

BUDVAR SE SPOJIL S KOFOLOU A PŘEDĚLAL NÁPOJE V TERNU

ČESKOBUDĚJOVICKÁ PRODEJNA TERNO LÁKÁ ZÁKAZNÍKY PŘEDĚLANOU KATEGORIÍ PIV A NEALCO NÁPOJŮ. JE DESIGNOVĚ VZDUŠNĚJŠÍ A PŘEHLEDNĚJŠÍ, COŽ MÁ VÉST KE ZPŘÍJEMNĚNÍ NAKUPOVÁNÍ.

Cílem projektu bylo zlepšit nákupní prostředí v nápojové sekci. „Z průzkumů víme, že čím rychleji a snadno se nakupující orientuje, tím větší je jeho spokojenost, která se odráží následně ve velikosti nákupu,“ říká Josef Kroulík, Off trade Sales Manager Budějovický Budvar, národní podnik. Místem pilotní realizace se stala prodejna Terno v Českých Budějovicích z důvodu regionalit a prodáváného sortimentu. Přestavbě kategorie předcházely roční marketingové výzkumy. 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 navrhnut regálová čela, která pojmu jak palety, tak designově povedené vystavení produktů v horní části. Celkem to kvalitativně posouvá na zcela jinou úroveň,“ říká Jana Riegerová, Trade Marketing Manager Senior z Kofola ČeskoSlovensko.

HORNÍ ČÁSTI ENDCAPŮ A REGÁLU JSOU OŽIVENY PROSVĚTLENÝMI VIZUÁLY

Využity byly stávající regály, které byly designově zneutralizovány dřevěným dekorem, v nealko sekci světlým, v pivní tmavým. Na jednotlivé kategorie upozorňují regálová čela. Slouží jako premiové zakončení regálů a zvyšují znalost a hodnotu prezentovaných značek. Horní části endcapů a regálů jsou oživeny

Pilotní realizace v českobudějovické prodejně Terno je navržena podle výstupů ročního výzkumu. Návrh a realizace je dílem společnosti Dago. Další prodejny patřící pod skupinu COOP budou následovat.



prosvětlenými vizuály v celkové délce 100 metrů.

„Motivy vizuálů v nealko kategorii představují vizuály spojené s druhem nápojů, například perlivá nebo neperlivá voda. U piva jsou zobrazeni lidé pijící tento nápoj, což evokuje emoce z tradičního momentu spotřeby v hospodě,“ vysvětluje Marek Končítík, obchodní ředitel společnosti Dago, která projekt realizovala.

SOUČÁSTÍ PIVNÍ SEKCE JE I DESIGNOVÝ BUFET

Součástí pivní sekce je i designový bufet, ve kterém se zákazníci mohou občerstvit, nebo prostor jen využít k odpočinku.

„Zatím neznáme vliv na prodeje. Už nyní však vnímáme projekt jako úspěšný. Podrobný průzkum, který k němu vedl, nám dává dostatečnou jistotu, že jdeme správným směrem a potvrzují to i první reakce nakupujících a personálu prodejny. Dalším argumentem pro podobné projekty je vliv prodejního prostředí na budování značky, což ty významné jako Budvar a Kofola vnímají,“ dodává Marek Končítík.

Zdroj: DAGO

