

REGAL^{line}

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 26/11, 19. 7. 2011

Vlastní merchandising Spar ČOS

Společnost Spar ČOS hodnotí po téměř třech měsících uplatnění jednotného vlastního merchandisingu v praxi úspěšně. A to nejenom na základě vlastních ukazatelů, ale rovněž na základě spokojenosti dodavatelů, kterým se tento krok vyplatil. Zavedením nového procesu se zefektivnila i zpřehlednila práce merchandiserů. Ti mohou díky napojení na datový systém společnosti Spar ČOS nahlížet do objednávek, stavu zásob a informací o akcích. Stali se tak nezávislími na informacích od jednotlivých vedoucích úseků. Přínos tohoto procesu je zcela evidentní – méně lidí na ploše, menší chaos, snížení nákladů na security, systematizace práce nebo supervizoři na ploše zodpovídající za daný sortiment. Jednotlivé úkony pro konkrétní dodavatele jsou monitorovány systémem SAP, což jasně ukazuje, jakou značkou a jak dlouho se konkrétní merchandiser – člověk zajišťující doplňování zboží a kontrolu akcí – zabývá. Tento efekt se již začíná postupně projevovat i úsporou financí. „Nový systém merchandisingu byl ve Spar ČOS spuštěn v březnu 2011. Jeho aplikace byla postupná. Cílem bylo a je zpřehlednění regálů s vystaveným zbožím, tedy zkvalitnění služeb zákazníkům, a rovněž získání konkurenční výhody. Na území České republiky jsme jedni z mála, kteří tento jednotný systém doplňování zboží používají. K dnešnímu dni mohu uvést, že jednotný systém merchandisingu je úspěšný, jak dokazují čísla o eliminaci OOS (= Out of Stock, tzn. vyprodáno/není skladem) díky rannímu scanu OOS,“ říká generální ředitel Martin Ditmar. „Systém funguje především díky propracovanému mechanismu řízení projektu, sledování a kontrole KPI a podpoře ze strany našeho personálu. Je třeba zmínit podstatný fakt, že nevytváříme nic umělého, ale reagujeme na chování trhu. Zároveň dbáme na transparentnost celého systému,“ dodává.



Projekt vlastního merchandisingu znamená zavedení této služby prostřednictvím dvou partnerů, kteří zajišťují personální outsourcing a merchandisingové služby včetně výkonné kontrolní exekutivy za účelem dosažení vyšší úrovně tohoto systému. Projekt je postaven na třech základních pilířích – kvalitě, financích a perspektivě. Přináší zkvalitnění datových toků, optimalizaci finančních toků, adekvátní finanční ohodnocení týmů i pozitivní odezvu dodavatelů. Pro doplnění, nový systém merchandisingu je povinný pro všechny dodavatele hypermarketů Interspar a supermarketů Spar. V jejich rámci mohou od 1. září působit pouze dva merchandisingové partneři, a to agentura Field Force ČR a Fenclova Promotion.

Nové skladovací prostory pro Backaldrin

Generální projektant společnost Delta Projektconsult slavnostně dokončila druhou z etap výstavby pro společnost Backaldrin Kladno. V 1. etapě bylo vybudováno administrativní zázemí firmy, moderní školící a distribuční prostory s netradiční ukázkovou pekárnou a posluchárnou pro 24 osob. Předmětem 2. etapy jsou nové skladovací prostory, které byly zkolaudovány letos v květnu. Vzhledem k expanzi společnosti Backaldrin a neustále narůstajícímu objemu distribuovaných směsí na výrobu pečiva byla kapacita současných prostor již nedostatečná, proto bylo nutné v krátkém termínu rozšířit regálový sklad, který bude rovněž splňovat nejvyšší hygienické nároky. „Delta Projektconsult se stará o naše zázemí již dlouhodobě. Víme, že se můžeme spolehnout nejen na dodržení kvality při realizaci projektu, ale zejména na dodržení termínu výstavby, který byl vzhledem k aktuálním potřebám našich zákazníků tentokrát velmi krátký,“ dodává Petr Mach, jednatel, Backaldrin.



„Delta Projektconsult se stará o naše zázemí již dlouhodobě. Víme, že se můžeme spolehnout nejen na dodržení kvality při realizaci projektu, ale zejména na dodržení termínu výstavby, který byl vzhledem k aktuálním potřebám našich zákazníků tentokrát velmi krátký,“ dodává Petr Mach, jednatel, Backaldrin.

