

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 30/10, 14. 9. 2010

První Tesco Extra v České republice otevřeno

Nový rozměr nakupování mohou od 8. září poznat zákazníci obchodu Tesco v Plzni na Rokycanské třídě. Tesco zde otevřelo formát obchodu Extra, který nabízí nový koncept uspořádání obchodní plochy kladoucí důraz na intuitivní pohyb zákazníků, širší sortiment zboží a zejména ojedinělou nabídku služeb, jako je lékárna, optika, fotolab a specializovaná prodejna telefonů přímo na ploše obchodu.

Zákazníci v Tesco Extra najdou rozšířený sortiment zboží, nové regály a modernější vzhled všech oddělení od potravin až po oděvy či elektroniku. V oddělení potravin jsou nové obslužné pulty s masem, uzeninami, sýry, lahůdkami i rybami a řada novinek je i v oddělení pečiva. Tesco Extra provozuje přímo v obchodě pekárnu, která připravuje vlastní čerstvé pečivo i rozpeky. Speciálně zde mohou zákazníci zakoupit chléb s příchutí pívovarského sladu a výrobky od místních pekařů, jako je pekařství Pernarec, Vokurka nebo Oldřich Sýkora. „Myslíme i na zákazníky s bezlepkovou dietou a diabetiky a rozšířili jsme sortiment pečiva v obou těchto kategoriích,“ říká ředitel obchodu Tesco Extra Petr Cais. Praktické je oddělení minutka určené těm, kteří do nového obchodu zavítají pro rychlou snídani či svačinu. Je umístěna přímo u vstupu do obchodu a nabízí nápoje, pečivo, bagety, ovoce a zeleninu i chlazené zboží.

Proměnou prošly i další části obchodu. Oddělení oděvů se proměnilo v butik s pohodlnými zkušebními kabinkami a dřevěnými podlahami, oddělení kosmetiky, elektra a zábavy se rozšířila. Celý obchod byl také vybaven novým pokladním systémem, který zajišťuje rychlé odbavení, při malých nákupech mohou zákazníci využít i oblíbené samoobslužné pokladny. Naprostou novinkou charakteristickou právě pro Tesco Extra je koncept služeb pod jednou střechou. Zákazníci mohou zavítat do optiky, kde si mohou vybrat z nepřehledného množství dioptrických skel, obrouček od nejznámějších módních značek a jiného doplňkového sortimentu. K dispozici jsou i odborníci jako optometrista a oftalmolog, kteří zájemcům vyšetří a změří zrak. Vyškolení specialisté přivítají zákazníky také ve fotoprodejně a v prodejně telefonů. Již brzy budou moci lidé využít lékárnu, která nabídne úplný sortiment zdravotních přípravků a léků.



KFC se zelená

Síť restaurací KFC v České republice chce nabídnout svým zákazníkům možnost moderního stravování v podobě pestré stravy a vyvážených nutričních hodnot, a stejně tak i vést k environmentální odpovědnosti. Při této příležitosti byli začátkem září představeni partneři KFC – výhradní dodavatel zeleniny společnost Beskyd Fryčovice, zpracovatel odpadů bioplynová stanice v Kněžicích a rovněž testovací projekt na úsporu energií v restauracích KFC v Hradci Králové. „Spolupráce mezi námi a společností Beskyd Fryčovice je spojením české péstelské tradice a kvality, o kterou nám v KFC jde především. Naším cílem je nabídnout zákazníkovi vždy čerstvé a prvotřídní produkty. Během svého působení společnost Beskyd Fryčovice prokázala, že její skvělá pověst je naprosto opodstatněná, což potvrzuje zpětná vazba od zákazníků,“ říká Stanislav Pekárek, brand manažer KFC Česká republika.



Regal 9/2010

vyjde 15. 9.

V čísle mj. najdete:

- Lidské zdroje v obchodě
- Biovíno na trhu
- Váhy a vázicí systémy
- Vánoční sortiment



Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

World Retail Congress 2010

Organizátoři letošního kongresu světového maloobchodu World Retail Congress 2010, který byl kvůli erupci islandského vulkánu odložen, zveřejnili aktualizovaný program této již tradiční a významné retailové akce, jejímž mediálním partnerem je také odborný časopis Regal.

