

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 7/11, 22. 2. 2011

Avion Shopping Parky procházejí proměnami

Nové trendy v nakupování mění nákupní centra. Avion Shopping Parky v Ostravě, Praze, Brně a Bratislavě procházejí změnami, které vycházejí vstříc novým potřebám zákazníků. Nákupní parky společnosti Inter IKEA Centre Group (IICG) nabídnou letos svým zákazníkům ještě větší komfort při nakupování a trávení volného času – od nových nákupních prostor přes dětská hřiště až po recyklační centra. IICG vidí pozitivní trend v chování zákazníků. I když kupní sílu zákazníků stále ovlivňuje hospodářská krize, obchodníci mají důvod k optimismu. Slovensko očekává letos až dvouciferný růst, podobné vyhlídky má i Česká republika.

Avion Shopping Parky projdou změnami, které reagují na potřeby zákazníků a nové trendy v nakupování. Těmi jsou zejména efektivita v nakupování. Dnešní zákazník chce pohodlně a na jednom místě vyřídit všechny potřeby rodiny – od nákupu přes vyzvednutí pošty a léků, návštěvy lékaře a vyřízení dalších služeb až po recyklaci a zábavu. Zákazníci budou čím dál tím více vnímat nákupní centra jako místa, kde nejen nakupí, ale mohou se tam i kulturně vyžít. Jako nákupní centrum orientující se na rodinu a děti se Avion snaží pobyt v nákupním centru rodinám co nejvíce usnadnit. I letos přibudou dětská hřiště, navíc se přidají výchovné aktivity pro děti a posílí se sportovní nabídka v podobě cyklistického závodu Avion Cup.

Už v červnu budou moci návštěvníci zavítat do nové jižní části ostravského Avionu, kde vzniká tzv. Strip Mall. Pražský Avion chystá letos otevření benzinové pumpy a zprovoznění sběrného místa na nepotřebné oblečení a drobný elektroodpad. Bratislavský Avion také vyjde vstříc větší vnímavosti zákazníků k ochraně životního prostředí. Již dnes veškerá elektrická energie, která se zde spotřebuje, pochází z obnovitelných zdrojů. Plánem na letošek je také vystavět recyklační centrum na nepotřebné oblečení a drobné elektrospotřebiče; dlouhodobým cílem je pak dotáhnout výstavbu elektrických dobíjecích stanic na parkovištích. Parkování je také důležitý aspekt pohodlí při nakupování. Ostravský Avion má dva nové kruhové objezdy, které zvyšují komfort při příjezdu do rostoucího nákupního centra; brněnský Avion rozšířil počet parkovacích míst a snížil jejich vzdálenost do obchodů tak, aby zákazníci šetřili čas, který mohou věnovat nákupům a odpočinku. Rozsáhlou proměnou prošlo nákupní centrum samotné a také zeď v jeho okolí.

Vizí do budoucna je interaktivní nákupní centrum. Již za několik let se může stát, že se bude zákazník procházet po nákupním centru a své nákupy bude registrovat přes univerzální čtecí zařízení. Nákup potom zaplatí na centrální pokladě a při odchodu si jej autem vyzvedne na sběrném místě, kde mu pomůže obsluhující personál.

AFI Palác rozšiřuje nabídku

Dne 11. 2. byl v AFI Paláci otevřen obchod značky Tommy Hilfiger (73 m²). Společně s další populární módní značkou Mango (130 m²) a českým výrobcem přírodní kosmetiky Manufaktura, kteří zde své obchody otevřeli teprve nedávno, tím přináší toto obchodní centrum více oblíbených značek do východních Čech úplně poprvé. „Přítomnost těchto silných a známých značek potvrzuje silnou pozici AFI Paláce v regionu. A za pár měsíců představíme ještě více zajímavých obchodů,“ uvedl Ilan Kalimi, ředitel AFI Paláce Pardubice.



Mediální partner:

REGAL

Retail in DETAIL FRESH FOOD 2011

15. pokračování úspěšné specializované obchodní konference

23. 3. 2011, Hotel Olympik Artemis

www.retail21.cz/retailindetail

Regal 2/2011

vyšel 18. 2.