Regal 6-7/2011

vyšel 22. 6.



V čísle mj. najdete:

- Škůdci – hubení a prevence
- Veletrh Thaixef 2011
- Efektivní sklad
- Výrobky wellness, zdravé výživy a pro děti

Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

Systém řízení vozíků Jungheinrich

Na veletrhu CeMAT 2011 prezentovala firma Jungheinrich světové veřejnosti poprvé ucelený systém managementu parku vozíků. Nazývá se ISM Online (Informační systém managementu vozíků) a je schopen řídit, analyzovat a optimalizovat parky vozíků nezávisle na jejich velikosti a složitosti. Tím vyvinula firma Jungheinrich nástroj, který uživateli umožňuje zvýšit průhlednost a bezpečnost vlastního skladu a efektivně řídit svůj park vozíků i na více místech a v různých státech. „Díky vysoké průhlednosti dat v tomto systému bude uživatel v budoucnu schopen podstatně snížit provozní náklady svého parku,“ uvádí Helmut Limberg, obchodní ředitel, Jungheinrich.

Sledování zásilek na BlackBerry

DB Schenker Logistics přichází s novou aplikací, která umožňuje on-line sledování zásilek pro mobilní telefony typu BlackBerry. Klienti společnosti mohou díky těmto chytrým telefonům zkontrolovat status svých zásilek doslova odkudkoliv a kdykoliv. Aplikace DB Schenker Tracking App je k dispozici zdarma ke stažení v BlackBerry App World.

Aplikace nabízí stejné výhody jako její nedávno spuštěná „sestra“, trackingová verze 2.0. pro telefony iPhone. V obou aplikacích mohou zákazníci využít celou řadu vyhledávacích kritérií a jsou jim k dispozici různé jazykové mutace včetně češtiny.

Rok 2010 podle Zepter International

Společnost Zepter International v roce 2010 s celkovým dosaženým obrátem ve výši 827 mil. Kč zaznamenala oproti roku 2009 mírný pokles, a to zhruba o 1,6 %, ale i tak hodnotí uplynulý rok jako velmi úspěšný. Ve druhé polovině roku 2010 se podařilo ve všech důležitých činnostech společnosti nastartovat pozitivní trend, jehož výsledky se plně začaly projevovat v prvním čtvrtletí letošního roku. Prodej nových reprezentantů (Pokračování na stránce 2)

Thajská kuchyně v Makru

Obchodní oddělení velvyslanectví Thajského království v Praze a společnost F.W.Tandoori připravují letos již podruhé pro zákazníky vybraných velkoobchodů Makro ochutnávky tradičních thajských pokrmů. Proběhnou od 29. srpna do 2. září 2011, vždy od 10 do 16 hodin: Makro Stodůlky, Makro Černý Most a Makro Průhonice. „Ve velkoobchodu bude instalován stánek v tradičním thajském designu, ve kterém budou thajští kuchaři, za použití originálních thajských ingrediencí značky Exotic Food, připravovat přímo před zákazníky typické thajské speciality na elektrickém woku,“ říká Michal Feitl, výkonný ředitel, F.W.Tandoori.

Soutěž s Dobrou vodou

Od začátku července do konce září lze s Dobrou vodou soutěžit o figurky z oblíbeného komiksu Čtyřlístek. Stačí sbírat body ze soutěžních etiket lahvi Dobré vody, nalepit je na hrací kartu a odeslat na soutěžní adresu. Ve hře je celkem 25 tisíc figurek Myšpulína, Fifinky, Bobíka a Pindi. Dobrá voda spojila letos své promoční aktivity a podporu prodeje se Čtyřlístkem. V kategorii dětských nápojů uvedla edici Dobré vody dětské ve formátu 0,33 l v pěti ovocných příchutích s postavičkami ze Čtyřlístku na etiketách. Komiksové hrdiny využila i pro velké letní maloobchodní promo pokrývající téměř celé portfolio. Součástí kampaně spojené se Čtyřlístkem měl být i sponzorování připravovaného filmu Čtyřlístek. Od něj ale značka nakonec ustoupila a prostředky alokovala do jiné formy podpory značky. Původní informace o plánovaném sponzorování filmu tedy neplatí.



