

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 22/06, 6. 6. 2006

Makro upraví své obchodní podmínky

Velkoobchodní společnost Makro Cash & Carry ČR upraví od 1. července své obchodní podmínky. Rozšíří provozní dobu pro klíčové zákazníky, zavede větší profesionální poradenství či nový bonusový systém. Zároveň byl stanoven minimální obrátový limit, konkrétně na 2000 Kč za půl roku. „Od začátku července představíme řadu novinek, které dále prohlubují zaměření na poskytování služeb profesionálům, zejména z oblasti nezávislého maloobchodu a gastronomie. Mezi tyto změny patří i úprava obchodních podmínek. Jejich principy byly odzkoušeny během pilotního projektu, který probíhal v Makru Ústí nad Labem. Podle našich průzkumů zákazníci tyto změny velmi vítají,“ uvádí Martin Dlouhý, generální ředitel Makro.



Společnost Makro zavádí nový systém značení klíčových zákazníků: Stříbrný Makro partner (měsíční tržby 20 až 40 tisíc Kč bez DPH) a Zlatý Makro partner (měsíční tržby nad 40 tisíc Kč bez DPH). Výměna karet bude probíhat od poloviny měsíce června a snahou bude, aby byla ukončena v průběhu jednoho měsíce. Pro zvýšení komfortu nakupování těchto „partnerských“ skupin budou pouze pro ně vyhrazeny nákupní hodiny, a to denně od 6 do 9 hodin vyjma víkendů, v sobotu od 6 do 8 hodin a v neděli pak od 7 do 8 hodin. V České republice Makro zavádí nový bonusový program pro Zlaté Makro partnery. Každé úrovní dosažených tržeb odpovídá určitý procentní bonus. Rozpětí bonusu je od 0,5 % do 3 % a vyplácí se z tržeb po odečtení nákupů letákového zboží a cigaret. Bonus bude vyplácen na čtvrtletní bázi.

Pokud jde o minimální limit pro půlroční nákup, budou ti zákazníci, kteří jej v první polovině sledovaného období nebudou plnit, na tento fakt upozorněni dopisem. Pokud ani během následujícího čtvrt roku nesplní podmínku limitu minimálního obrátu, bude jim registrace následně zrušena. Stejný postup bude aplikován i v dalších sledovaných obdobích. Zároveň bude zaveden manipulační poplatek za novou registraci ve výši 100 Kč. Společnost odhaduje, že se tímto způsobem zmenší databáze zákazníků o 10 %.

Zákon o ochraně spotřebitele vešel v platnost

Dne 29. května nabyla účinnosti novela zákona o ochraně spotřebitele, která zpřísňuje některé podmínky podnikání a zároveň lépe chrání spotřebitele. Nepoctivým obchodníkům nyní například hrozí pokuty až 50krát vyšší než dříve. Prodejci mají rovněž povinnost vydat podrobný doklad o uplatnění reklamace a zdůvodnit své zamítnutí. Za porušování povinností uložených zákonem mohou nyní nepoctiví obchodníci dostat sankci až do výše 50 mil. Kč oproti původnímu 1 milionu. Týká se to zejména klamání spotřebitele, zamlčování údajů o skutečných vlastnostech výrobků, prodej výrobků nebezpečných svou zaměnitelností s potravinami nebo za dovoz či prodej výrobku, jehož vada způsobila újmu na zdraví či na životě.

Další změny se dotknou například provozovatelů tržnic, kteří budou muset vést evidenci prodávajících a na žádost dozorového orgánu ji předložit. Zákon také prodávajícím nařizuje předat spotřebitelům písemné potvrzení o tom, kdy spotřebitel uplatnil reklamaci, co je jejím obsahem a jaký způsob vyřízení reklamace spotřebitel požaduje. Proávající také musí poskytnout spotřebiteli potvrzení o datu a způsobu vyřízení reklamace, včetně potvrzení o provedení opravy a délce trvání, případně písemné odůvodnění zamítnutí reklamace.

