

line REGAL

elektronický newsletter měsíčníku Regal

č. 33/08, 30. 9. 2008

Fashion Arena – lidé se naučili vracet

Fashion Arena Outlet Center, který začátkem srpna, tedy necelých osm měsíců po otevření, přivítal již milion zákazníků, garantuje zákazníkům minimálně 30% slevy oproti klasickým obchodům. A lidé se za těmito výhodnými nákupy naučili vracet. Téměř třetina (27 %) ze všech dotázaných v průzkumu agentury Opinion Window zde byla za posledních šest měsíců minimálně pětkrát. Nakupovat jezdí „ve skupinkách“, nejčastěji tříčlenných (85 % dotázaných), ať už s partnerem, kamarádkou, sousedem či s dětmi. Polovina zákazníků přijela do outletového centra za koupí konkrétní věci, zejména tedy obyvatelé Prahy, což je podstatný rozdíl oproti průzkumu z loňského roku, kdy zákazníci z 61 % navštěvovali Fashion Arenu pouze ze zvědavosti.

Obliba prvního pražského outletového centra nekončí s hranicemi Prahy, ale je mnohem vyšší i mezi obyvateli Středních Čech. „To potvrzuje naši zkušenost z jiných zemí, že do outletového centra lidé jezdí cíleně, za výhodnými nákupy a v takovém případě jsou zákazníci ochotni cestovat i dále. Zatímco u běžných obchodů si vybírají nákupní centra v dosahu do 15 minut, do outletového centra jsou ochotni cestovat 1,5 až 2 hodiny,“ potvrzuje Iva Janovská, marketingová manažerka Fashion Arena Outlet Center.

Fashion Arena Outlet Center si své pozice drží i v období sezonních výprodejů, které je pro outletový obchod kritické, protože se dostává do přímé cenové konkurence s nabídkou klasických obchodů. Ostatně to svým způsobem potvrdil i průzkum Opinion Window, podle něhož ve srovnání s předvánočním obdobím stoupla v létě výška průměrné útraty za jednu návštěvu oproti loňskému listopadu bezmála o 300 Kč. Těmi, kdo ve Fashion Areně v průměru více utrácejí, jsou pak stále muži, jejich průměrná výše útraty je skoro o 300 Kč vyšší než u žen.

„V našem outletovém centru jsou zastoupeny především značky, které má český zákazník v oblibě a s nimiž má pozitivní zkušenost. Výběru jsme věnovali a stále věnujeme velkou pozornost. Na českém trhu etablované značky jsou tak pro naše outletové centrum ideálním partnerem a náš poslední průzkum toto opět potvrdil: 60 % zákazníků našlo ve Fashion Areně všechny nebo téměř všechny své oblíbené značky a 90 % návštěvníků odchází z Fashion Areny spokojeno a doporučílo by Fashion Arenu svým známým a příbuzným,“ dodává Iva Janovská.



Prodejna roku '08: porota rozhodla

Po prvním a druhém kole soutěže Prodejna roku '08 vybrala dne 22. září na svém zasedání porota sestavená z odborníků z oblasti marketingu, reklamy a maloobchodu (Markéta Světlíková, manažerka komunikace, Makro Cash & Carry ČR; Michaela Löblová, key account manažerka, POS Media Czech Republic; Nataša Králíková, vedoucí auditorka, TÜV SÜD Czech; Radana Čechová, šéfredaktorka, Regal; Eduard Bečvář, project manažer, Incoma Research; Martin Dokoupil, managing partner, Blue Strategy; Michal Zachar, ředitel PEI; Luděk Čtvrtlík, vedoucí prodejce interiérů, Wanzl) finalisty a vítěze jednotlivých kategorií. Konkrétně se jedná o hlavní kategorie Food (specializovaný a širokosortimentní) a Nonfood a podkategorie Nejlepší exteriér, Nejlepší interiér, Nejlepší personál a Nejlepší práce s POP/POS. Novinkou je cena časopisu Regal.

Všichni vítězové budou pozváni na slavnostní vyhlášení výsledků soutěže, které se uskuteční 15. října 2008 v pražském klubu Avion. Vítězové i finalisté budou představeni na webových stránkách soutěže www.prodejaroku.cz a také formou rozhovorů a fotografických reportáží ve speciální příloze, která bude součástí říjnového vydání časopisu Regal (datum vydání: 16. října 2008).