Nejdelší jízda dračích lodí

Dračí závody se stávají v České republice stále oblíbenější. Stejně jako v loňském roce, tak i letos společnost Josef Manner sestavila vlastní „dračí tým“. Stala se tak generálním partnerem nejdelší jízdy dračích lodí ve střední Evropě, kterou rozzářila růžová barva jejich Manner týmu. Dračí výprava odstartovala 9. června v Kroměříži a do cílové stanice v Hodoníně po zdolání 70 kilometrů dorazila 12. června. Při této příležitosti měli všichni příznivci této novodobé disciplíny a výletníci možnost fandit růžovému Manner týmu a podpořit tak zviditelnění Baťova kanálu a jeho úpravu. Firma Manner pro všechny připravila řadu soutěží a ochutnávek Manner výrobků. Touto sportovní aktivitou navázala na Manner Zumba tour, na které byly produkty Manner rovněž prezentovány.



Kofola čepuje Kofomobily

Kofola zahájila svou tradiční letní kampaň. Letos mohou návštěvníci vybraných restaurací a sezonních provozoven po zakoupení dvou püllitrových Kofol získat stírací los a okamžitě vyhrát zajímavé letní ceny jako tetování, plážovou tašku, osušku, slunečník na hlavu a další.

„S unikátním kódem, který každý los obsahuje, mohou fanoušci Kofoly po odeslání SMS soutěžit týdně o tři iPhone s Kofola designem. Soutěž potrvá do 4. září,“ říká Egle Wehle, brand manažerka Kofoly. Kampaň je podpořena v místě prodeje a bannery na internetu. Kromě toho je od června nasazen oblíbený letní reklamní spot Nuda pláž z roku 2006, kde se spotřebitelé po letech setkají s Naďou a Ondrou.

Letní novinky Starbucks

Společnost Starbucks Coffee a její joint venture partner AmRest Holdings SE na toto léto představily novou platformu nápojů Frappuccino a ovocné ledové nápoje. Koncept „However-You-Want-It“ nabízí zákazníkům možnost vytvořit si svůj vlastní nápoj dle osobních přání a chutí.

Na letní měsíce (od 5. července do konce srpna) kavárny přináší dvě nové variace nápojů Frappuccino s čokoládovou a lískoříškovou příchutí, ledové jahodové a citronové nápoje, kávu z africké Tanzanie a letní kolekci hrnků a termohrnků.

„Léto je v plném proudu a my máme ten správný recept, jak se příjemně zchladit a osvěžit. Zákazníci mají na výběr hned z několika variant, mohou si objednat své vlastní Frappuccino na míru nebo vyzkoušet ovocné ledové pochoutky,“ uvádí Erik Zlámal, district manažer Starbucks pro ČR.



(Pokračování ze stránky 1)

vzrostl v roce 2010 oproti předešlému roku o 13 % a na celkovém obratu společnosti se podílel 38 %. Od roku 2006 vykázal prodej nových reprezentantů růst o 239 %. V současné době má Zepter International otevřených a plně funkčních už 66 regionálních obchodních kanceláří po celé ČR.

Investice ve střední Evropě rostou

Ve střední Evropě pokračuje v prvním pololetí roku 2011 nárůst investiční aktivity, a to na nejdůležitějších trzích, jimiž jsou Polsko, Česká republika, Slovensko, Maďarsko a Rumunsko. Dosud na nich bylo proinvestováno 2,09 mld. eur. Toto zvýšení oproti 1,83 mld. eur ve druhém pololetí roku 2010 naznačuje, že celkový objem investic v regionu by mohl do konce roku dosáhnout 4,8 mld. eur.

Není překvapením, že regionu dominuje Polsko, byť bylo jediným trhem, kde v prvním pololetí roku 2011 objem transakcí ve srovnání s předchozím pololetím poklesl (z 1,27 mld. eur ve druhém pololetí roku 2010 na 875 mil. eur v prvním pololetí 2011). Naproti tomu český a maďarský trh se ve stejném období výrazně zotavil – objem transakcí v Česku vzrostl z 295 mil. na 744 mil. eur a v Maďarsku ze 78 mil. na 233 mil. eur. Na žádném středoevropském trhu však transakční aktivita stále nedosahuje pětiletého průměru (zdroj: Cushman & Wakefield).