Účast dosud potvrdila již více než tisícovka lidí z oboru, což znamená výrazný nárůst oproti rokům 2008 a 2009. Od oznámení o odložení akce, která se uskuteční v novém termínu 25. až 27. října v Berlíně, bylo evidováno více než 70 nových registrací a připojilo se i několik nových sponzorských firem. Do 1. října je navíc možné využít 25% slevu na registraci. Více o programu a možnosti registrace na: www.worldretailcongress.com.

Další informace lze získat na telefonním čísle: +44 (0) 20 7554 5808 nebo na e-mailové adrese info@worldretailcongress.com.

Novinky DB Schenker

Nová přímá sběrná linka firmy DB Schenker z Brna do Hagenu v Německu prošla úspěšně fází testování a je již v plném provozu. Nabízí denní odjezdy podle nového jízdního řádu.

Pozemní linka spojuje významné průmyslové oblasti: moravskou metropoli Brno a průmyslové srdce Německa – Porúří. Od dubna byla linka v testovacím provozu a platil zkušební jízdní řád. Nyní je linka již v plném provozu s ustáleným jízdním řádem.

DB Schenker patřící do divize nákladní dopravy a logistiky Deutsche Bahn hodlá soustředit své řídicí funkce do Frankfurtu nad Mohanem. Do nového sídla DB Schenker se přestěhují kompletní týmy řídicích pracovníků firemních oddělení, které doposud sídlily v Berlíně, Mílni a Essenu.



Mediální partner:

REGAL

Retail in DETAIL
SHOPPER MARKETING 2010

14. pokračování specializované obchodní konference

29. 9. 2010, andel's hotel Prague

www.retail21.cz/retailindetail

Okamžik pravdy:

70% nákupních rozhodnutí je učiněno v prodejně

Shopper Marketing

je proto ve světě nejrychleji rostoucí marketingovou aktivitou

O Shopper Marketing 2010 je „nadměrný“ zájem

Poprvé v historii konferenci Retail in Detail pořádaných společností Blue Events podcenili organizátoři atraktivitu tématu a řečníků. Program, v jehož rámci vyvolává největší zájem příspěvek Orit Peleg, expertky na inovativní shopper marketing z Ogilvy Action v New Yorku, přilákal čtyři týdny před akcí již téměř dvě stovky účastníků. Proto se akce přesouvá z tradičního místa konání do kongresového sálu hotelu Olympik Artemis v Praze s mnohem větší kapacitou. Termín 29. září 2010 je zachován a dočasně pozastavená registrace byla obnovena.

Program je pro obchodníky i dodavatele příslibem inspirací k zvládnutí této nejrychleji rostoucí marketingové disciplíny a k tvorbě shopper marketingových strategií v zájmu lepšího vytěžení nákupního potenciálu zákazníků. Detailní program i on-line registrační formulář je na konferenčním webu <http://retail-in-detail.retailinfo.cz/>.

Síť kaváren CrossCafe expanduje do Prahy

Originální česká síť kaváren CrossCafe, která funguje na českém trhu již od roku 2007 a jejíž kolébkou je západočeská metropole Plzeň, kde je již na šesti místech, od září otevírá své první kavárny v Praze. „Úspěšný provoz plzeňských poboček a finanční zdraví podniku nás motivovaly k expanzi do hlavního města,“ říká zakladatel kaváren Jan Janák. Hlavními konkurenčními výhodami, se kterými CrossCafe vstupuje na pražský trh, jsou podle něho nižší ceny, které budou zhruba na polovinu cen jeho přímých konkurentů. První pražské pobočky budou otevřeny v září v Praze na Andělu – Štefánikova 3 a na autobusovém nádraží na Florenci. Další pobočky přibudou v říjnu, a to v Praze 8 – v Sokolovské ulici a v paláci Karlín.



Ocenění Mls kraje získalo Choceňské pomazánkové

Choceňská mlékárna, český dodavatel mléčných produktů s více než osmdesátiletou tradicí, získala 5. září ocenění v regionální soutěži Mls Pardubického kraje, a to v kategorii Mléko a mléčné výrobky. Etiketu s touto chráněnou značkou mohou nyní nést produkty: Choceňské pomazánkové vanilka a Choceňské pomazánkové s čokoládou. Logo je pro zákazníka zárukou, že kupuje český výrobek z českých surovin. „Ocenění výrobcům pomáhá při marketingu a prodeji. Získají od nás nálepky s logem soutěže, které na své zboží umísťují, a my nejlepší výrobky propagujeme. Máme zjištěno, že soutěž přináší skutečný efekt,“ říká Vladimír Šabata, ředitel pořádatel společnosti Agrovenkov. Propagaci regionálních potravinářských výrobků podporuje jak Ministerstvo zemědělství ČR, tak i Pardubický kraj.

