

Solidní kolo z hypermarketu? Ano



Plusy a minusy

HYPERMARKET

- + velký výběr kol nižší a nižší střední třídy
- + kola lze doslova osahat
- prodáváci nemají o sortimentu velké znalosti
- chcete něco zvláštního? Na to zapomeňte!

MENŠÍ SPECIALIZOVANÝ OBCHOD

- + osobní přístup prodavačů
- + je možné objednat nestandardní kola nebo doplňky
- malý výběr z několika základních typů

INTERNET

- + okamžité porovnání cen a parametrů ve více obchodech a více značek
- při nákupu je nutno spoléhat jen na obrázky od výrobců nebo reference od přátel
- obtížná reklamace (pokud se jí obchodník chce vyhnout)

Loňská sezóna byla pro české obchodníky s cyklistikou zlomová. Do nejprodávanější střední třídy promluvil hypermarketo- vé řetězce. Za solidní ceny začaly prodávat solidní kola. Stejně jako v celé Evropě. Tento průlom vystrašil zavedené cykloprodejny, ale zákazníkům přinesl širší volbu.

V hypermarketu jde jen o cenu

V hypermarketových halách se vytvořila zvláštní oddělení, kde se prodává cyklistické vybavení. Pokud vůbec nevíte, jakou značku si vybrat, nebo v jaké cenové relaci nakupovat, vůbec sem nechoďte. Výběr je tu takový, že budete dlouho přebírat a nakonec si možná ani nevyberete.

Pokud víte, co chcete, a navíc se pohybujete ve střední a vyšší střední cenové hladině, jste v hypermarketu na správném místě. Ne-

čekejte od prodavačů žádné velké rady, ale základní informace vám poskytnou.

Hypermarkety postupují vstřícně vůči případným reklamám. Většinou bez řečí mění porouchaný kus za nový bicykl. Vědí, že mají takovou obchodní sílu, aby to samé udělaly ony u výrobce a na reklamaci netratiley.

Speciálka mívá osobní přístup

Pokud potřebujete nákup kola prodiskutovat, jděte do speciální prodejny. Nemůžete si ovšem pod pojmem speciální představit každé šicí stroje – kola na rohu. Většinou by se mělo jednat o větší prestižní obchod ve středu města. Ceny tu bývají oproti nákupním halám mírně nadsazené, prodávají se kola od nižší střední třídy po tu nejvyšší. Prodáváci bývají vstřícní od okamžiku, kdy ve vzduchu ucítí vaše peníze. Velmi dobře totiž poznají

zákazníky, kteří se k nim jdou poradit, ale poté nakoupí v hypermarketu nebo na internetu.

S reklamami bývá někdy potíž – prodáváč bývá zároveň majitelem, a s reklamováním kolem přichází o část svého výdělku.

Potíže s internetem

Internetové obchody mají svá rizika. Ne snad v tom, že by vám někdo vykradl účet v bance, když dáte elektronický příkaz k zaplacení, ale v obvyklých obchodních záležitostech. Jestliže není obchod seriózní, může se stát, že dostanete zboží pozdě, obdržíte trochu jiný model, než jste chtěli, nebo se vám nepodaří uplatnit reklamaci. Zavedené internetové obchodní domy takové potíže nemají, a je možné u nich nakoupit stejně dobře jako v obvyklém cyklokrámě.

Anketa



První ročník odborné a čtenářské ankety Olympus Outdoor Awards vyhlásil outdoorový magazín a internetový portál Horydoly. Anketa o nejlepší výrobek a značku

v oblasti rekreačních a sportovních aktivit v přírodě běží od konce února a výsledky hlasování odborníků a čtenářů budou vyhlášeny 3. května. Cílem je mj. pomoci spotřebitelům orientovat se na trhu s outdoorovým vybavením.

Odborná porota vedená expertem na outdoorové vybavení Petrem Ďoubalíkem a složená z novinářů, známých osobností a odborníků v oboru vybere nejlepší výrobky v následujících kategoriích:

- **cyklistika**
- **horolezectví + vysokohorská turistika**
- **lyžování + aktivity na sněhu**
- **turistika a cestování**
- **vodní turistika + divoká voda**
- **rodinné outdoorové aktivity**

Výrobek, který dostane ze všech nejvíce hlasů, bude oceněn hlavní cenou poroty Olympus Outdoor Awards.

Čtenáři mohou hlasovat po internetu nebo SMS zprávami o nejoblíbenější outdoorové značce. Vylosovaní získají digitální fotoaparát Olympus mju 720 SW, poukázky na cestování autobusy Student Agency, do obchodu Bartsport, mapy SHOCart a poukázky na zájezdy CK Kudrna. www.outdoorawards.cz.

Na anketě se podílejí servery internetové sítě Outdooronet, radio Beat a IN magazín Hospodářských novin. Generálním partnerem ankety je firma Olympus, hlavními partnery společnosti Student Agency a Bartsport.