Globus International zvolil systém ABRA

Dovozce vín, společnost Globus International, dosud využíval zastaralý software na bázi DOS. „Dosavadní systém nedovoloval zadávat potřebné informace, např. vlastnosti vín, a nebylo možné ani propojení na e-shop,“ říká výkonný ředitel firmy Jindřich Kurka. „Proto jsme zvolili Abra, která nám eviduje u našeho sortimentu řadu specifických vlastností, umožní napojení na internetový obchod a nabídne uživatelský komfort a stabilitu.“ Ostrý provoz Abry se plánuje na říjen.



V 9. ČÍSLE NAJDETE:

- Etnické potraviny
- Deset chyb prodeje
- Vánoční nabídka

Regal 9/2008 vyšel 23. září
Předplatné na www.eregal.cz

economia
OBSAH ROZHODUJE

CIES Supply Chain Conference '08

Mezi 8. a 10. říjnem se ve Vídni koná CIES Supply Chain Conference 2008. Tato akce nabídne praktické příklady týkající se principů dodavatelského řetězce: Efektivita v místě prodeje (problematika kompromisů mezi snižováním nákladů, zvyšováním ziskové marže a poskytováním lepšího servisu zákazníkům), Optimalizace dopravy (pohled na komplexní výběr mezi snižováním nákladů, vylepšeným servisem a metodami přátelskými k životnímu prostředí). O své znalosti a zkušenosti se podělí zástupci společností: Arvato-Bertelsmann, Marks & Spencer, Carrefour, Monoprix, Delhaize Group, Nestlé Waters, Gruppo Pam, Rewe, Metro Cash & Carry, Procter & Gamble, Migros a Spar. Součástí programu bude rovněž návštěva rakouských obchodů společností Interspar, Merkur (Rewe Group) a Metro C+C v doprovodu manažerů jejich dodavatelského řetězce.

TNT má nové motto a design webu

Společnost TNT oficiálně představila své nové motto, „sure we can“ (určitě to dokážeme), vycházející z firemní filozofie „we can“ (my to dokážeme). V souvislosti s touto změnou byly spuštěny i nové webové stránky. V následujících měsících se motto „sure we can“ objeví na firemních vozech, kamionech, letadlech a všech komunikačních materiálech, které společnost používá.

„Těší mě, že začínáme používat slogan, který skutečně vyjadřuje postoje TNT. Setřáslí jsme nesmělost a konečně pojmenovali naši filozofii, náš způsob myšlení. Dokážeme to je totiž postoj, s nímž přistupujeme ke každodenní práci. Jsem rád, že to nyní výrazným

(Pokračování na stránce 2)

Začíná druhý ročník programu Hravě žij zdravě

Pod záštitou Potravinářské komory ČR odstartuje 6. října 2008 druhý ročník internetového kurzu „Hravě žij zdravě“ – www.hravezijzdrave.cz. Cílem programu je interaktivním a zábavným způsobem vysvětlit dětem důležitost a základní pravidla zdravého životního stylu. Program je zaměřen na žáky pátých tříd základních škol z celé ČR, kteří budou soutěžit o ceny podporující aktivní přístup k životu. „Z našeho pohledu bylo klíčové najít médium, které je rozšířené a atraktivní pro žáky základních škol,“ říká Martin Klofanda, zástupce pracovní skupiny pro zdravý životní styl pod PK ČR, která je letos partnerem projektu. „Jako produktové partnery soutěže jsme volili pouze ty firmy, resp. produkty, které přímo podporují aktivní životní styl. Zmíním např. kola Superior, fitness program Wii Fit od firmy Nintendo nebo sportovní batohy od společnosti Topgal,“ dodává Martin Klofanda. Patronem projektu se letos stal také Michael Vít, hlavní hygienik ČR. Odborným garantem je kromě občanského sdružení STOB Plus i poradenské centrum Výživa dětí – www.vyzivadeti.cz. Mediálními partnery projektu jsou Seznam.cz, portál pro děti Alik.cz a časopis Redway.

Interspar hledá Pretty Baby

Se svou vlastní značkou Pretty Baby, pod kterou naleznou zákazníci obchodního řetězce Interspar široký sortiment oblečení a doplňků pro dítě od narození až do věku dvou let, nyní spojí společnost Spar ČOS novou soutěž Hledáme Pretty Baby!