GE Money Multiservis



Obchodník roku 2006

GE Money Multiservis Obchodník roku 2006 je ocenění, které získávají ti nejlepší obchodníci v ČR. Plní funkci barometru maloobchodu, který pomáhá zákazníkům v lepší orientaci a rozhodování mezi jednotlivými obchody. Zároveň je užitečným nástrojem komunikace samotných obchodníků – úspěch v ocenění je dobrým signálem nejen pro zákazníky, ale i zaměstnance a obchodní partnery.

Více informací o soutěži na www.obchodnik-roku.cz



V 5. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL
MIMO JINÉ NAJDETE:

- Na cestě z vietnamských stánků
- Přichází bio boom
- Sklad: vyšší kapacita, nízké náklady
- Nealko ovládají privátní značky

Regal 5/2006 vyšel 15. 5.
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Kodak a Noritsu rozšiřují spolupráci

Společnost Kodak bude ve střední Evropě (Česko, Maďarsko, Polsko a Slovensko) rozšiřovat spolupráci s předním světovým dodavatelem vybavení pro minilaby, s firmou Noritsu. Distribuční smlouva a program pro prodejce Kodak Express firmy Kodak umožní konsolidaci podpory výroby fotografií. Spolupráce obou firem již úspěšně probíhá delší dobu, jejím nejnovějším příkladem je řada 32/33, která zajišťuje kvalitní a rychlý tisk z klasického filmu i digitální předlohy. Společnost Kodak bude ve svých prodejních kanálech aktivně podporovat a propagovat veškeré drobné vybavení pro zpracování fotografií značky Noritsu a společnost Noritsu bude aktivně propagovat fotografické papíry a chemii značky Kodak a zajistí snadné propojení svého vybavení s objednávacími terminály a kiosky Kodak Picture Maker.

První fáze globálního přechodu ukončena

Cereal Partners Worldwide (CPW) oznámila úspěšné ukončení první fáze změny receptur snídaňových cereálií Nestlé na celozrnné. Díky nedávné změně receptur tak bude v Evropě každoročně k dispozici 700 milionů porcí o něco zdravějších celozrnných cereálií, což bude mít pozitivní dopady na zdraví konzumentů cereálií Nestlé. „Největší výhodou pro naše zákazníky je fakt, že nemusí měnit své stravovací návyky, aby v budoucnosti zařazo-

(Pokračování na stránce 2)

Globus otevřel jedenáctý hypermarket

Dne 1. června slavnostně otevřela společnost Globus ČR v Chotíkově u Plzně svůj nový hypermarket. Počet hypermarketů Globus v České republice tak stoupl na jedenáct. „Otevření hypermarketu v Plzni je dalším krokem, kterým naplňujeme strategii postupného rozvoje našich obchodních aktivit v ČR,“ říká jednatel společnosti Globus Petr Vyhnálek. Prodejní plochou (13 tisíc m²) se řadí tento hypermarket k největším hypermarketům Globus v ČR. Jeho součástí je i Baumarkt, který v Plzni fungoval na jiném místě samostatně od roku 1998. Zákazníkům nabídne také restauraci, čerpací stanici a myčku osobních automobilů, součástí hypermarketu je i dětský koutek a obchodní pasáž s doplňkovými službami. „Stejně jako všechny stávající hypermarkety Globus v ČR, tak i náš plzeňský hypermarket disponuje vlastní pekárnou a řeznictvím, a může tedy nabízet svým zákazníkům skutečně čerstvé a kvalitní pečivo, maso a uzenářské výrobky,“ říká Boris Malý, vedoucí marketingu společnosti Globus. Výstavba hypermarketu v Chotíkově na severním okraji Plzně byla zahájena v roce 2005. „V interiéru byly poprvé v České republice využity prvky nového in store designu Globus, které se od loňského roku uplatňují v síti Globus v Německu. Jedná se například o nové barevné řešení regálů, nové osvětlení, orientační systém, LCD displeje umístěné v prostoru prodeje masa a uzenin a velkoformátové fotografie, které opticky označují na prodejní ploše jednotlivá oddělení. Všechny tyto prvky by měly přispět ke snazší orientaci zákazníků i k celkově příjemnější atmosféře v hypermarketu,“ vysvětluje David Friedl, ředitel hypermarketu Globus Chotíkov. V Plzni se také poprvé setkají nakupující s inovovaným logem společnosti Globus. „Změna také napomohla ke zlepšení jeho čitelnosti na větší vzdálenost,“ dodává Boris Malý.



