

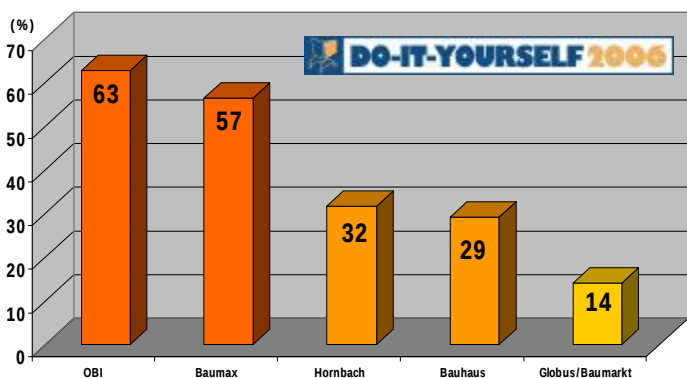
Zákazníci českých hobbymarketů se diferencují

Na českém trhu s potřebami pro kutily, řemeslníky a zahrádkáře dochází k další diferenciaci. Vyplývá to z výsledků výzkumu DO-IT-YOURSELF 2006 společností Incoma Research a GfK Praha. Rozdíly se ukazují např. při výběru prodejny, kde toto zboží kupovat. Celkově je pro českého zákazníka při nákupu DIY zboží rozhodujícím faktorem personál v prodejně, jeho profesionalita, schopnost odborně poradit. Důležitou roli hraje také široká nabídka zboží následovaná příznivými cenami.

Při podrobnějším pohledu na zákazníky hlavních českých hobbymarketových řetězců (Bauhaus, Baumax, Globus Baumarkt, Hornbach a OBI) je evidentní, že se začínají výrazněji diferencovat co do požadavků na výběr svého nákupního místa. Pro zákazníky Bauhausu a Hornbachu je rozhodujícím faktorem při nákupu DIY zboží široká nabídka v prodejně, což může souviset s větší profesionalitou těchto zákazníků. Naopak zákazníci řetězců Baumax a OBI kladou na první místo schopnost personálu odborně poradit, což nasvědčuje spíše laicky orientované zákaznické bázi. V prodejnách řetězce Globus Baumarkt nakupují cenově citliví zákazníci, kteří požadují kromě profesionality především příznivé ceny DIY sortimentu.

Spotřebitelský průzkum zjišťoval také spontánní znalost prodejen s DIY sortimentem na českém trhu. V porovnání s loňskými výsledky je zjevné, že se DIY řetězce stále více dostávají do povědomí českých spotřebitelů. Nejčastěji si Češi sami, bez nápovědy, vzpomenu na hobbymarket OBI, jehož jméno se vybavilo 63 % respondentů, a na řetězec Baumax, na který si vzpomnělo 57 % z nich. Na třetí příčce se umístil řetězec Hornbach, který si svou letošní 32% spontánní znalostí výrazně polepšil. Těsně za ním následuje hobbymarket Bauhaus s 29% spontánní znalostí a na pátém místě je Globus Baumarkt, který si jako prodejnu nabízející DIY zboží vybavilo 14 % respondentů.

Spontánní znalosti prodejen nabízejících zboží pro domácnost, dílnu a zahradu



Zdroj: DO-IT-YOURSELF 2006 (Incoma Research + GfK Praha)

Pro peníze do pokladen obchodů

Na podzim si budou moci spotřebitelé vybrat hotovost nejen v bankomatu, ale i u pokladny supermarketu. Podmínkou bude nákup za několik set korun a maximální částka, kterou půjde vybrat, zřejmě nepřekročí 1500 Kč. Jako první chtějí s novinkou zavaznou cashback přijít v září nebo v říjnu obchody Albert a Hypernova ve spolupráci s ČSOB.

Další banky a obchody se budou přidávat později a naplno se služba rozjede příští rok. Například asociace Visa slibuje, že pro všechny banky spustí naplno systém výběrů v první polovině roku 2007. Podobně hovoří i konkurenční MasterCard.



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 6. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL

MIMO JINÉ NAJDETE:

- Proč by měli řidiči nakupovat u vás
- V logistice je stále nedostatek lidí
- Shopping centra očima nájemců
- Dlouhá cesta ke zdraví

Regal 6/2006 vyšel 12. 6.