Nová smlouva Continental Tyre a Kühne + Nagel

Podle nové smlouvy podpoří společnost Kühne + Nagel v Jihoafrické republice obchod s originálním zařízením a autopříslušenstvím firmy Continental Tyre. Komplexní nabídka služeb zahrnuje: přijetí pneumatik z výroby, provádění kontrol jakosti, skladování, zajištění příjmových a výdejových procesů, vychystávání a balení, řízení zásob, jakož i řízení prázdných kontejnerů. Navíc bude Kühne + Nagel poskytovat externí skladové řešení pro nadbytečné objemy v Port Elizabeth. „Těší nás, že na základě úspěšné spolupráce se společností Kühne + Nagel v ostatních zemích nám společnost Continental Tyre svěřila své skladové operace v Jihoafrické republice. Tento nový projekt také posílí naši pozici v automobilovém odvětví v Jihoafrické republice,“ říká Graham Smit, generální ředitel oddělení kontraktní logistiky, Kühne + Nagel Jihoafrická republika.

Důvěra nájemců narůstá

Nájemci průmyslových prostor v celém regionu EMEA (Evropa, Blízký východ, Afrika) se ve svých strategiích i nadále zaměřují především na modernizaci prostor a optimalizaci sítě. Z Jones Lang LaSalle průzkumu podmínek nájemců průmyslových prostor v regionu EMEA (EMEA Corporate Occupier

(Pokračování na stránce 3)

Podnikatelé nepoužívají moderní metody řízení

Rada kvality ČR a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR představily veřejnosti výsledky průzkumu mezi českými podnikateli, který sledoval názory zástupců malých a středních podniků na konkurenceschopnost, bariéry v podnikání a používání inovací a moderních metod řízení. Z průzkumu vyplývá, že ačkoli si čeští podnikatelé uvědomují význam moderních metod řízení, mají o nich jen minimální informace a prakticky je nepoužívají. Velmi pozitivní posun se oproti dříve prováděným průzkumům odehrál v názorech našich podnikatelů na konkurenceschopnost. „Potěšilo nás, že si naši podnikatelé uvědomili, že v období globalizované ekonomiky nebude možné konkurovat jen cenou,“ říká Eva Svobodová, generální ředitelka Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR.

Od 7. července probíhají IKEA Tours

Se začátkem července připravila IKEA pro své zákazníky další speciální nabídku. V souladu se svými švédskými kořeny představuje veřejnosti nově otevřená IKEA Tours mnoho zajímavých míst ve Švédsku. Využívá skutečnosti, že většina výrobků této firmy, například stoličky, hrníčky nebo pohovky, je pojmenována podle míst ve Skandinávii. Například hrneček Älmhult je důkazem toho, že kořeny IKEA sahají do městečka se stejným názvem. Více informací předkládá leták nazvaný Mapa Švédska a www.IKEA.cz.



Novinky značky Whirlpool

Značka Whirlpool na konci června představila řadu novinek pro rok 2011. Například technologii Green Generation s úsporou zdrojů – novou myčku ADG 6966 IX se spotřebou vody jen 6 litrů a kapacitou 14 sad nádobí. Tato myčka je podle zástupců značky nejúspěšnější na trhu. Volně stojící myčka Whirlpool ADP 6966 Eco se standardní šířkou 60 cm je spotřebou 6 litrů při použití programu Eco také nejúspěšnější myčkou na trhu.

Další novinkou je volně stojící chladnička v nerezovém provedení, vybavená speciální nulovou zásuvkou Activ0°, která uchovává potraviny vyžadující teploty kolem 0 °C déle čerstvé. Truhlicové mrazničky Whirlpool s technologií 6. smysl zajišťují uchování potravin za ideálních podmínek, aniž by uživatel musel jakkoli zasahovat. Truhlicový mrazák Whirlpool WH 5000 má objem 510 litrů, z toho využitelný 503 litrů. Pračka Whirlpool AWM 1111 typu DreamSpace je vybavena tichým motorem SilenMotion. Vypere až 11 kg prádla. Novinkou u sušiček Whirlpool je design Carisma. Nejviditelnější změnou oproti starším typům je nahrazení dosud hranatých dvířek velkými kulatými. Více na www.whirlpool.cz.

Nové tablety Persil Active Tabs

Společnost Henkel ČR uvádí od července na trh Persil Active Tabs. Nový prací prostředek využívá pro odstraňování skvrn sílu pracích prášků Persil a zároveň je nabízen ve formě kompaktních tablet, které usnadní dávkování. Je k dostání v běžné variantě a ve variantě na barevné prádlo, ve třech různých baleních. Obsahují 15 pracích dávek (30 tablet) za DMOC 169 Kč, 32 pracích dávek (64 tablet) za DMOC 319 Kč nebo 47 pracích dávek (94 tablet) za DMOC 429 Kč. K uvedení novinky na český trh je připravena společná kampaň se značkami Bosch a Siemens. Hlavním pilířem ATL komunikace budou TV spoty, které poběží od konce července do konce října 2011. V rámci marketingové podpory proběhne i roadshow s hosteskami v obchodních centrech a na vybraných náměstích, koupalištích či v kancelářských prostorách. Bude rozdáno na 100 tisíc vzorků. Komunikaci doplní internetová kampaň, POS materiály a inzertní v tisku.