GE Money Multiservis Obchodník roku odstartoval

Prestížní ocenění pro nejlepší obchodníky, GE Money Multiservis Obchodník roku 2006, vstoupilo 1. června již do čtvrtého ročníku. Letos s sebou přináší některé novinky – nový způsob volby absolutního vítěze ocenění, představení nových webových stránek www.obchodnik-roku.cz, kde jsou k dispozici veškeré podrobné informace, a novou kategorii Professional (cena odborné veřejnosti udělovaná časopisem Regal).

„GE Money Multiservis Obchodník roku je ocenění, které nabylo na velkém významu. Obchodníci jsou tímto srovnáním kvality motivováni k dalšímu zvyšování standardu poskytovaných služeb, což přináší výhody spotřebitelům. Ti se mohou snáze orientovat na trhu a používat cenné znamení prvotřídní kvality služeb a toho nejlepšího přístupu k zákazníkům,“ říká Charlie Coode, předseda představenstva a generální ředitel společnosti GE Money Multiservis, která je generálním partnerem ocenění. Hlavním mediálním partnerem letošního ročníku se stalo vydavatelství Economia a jeho tituly: Hospodářské noviny, Ekonom, Marketing & Media a časopis Regal. Výsledky budou oznámeny 10. října 2006 během slavnostního večera ve Slovanském domě.

Racio – rozdělení portfolia a soutěže

Společnost Racio v současné době realizuje projekt zaměřený na rozdělení portfolia značky stejného jména do dvou skupin: Zdraví linie vitalita (ZLV) a Pohoda a chuť (PCH). Jeho součástí je redesign jednotlivých řad produktů. Jednotlivým prvkem řady ZLV (chlebičky, knackebroty, toasty, křehké plátky) je použití základní bílé barvy a dále doplňkové barvy ve formě linie pro charakteristiku a odlišení jednotlivých druhů. Grafiku doplňují fotografie výrobku a vyobrazení jednotlivých složek. Na každém obalu je umístěn slogan Zdraví linie vitalita, který je základem komunikace se zákazníkem. Do skupiny PCH patří Raciolky, Jazýčky a Polomáčené chlebičky. Základem grafiky je plocha v předem stanovené základní barvě a vlna s linií ve světlejším odstínu použité barvy. Důležitým prvkem je vyobrazení příchutí nebo zátiší se šálkem čaje spolu s výrobkem. Cílem projektu je zpřehlednit sortiment, usnadnit tak zákazníkovi orientaci a zvýšit jeho povědomí o značce.

Další aktivitou je SMS soutěž pro spotřebitele – Dárky, které si vás přitáhnou – o 61 digitálních fotoaparátů a skútr. Probíhá od 15. května do 14. července, a týká se všech 4 druhů (česnek, cibule & smetana, slanina, cheddar) výrobků nového snacku Crocamtte. V prodejnách je soutěž podpořena wobblery s upoutávkou. Na květen a červen navíc firma připravila soutěž o mobilní telefon Siemens CF62. Týká se tří řad výrobků (Racio Veronika, Racio Křehké plátky, Argentina Rohlíčky), které jsou označeny samolepkou s avízem o soutěži. Zákazník vystříhne tři čárové kódy (v libovolné kombinaci) a pošle je v obálce se jménem a adresou na adresu společnosti. Podrobnější informace jsou na www.racio.cz.

