

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 27/07, 7. 8. 2007

Platforma přichází na český trh

Dne 13. září by měla být otevřena první prodejna Platformy, francouzského velkoobchodu se stavebními materiály, dřevem, obklady a dlažbou, barvami a laky, sanitou, topením, elektroinstalací, nářadím a dalším sortimentem, který je zaměřen na rekonstrukce, modernizace a menší novostavby. Obchod, jehož výstavba byla zahájena loni v prosinci, se nachází v ulici Poděbradská v Praze 9 a bude otevřen sedm dní v týdnu. V současné době probíhá příprava zboží, regály se postupně zaplňují. Platforma slibuje, že zde zákazníci najdou sedm velkoobchodů pod jednou střechou. To znamená, že v obchodě se bude nacházet sedm oddělení, která jsou pojmenována podle jednotlivých řemesel – truhlář, zedník, malíř, obkladač, instalatér, elektrikář, a vše zastřešuje oddělení nářadí. Uvítací nabídkou bude šek na první nákup v hodnotě 600 Kč.

Helena Ševčíková, marketing manažerka společnosti Hornbach-Baumarkt CS, komentuje: „Ano, víme, že v naší blízkosti má být otevřena Platforma. Je to velkoobchod se stavebním materiálem, dřevem a dalším, který je zaměřený na profesionály. Tito zákazníci nejsou naše hlavní cílová skupina. Každá nová konkurence ale oživí trh, a to vítáme.“

Zákazník Platformy, pouze profesionál, nikoliv koncový zákazník, obdrží na základě registrace plastovou kartu. Ta mu umožní nakupovat a využívat veškeré služby a výhody. Orientaci v nabídce usnadní více než třisetstránkový katalog výrobků s cenami, který bude představen v červenci. Každý zákazník jej obdrží zdarma, jeho platnost je 12 měsíců. Tento velkoobchod typu cash and carry (tj. platba pouze hotově nebo kartou) s odbornou obsluhou nabízí také snídaně zdarma, dopravu zboží, půjčovnu strojů a nářadí a možnost vrácení zboží. Garantuje všechno zboží skladem i velkoobchodní ceny stejné pro všechny zákazníky, bez ohledu na výši jejich obrátu.

První pobočku otevřela Platforma v roce 1998 v Nanterre v Paříži. Od roku 2001 rozšířila svou působnost i za hranice Francie do Polska, Maďarska, Španělska, Velké Británie, Brazílie, Německa a Itálie. K dnešnímu dni působí celosvětově 73 poboček. V roce 2007 jsou plánována otevření prvních prodejen v ČR a Kuvajtu. V roce 2006 s 68 pobočkami realizovala obrát 640 mil. eur. Předpoklad pro rok 2009 je 140 poboček ve 12 zemích s obrátem přes 1,5 mld. eur.

Soutěž Prodejna roku 2007 finišuje

Jak jsme vás již informovali, vydavatelství Economia pod záštitou časopisu Regal vyhlásilo v květnu druhý ročník soutěže pro všechny nezávislé prodejce, Prodejna roku. Generálním partnerem letošního ročníku je společnost Makro Cash & Carry ČR, která v rámci své strategie realizuje pomoc malým obchodníkům. Na konci července proběhla uzávěrka přihlášek, jejichž počet překonal veškerá očekávání. Ve srovnání s minulým ročníkem jsme zaregistrovali 50% nárůst zájemců o účast. Je to potvrzení smysluplnosti tohoto klání a my všem za prokázaný zájem děkujeme a přejeme hodně zdatu do další práce. Soutěž nyní prochází finální, nejdůležitější částí. Během srpna porota prostuduje přihlášené a určí konečné vítěze soutěže. V září proběhne slavnostní večer s jejich oceněním a výsledky budou zveřejněny ve speciální příloze časopisu Regal.

GE Money Multiservis



Obchodník roku 2007

GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 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 8. ČÍSLE MĚSÍČNÍKU REGAL

MIMO JINÉ NAJDETE:

- Webové prohršky těch největších
- Marketing za pár korun
- Z čeho šlí vaši zákazníci?