Čokoláda Thorntons vstupuje na český trh

Na český trh vstupuje nová značka z oblasti cukrovinek, čokoláda Thorntons. Britská prémiová značka čokolády Thorntons nyní zažívá expanzi do střední Evropy a přináší s sebou rozsáhlé portfolio sladkých potěšení. V ČR jsou od září k dispozici kolekce bonboniér, tabulkových čokolád, bonbónových směsí a produktů pro diabetiky, přičemž se do konce roku 2010 plánuje rozšíření sortimentu. Čokoládu značky Thorntons lze zakoupit na 16 místech v ČR. Ze středoevropského regionu je ČR první zemí, ve které se čokoláda Thorntons začne distribuovat. „Český trh jsme si vybrali pro jeho strategickou pozici v srdci Evropy a pružnost v době ekonomické recese,“ uvádí Mark Hughes, vedoucí zastoupení Thorntons v ČR. Značka Thorntons se na českém trhu bude objevovat převážně v maloobchodech.

dm podporuje zdravý životní styl

Společnost dm drogerie markt, která je již tradičně partnerem projektu Září – Měsíc biopotravin, v současné době nabízí svým zákazníkům více než 400 biopotravin německé značky Alnatura a Alnavit i předních domácích bioproducentů, jakož i široký sortiment 370 produktů kontrolované přírodní kosmetiky. dm nabízí produkty německé značky Alnatura již od roku 2005 a v roce 2008 sortiment biopotravin rozšířila o výrobky domácích producentů. Jedná se například o značky Amylon, Labeta, Pro-Bio a Biopekárna Zeman-ka. Všechny biopotraviny jsou v dm viditelně označeny podložkou s nápisem Bio, zákazníci se tedy v široké nabídce dobře orientují. „Biosortiment tvoří důležitou součást nabídky dm a jeho význam rozhodně nebude ani do budoucna ustupovat do pozadí,“ dodává manažerka reklamy Kamila Gvuzdová. Dne 2. září otevřela dm další novou prodejnu v České republice, a to v obchodním centru v Prostějově, v Konečné ulici, s prodejní plochou 350 m². A 8. září byla otevřena prodejna dm (380 m²) v BB centru Filadelfie v Praze 4-Michli, v Želetavské ulici.



DHL doručuje i kusové zásilky

DHL Freight, společnost zabývající se pozemní přepravou, nabízí svým klientům transport menších kusových zásilek. Hustá přepravní síť čítá až 1500 přímých spojů do celé Evropy, na Blízký východ a do severní Afriky, což představuje nejlepší pokrytí a geografické zastoupení v Evropě.

Sběrné linky zajišťují pravidelný export a import kusových zásilek v pevně stanovených časech. Zákazník tak dopředu ví, kdy jeho zboží odejde a kdy bude doručeno do cílové destinace. Měsíčně se takto v síti DHL Freight přepraví až 18 tisíc zásilek. Jejich pohyb je možné sledovat on-line na internetové adrese www.dhlfreight.cz.

ProLogis Park Janki je nyní z 95 % obsazen

ProLogis, poskytovatel distribučních nemovitostí, oznámil, že pronajal 15 800 m² v polském ProLogis Parku Janki. Dynamický růst společnosti No Limit a Euro-net vedl k pronájmu dalších prostor v parku, kde tyto společnosti již působí. Díky těmto transakcím je nyní ProLogis Park Janki z 95 % obsazen; zbývá zde pouze jedna volná jednotka o rozloze 3500 m². Výše uvedené nájemní smlouvy na 15 800 m² byly uzavřeny s těmito společnostmi:

No Limit, rozvíjející se logistická společnost, která nabízí komplexní logistické služby, si pronajala dalších 6900 m² skladových prostor v budově číslo dvě. Zákazník již ve stejné budově využívá 9300 m² prostor. Tuto transakci zprostředkovala Axis Real Estate.

Euro-net, polská společnost působící v oblasti elektroniky a domácích spotřebičů, si pronajala další prostory v budově číslo dvě. V současné době využívá tento zákazník většinu prostor v sousední budově ve stejném distribučním parku.