V čísle mj. najdete:

- Retail Summit 2011
- Jaká je cena cenových válek?
- Hry a hračky

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Jones Lang LaSalle – retailová agentura roku 2010

Jones Lang LaSalle (JLLS) získala ocenění Retailová agentura roku 2010 v regionu střední a východní Evropy (CEE Retail Agency of the Year 2010) na večeru Europaproperty CEE Retail Real Estate Awards, který se konal 10. 2. ve Varšavě. Odbornou porotu tvořili developéři, banky, vlastníci nemovitostí a nájemníci maloobchodních prostorů aktivní v maloobchodu v celém regionu střední a východní Evropy. Beatrice Mouton, regionální ředitelka a vedoucí maloobchodu pro střední a východní Evropu ve společnosti JLLS, říká: „Toto ocenění znamená nejen úspěch a uznání profesionality, kreativity a nadšení poradenského týmu zabývajícího se pronájemy, ale reflektuje i společné úsilí týmů zabývajících se maloobchodními investicemi, oceňováním, správou majetku a průzkumy v daném oboru. Ocenění patří i všem našim klientům, kterým bychom rádi poděkovali za jejich věrnost, důvěru a víru v naše schopnosti za posledních 19 let v regionu střední a východní Evropy. Náš úspěch je i jejich úspěchem.“

Veletrh cukrovinek ISM v Kolíně

Od 30. 1. do 2. 2. 2011 se v německém Kolíně konal již 41. mezinárodní veletrh cukrovinek ISM. Celkem 1494 společností ze 764 států prezentovalo odborné veřejnosti na výstavní ploše 110 tisíc m² sladkosti a snacky z celého světa. První partnerskou zemí ISM bylo Turecko, které zde představilo řadu zajímavých produktů. Zaujala také rozsáhlá expozice společnosti Josef Manner. Obchodní a marketingový ředitel Aleš Aldo Kolářček přibližuje: „Naše expozice se nacházela jako každý rok v hlavním pavilonu světa sladkostí. Letos jsme zaznamenali výrazný počet jejich (Pokračování na stránce 2)

Fresh Food je nejsilnější kategorie pro tvorbu image řetězce a jeho odlišení od konkurence

Fresh Food kategorie mají prioritní vliv na frekvenci nákupů

Portál o zdraví Prozdrazeziti.cz

Dne 15. 1. 2011 byl spuštěn nový webový portál o zdravém životním stylu a látkách prospěšných pro lidský organismus. Cílem je ve spolupráci s erudovanými odborníky poskytovat věrohodné informace o zdravém životním stylu co nejširšímu spektru populace. Na webu Prozdrazeziti.cz návštěvníci najdou řadu užitečných informací, v současnosti např. kompletní přehled vitamínů a minerálních látek a jejich vliv na lidský organismus, včetně jejich doporučené denní dávky, rad, jak postupovat při koupi doplňků stravy, a zajímavé články související se zdravím. Brzy také budou moci využít poradnu, kde mohou klást své dotazy odborníkům na aktuálně vypsána témata. „Pro přípravu webových stránek jsme se s našimi partnery rozhodli z toho důvodu, že chceme veřejnost pravdivě informovat o tématech souvisejících se zdravím a pomoci jim předcházet různým onemocněním a zkvalitnit jim život,“ říká Bohumil Hlavatý, výkonný ředitel České asociace pro speciální potraviny.

Spojení piva s jídlem funguje

V rámci off-trade zaznamenal tradiční trh s pivem v roce 2010 pokles o 6,2 %, zatímco moderní trh vzrostl o 2,6 % (zdroj: MEMRB). Hlavním důvodem poklesu tradičního trhu byl obrovský tlak na ceny, podíl piva prodaného ve slevách vzrostl z 39,0 % na 46,2 %. Zlevňování bylo zaznamenáno především u variant s nižší stupňovitostí (méně než 10° a 11°). Naopak pivní speciály (nad 12°) vykazovaly nárůst.

Při nákupu na tradičním trhu spotřebitelé realizují objemově menší nákupy, při nichž jsou však ochotni si dopřát i prémiovější produkty. Zákazníci v těchto případech upřednostňují kvalitu před kvantitou, což velmi ovlivňuje segment pivních speciálů, který je na trhu zatím stále téměř nezašoupen. „I když lidé šetří, jsou ochotni a chtějí si čas od času dopřát nějakou dobrotu, například právě speciální pivo. Zaměřujeme se na spojení piva s jídlem, lidem se to líbí a uvidíme, co to udělá s prodejem,“ doplňuje Václav Berka, starší obchodní sládek Plzeňského Prazdroje. Na podobnou strategii sází také Heineken Česká republika. Nedávno např. představil nové speciální pivo „Pepřové“, které pochází z pivovaru Velké Březno. Se svými spolupracovníky jej u příležitosti masopustu navštívil vrchní sládek Petr Hauskrecht. Dvanáctistupňový nefiltrovaný světlý ležák je v restauračních zařízeních k dostání od 14. února.