Regal 8/2007 vyjde 13. srpna

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

O čem se šeptalo, je potvrzeno

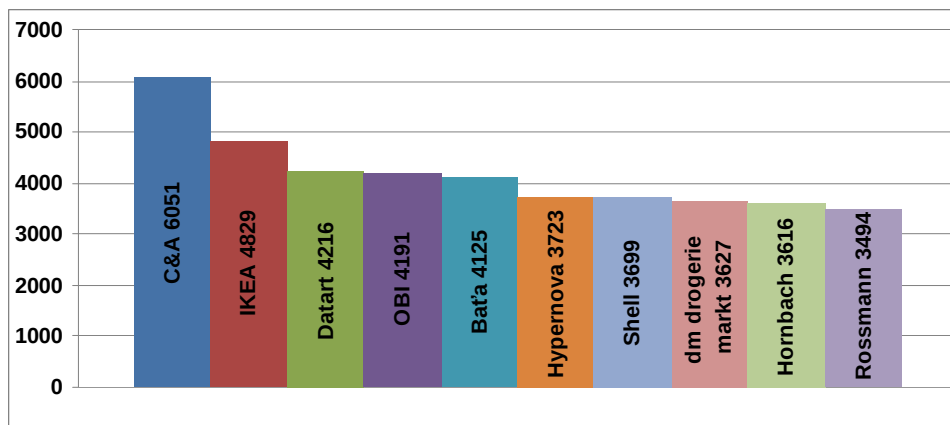
Novým investorem do firmy Basic, která v Německu a v Rakousku provozuje 30 bio-supermarketů, je maloobchodní gigant Schwarz Group, kterému patří diskontní řetězece Lidl a Kaufland. Firma Basic zatím pouze sdělila, že se skupinou Schwarz vytvořila „strategickou alianci“ a Schwarz Group se stal akcionářem. Svým vstupem chce Schwarz Group ještě urychlit tempo expanze tohoto největšího biořetězce a napomoci tak dalšímu růstu biotruhu v Německu. Skupina ale neuvedla, jaký podíl ve firmě Basic získala.

Cena Bosch opět pro TNT Express

Společnost Bosch Group udělovala svým dodavatelům cenu za kvalitu, spolehlivost a cenu poskytovaných služeb. V kategorii „Poskytovatel logistických služeb“ obhájila vítězství z minulého ročníku TNT Express. Hodnotícími kritérii této kategorie je kvalita služeb, spolehlivost, cena a také komunikace, spolupráce a ochota k trvalému zlepšování. Prestižní cena Bosh se udílí každé dva roky již jedenáct let. Letos bylo oceněno 47 společností ze 14 zemí v pěti různých kategoriích.

GE Money Multiservis Obchodník roku 2007

Jak jsme již informovali, pátý ročník soutěže GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 byl zahájen 1. června a výsledky budou slavnostně oznámeny 10. října ve Slovanském domě. Letošní hodnocení kvality českého maloobchodu s sebou přináší řadu novinek. Kromě absolutního vítěze budou oceněni nejlepší tuzemští obchodníci celkem ve 13 kategoriích. Hlasování veřejnosti i odborníků bude probíhat do 30. září. Jako loni budeme výsledky tohoto hlasování zveřejňovat v našem newsletteru. Také proto, že hlasování plní roli určitého „barometru“ kvality služeb v jednotlivých obchodech. Za první dva měsíce hlasování udělili spotřebitelé českým obchodníkům již více než 170 tisíc známek. Jedná se o dosavadní rekord v celé pětileté historii soutěže. Uvedený stav hlasování je k 6. 8. 2007. Více na www.obchodnik-roku.cz.



Schlecker roste a sílí

Na tuzemském trhu přitvrzuje konkurenční boj drogistických řetězců. Německý diskontní řetězec Schlecker, který se v lednu stal majitelem 130 tuzemských drogerií droxi a ve své obchodní strategii sází na diskontní ceny drogistického zboží, plně rozjíždí svou expanzi.

Letos v červenci měl na území Česka už 146 prodejen a neustále hledá (i na internetu a v letáku) vhodné lokality a prodejní prostory. Jeho výlohy lze spatřit prakticky v každém, nyní i menším, městě. Štafetu droxi lékáren postupně přebírají lékárny Schlecker, kterých bylo v daném měsíci v ČR celkem šest, a to v Praze, v Českých Budějovicích a v Brně. V nabídce kromě jiného sází i na vlastní značky AS, Marbello, Rilanja a Basic. Přitom deklaruje, že „byly vyvinuty podle velmi přísných požadavků na kvalitu a image a že jsou kvalitativně srovnatelné s mezinárodními značkami typu Nivea, Radox, Palmolive, ale za daleko přijatelnější ceny“. Součástí nabídky jsou také samoobslužné fotokiosky, a to zatím v 11 prodejnách.