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Malaysia Food & Beverage 2006

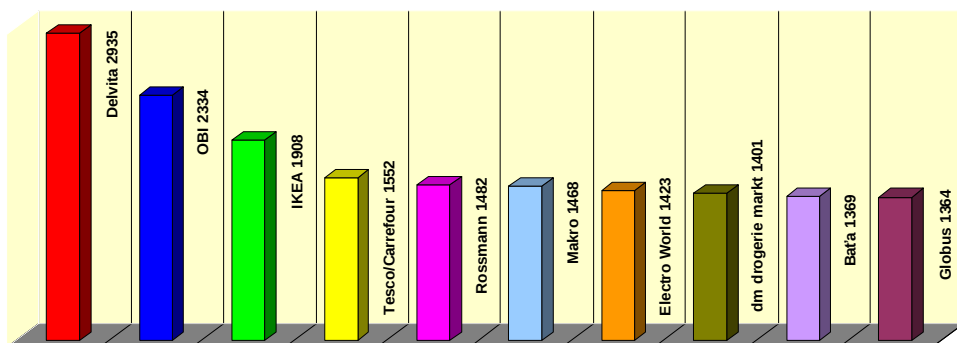
Malajský celostátní deník Utusan Melayu (Malaysia) Berhad a společnost Expomal International Sdn Bhd jsou spoluorganizátory již sedmého ročníku malajského mezinárodního veletrhu potravin a nápojů – MIFB 2006. Toto každoroční setkání potravinářských a obchodních firem se bude konat v době od 13. do 15. července v Putra World Trade Centre, v Kuala Lumpur. V loňském roce přivítal veletrh více než 13 170 návštěvníků z 45 zemí. Letos poprvé se zde budou souběžně konat tři specializované projekty: World Halal Food, Asia Agriculture Marketplace 2006 a F & B Franchise Asia.

Unilever – pomoc při výběru zdravých potravin

Společnost Unilever představila globální logo, které má pomoci spotřebitelům při výběru zdravějších potravin a nápojů. Logo My Choice, které se objeví na produktech s nízkým obsahem tuků, sodíku a cukru, bylo koncem května představeno v Nizozemsku, ale během následujících 18 měsíců bude uvedeno na celosvětový trh. Jako součást firemního Nutrition Enhancement Programme je nové logo uvedeno na zhruba 250 produktech prodávaných v Nizozemsku, včetně polévek Knorr, Knorr Vie, Flora Pro-activ a olivového oleje Bertolli. V budoucnu bude na obalech třetiny výrobků dodávaných firmou do celého světa. Tento program je otevřený i pro ostatní výrobce a obchodníky. V Nizozemsku se k němu zatím připojili dva dodavatelé mléčných výrobků a několik prodejců.

Obchodník roku 2006 – průběžné výsledky

Jak jsme již informovali, letošní ročník soutěže GE Money Multiservis Obchodník roku 2006 byl zahájen 1. června a výsledky budou oznámeny 10. října. Kromě absolutního vítěze budou letos oceněni nejlepší tuzemští obchodníci celkem v 11 kategoriích. O výsledku kategorie Cena veřejnosti rozhoduje přímo veřejnost prostřednictvím internetového a SMS hlasování (od 1. června do 30. září). Rozhodli jsme se zveřejňovat průběžné výsledky tohoto hlasování v našem newsletteru po celou dobu, kdy bude probíhat. Také proto, že hlasování plní roli určitého „barometru“ kvality služeb v jednotlivých obchodech. Uvedený stav hlasování je k 17. červenci 2006. Více informací najdete na www.obchodnik-roku.cz.



Spolupráce EA a Hyundai Motor CZ

Při příležitosti Mistrovství světa ve fotbale 2006 vydala společnost EA videohru FIFA World Cup 2006. Na její propagaci se spojila s Hyundai Motor CZ a za podpory agentury ChrisFromParis zorganizovala promo akci v sedmi českých městech (České Budějovice, Plzeň, Liberec, Hradec Králové, Olomouc, Brno a Praha), nazvanou World Cup Café. Vždy v průběhu jednoho dne si mohli zájemci zahrát hru a projet se ve vozech Hyundai Accent a Santa Fe. Vítěz průběžně konané soutěže získal týdenní pobyt v Chorvatsku pro dvě osoby od společnosti Globcom Tour. Celkový vítěz pojede se třemi svými přáteli na fotbalovou jízdu v Hyundai.