Na stránkách www.prettybaby.cz odstartovala 24. 9. a poběží do 14. 10. 2008. Může se jí zúčastnit osoba starší 18 let, která řádně vyplní registrační formulář a uloží fotografii svého dítěte ve věku od 0 do 2 let, jež nebude v rozporu s dobrými mravy a platnými zákony ČR. Uložené soutěžní fotografie budou hodnoceny registrovanými i neregistrovanými uživateli. Soutěž je promována na titulní straně v letáku Interspar č. 39 v a letáku Spar č. 39, které se týkají tématu dětí, a na www.interspar.cz. V rámci dětské nabídky v letáku Interspar je přichystána od 24. 9. do 7. 10. 2008 na všech hypermarketech Interspar 25% sleva na celý sortiment Pretty Baby kromě dětských plenek.



Český výrobek – 100% nárůst

Český výrobek, projekt na podporu tuzemských produktů, dosáhl v měsíci září 100% meziročního nárůstu spolupracujících českých firem. Jednotné logo výrobků slouží ke snadné orientaci těch zákazníků, kteří preferují domácí značky před těmi zahraničními, mnohdy „bezejmennými“. Hlavním důvodem tohoto nárůstu je prokazatelná vyšší užitná hodnota výrobků, protože získaná etiketa je zárukou bezpečných, nezávadných a kvalitních produktů. Výhodou projektu je také ohled na životní prostředí. „Podmínkou pro udělení ochranné známky je garance, že výrobek se skutečně vyrábí na území České republiky a nepřeváží se přes půl světa,“ říká ředitel projektu Leo Kolečkář. Více na www.czvyrobek.cz.

Nákupní park Liberec přilákal stovky zákazníků

Otevření nového Nákupního parku Liberec – zóna Sever v severozápadní části města v komerční zóně Růžodol přilákal 17. září první zákazníky. Ti si nakoupili v nových jednácti obchodech Jysk, Sportissimo, Chicco, Koberce Breno, OKAY elektrospotřebiče, KIK textil, LDVK/Lidovka, Hane interiér, Cykloworld, Superzoo a Zelený domov. Nákupní park bude otevřen každý den od 9 do 20 hodin.

Developerem projektu je společnost TK Development, investorem GE Real Estate a generálním dodavatelem liberecká společnost Regionální stavební. Správu centra bude zajišťovat společnost EMCM. Celková výše investic do projektu po dokončení 2. fáze dosáhne zhruba 430 mil. Kč.



Suchar roku 2008 odstartoval

Společnost Henkel ČR s produktem Ceresit Stop vlhkosti spustila 15. září na internetové adrese www.suchar-roku.cz soutěž Suchar roku o co „nejsušší vtíp“. Soutěži vtiskl tvář a v porotě zasedl kreslíř vtípů Petr Urban. Šanci na vítězství mají také fotografie, videa a mluvené slovo. Smyslem soutěže je sbírat, prezentovat a oceňovat nejlepší „suché vtípy“. Vtíp je do soutěže zařazen svým umístěním na tomto webu, kde pro něj návštěvníci mohou dále hlasovat. Každý účastník soutěže, který umístí svůj příspěvek, obdrží dárek – magnetku na lednici s „opravdu suchým“ vtípem patrona soutěže. Absolutní vítěz, který se stane Sucharem roku 2008, zvedne nad hlavu putovní pohár a roční zásobu produktu Ceresit Stop vlhkosti.

(Pokračování ze stránky 1)

způsobem sdělujeme našim zákazníkům a celému světu,“ říká Peter Bakker, výkonný ředitel společnosti TNT.

Zaměření na High-Tech průmysl

Společnost Schenker zreorganizovala svoji nabídku služeb kontraktační logistiky. Speciální tým 1000 pracovníků Schenker High-Tech Logistics se bude věnovat potřebám zákazníků v oborech High-Tech (spotřební elektronika, polovodiče a obnovitelné zdroje). Tým bude rozmístěn na 32 pobočkách v devíti evropských zemích a bude úzce spolupracovat s místními filiálkami DB Schenker. „Integrace našich aktivit v sektoru High-Tech a elektroniky nám umožnila vytvořit silný a schopný tým, jenž bude moci nabízet a realizovat logistická řešení pro tento trh v celé Evropě,“ dodává Detlef Trefzger, jenž je jako člen představenstva Schenker AG odpovědný za kontraktační logistiku celé divize DB Schenker.