(Pokračování ze stránky 1)

vali více celozrnných potravin do svého jídelníčku,“ říká Ian Friendly, CEO CPW a dodává, „snídaňové cereálie se značkou Nestlé, jako například Nesquik a Chocapic, chutnají stejně dobře jako dříve, nyní ale obsahují více celozrnné složky.“ V Evropě je přechod na celozrnné receptury ukončen, CPW bude tedy pokračovat s globální změnou receptur cereálií ve Střední Americe a Asii.

Největší filipínské nákupní centrum

Prezidentka Gloria Macapagal Arroyo otevřela 20. května největší nákupní centrum na Filipínách a jedno z největších v Asii. Nákupní a obchodní centrum Mall of Asia se rozkládá na 60 h v blízkosti manilského zálivu. Projekt za 125 mil. dolarů nabízí 400 tisíc m² využitelné plochy a zaměstná téměř 10 tisíc lidí. Zahnuje také první kluziště olympijské velikosti v zemi a první kinosál Imax, který se pyšní promítacím plátnem pro 3D filmy o výšce osmi pater. Centrum také zahrnuje call centrum společnosti Dell, které se rozkládá na 13 470 m². Jde o druhé kontaktní místo tohoto amerického výrobce počítačů v zemi. Mall of Asia je první fází budoucího rezidenčního, nákupního a obchodního centra, které se bude nazývat SM Central Business Park.

Ekologická PET láhev

V obchodech ve Velké Británii se objevily ekologické plastové láhve. Na trh je uvedla společnost Belu a jejich výhodou je, že se v přírodě velmi rychle rozloží. Podstatou šetrnosti těchto obalů vůči životnímu prostředí je jejich složení. Láhve na vodu od Belu jsou vyrobeny z obilovin a na kompostu během několika měsíců zcela splynou s přírodním odpadem. Běžná plastová láhev se rozloží asi za tisíc let. Voda v ekoobalu stojí 45 penic a výtěžek je určen na charitativní projekt pro Afriku a Indii. Jeden prodaný kus údajně zajistí pitnou vodu pro jednu osobu v těchto oblastech na měsíc. Více na www.belu.org.

IPS Alpha Technology roste

Společnost IPS Alpha Technology, Ltd., oznámila, že se rozhodla pro další rozšíření svých výrobních kapacit na výrobu velkých LCD panelů IPS určených pro televizory, což představuje další investiční náklady o hodnotě přibližně 80 mld. jenů, které zahrnují investice do nejmodernějšího závodu v japonském městě Mobar. Tento krok je reakcí na celosvětově rostoucí poptávku po televizorech s plochou obrazovkou. IPS Alpha má také v plánu postavit výrobní závod na výrobu LCD modulů v České republice, který by podle plánů měl být zrealizován ve druhé polovině fiskálního roku 2007, aby bylo možno držet krok s rychlým růstem evropského trhu pro televizory s plochou obrazovkou. Na výstavbu tohoto závodu je vyčleněno přibližně 12 mld. jenů z 80 mld. jenů vyhrazených na oznámené investiční aktivity.

Vysočany budou mít nové obchodní centrum

Na náměstí OSN v Praze 9 vznikne nové Obchodní centrum Galerie Fenix Vysočanská a Clarion Hotel Prague Vysočany. Realizaci projektu zajistí společnost Czech Property Investment. Součástí komplexu, který si vyžádá investici ve výši asi 2,5 mld. Kč, bude obchodní centrum Galerie Fénix s celkovou prodejní plochou přesahující 10 tisíc m² a čtyřhvězdičkový hotel, určený zejména obchodní a kongresové klientele, s kapacitou 559 pokojů a kongresovým zázemím pro 1200 osob. U příležitosti poklepání na základní kámen bude 7. června také podepsána a představena smlouva o dlouhodobé spolupráci Czech Property Investment s Nadací Terezy Maxové.