NAS CZECH GROUP otevřela pobočku v Budapešti

Společnost NAS CZECH GROUP, člen POPAI Europe, která se profiluje jako developer nových médií, otevřela v červnu svou pobočku v Budapešti, v blízkosti maďarského parlamentu. Dceřiná společnost bude, stejně jako pražská, nabízet zadavatelům reklamy nová out-of-home a in-store média. Klíčovým produktem bude v první fázi walkboard, světelný reklamní nosič s multifunkčním použitím. Převážně je instalován v chodnicích a díky své malé konstrukci hloubce nachází široké uplatnění také v městských pasážích, nákupních a obchodních centrech i výstavních halách. První walkboardy v Maďarsku budou instalovány v síti Duna Plaza v Budapešti.



Výrobci tepelných čerpadel zahájili spolupráci

Dne 1. června zahájili spolupráci čeští výrobci tepelných čerpadel, PZP Komplet a Kostečka Group, aktivní členové Sekce tepelných čerpadel při Svazu chladicí a klimatizační techniky, kteří na českém trhu působí už 15 let. „Spojení je důsledkem rostoucího konkurenčního tlaku ze strany některých zahraničních dovozců tepelných čerpadel, kteří čerpají ve svých mateřských zemích na alternativní zdroje vytápění vládní i evropské dotace pro výrobu, čímž dosahují výrazně nižších výrobních nákladů než místní výrobci,“ říká Milan Kostečka, majitel Kostečka Group. Tepelná čerpadla, použitelná v soukromém i korporátním prostředí, se řadí v současnosti mezi nejpobulárnější alternativní zdroje vytápění. Mezi jejich hlavní výhody patří ekologická šetrnost, tichý chod a velmi nízké provozní náklady.

Alfa, Vegetol, Pitralon a další skončí?

Do tří let pravděpodobně ukončí společnost Setuza výrobu olejů, margarínů, mýdel a pracích prášků. To by znamenalo konec značkám, jako jsou například margarín Alfa, olej Vegetol, Lukana a Ceresol, voda po holení Pitralon, mýdlo s jelenem a prací prášek Merkur. Důvodem je jak velká konkurence mezinárodních koncernů s podobnými výrobky, tak obchodních řetězců, které firmy stlačují marže. Setuza, která už loni prodala britské farmaceutické skupině GlaxoSmithKline ochranné známky na zubní pasty Odol, Fluora a Perlička, se chce dát cestou výroby biopaliv.

Opomíjené názory spotřebitelů na shelf-ready packaging

Obchodníci a výrobci dostatečně nevyužívají potenciál shelf-ready packagingu (SRP), protože neberou plně v úvahu názory nakupujících. To je zjištění nového výzkumu IGD zaměřeného na SRP z pohledu spotřebitelů, který byl zveřejněn na Evropské konferenci ECR ve Stockholmu.

Největší průzkum svého druhu zjistil, že z mezinárodního hlediska 78 % obchodníků a dodavatelů nesprávně hodnotí účinek SRP na nakupující. I když si někteří myslí, že SRP usnadňuje nalezení daných výrobků, pomáhá při upozornění na nové produkty, zamezuje poškozování výrobků a přispívá k čistotě a uspořádanosti regálů, pouze pro třetinu z nich je přitažlivý.

Oslava Midnight Sun v Laponsku

Finlandia Vodka pozvala 21. června do finského Laponska, konkrétně do městečka Kittilä, více než 300 hostů z celého světa na Finlandia Vodka oslavu Midnight Sun. Slavil se příchod léta, který má ve Finsku výjimečný význam – počínaje dnem 21. června nezapadne slunce po dobu 73 dnů. Těto oslavy se zúčastnili také výherci soutěže, která byla uveřejněna na nové internetové stránce www.midnightsun.cz.

MasterCard – nový název a identita

Skupina MasterCard dne 28. června oznámila, že její hlavní provozní dceřiná společnost, MasterCard International, představuje své nové jméno, MasterCard Worldwide. Zároveň představuje novou vizuální podobu své značky a nový firemní slogan „The Heart of Commerce“.