Obavy z nové evropské legislativy

Výrobci a distributoři doplňků stravy jsou znepokojeni novou evropskou legislativou, která může výrazně ohrozit dostupnost doplňků stravy a čajů obsahujících v Evropě tradičně užívané byliny. Podle přístupu Evropského úřadu pro bezpečnost potravin EFSA, který v současnosti začíná posuzovat seznam zdravotních tvrzení, je velmi nejisté, zda budou povolena jakákoli zdravotní tvrzení pro tyto doplňky stravy. Pokud nebudou, znamenalo by to, že výrobci budou muset své doplňky stravy přeregistrovat jako tradiční rostlinná léčiva, aby mohli sdělovat spotřebitelům jejich účinky. Tato změna registrace znamená několik let trvající přípravu náročné a nákladné dokumentace. Pro naprostou většinu firem např. v ČR by bylo nemožné do takovéto dokumentace investovat.

Motorola rozšiřuje portfolio RFID

Společnost Motorola Enterprise Mobility business (dříve Symbol Technologies), poskytovatel služeb a řešení v oblasti podnikové mobility, uvádí na trh novou přenosnou RFID čtečku společně s novou globální firmwarovou aktualizací pro pevné RFID čtečky v Evropě. Tyto novinky přinášejí lepší výkon a snadnou implementaci, která zefektivňuje podnikové postupy a maximalizuje organizační produktivitu díky shodě s nejnovějším standardem ETSI 302.208. Nové přenosné RFID čtečky a modernizovaná pevná RFID čtečka budou nyní v souladu s novým standardem ETSI 302.208, který umožňuje, aby byla RFID zařízení neustále zapnutá. To nabízí významné výhody oproti RFID čtečkám, jež fungují na základě standardu ETSI 220 a které mohou fungovat pouze šest minut v každé hodině. Zařízení jsou navržena pro použití u výrobců, v dopravě a logistických společnostech, které potřebují načítat balíčky, palety a položky 24 hodin denně, 7 dní v týdnu.

V Hradci Králové se rozběhla výstavba Atria

Nový skelet obchodního centra Atrium ve středu Hradce Králové budou moci obyvatelé i návštěvníci města spatřit v průběhu října. Stavební práce naplno probíhají na pozemku mezi Dukelskou třídou a ulicemi Letců a Herbenova, v těsném sousedství nákupního centra Tesco. Obchodní dům Atrium s půdorysem ve tvaru ustoupeného obdélníku a dominantním, ostře zakončeným nárožím nabídne v září 2009 přes 40 obchodů se širokým spektrem zboží i služeb.

„Nepůjde jen o módu, ale o vybavení bytu a potřeby pro domácnost, o zdraví a životní styl. Myslíme i na kavárny a kvalitní rychlé občerstvení,“ říká Michaela Vyhňáková, ředitelka společnosti Labartt Properties, jež má na starosti obchodní stránku projektu. „Přirozeně doplníme sortimentní nabídku v Tescu, s níž bude Atrium propojeno.“ Celková plocha nového obchodního centra je přibližně 6500 m² komerčních ploch ve dvou nadzemních podlažích.

Emco klub slaví 10 let

Emco klub, věrnostní program českého výrobce a distributora cereálií, letos oslaví již desáté výročí. V současné době oslovuje přes 65 tisíc aktivních členů. Nabízí zábavu, soutěže, novinky o akcích, zdravotních přínosech a nutričních hodnotách výrobků Emco i o významu pravidelnosti snídaňových návyků. Svým členům poskytuje také výhodné benefity a dárky pro volný čas, sport i domácnost.

„Členem klubu Emco se může stát pravidelný spotřebitel výrobků Emco, který nasbírá minimálně 40 bodů z výrobků Emco. Za nasbírané body získávají členové klubu dárky z aktuální nabídky klubového katalogu. Loajálnosti našich členů si vážíme. Zasíláme jim různé bonusové pozornosti, jako jsou například kupony na slevy. Klubovou kartu od nás naši členové pravidelně dostávají poštou nebo si mohou nabídku dáreků prohlédnout na internetu na www.emco.cz. My se naopak od nich inspirujeme novými podněty a nápady, které nám zasílají,“ dodává Marek Gold, product manažer firmy.



