

Českobudějovické Terno se chlubí novou nápojovou sekci. U této pilotní realizace nezůstane, na podobnou úpravu se mohou těšit další prodejny skupiny Coop. Štědrá soutěž společnosti Astur & Qanto odměnila koncem loňského roku zákazníky i obchodní partnery. A za příkladnou lze označit podporu nezávislých obchodníků ze strany obce Vysočina.

Petr Hříbal, petr.hribal@atoz.cz

Partner rubriky:



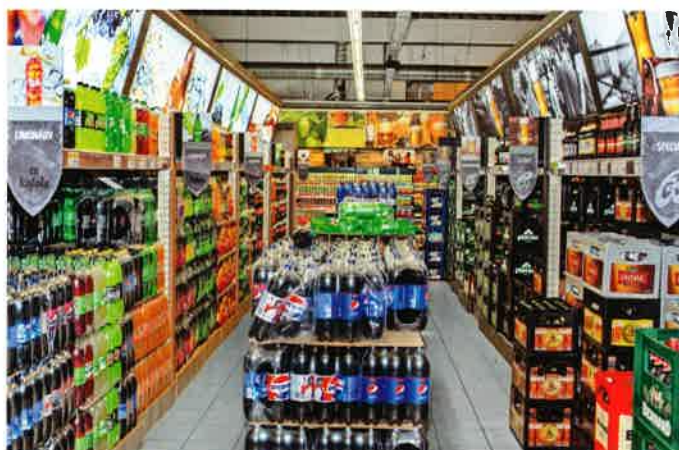
Budvar, Kofola a Terno inovovaly nápoje

Českobudějovické Terno, které patří pod Jednotu, spotřební družstvo České Budějovice, láká zákazníky přeměnou kategorií piv a nealko nápojů. Je designově vzdušnější a přehlednější, což má vést ke zpříjemnění nakupování. Pilotní realizace reflektuje výstupy ročního výzkumu, návrhu a realizace se ujala společnost Dago. Úprava dalších prodejen ze skupiny Coop bude následovat.

Cílem projektu bylo zlepšit nákupní prostředí v nápojové sekci. „Z průzkumů víme, že čím rychleji a snadněji se nakupující orientuje, tím větší je jeho spokojenost, která se odráží následně ve velikosti nákupu,“ uvádí Josef Kroulík, off-trade sales manager Budějovického Budvaru. Místem pilotní realizace se stala prodejna Terno

v Českých Budějovicích z důvodu regionality a prodáváného sortimentu. Přestavbě kategorie předcházela roční marketingový výzkum. Jeho cílem bylo zjistit podrobnosti o chování spotřebitelů v kategorii, jejich preference ohledně vizuální podoby prostředí a obsažených prvků. Partnerem v nealko kategorii se stala Kofola, jež

je významným hráčem v tomto segmentu. „Spolupráce na projektu s účastí Budějovického Budvaru byla oboustranně velmi přínosná. Kladně hodnotím například, že se podařilo navrhnout regálová čela, která pojmu jak palety, tak designově povedené vystavení produktů v horní části. Celek to kvalitativně posouvá na zcela jinou úroveň,“ doplňuje Jana Riegerová, trade marketing manager senior společnosti Kofola ČeskoSlovensko. Celou zprávu a video z projektu je na www.zboziaprodej.cz.



Ceny za tři miliony dostali zákazníci i partneři

K jubilejnímu, 25. výročí na trhu uspořádala společnost Astur & Qanto celoroční soutěž. Mezi všechny vylosované zákazníky a partnery na konci roku 2018 rozdělila v dárcích tři miliony korun.

Od loňského ledna se každý měsíc losovaly účtenky zákazníků maloobchodů, mezi které se rozdělilo více než 1700 cen. K nejzajímavějším výhrám patřily například iPhone, iPad nebo Apple Watch. Soutěž nezapomněla ani na velkoobchodní zákazníky, kteří obdrželi více než 900 cen. Hlavní cenou soutěže byl osobní vůz Škoda Karoq, který se v losoval za dozoru notáře. Prosinčové losování proběhlo ze všech účtenek, které byly během roku vhozeny do soutěže. Šťastným výhercem se stala Olga Schlögllová, 86letá věrná zákaznice z Moravské Chrastové, která si voucher na odběr vozu převzala od Stanislava Vodičky ml., ředitele společnosti Astur & Qanto.



Vysočina podporuje nezávislé obchodníky

Vzorem pomoci tradičnímu obchodu je obec Vysočina, pod kterou katastrálně spadají čtyři samostatné obce (Možděnice, Dřevíkov, Svobodné Hamry a Rváčov) a několik přilehlých osad.

Obec Vysočina získala v roce 2017 dotaci 100 tis. Kč od Pardubického kraje, která slouží k fungování prodejny v Dřevíkově. Roční náklady na provoz prodejny činí 300 tis. Kč. Dále obec podporuje částkou 40 tis. Kč prodejnu spotřebního družstva v Možděnici. Ve Rváčově si prodejnu najímá od spotřebního družstva a roční náklady jsou 350 tis. Kč. Roční tržby v prodejnách činí 1 mil. Kč za rok, vedení účetnictví zajišťuje obec. „V malých obcích je třeba ve fungování prodejen vidět i jistý sociální rozměr. Především u starších obyvatel je to mnohdy jediná možnost, kde mohou nakoupit, ale také se zde lidé setkávají a řeší řadu osobních záležitostí. Svým způsobem je návštěva prodejny nutí k aktivnímu způsobu života. Myslím, že nemůžeme řešit, jestli, ale jak podpořit a zajistit zachování prodejen v malých obcích,“ dodává Tomáš Dubský, starosta obce Vysočina.

„Nezávislí obchodníci se snaží zejména na venkově vycházet zákazníkům maximálně vstříc a my jako AČTO se je v tom snažíme maximálně podporovat. Několik let intenzivně řešíme problematiku zanikání venkovských prodejen, které představují jeden ze základních předpokladů pro život v především v malých obcích. Ve spolupráci s našimi členy jsme vypracovali komplexní materiál pro podporu obchodní obslužnosti venkova a podrobně ho diskutovali s jednotlivými kraji. Po letech práce jsem rád, že tento závažný problém začala vnímat i odpovědná místa a že narůstá počet krajů, které se rozhodly podpořit malé obce a pomáhají obchodům v nejmenších obcích přežít,“ oceňuje snahu některých krajů Zdeněk Juračka, předseda Asociace českého tradičního obchodu.