Nabídku rozšiřuje doplňkový sortiment

Z červnové ankety uspořádané mezi nejvýznamnějšími obchodníky v ČR v rámci ocenění GE Money Multiservis Obchodník roku 2007 vyplynulo, že většina z nich (70 %) nabízí zcela záměrně i produkty z jiného segmentu, než na který jsou primárně zaměřeni, a plánuje jejich další rozšiřování. Podíl jiného sortimentu na celkových tržbách se pohybuje v rozmezí od 5 do 20 % a má stále rostoucí tendenci. Všichni zúčastnění obchodníci navíc uvedli, že plánují i rozšiřování služeb pro zákazníky. Například ve společnosti dm drogerie markt si dnes mohou zákazníci nakoupit také různé potravinové doplňky, biopotraviny, krmivo pro zvířata nebo textil. Společnost C&A Moda ČR zase nabízí chlazené nápoje u pokladen. Také Electro World rozšířil nabídku o další příslušenství, značkové nádoby, porcelán i odbornou literaturu.

Září opět ve znamení biopotravin

Již potřetí se bude letos v září oslavovat Měsíc biopotravin a ekologického zemědělství, který proběhne pod záštitou Ministerstva zemědělství a Ministerstva životního prostředí České republiky. I letos má tato akce heslo „žiju bio“. Vedle pořádání tradičních biojarmarků a dožinek budou v duchu tohoto hesla představeny biopotraviny v širším rozsahu, a to jako životní styl reprezentovaný uvědomělým spotřebitelským chováním. „Přestože v Česku v posledním roce přibýlo ekologických farem, jejich produkce zatím nedostačuje pokrývat poptávku. Zvýšený zájem spotřebitelů o české biopotraviny a ekologický způsob hospodaření by měl dát zemědělcům signál, že přechod na biohospodaření je správným rozhodnutím,“ říká koordinátor akce Tom Václavík.

Plný obchod Simpsonových

V souvislosti s premiérou Simpsonových ve filmu se celkem 12 obchodů sítě 7-Eleven v USA a v Kanadě přeměnilo na skutečný Kwik-E-Mart z tohoto již kultovního seriálu. Příprava konceptu trvala celé dva roky a prodejny neprošly jen zběžnými venkovními úpravami, ale kompletním rebrandingem. Změně podlehlý všechny nápisy, nálepky a označení, ale i uniformy prodáváčů a hlavně produkty. Koupit si tak lze všechny dobře známé výrobky od Buzz Coly až po Krustyho lupínky. Atmosféru doplňují POS materiály v duchu filmu i konkrétní postavy, které procházejí mezi nakupujícími.

Čtyři miliony praček

Společnost Whirlpool oslavovala. Koncem července sjel z výrobního pásu továrny na výrobu velkých praček typu DreamSpace v německém Schorndorfu jubilejní spotřebič s pořadovým číslem 4 miliony. Pračku si zákazníci mohou koupit ve 170 zemích celého světa. „S nabídkou praček s nadstandardní kapacitou bubny, která je u DreamSpace devět kilogramů, jsme se nepochybně trefili do potřeby našich zákazníků,“ říká marketingový ředitel Whirlpool CR Ján Živný. Předem plněná pračka řady DreamSpace nese typové označení AWM 8900. Na český trh přišla koncepce pračky s větší kapacitou v roce 2003.

Spor o Cikánskou ukončen

Již od roku 2004 vedený soudní spor společnosti Hamé Slovakia s firmou Nestlé o používání obchodního označení Cikánská omáčka je u konce. Výsledkem je zákaz používání značení Cikánská omáčka společností Nestlé a zákaz uvádění jejich výrobků na slovenský trh pod stejným označením jako má Hamé. Současně soud přikázal stažení všech výrobků Nestlé s tímto označením z trhu. Pro doplnění, Hamé vynakládá ročně zhruba 1,5 mil. Kč na svou databázi ochranných známek, která zahrnuje téměř 210 ochranných známek pro ČR a SR a 30 mezinárodních ochranných známek.