Rekordní rok ProLogisu

ProLogis, mezinárodní poskytovatel distribučních nemovitostí, oznámil shrnutí výsledků společnosti v roce 2010 na průmyslovém trhu v ČR a v regionu CEE. V celém regionu firma podepsala nájemní smlouvy na více než 1 mil. m² prostor, včetně více než 257 tisíc m² v ČR. ProLogis nikdy předtím nepronajal tolik prostor za jeden rok v ČR a CEE. „V roce 2010 bylo strategií ProLogisu zaměřit se na spokojenost zákazníků, snižování neobsazenosti v českém portfoliu, vyhledávání příležitostí na výstavbu build-to-suit projektů a zhodnocování našich pozemků,“ říká Mario Sander, ředitel společnosti ProLogis pro ČR a SR. „Míra retence 94 % u našich zákazníků dokazuje, že ProLogisu důvěřují. Výborné výsledky dosažené v roce 2010 ukazují, že společnost splnila všechny cíle a tento rok je pro český tým rekordní.“

Zdeněk Pohlreich s grily Weber

Šéfkuchař Zdeněk Pohlreich v ČR a SR propaguje americkou značku zahradních grilů Weber. Pro stále početnější milovníky grilování v České republice a na Slovensku doporučuje také sérii receptur, které budou dostupné na webových stránkách www.weber.com. Partnerství s nejlepšími kuchaři je jedním z pilířů marketingové komunikace této společnosti. V německý mluvícím světě je např. tváří grilů Weber kuchařská superstar Johann Laffer. „Jako profesionála mě zajímá zejména spolehlivost, kvalita a multifunkčnost produktu Weber. Především mě však fascinuje skutečnost, že Weber gril ve spojení s kvalitním receptem dokáže v každém probudit kulinářského mistra, který je schopen vykouzlit i ty nejrafinovanější speciality,“ říká Zdeněk Pohlreich.



Volksbank CZ nabízí Cash Back

Od ledna 2011 mohou už i klienti Volksbank CZ využívat u tuzemských obchodníků výběr hotovosti pomocí platební karty, tzv. Cash Back. Držitelé všech typů platebních karet VISA a MasterCard tak mají možnost vybrat si finanční prostředky až do výše 1500 Kč přímo v obchodě společně s platbou za uskutečněný nákup. Výše nákupu musí splňovat minimální hranici 300 Kč, využití služby je pro klienty Volksbank zdarma. „Cash Back vnímáme jako zajímavou doplňkovou službu k platebním kartám Visa a MasterCard, která našim klientům umožní získat potřebnou hotovost jednoduchým, rychlým a bezpečným způsobem, a to především v místech, kde se v blízkosti nenachází bankomat,“ vysvětluje Vladimír Hozman, ředitel oddělení Platební karty Volksbank CZ.

(Pokračování ze stránky 1)

návštěvníků. Hlavním lákadlem byla nejen Videňská kavárna, ale hlavně Casali bar pro příznivce lahodných nápojů s vůní exotiky. Naše hlavní novinky zahrnovaly již zavedené výrobky ze závěru roku 2010, jako například Pausen Schnitte, ale zejména nové výrobky pod značkou Casali. Jedná se o banánky v čokoládě plněné divokou malinou a brusinkami. Tato svěží a lahodná chuť Schoko Bananen XL Wildberry sklídila od všech chuťové ovace. Dalším byl výrobek Casali Caribic Coffee s pravým kávovým likérem a zrnky kávy. Bude jistě silným partnerem produktu Rum Kokos, který byl prezentován na výstavě nejen v novém 200g dárkovém balení jako největší rumové koule na světě Rum Kokos XL. Celá expozice se nesla v duchu historie a nové marketingové mezinárodní promotion o nejdelší píseň světa Manner Song. I v České republice se k ní již brzo připojíme.“

Výsledky potvrzují rostoucí poptávku

Společnost MasterCard Europe oznámila své evropské provozní výsledky za 4. čtvrtletí roku 2010. Pozici jedničky mezi debetními kartami v Evropě potvrdila značka Maestro s 300 miliony vydaných karet na kontinentu. Takového počtu nedosáhla žádná jiná značka debetních karet. Za poslední kvartál hlásí evropský region hrubý dolarový objem transakcí v hodnotě 225 mld. dolarů, což znamená meziroční nárůst o 14 %. Objem nákupů byl 168 mld. dolarů, tedy vzrostl o 13 %. V období od 1. 10. do 31. 12. uskutečnili evropští držitelé karet prostřednictvím karet značek MasterCard 2,1 mld. nákupních transakcí, což značí nárůst o 13,7 %. K 31. 12. 2010 vydaly evropské finanční instituce celkem 212 mil. karet MasterCard (bez značek Maestro a Cirrus), což představuje nárůst o 6,9 % oproti stejnému čtvrtletí v roce 2009. Karty MasterCard mohli jejich držitelé používat v 9,1 mil. akceptačních míst v Evropě a ve více než 31,7 mil. míst na celém světě.