Potravinářská komora má Sekci pro biopotraviny

Při Potravinářské komoře České republiky byla ustavena Sekce pro biopotraviny. Jejím předsedou byl zvolen Tomáš Václavík z marketingové agentury Green marketing. Sekce pro biopotraviny hodlá postupně analyzovat existující problémy a překážky a navrhnout konkrétní řešení, vedoucí k většímu prodeji tuzemských biopotraviny na našem maloobchodním trhu, včetně veřejného stravování a gastronomie. Mezi členy jsou největší čeští výrobci biopotraviny, mj. společnosti Amylon, Biopekárna Zemanka, Hamé, Mlékárna Valašské Meziříčí, Jizerské pekárny, Olma, TopBio a další.

Globus nabízí nonstop provoz na čerpací stanici PHM

Obchodní společnost Globus ČR nabízí u své čerpací stanice v Praze na Zličíně novinku: noční samoobslužný provoz, díky němuž mohou zákazníci nakupovat pohonné hmoty i po desáté hodině večer, po uzavření hypermarketu. Dva stojany se samoobslužným provozem jsou k dispozici od 22.00 do 6.30.

Zákazník po njetí ke stojanu nejprve vloží do terminálu kartu, zvolí částku, za niž chce natankovat, a zadá číslo výdejního místa. Kartu si odebere a zahájí tankování. Po natankování je z účtu zákazníka odečtena částka odpovídající skutečně natankovanému množství. Pokud zákazník nepožaduje účtenku o zaplacení, může z čerpací stanice odjet. Pouze při požadavku na vydání účtenky vkládá zákazník kartu do terminálu znovu.

Účtenku si ale může dodatečně vyzvednout také při příštích návštěvách během následujících 30 dnů. Pro platbu lze použít karty Maestro, Mastercard, VISA a JBC. Jedná se o první využití této technologie na čerpacích stanicích maloobchodního řetězce.

Skupina DPD již obsluhuje všechny kontinenty

Společnost DPD, která je součástí nadnárodní skupiny GeoPost a působí v oblasti expresních zásilkových služeb, od 1. října významně rozšiřuje své služby za hranice Evropy. Díky DPD Intercontinental mají zákazníci možnost posílat zásilky na všechny kontinenty pomocí letecké mezikontinentální přepravy.

DPD dosud zásilky přepravovala výhradně pozemní dopravou v rámci Evropy. Mimo-evropskou destinací bylo jen Mexiko. Nová služba DPD Intercontinental nabízí přepravu zásilek do hmotnosti 31,5 kg mimo Evropu. Pro doručení zásilek mimo Evropu uzavřel GeoPost smlouvy o strategickém partnerství s významnými lokálními přepravci.

V Severní a Jižní Americe s IBC (International Bounded Couriers), v Africe a na Blízkém východě s Aramexem. V Asii, v Austrálii a na Novém Zélandě se společností Jupiter.

Personálie

- Obchodní tým Tesco má nového člena vedení. Na pozici obchodního ředitele pro nepotravinové zboží nastoupil Adam Dury, který má několikaleté zkušenosti z mateřské společnosti Tesco ve Velké Británii. Zde měl jako šéf oddělení centrálního evropského nákupu a merchandisingu na starosti vývoj a implementaci nového způsobu objednávání zboží v regionálních obchodních týmech působících v České republice, na Slovensku, v Polsku, Maďarsku a Turecku.
- Společnost Maxxium Czech během léta zásadně posílila svůj marketingový tým. Na pozici consumer marketing director nastoupila Eva Vicherek. Funkci customer marketing manažer převzala Zdeňka Týfová. Dana Heinzová a Eva Kozlerová zastávají funkci brand manažer.
- Dosavadního generálního ředitele společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka Davida Hawortha střídá ve funkci Anthony Schofield, který byl dosud finančním ředitelem Chivas Brothers Company, součástí skupiny Pernod Ricard. David Haworth byl v rámci této skupiny povýšen do jiné funkce.

25.11.2008, Hotel Novotel

Business Breakfast

Optimalizace nákupu

Procesy ▶ Náklady ▶ Výkony

Controller-Institut
Controlling Finance Management



Více informací na:

www.controlling.cz, tel.: +420/233 326 841
lukas.kokotek@controlling.cz

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.