Projekt bezkontaktních plateb

Ke konci roku 2007 spustí Poste Italiane – obchodní skupina Banco Posta a MasterCard Worldwide šesti- až osmiměsíční pilotní projekt, v rámci kterého nabídnou novým držitelům karet předplacenou kartu s technologií MasterCard PayPass: kartu PostePay Evolution MasterCard. Bude sloužit k nákupům v různých maloobchodních provozovnách v Miláně a v Římě, včetně kin, provozoven rychlého občerstvení, řetězců restaurací, supermarketů a jiných obchodů. Držitel karty ji jednoduše přiblíží ke čtečce PayPass, která je schopna si data z platební karty přečíst na bezdotykové bázi. Díky této technologii je možné nakoupit u všech zúčastněných maloobchodníků bez potřeby zadávat PIN nebo vložit kartu do čtečního zařízení.

Simpsonovi v restauracích KFC

Řetězec restaurací KFC v České republice při příležitosti premiéry celovečerního filmu Simpsonovi uvedl exkluzivní tematickou nabídku. Menu nabízí například Simpsonův donut nebo postavičky celé rodiny Simpsonových v dětském menu. Webové stránky KFC nabízejí možnost stáhnout si tapety a animace na mobilní telefon, zahrát si počítačovou hru exkluzivně vytvořenou k novému filmu Simpsonovi nebo zhlédnout upoutávky k filmu. Akci doprovází také bannerová kampaň na serverech www.sms.cz, www.freegame.cz, www.play.cz a www.abicko.cz zaměřená na teenagery. Zároveň je kampaň podpořena tiskovou reklamou.

Tržby Kofoly rostou

Společnost Kofola ohlásila za první pololetí nárůst tržeb o 23,1 % ve srovnání se stejným obdobím v roce 2006. Během prvních šesti měsíců letošního roku utržila skupina Kofola za prodej výrobků a služeb ve střední Evropě celkem 2,45 mld. Kč. „Růst tržeb je důsledkem naší dlouhodobé expanze v rámci středoevropského regionu. Díky novým akvizicím, které jsme v posledním období realizovali, neustále zvyšujeme výrobní kapacity. Na základě takového vývoje věřím, že jsme schopni se do roku 2010 stát jedním ze tří největších hráčů na trhu nealkoholických nápojů ve střední Evropě,“ komentuje výsledky Jannis Samaras, generální ředitel skupiny Kofola. V České republice dosáhla Kofola za prvních šest měsíců obrátu 1,35 mld. Kč. Ve srovnání se stejným obdobím loňského roku tak vzrostl obrát skupiny na českém trhu o 22,6 %.

Old Spice Africa Expedition

Old Spice Africa Expedition, které se zúčastnilo sedm sportovců ze sedmi evropských zemí, opustila Kapské Město 11. března a 3. července dokončila svou trasu v egyptské Alexandrii. Během své cesty projeli členové expedice celý africký kontinent, urazili 12 500 kilometrů. Dne 11. května tým zdolal vrchol Uhuru hory Kilimanžáro. Zkušení členové týmu byli zároveň mezi prvními, kteří otestovali novou řadu pánské kosmetiky Old Spice Kilimanjaro. Oficiálním sponzorem a dodavatelem antiperspirantů pro členy Old Spice Africa Expedition je značka Old Spice.

Bio je i v paláci Flóra

Palác Flóra na začátku léta otevřel tři nové obchody. Druhé patro se rozrostlo o prodejnu značkového sportovního zboží Adidas. V prvním patře vznikla značková prodejna elektrotechniky Allcom a kiosek se zdravou výživou Lifefood.

„Naši zákazníci si zde tak mohou pochutnat na čistě přírodních výrobcích, pocházejících z ekologického zemědělství. Mezi nimi také na 100% přírodních doplňcích stravy, právě čokoládě z nepražených kakaových bobů a bio mořských řasách,“ doplňuje Šárka Bušková, marketingová ředitelka Paláce Flóra.