Akvizice maďarské Célcsoport Média

Po úspěšné expanzi na Ukrajině a v Turecku získala společnost POS Media Europe většinu podíl společnosti Célcsoport Média v Maďarsku. Ta působí v oblasti reklamy v místě prodeje, stejně jako POS Media Hungary, již sedm let. Tato transakce umožní oběma společnostem mimo jiné sdílet zkušenosti, propojit obchodní aktivity a posílit portfolio služeb pro své zákazníky.

Management Célcsoport Média zůstává i nadále ve stávajících pozicích, s výjimkou managing director Tibora Radó, který bude nyní působit v POS Media Europe v oblasti mezinárodního rozvoje. Tamás Gády Kayser, managing director POS Media Hungary, bude nyní řídit také společnost Célcsoport Média. POS Media Hungary a Célcsoport Média budou úzce spolupracovat na společných projektech a v přípravě na případnou budoucí fúzi.

Portál JHSERVIS.CZ odstartoval se slevou

Společnost Jungheinrich (ČR) spustila 1. září nové internetové stránky JHSERVIS.CZ věnované komplexním servisním službám v oblasti manipulační techniky. Součástí stránek je na trhu ČR historicky první E-shop náhradních dílů a příslušenství. V rámci akce Happy Days byla od 1. do 10. září na označené produkty poskytnuta 20% sleva. Díky novému E-shopu JHSERVIS.CZ odpadá zdlouhavé hledání různých dodavatelů a pátrání po specifických součástkách. Několika kliknutími myši lze během okamžiku vybrat z přehledné nabídky potřebné komponenty. Ihned po závazném on-line potvrzení objednávky začne oddělení náhradních dílů Jungheinrichu pracovat na jejím dokončení.

„Jsme prvním výrobcem a dodavatelem manipulační techniky v ČR, který přichází s touto službou, jelikož zákazník doposud ucelenou nabídku náhradních dílů a příslušenství včetně cen na jednom místě neměl. Naším cílem je větší přehlednost a zefektivnění procesu objednávek produktů, a tím i další zlepšení služeb pro zákazníky. Vytvořili jsme tak kvalitní základ, na kterém můžeme postavit další rozvoj internetových služeb v oblasti servisu vysokozdvizných vozíků,“ říká Alexander Moureček, vedoucí servisu Jungheinrich (ČR).



SunDay Natea teď i v balení 1,5 litru

Se začátkem září přichází na pulty SunDay Natea také ve větších 1,5l lahvičkách, a to ve třech nejoblíbenějších příchutích – citron; liči; ginkgo a guarana. Všechny stávající sedm příchutí paralelně stále zůstávají také v původních baleních 1 l. Prémiový ledový čaj SunDay Natea se vyrábí podle nové receptury. Neobsahuje žádné chemické konzervanty ani barviva, je bez přidaných cukrů, bez umělých sladidel a bez jakýchkoliv umělých aromat. Vyrábí se na aseptické lince, která zaručuje zachování přírodní kvality surovin. K pečlivě vybraným a opatrně zpracovaným ingrediencím už není třeba přidávat žádné chemické látky. Prémiový ledový čaj SunDay Natea v 1,5l lahvičkách s praktickým širším hrdlem je nabízen za doporučenou maloobchodní cenu 29,90 Kč.

Euronics poskytuje záruku 40 měsíců

Od 1. září 2010 zavedla síť elektroprodejen Euronics všem svým zákazníkům novou nadstandardní službu – záruku 40 měsíců na vybraný sortiment elektrospotřebičů. Je to bezplatná služba, kterou si zákazník může snadno aktivovat na internetové adrese www.euronics.cz.

Ve všech svých 190 prodejnách na území České republiky bude Euronics poskytovat 40měsíční záruku na televizory, ledničky, mrazničky, pračky, sušičky, sporáky, myčky nádobí a vestavné spotřebiče. Jedná se tak o nejdelší záruku v oblasti prodeje spotřební elektroniky a domácích spotřebičů, kterou žádný jiný prodejce v rámci České republiky nenabízí.