Projekt 3M Top asistentka zná vítěze

V prostorách klubu Solidní nejistota proběhlo v květnu slavnostní vyhlášení vítězů projektu 3M Top asistentka spojené s neformálním posezením příznivců tohoto internetového vzdělávacího kurzu. Celkovým vítězem se stala Radka Taszková, která získala v průběhu distančního vzdělávacího kurzu 3M Top asistentka více než 706 bodů a stala se tak jeho nejúspěšnějším absolventem. Kurzu se zúčastnilo více než 5000 účastnic a několik účastníků. Právě vzhledem k účasti a kladným ohlasům bude kurz pokračovat. „Často se při firemním vzdělávání na tuto důležitou skupinu pracovníků zapomíná. Protože si v 3M Česko uvědomujeme jejich důležitost, připravili jsme ve spolupráci s odbornými partnery vzdělávací kurz usítý na míru jejich potřebám. Jeho přínos podle mého názoru potvrzuje vysoký počet účastníků a kladné ohlasy, které průběžně dostáváme,“ říká Lucie Bušíková, sales and marketing supervisor 3M Česko.



Mattoni má Poděbradku

Karlovarské minerální vody (KMV) a společnost Poděbradka se mohou spojit. Rozhodl o tom Úřad pro ochranu hospodářské soutěže (ÚOHS), který už podruhé posuzoval žádost KVM o spojení. Původně ji zamítl s tím, že by došlo k dominantnímu postavení KMV na trhu. Firma má stamilonové zisky ročně, jenom předloni čistý zisk převýšil 400 mil. Kč. Poděbradka má tržby kolem 1 mld. Kč ročně a 30% podíl na trhu ochucených minerálních vod. Firmy nyní musí splnit několik podmínek, například zachovat dalších pět let stávající obchodní značky produktů.

Mezi další podmínky patří: Firmy musí zajistit, aby Poděbradka i po realizaci spojení po dobu pěti let vyjednávala své obchodní a dodací podmínky s odběrateli zajišťujícími distribuci odděleně od KMV. Dále zajistit po dobu pěti let udržení cenového rozdělení nápojů tak, že nebude snižován stávající podíl nápojů nižší cenové kategorie a předkládat antimonopolnímu úřadu každoročně po dobu trvání závazků zprávu o stavu jejich plnění.

„Uvedené závazky jsou dostačující k odstranění existujících obav z podstatného narušení hospodářské soutěže,“ uvádí mluvčí ÚOHS Kristián Chalupa.

Nová kosmetická řada Care One

Novou privátní značku představila na českém trhu společnost Ahold Central Europe. Kosmetická řada nazvaná Care One se v jejích prodejnách Albert a Hypernova objevila v květnu a nabízí celkem 46 výrobků pro péči o tělo, pleť, ruce i vlasy. Značka chce navázat na své úspěchy ze zahraničí. „Podle ohlasu, které zatím máme, mají zákaznice o nabízené produkty zájem. Příznivá cena celé řady je velmi lákavá a věříme, že stačí jeden nákup, aby se ženy přesvědčily o vysoké kvalitě všech produktů,“ popisuje Eva Najnarová, brand manažerka privátních značek pro Ahold Central Europe. Nižší ceny si podle ní mohli dovolit díky maximálnímu omezení marketingových nákladů. „Neinvestujeme prostředky do masivní inzertní kampaně ani televizních reklam, jak je u kosmetiky obvyklé. Zaměřili jsme se spíše na přímou komunikaci se zákazníkem,“ dodává.



Předplatitelé měsíčníku Regal mají přístup do elektronického archivu časopisu na adrese www.eRegal.cz ZDARMA. Stačí se pouze on-line zaregistrovat a ověřit předplatně na internetové stránce <http://predplatitel.ihned.cz>.