Tyto změny odrážejí globálně integrovanou strukturu společnosti a její strategickou vizi podpory obchodování na celém světě. Znamé protínající se kruhy, které symbolizují značku MasterCard na všech kartách značky MasterCard i na platebních terminálech obchodníků všude ve světě, zůstanou. Firma bude pokračovat i v globální reklamní kampani K nezaplatení (Priceless), která nyní běží celkem ve 106 zemích a 49 jazycích.

Wincanton zvýšil zisk

V minulém finančním roce, který skončil 31. března 2006, vykázala logistická společnost Wincanton 9,5% nárůst zisku ve srovnání s rokem předcházejícím. Vedení firmy navrhlo zvýšení dividendy o 10 %. Zisk před zdaněním a započtením mimořádných položek vzrostl proti roku předcházejícímu o 9,5 % na 32,3 mil. liber (1,34 mld. Kč). Konsolidovaný obrát skupiny se zvýšil o 9,6 % na 1,81 mld. liber. Wincanton rozšiřuje aktivity v regionu střední a východní Evropy a prohlubuje tím svoji pozici dodavatele logistických řešení, zejména v České republice, Maďarsku, Polsku

Obchodní centra míří na nádraží

České dráhy založily dceřinou společnost ČD Reality, která vypsal výběrová řízení na šedesát vybraných českých nádraží. Další asi deset nádraží (např. Holešovice, Ústí nad Labem, Plzeň, Havlíčkův Brod) už investora má. Cílem je přeměna nádražních budov, kterými denně projde zhruba 600 tisíc lidí, na obchodní centra. V blízké budoucnosti by mohla nabízet služby, jako je rychlé občerstvení, restaurace, květiny, herny a kasina, obchůdky s věcmi, které lidé zapomenou před cestou zabalit, ale i kanceláře, kina a hotely.

Míša a Nanuk s Unileverem

Zmrzliny se značkou Míša, Nanuk, Eskymo, Pierot nebo Táboráček bude nově vyrábět výrobce potravin a kosmetiky Unilever. Na odkoupení portfolia zmrzlinových značek se dohodl se společností Alima značková potravina. Finanční podmínky firma, která již na českém trhu prodává zmrzliny pod značkou Algida, nezveřejnila.

Nový centrální sklad dm-drogerie markt

Téměř 10 tisíc m² skladovacích ploch získala společnost dm-drogerie markt vybudováním nového centrálního skladu v Jihlavě, Červeném Kříži. Nový areál, odkud je v současnosti zásobováno více než sto filiálek tohoto drogistického řetězce, představila společnost slavnostně 23. června. Po mnoha letech plánování a pouhých sedmi měsících výstavby má nyní dm drogerie k dispozici budovu disponující dostatečnou skladovací plochou a vybavenou nejmodernějšími technologiemi. „Zatímco od roku 1996 vzrostl počet dm filiálek jedenáctkrát, u skladovacích ploch došlo pouze k 2,5násobnému nárůstu. Je tedy zřejmé, že nový centrální sklad byl nezbytností,“ tvrdí Gerhard Fischer, jednatel společnosti dm-drogerie markt.



Sial D'Or 2006 – český úspěch

U příležitosti pařížského mezinárodního potravinářského veletrhu SIAL 2006, který se bude konat 22. až 26. října, byla udělena ocenění Sial D'Or 2006. České inovace byly tentokrát velice úspěšné: získaly tři druhá a jedno třetí místo ve čtyřech z osmi kategorií. Na 2. místě se umístily: výrobek Pribina 2v1 máslo + sýr společnosti Pribina (kategorie Chlazené mléčné výrobky), řada Vitana Tex-Mex firmy Vitana (kategorie Slané potraviny) a výrobek Figaro Sladká Vášně společnosti Kraft Foods Czech Republic (kategorie Sladké potraviny). Třetí místo v kategorii Alkoholicke nápoje získala Kazeta Absinth vyráběná Palírou U zeleného stromu – Starorežná Prostějov.