DHL rozšiřuje uzel v Cincinnati

Společnost DHL oznámila, že bude investovat 22,5 mil. dolarů do rozšíření přepravního uzlu na letišti v severním Kentucky v americkém Cincinnati s cílem uspokojit rostoucí poptávku zákazníků po mezinárodních přepravních službách. Od března 2011 začne firma na 19 akrech pozemku pronajatého od letištního úřadu CVG rozšiřovat stávající letištní odbavovací plochu a budovat devět nových odletových bran. Toto rozšíření poskytne parkovací plochu pro dalších devět letadel s širokým trupem, která budou zajišťovat spojení mezi USA s destinacemi v Asii, Evropě a ostatních amerických kontinentech. „Jelikož podniky se postupně globalizují a chtějí využít nové trendy v mezinárodním obchodě, umožní rozšíření přepravního uzlu v CVG společnosti DHL vyhovět rostoucím potřebám svých zákazníků, jež se zabývají dovozem i vývozem,“ říká Ian Clough, generální ředitel DHL Express U.S.

Makro má přehlednější web

Velkoobchodní společnost Makro Cash & Carry ČR spustila začátkem února novou verzi webových stránek. Jsou mnohem přehlednější než ty dosavadní, obsahují technickou přípravu pro budoucí funkcionality a zároveň se na nich chystá několik novinek. Na podobě některých z nich se mohou podílet fanoušci facebookového profilu firmy. Změna vzhledu a struktury webových stránek byla připravována již delší dobu a odráží nové korporátní řešení skupiny Metro Cash & Carry International, jehož je Makro součástí. Cílem je do budoucna nabídnout klíčovým zákaznickým skupinám, kterými jsou především malí až střední podnikatelé ze segmentu HoReCa a nezávislého maloobchodu, on-line obsluhu vlastních zákaznických účtů. „Chystáme například start funkce Moje Makro, v jejímž rámci bude mít každý zákazník vlastní účet, kde si nastaví vlastní zákaznický profil, který může jednoduše upravovat. Dále je na tento rok plánován start on-line objednávání pro zákazníky, kteří si nechávají dovážet zboží přímo do svých provozoven prostřednictvím služby Makro distribuce,“ dodává ředitelka korporátní komunikace Romana Nýdrle.

Nové logo KPP

Český dovozce a distributor podlahových krytin společnost Kratochvíl parket profi mění firemní design a představuje své nové logo. Po více než sedmi letech, kdy firmu v barvách zelené a černé reprezentovalo původní logo, se novými barvami KPP stává bílá v kombinaci s různými odstíny šedé (od světlé až po antracitovou). Výstižný a jasný obsah loga „KPP parkety & design“ zůstává i nadále zachován. „Od založení firmy v roce 1993 jsme v podstatě vždy kombinovali zelenou barvu s černou anebo bílou. Tato kombinace však již nesplňuje naše představy o firemním designu a identitě vůbec,“ říká Petr Kratochvíl, jednatel společnosti Kratochvíl parket profi. Nová barevná kombinace klidné šedé s čistou bílou se stala základem i pro grafiku webových stránek www.kpp.cz, letáků, inzerátů a dalších nástrojů interní a externí komunikace i propagačních materiálů.

Becherovka s čokoládou

Společnost Jan Becher – Karlovarská Becherovka připravila pro milovníky Becherovky novinku. Pro nápoj, který si už přes 200 let zakládá na své tajné receptuře, vytvořil chocolatier Daniel Syrový dva druhy čokolády pod názvem XOCO [B]. Jejich tvar připomíná pečeť, která se dá díky výřezu snadno umístit na okraj líkové skleničky. „Vzhledem k zájmu spotřebitelů jsme se rozhodli uskutečnit akci, kdy bude možné v dubnu získat unikátní čokoládové balení v maloobchodním řetězci Globus jako dárek k litrové lahvi Becherovky Original. Becherovku s čokoládou si tak budete moci dopřát nejenom v prostředí restaurací a kaváren, ale také se svými nejbližšími během rodinných oslav a přátelských setkání,“ uvádí Gabriela Adámková, brand manažerka Becherovky Original.



