

Český výrobek – srdeční záležitost i skvělý marketingový tah

„Tím, že kupujeme české výrobky, podporujeme sami sebe,“
přibližuje Ing. Leo Kolečkář jeden z důvodů,
který byl inspirací k založení společnosti Český výrobek.



O dalším říká ředitel společnosti Český výrobek: „Spotřebitel potřebuje jednoznačné vodítko, jak identifikovat české výrobky, aby nedával přednost levným, ale ne vždy kvalitním výrobkům ze zahraničí (především z Asie), které stále zaplavují náš trh. Vždyť čeští výrobci vyrábějí velmi kvalitní výrobky podle mnohdy několikanásobně přísnějších norem, než platí v EU, a zároveň i za konkurenční ceny. Navíc mají výrobky vyráběné v tuzemsku zásadní vliv na nárůst pracovních příležitostí, podílí se na vyšší koupěschopnosti obyvatelstva a snižování nezaměstnanosti. Stejně tak významný je i fakt, že při reklamaci je firma dohledatelná.“

STAČÍ ŠEST VTEŘIN

Proto není divu, že v ČR sílí pozitivní trend - upřednostňujeme české výrobky. A k tomu, abychom je identifikovali podle výrazného loga, nám stačí chvilka. „Naše průzkumy na střední Moravě potvrdily, že se rozhodujeme 4–6 vteřin, kterému výrobku na zaplněných regálech obchodů dáme přednost. Zároveň jsme z odpovědí více než 400 zákazníků zjistili, že 87 % z nich preferuje české výrobky a 92 % by si koupilo výrobek viditelně označený logem Český výrobek. Tyto údaje jsme si ověřili i prakticky. Na polovinu totožného výrobku jsme umístili logo Český výrobek a zjistili jsme, že o takto vylepšené výrobky byl o 75 % vyšší zájem!“ informuje Ing. Leo Kolečkář.

HRDOST, TRADICE, KVALITA

Cesta loga Český výrobek na obaly produktů ovšem nebyla jednoduchá. Rok trvalo jeho schvalování a důležitá pro jeho budoucnost byla i přesná definice. Podle prof. JUDr. Petra Hajna, DrSc., z katedry obchodního práva

Masarykovy univerzity v Brně totiž neexistuje žádná právní norma, která by charakterizovala český výrobek. Proto společnost Český výrobek staví na jediné podmínce: musí jít o výrobek vyrobený nebo finalizovaný na území ČR. K tomuto kritériu později přibyla další. Například všechny údaje v přihlášce (logo se uděluje vždy na jeden rok) musí být doložitelné a v případě porušení mohou

Výsledné logo Český výrobek vyjadřuje inspiraci velkomoravskou myšlenkou a Svatoplukovými pruty, protože podle Ing. Lea Kolečkáře pomyslný svazek prutů konkurence zlomí hůř. Lipový list pak symbolizuje český národ – vyjadřuje emoce, hrdost a tradici. Jeho barva a tvar připomíná srdce – emoce, je to blízké mému srdci, mám to rád. Stylizované „C“ symbolizuje slovo český a tím, že objímá lipový list a tvoří ucelený kruhový obrazec, napovídá, že jde o ucelenost, provázanost a ochranu. Jinými slovy – já to koupím a podpořím domácího výrobce.

Další informace na:
www.czvyrobek.cz
tel. 737 233 330



následovat smluvní pokuty. A na otázku, jaké atributy charakterizují české výrobky, odpovídá Ing. Kolečkář: „Jednoznačně je to hrdost, tradice a kvalita.“

NE „OD STOLU“

Výrobce také musí souhlasit s návštěvou zástupců společnosti Český výrobek v provozu.

„Nechceme být formální, nedáváme logo od stolu, nechceme, aby jeho používání bylo jen o ‚papírování‘.“ Zástupcům firem také ředitel Kolečkář zdůrazňuje: „Vyšší prodej vašich výrobků znamená vyšší zisk, a tím i víc peněz na splnění podnikatelských cílů.“

VŠECHNY OBORY

Dodejme ještě, že o logo Český výrobek mohou požádat firmy ze všech oborů. V roce 2007 došlo k výraznému nárůstu firem, které logo používají – konkrétně o 150 %. Zástupci společnosti Český výrobek také navázali úspěšnou spolupráci s Agrární komorou ČR a Okresní hospodářskou komorou Přerov. A o tom, že toto logo opravdu prodává svědčí, mimo jiné zkušenosti společnosti Modus Třebíč, výrobce svítidel. Její jednatel Lubomír Kalina říká: „Jako každý výrobce se snažíme hledat nové cesty k oslovení zákazníků a zvýšení výroby. Jedna z těchto aktivit je označování našich výrobků ochrannou známkou Český výrobek a jejich propagace. V tomto projektu jsme zapojeni jeden rok. Přesto, že se nedá úplně přesně posoudit vliv tohoto projektu na celková čísla, musím konstatovat, že jsme dosáhli meziročního nárůstu přes 30 %, což je skvělý výsledek a minimálně na českém trhu se na tomto úspěchu podílí i používaná ochranná známka. Naše výroba se zvýšila tak, že původní výrobní prostory již nestačily našim potřebám a v loňském roce jsme vybudovali nový výrobní závod, do kterého jsme se přestěhovali.“

Advertorial: Olga Novotná

Výběr z držitelů licence Český výrobek



Baloušek Tisk

Výrobce hospodářských tiskopisů,
kalendářů a diářů, omalováněk.
Tisk a knihařské zpracování.
www.balousektisk.cz
prodej@balousektisk.cz