„Od dodavatelů máme sice standardní podmínky, přesto jsme se rozhodli tento benefit zákazníkům poskytnout. Ačkoliv se obecně počet reklamací snižuje, podle našich zkušeností se hodně závad projevuje právě až po druhém roce od zakoupení výrobku. Prodloužením záruční doby nad rámec zákona chceme tedy vyjít našim zákazníkům o další krok vstříc,“ uvádí David Beneš, výkonný ředitel sítě elektroprodejen Euronics.



Sdružení SOLUS zjednodušilo cestu k informacím

Sdružení SOLUS vyslyšelo přání spotřebitelů a zprovoznilo na svých webových stránkách www.solus.cz on-line formulář, prostřednictvím kterého je možno požádat o SIN (Solus Identification Number) a do tří pracovních dní tak využít službu SMS výpis.

„Tímto krokem se opět zjednodušila cesta pro spotřebitele, jak se dostat k informacím, které jsou o nich vedeny sdružením SOLUS. Spotřebitelům nyní stačí pro získání SIN vyplnit na internetu on-line formulář. Nejpozději druhý pracovní den jim je odeslán na zvolenou adresu na dobírku a do vlastních rukou dopis obsahující SIN a návod k použití služby,“ říká Jan Stopka, tajemník sdružení SOLUS.

Díky službě SMS výpis si spotřebitel může opakovaně ověřit, jaké informace jsou o něm vedeny, a to kdykoli a z jakéhokoli místa v ČR. Odpověď obdrží do jedné minuty. SMS výpis je vhodným nástrojem, jak také zjistit, zda již byla provedena aktualizace úhrady dluhu po splatnosti.

Beiersdorf si drží svůj podíl na trhu

Podle zprávy holdingu Beiersdorf pro střední a východní Evropu (CEE) vedly mimořádně intenzivní inovační a propagační aktivity během první poloviny roku 2010 ke zhruba 3% nárůstu rakouského kosmetického trhu. Ostatní trhy CEE byly negativně ovlivněny slabou kupní silou způsobenou nižšími příjmy spotřebitelů. Beiersdorf pro CEE (pro značky Nivea, Labello, Eucerin, Hansaplast) zaznamenal 8% pokles prodeje na 155 mil. eur, nicméně si s 19,4 % udržel svůj podíl na trhu na stejné úrovni jako předchozí rok.

Zejména ostatní trhy CEE vykazovaly pokles výnosů z prodeje (minus 10 %), prodeje v Rakousku poklesly o 2 %, tedy jen mírně pod úroveň předchozího roku. Tento vývoj je úzce svázan se snižováním zásob v obchodech.

Ulrich Schmidt, generální ředitel holdingu Beiersdorf pro CEE, vysvětluje: „Rakušané a Češi jsou stále ochotni utrácet peníze za kosmetické přípravky, zatímco směrem na jih se všichni začínají řídit heslem ‚Šetřit‘. I přes mimořádně silnou konkurenci se však holdingu Beiersdorf podařilo udržet na těchto obtížných trzích dobré pozice svých zavedených značek, jako jsou Nivea a Eucerin.“

Personálie

• Kamila Štorková, která byla jmenována do funkce nákupčí Fashion Days pro lokální trhy, bude mít na starosti styk s dodavateli zboží primárně v ČR a v SR. Jejím nástupem byl posílen mezinárodní obchodní tým, v němž dosud chyběl člověk, který by měl na starosti Českou republiku a Slovensko.

• Společnost Ford Motor Company oznámila, že k 1. září zrušila pozici sales & marketing manažera. Místo ní vznikly dvě nové manažerské pozice, a sice general marketing director (marketingový ředitel) a general sales director (obchodní ředitel). Dosavadní obchodní a marketingový ředitel Ota Sedláček tak přechází na pozici ředitele marketingu českého Fordu, která nově zastřešuje i řízení marketingových aktivit servisní divize (FCSD). Pozici obchodního ředitele přebírá Milan Sysel, dosavadní ředitel servisních aktivit Fordu v České republice. Na uvolněnou pozici ředitele FCSD (servisu) přešel Martin Sládek, který tak své dlouhodobé zkušenosti v oblasti karosáren a problematiky náhradních dílů bude moci rozšířit o vedení celého servisního týmu v ČR.

• David Duroň se stal ředitelem marketingu pro firemní zákazníky Vodafone. V této funkci bude zodpovědný za kompletní marketingovou strategii a tvorbu nabídek pro firemní zákazníky. Do čela marketingového týmu povýšil z postu ředitele prodeje pro firemní zákazníky Vodafone.