Zapakatel.cz zdesetinásobil obrat

Desetinásobně větší obrat a 25krát rozsáhlejší základna zákazníků. Takové jsou výsledky jednoho z nejsilnějších slevových serverů v Česku Zapakatel.cz po pěti měsících fungování. Zatímco během prvního měsíce srpna server utržil zhruba 3 mil. Kč, v lednu to už bylo takřka 30 mil. Kč. „V novém roce jsme očekávali pokles tržeb. Po velice silném prosinci ale nakonec přišel ještě silnější leden. Zákazníci na serveru Zapakatel.cz po Vánocích utratili dokonce o 20 % více než během vánoční horečky. Pro rok 2011 očekáváme stejný růst s tržbami v řádech stovek milionů korun,“ říká marketingový ředitel serveru Tomáš Carba. Za půl roku fungování server získal přes 100 tisíc registrovaných zákazníků a více než 30 tisíc fanoušků na Facebooku, kteří díky nákupům na Zapakatel.cz ušetřili už téměř 127 mil. Kč. Obecně lidé na slevových serverech nejvíce nakupují jídlo, krásu, relax a pobyty. Téměř 70 % všech nákupů je realizováno v Praze, 18 % v Brně a zbylých 12 % si mezi sebe dělí největší krajská města.

TNT Express zvýšil obrat o pětinu

Česká expresní divize nizozemské skupiny TNT loni meziročně navýšila obrat o pětinu. Množství přepravených zásilek narostlo o 27 % na 1,4 milionu. Zisk společnosti TNT Express loni vzrostl o 15 %. „Rok 2010 byl tak nejúspěšnějším rokem v historii TNT Express ČR,“ říká generální ředitel Miloš Malaník. Růst tržeb firma zaznamenala především v letecké přepravě, kde se v porovnání s rokem 2009 zvýšil obrat o 27 %. Pozemní přeprava rostla v meziročním srovnání o 23 %.

Dachser Poland oceněn za IT

Společnost Dachser Poland získala prestižní ocenění Nejlepší produkt pro business v kategorii Transport, expedice a logistika za homogenní IT systém společný pro všechny evropské pobočky skupiny Dachser. Tradiční cena udělovaná polským ekonomickým týdeníkem Gazeta Finansowa každý rok oceňuje inovativní produkty či řešení používaná na polském trhu. Dachser jako jeden z prvních logistických providerů na světě vyvinul IT technologie šité na míru potřebám logistického sektoru. Dachser eLogistics je integrovaným propojením internetu s fyzickým tokem zboží. Tato aplikace umožňuje společnosti a jejím zákazníkům nejen on-line přehled o všech zásilkách během celé doby přepravy, ale také celou řadu dalších možností zajišťujících transparentnost logistických procesů a jejich optimalizaci.

Personálie

- Ve společnosti Carrier chladicí technika CZ dochází během prvních měsíců letošního roku ke změnám managementu. Karel Fořt, dosavadní ředitel společnosti, byl k 1. 1. jmenován ředitelem společnosti Carrier Commercial Refrigeration pro střední a východní Evropu. Po čtyřech letech, kdy stál v čele pražské pobočky firmy, ho ve funkci nahradí Marek Jahoda, který ve společnosti pracuje 2,5 roku na pozici vedoucího servisního oddělení. Předání funkce probíhá postupně. Karel Fořt bude do 28. 2. zastávat obě funkce současně a Marek Jahoda ho ve funkci plně nahradí k 1. 3.
- Společnost VF Czech, zastupující značky Wrangler a Lee na českém a slovenském trhu, posiluje prodejní tým a management firmy. Jako sales manažer Jeanswear nastoupil od 1. 2. Lukáš Dulava. Uplatní své zkušenosti z vedoucích pozic v malo- a velkoobchodě. Posledních osm let pracoval ve společnosti Piccollo, distributora značky Columbia. Mezi jeho prioritní cíle bude patřit zejména řízení obchodního týmu, rozvoj obchodních aktivit a budování distribuční sítě partnerských prodejen.
- Drahomíra Mandíková se stala ředitelkou firemních vztahů a komunikace společnosti Plzeňský Prazdroj. V této pozici zúročí své zkušenosti z předchozí práce manažerky pro vztahy s veřejností v Plzeňském Prazdroji a také jedenáctiletou praxi v sesterské společnosti Pivovary Topvar na Slovensku.
- Společnost SAS představila nového generálního ředitele české pobočky Jana Medřického. Přichází s více než desetiletými zkušenostmi z oboru se společnostmi Oracle, NCR, Informatica a Sybase. Ve své nové funkci se chystá využít především své znalosti z oblasti Business Intelligence, řízení prodejních kanálů, sales managementu, optimalizace interních procesů a péče o klíčové zákazníky společnosti.