GE Money vstupuje do Rumunska

GE Money, globální dceřiná firma společnosti General Electric Company, která působí v oblasti spotřebitelských půjček, se dohodla na převzetí majoritních podílů ve firmách Leasemart Holding BV (obchoduje pod značkou Motoractive), Ralfi SA (obchoduje pod značkou Estima Financ) a Domenia Credit SA (Domenia), jež doposud držel rumunský fond Romanian American Enterprise Fund. Transakce, kterou musí ještě schválit regulační orgány, by měla být završena ve 3. čtvrtletí. Souhrnná částka uhrazená za všechny akcie v oběhu všech tří společností by měla dosáhnout asi 140 mil. eur. Ralfi nabízí spotřební finanční produkty prostřednictvím 700 maloobchodních prodejních míst včetně 110 obchodů s domácími spotřebiči řetězce Domo, Leasemart zase ve svých 12 regionálních pobočkách a prostřednictvím programů u prodejců poskytuje leasingové produkty pro financování nákupu automobilů a vybavení a Domenia je hypoteční společnost s 9 pobočkami.

Levi Strauss pomáhá dětem

Letos společnost Levi Strauss poprvé pořádá celoevropský Community Day. Zaměstnanci se v jednotlivých zemích dobrovolně zúčastní charitativních projektů, které sami navrhli. Premiéru měl projekt před šesti lety v USA, v Evropě slavil úspěch loni v Bruselu a Paříži. V ČR se zaměstnanci společnosti Levi Strauss rozhodli uspořádat den věnovaný dětem z Dětského domova v Praze 9 - Klánovicích. Dne 22. června doprovodí přibližně 35 dětí z tohoto dětského domova do pražské zoo, kde pro ně připraví různé soutěže a další překvapení.

Personálie

- Novým generálním ředitelem firmy Ahold Czech Republic, který je zodpovědný za všech 296 prodejen Albert a Hypernova v České republice, je Buck van der Werf. A právě jejich rozvoj bude jeho hlavním úkolem.
- Řetězec obchodů drogerie-parfumerie Rossmann posílil svůj manažerský tým. Na pozici ředitele nákupu nastoupil Arnaud Duval a ředitelem provozu se stal Ludvík Engel. Francouz Arnaud Duval předešlých sedm let pracoval pro maloobchodní síť Carrefour. Ludvík Engel pracoval uplynulých šest let pro společnost Benzina v Praze.
- Novým manažerem marketingu velkoobchodní společnosti Makro Cash & Carry ČR se stal Stanislav Novotný.
- Řady marketingového oddělení společnosti Oriflame rozšířila Simona Voráčková na pozici PR & advertising manažer. Svou činnost bude zaměřovat na nové koncepce PR a marketingových aktivit a převezme péči o celkovou strategii komunikace značky a inzerci.

Elektronická příloha časopisu Regal. Vychází jednou týdně. Registrován pod ISSN 1801-4976. Kontakt: Regal, Economia, a.s., Dobrovského 25, 170 55 Praha 7; Radana Čechová, šéfredaktorka, tel.: 233 073 152, fax: 233 072 021, <http://www.eregal.cz>, regal@economia.cz; Magda Etzlerová, inzertní manažerka časopisu, tel.: 233 073 170, fax: 233 072 730, magda.etzlerova@economia.cz. © Všechna práva vyhrazena. Bez předchozího písemného souhlasu vydavatelství Economia, a.s., je zakázána jakákoli další publikace, přetištění nebo distribuce (tištěnou i elektronickou formou) jakéhokoli materiálu nebo části materiálu zveřejněného v tomto PDF servisu. Společnost Economia, a.s., využívá agenturní zpravodajství ČTK, která si vyhrazuje veškerá práva. Publikování nebo šíření obsahu ze zdrojů ČTK je výslovně zakázáno bez předchozího písemného souhlasu ze strany ČTK.