Globus Grilmánie 2006 má své vítěze

Finále druhého ročníku Globus Grilmánie o nejlepší grilovací tým České republiky se konalo 24. června na pražské Letné. Výkony soutěžících grilovacích týmů hodnotila desetičlenná porota složená z odborníků společnosti Globus a partnerských společností. Titul Nejlepší grilovací tým v ČR si vybojoval White and Black z Prahy. Každý z pětičlenného týmu získal mimo jiné 10 tisíc Kč a pobytový zájezd na mistrovství světa v grilování v polské Wroclavi. „Po loňském ročníku Grilmánie zájem lidí o tuto akci výrazně stoupl. Dokonce se mnoho týmů přihlásilo do soutěže již podruhé. Osvědčilo se nám také zavedení čtvrté, královské, disciplíny – hovězí maso a dezert. Pro mnoho návštěvníků bylo překvapením, že se na grilech dají připravit také dezerty,“ říká Boris Malý, vedoucí marketingu společnosti Globus.

Služba BankKlient v anglickém jazyce

GE Money Bank rozšířila funkce homebankingové služby BankKlient, kterou využívají především podnikatelé a firmy. Kromě zavedení možnosti kompletní komunikace se systémem BankKlient v angličtině mohou nyní klienti exportovat sestavy do formátu PDF či HTML. Lze si také nastavovat texty při příjmu dat z účetního systému. „Anglickou verzi služby BankKlient jsme zavedli v reakci na přání našich klientů, která vyjadřovali v průzkumech,“ doplňuje manažerka přímého bankovníctví GE Money Bank Ludmila Bílíčková.

Další číslo newsletteru REGAL LINE vyjde 1. 8. 2006

Henkel aktivněji v hobbymarketech

Společnost Henkel rozšiřuje portfolio svých značek lepidel (Pattex, Ceresit, Thomsit, Makroflex, Loctite a Pritt). Regulační úřady formálně schválily akvizici v dubnu zakoupené značky Cimsec, rakouské jedničky v oblasti stavební chemie. Akvizice se týká podnikání v šesti zemích, včetně České republiky.

„Cimsec bude mít vynikající budoucnost v rámci rodiny značek společnosti Henkel. V České republice přispěje nejen k výraznému zvýšení našeho tržního podílu, ale především podstatně rozšíří naše distribuční aktivity v oblasti stavební chemie i do hobbymarketů,“ komentuje akvizici Jiří Doležal, ředitel divize Lepidel Henkel ČR.

Spectrum Brands zdraží baterie

Společnost Spectrum Brands, globální společnost dodávající baterie Varta a Rayovac, oznámila, že zvýší ceny baterií na evropských a středoafrikanických trzích. V některých případech bude činit až 15 % a bude se u jednotlivých typů baterií lišit, postihne však všechny kategorie.

„Stojíme si za tím, že zvýšení cen baterií je nezbytné, neboť ceny surovin neustále rostou, zejména cena zinku. A zinek je klíčovým materiálem při výrobě baterií,“ říká Rémy Burel, prezident evropské divize společnosti Spectrum Brands/ROW.

Personálie

- Novým obchodním ředitelem společnosti Coca-Cola Beverages Česká republika byl jmenován Per Jensen. Na této pozici vystřídá Tomáše Gawlowského, který odchází na stejnou pozici v rámci společnosti do Maďarska.
- Jaroslav Kolář ukončil svou činnost u společnosti Global Spirits a Global Wines. Na pozici marketing director začal místo něj působit Kamil Gruncl. Jaroslav Kolář přešel ke společnosti FGL Wine Estates EMEA na pozici business manager Eastern Europe.
- Česká společnost Wendell Electronics, která se zabývá zakázkovou elektrotechnickou výrobou, má nového ředitele. Stal se jím Jiří Tůma, jehož dosavadní kariéra je spjata s výzkumem a vývojem přístrojů v oblasti polovodičového a nanovláknového průmyslu (společnost Elmarco).
- Po patnáctiletém působení v české pobočce společnosti Elektrolux byl její dosavadní ředitel Petr Novotný jmenován obchodním ředitelem Elektrolux pro střední a východní Evropu. Na jeho místo nastoupil od 1. července Josef Bláha, stávající obchodní ředitel společnosti.
- S účinností od 1. července byl novým generálním ředitelem společnosti Philips Česká republika jmenován Arno Kraus. Ve firmě pracuje od roku 1999, svou kariéru zahájil v divizi osvětlení.

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.