Convenience store, formát s budoucností

Série specializovaných konferencí Retail in Detail, zaměřující se na diskusi o klíčových rozvojových tématech maloobchodu, se ve své další akci konané dne 10. října v andel's hotelu Praha bude věnovat problematice prodejen typu Convenience Store. Tento formát menších prodejen je u nás stále nedostatečně rozvinut a řada lidí z maloobchodní branže je dokonce vnímá jako zanikající typ prodejen, sloužící zejména jako místo nouzového nákupu pro málo mobilní zákazníky s nízkou kupní silou. Ve vyspělých zemích se však stále silněji prosazují jako služba pro spotřebitele s určitým životním stylem, pro něž je typický nedostatek času a relativní dostatek peněz. Úspěch tohoto formátu zjevně souvisí i s dalšími aktuálními změnami v nákupním a spotřebním chování.

(Nejen) Tesco mobil pro školáky

Prodejny Tesco už prodávají zboží určené pro školáky. Zahrnuje papírenské produkty, počítačové sestavy i nábytek. Kampaň s názvem „Zpátky do školy“ probíhá od 1. srpna do 4. září. Školáci si mohou vybrat z 1200 produktů, z nichž 80 % představují novinky. Prostřednictvím sítě tohoto retailera nabízí od srpna mobilní operátor Vodafone také telefon Vodafone 225 za 1199 Kč i s předplacenou kartou s 200Kč kreditem. „Telefon pod označením Tesco čeká během prvního měsíce prodej několika tisíc kusů,“ říká ředitel spotřebního zboží Teska Jean Charreter. Vodafone je první operátor na trhu, který začal nabízet mobilní telefony prostřednictvím obchodního řetězce. Distribuci telefonů zajišťuje společnost Star Communication, která dodává předplacené karty operátora do obchodních řetězců a na čerpací stanice.

Akvizice Aliments Carrière

Skupina Bonduelle oznámila dokončení akvizice 100% kapitálu společnosti Aliments Carrière, kanadské jedničky ve zpracování sterilované a zmrazené zeleniny. Odkoupení podílu se odehrávalo postupně, Bonduelle získala v Aliments Carrière 23% podíl již v červnu 2006. Aliments Carrière prodává pod vlastní značkou Arctic Gardens, která má na trhu zmrazené zeleniny v Québecu výsadní postavení, a pod privátními značkami. Sídli v Saint Denis-sur-Richelieu v kanadském Québecu, zaměstnává 985 pracovníků a vlastní sedm továren na zpracování zeleniny: čtyři v Québecu a tři v Ontariu. Za poslední rok vyrobila 170 tisíc tun sterilované a 140 tisíc tun zmrazené zeleniny.

Imperial Tobacco koupí Altadis

Britský tabákový koncern Imperial Tobacco se dohodl na koupi francouzsko-španělského konkurenta Altadis za celkových 16,2 mld. eur. Obě společnosti se domluvily poté, co Imperial zvýšila svou dosavadní nabídku zhruba o 6 %. Touto transakcí posiluje své postavení čtvrtého největšího výrobce cigaret na světě. Mezi jeho značky patří West nebo Lambert & Butler. Altadis je druhou největší tabákovou skupinou ve Francii i ve Španělsku a čtyřkou na německém trhu.

Personálie

- Ve společnosti Spar ČOS, která v ČR provozuje hypermarkety Interspar, došlo ke změně v marketingu. Za vedení marketingového oddělení je nově zodpovědný Gerald Strasshofer, který je zároveň i nadále členem vedení pro marketing a nákup. Na pozici zástupce vedoucího marketingu nastoupil od 1. srpna Petr Jindra, který dosud zastával funkci manažera reklamy a marketingových projektů. Nově vzniklou pozici manažerka eventů obsadila Jana Čermáková.
- Operační jednotka Coca-Cola Beverages Česká republika/Slovensko, člen skupiny Coca-Cola Hellenic Bottling Company, má od 1. července nového finančního ředitele. Keith Allen vystřídal v této funkci Ralfa Peterse, jenž se ujímá pozice obchodního ředitele na Slovensku.
- Společnost LG Electronics CZ, česká nezávislá pobočka nadnárodního koncernu LG Electronics, má od července 2007 nového obchodního ředitele spotřební elektroniky. Nově vzniklou pozici CE sales director zastává Libor Faltus.
- Na pozici property manažera poradenské společnosti DTZ byl jmenován David Svoboda, tým dále posílí Viktor Holý jako office agent a Lenka Pohlodková na pozici marketing & PR manažer.