Vzniká nadační fond na podporu Českého piva

Český svaz pivovarů a sladoven (ČSPS) spolu s nejvýznamnějšími subjekty působícími v českém pivovarství a sladařství založil Sdružení právnických osob pro podporu Českého piva. Cílem sdružení, jehož dalšími členy jsou Plzeňský Prazdroj, Budějovický Budvar, Sladovny Soufflet ČR, Heineken ČR a PMS Přerov, je založení Nadačního fondu České pivo sládka Františka O. Poupěte. Posláním a účelem fondu je podpora a ochrana výroby piva v České republice jako součásti národního kulturního dědictví, a to s cílem zachování historických sensorických vlastností Českého piva a surovin pro jeho výrobu. Fond bude shromažďovat prostředky od výrobců piva a sladu a dalších subjektů, např. Ministerstva zemědělství ČR, Evropské komise (DG Agri) atd. Předsedou sdružení se stal Jan Hlaváček, vrchní sládek Plzeňského Prazdroje.

(Pokračování ze stránky 2)

Conditions Industrial research) za druhé čtvrtletí 2011 vyplývá, že se díky tomu nejen udržuje poptávka po moderních průmyslových prostorách, ale zvyšuje se i zájem o starší prostory z druhé ruky. „Poptávka v sektoru průmyslových nemovitostí bude v budoucnosti nejspíše přicházet od širšího okruhu nájemců (např. sektor maloobchodu, nové energetiky). V porovnání s rokem 2010 začínáme pociťovat mírné zvětšování poptávky zejména na vybraných trzích v západní Evropě a během tohoto roku očekáváme její další nárůst,“ říká Vincent Lottefier, vedoucí týmu firemních řešení v regionu EMEA (Corporate Solutions EMEA), Jones Lang LaSalle.

Personálie

• Společnost ETA, tradiční česká značka domácnostních elektrospotřebičů, představila nového marketingového ředitele. Je jím Lukáš Kružberský, který přichází z internetového start-upu ZOOT.cz, kde zodpovídal za marketingové aktivity. Jeho hlavním úkolem bude zvýraznit postavení značky ETA na českém a slovenském trhu a přinést do marketingových a obchodních aktivit firmy nekonvenční a inovativní přístup. Zaměřit by se měl především na mladší cílovou skupinu a digitální komunikaci. Je od roku 2009 už čtvrtým marketingovým ředitelem. Ve funkci nahrazuje Tomáše Fialu, jenž pozici zastával od loňského března. Už 1. června došlo ke změně generálního ředitele. Stal se jím Roman Stupka, který nahradil odstoupivšího Jiřího Pathy.

• Po více než roce na mateřské dovolené se vrací do developerské společnosti AFI Europe na novou pozici asset manažerky Petra Fazeška. Bude zodpovědná za správu nemovitostí a pronájem komerčních projektů společnosti AFI Europe v České republice. V AFI Europe působí od roku 2005. Začínala zde na pozici marketingové a obchodní manažerky rezidenčních projektů jako Korunní Dvůr, Tulipa Rokytka, Tulipa Modřanská rokle a Tulipa Vokovice. Kromě zodpovědnosti za marketing a PR AFI Europe zastřešovala prodejní proces rezidenčních projektů, od prvního kontaktu se zákazníkem až po samotný prodej.

• O marketing nákupního centra AFI Palác v Pardubicích se nově stará Zuzana Kubíčková. Je zodpovědná za veškeré marketingové a PR aktivity tohoto obchodního centra, včetně korporátního PR a pořádání akcí pro zákazníky.

• David Szendzielarz byl jmenován do pozice regionálního ředitele nákupního klubu Fashion Days pro střední a jihovýchodní Evropu. Na starosti bude mít nejen dohled nad trhy, kde Fashion Days působí, ale i další expanzi společnosti v regionu. Dosud působil jako ředitel Fashion Days pro ČR a SR. Ředitelkou Fashion Days pro ČR a SR se stala Štěpánka Vilová, která povýšila z pozice obchodní manažerky Fashion Days.