývacích pokojů a ložnic. Designéři pro tvorbu nábytku využili současných trendů v ergonomii používání, trendů v ovládání zásuvek a skříněk a především v ekologii použitého materiálu. Nově vyvinuté části nábytku například mají jako jediné v ČR nulový obsah škodlivých látek.



Prodej dvou nákupních center

V současnosti plně obsazená česká nákupní centra Olympia v Teplicích a Mladé Boleslavi byla v květnu prodána za zhruba 2,4 mld. Kč. Od roku 2003 jsou v portfoliu C1 Fund, ve kterém drží 51 % Europolis, pobočka CA Immo. Dalších 49 % zde má společnost Union Investment Real Estate, a to přes její realitní fond UniImmo Europa. Kupujícím je český investor. Podle informací ČTK jde o skupinu CPI miliardáře Radovana Vítka. James Chapman, vedoucí investičního oddělení poradenské společnosti Cushman & Wakefield, komentuje: „Jedná se o největší transakci v oblasti maloobchodu v ČR od roku 2008. V příštích dvou měsících očekáváme uzavření dalších významných transakcí týkajících se maloobchodních nemovitostí. Čeští i mezinárodní investoři mají zájem rozšířit své aktivity v tomto sektoru. Zaměřují se především na zavedená nákupní centra, která mají silnou pozici ve své spádové oblasti.“

Dvojnásobný úspěch v Bruselu

V mezinárodní soutěži potravinářských produktů Monde Selection 2011 v Bruselu získaly letos zlatou známku hned dva produkty firmy Granette & Starorežná Distilleries: prostějovský výrobek absinth Green Fairy a ústecká Vodka 42 Blended. Monde Selection registruje produkty každoročně od října do ledna. Potom, během čtyřměsíčního období, zve ústav k hodnocení jakosti zaregistrovaných produktů přes 70 renomovaných expertů, např. šéfkuchaře z prestižních restaurací, pivovarnické odborníky, vysokoškolské učitele, známé enology, apod. Každý výběr jakosti provádí zcela nezávislá odborná komise, která má nejméně osm členů. Slavnostní vyhlášení vítězů proběhne v Bruselu 24. 5. 2011.

P3 buduje nový projekt v Trnavě

PointPark Properties (P3), mezinárodní provozovatel a developer moderních logistických parků, oznámil začátek výstavby nové výrobní haly pro společnost Audia Plastic a její pobočky Washington Penn a Uniform Color Company. Předání klientovi je plánováno na září 2011, tedy šest měsíců po začátku stavby. Celková investice činí téměř 8,5 mil. eur. Tento Build-To-Own projekt je situován v Trnavě – Voděradech a výsledná výrobní hala se bude rozkládat na ploše téměř 15 tisíc m². Společnost P3 se zavázala poskytnout služby a podporu celému projektu od výběru pozemku po plánování, finalizaci návrhů až po celkové řízení stavby.

Personálie

- Ředitelkou marketingu Tesco se stala Monika Labudíková. Absolventka City University ve státě Washington kromě přestávky v letech 2005 až 2007 v marketingu sítě drogerií Rossmann spojila téměř celou svou dosavadní profesní kariéru se společností Tesco Stores ČR. Michal Štádler, který působil jako ředitel marketingu Tesco od května 2007, odchází na pozici ředitele zákaznických služeb v centrále Tesco ve Velké Británii.
- Mezinárodní realitně poradenská společnost CB Richard Ellis oznámila přijetí Jana Kratochvíla do pozice associate directora v oddělení Zastupování nájemců a Globálních korporátních služeb. Přišel z konkurenční společnosti Knight Frank, kde působil v posledních deset letech a získal zde zkušenosti z českého realitního trhu.
- Společnost Epicor Software Corporation, dodavatel softwarových řešení pro řízení podnikových procesů, koncem května oznámila, že Pervez Qureshi byl s okamžitou účinností jmenován jejím prezidentem a výkonným ředitelem (CEO). Současný CEO George Klaus bude dále působit jako předseda představenstva.