

# ČERPAČKA by měla mít OSOBITOU TVÁŘ

**Jakmile řidiči dotankují pohonné hmoty, automaticky zamíří k pokladně, a tudíž se ocitnou v obchodě čerpačky. O tom, zda v něm pouze zaplatí a rychle zmizí, nebo stráví nějaký čas navíc, rozhoduje celá řada proměnných. Kromě nabídky zajímavého, především netradičního zboží a odpočinkové zóny je to i atmosféra, a to nejen ve vnitřních prostorách.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

Prodej zboží musí být v obchodní části čerpačky podpořen moderním, vzdušným, a pokud je to možné, i neokoukaným designem. „Jak v případě budování nových stanic, tak při přestavbách je vhodné použít moderní materiály, dnes s důrazem na udržitelnost a přírodní materiály s ohledem na designovou linii prodejny či značky čerpaček,“ prozrazuje Kamil Šléška, projektový manažer společnosti Clean4you. Pokud se začíná na zelené louce a investor má dostatek financí, je vše jednodušší. Ovšem i v případě přestavby nebo jen modernizace lze hodně změnit a obchod vhodně připravit jak pro nakupující, tak obsluhu.

## **Nasměrujte zákazníka nenásilně**

Velký důraz moderní čerpačky je kladen na prodejní pult a jeho blízké okolí, kam přichází téměř všichni zákazníci, nebo část věnovanou občerstvení a odpočinku, která dotváří celkový vzhled a dojem prodejny. „Při remodelingu čerpaček pracujeme s celým stavebním prostorem, využíváme ploch stěn a stropů pro designové obložení nebo polepy, světelných a digitálních prvků nebo prostor pro umístění hygienic-

kých automatických stanic,“ sděluje Kamil Šléška. Zapomínat se nesmí ani na venkovní prostory, kde se hodí prvky mobiliáře a trendy venkovní tělocvičny nebo malé fit parky. To vše s cílem připravit ucelený koncept prodejny čerpací stanice 21. století.

**Panuje příklon  
k přírodním  
dekorům  
a světlejším  
pastelovým  
barvám.**

S měnícím se vnímáním čerpacích stanic je proto důležité zaměřit se právě na odpočinkovou část interiéru. „V době rozšiřujícího se vlivu elektromobility pokračuje trend vnímání čerpací stanice jako místa, kde zákazník stráví kontinuální čas. Na jednu stranu je možné klást vyšší důraz na vytvoření zón prodejny, aby se zákazník cítil komfortně a bezpečně i v době čekání. Na druhou stranu je poté možnost pracovat s časem stráveným v objektu a nenásilně nasměrovat pozornost zákazníka k nákupu zboží i potravin,“ uvádí Kristýna

Jurková, designérka společnosti MBG. Zónování pomáhá i práce se světlem, kdy se v odpočinkové části omezí modrá spektrální složka světla. Pro prezentaci produktů je naopak součástí bílého světla důležitá, zboží potom působí čistě a jasně. „Důležité pro prodej je nezahlcovat zákazníky přeplněným interiérem. Stejně důležitý, jako zboží samotné, je i okolní prostor, který zůstane nezaplňený,“ vyzdvihuje Kristýna Jurková. Tak akorát zaplněný obchod působí upraveně a čistě, přeplněný může naopak působit klaustrofobně.

---

## Klíčová je jasná komunikace

Základním parametrem je přirozeně i velikost plochy, kterou daná čerpací stanice disponuje. Dalším je její umístění a lokální podmínky spádové oblasti. „Je jasné, že jiné obchodní příležitosti přináší čerpací stanice u frekventované silnice a jiné v malém městě. Při budování či zkvalitnění je nejdůležitější pohled zákazníka,“ deklaruje Libuše Kopecká, specialista marketingu

společnosti Wanzl. Jaká tedy mohou být očekávání zákazníků mimo klasické tankování? Je zde prostor a dává smysl umístit i nějaké stravování? Vzhledem k pohodlnějšímu způsobu života by třeba nabídka snídaní mohla přinést vyšší návštěvnost nebo pizza větší obrát v méně disponovaných dnech. „V některých lokalitách se zase vyplatí, aby fungovala čerpačka zároveň jako večerka. Už nyní se v zahraničí prosazují výdejní automaty, které nabízejí základní sortiment zboží bezpečnou cestou, tedy minimalizují krádeže,“ informuje

Libuše Kopecká. Rozšíření těchto výdejních automatů bude určitě jedna z možných cest, jak navýšit obrát.

Obchod by měl rozhodně prezentovat v danou chvíli to nejdůležitější – ideálně podle ročního období. „Tedy klíčové akční zboží typu nemrznoucí směsi, dále nápoje či nanuky v letních měsících, káva celoročně, květiny na Valentýna a podobně. Čerpací stanice dnes mnoho spotřebitelů využívá k občerstvení či rychlému nákupu na poslední chvíli,“ míní Jakub Petráš, projektový manažer společnosti Dago. Květiny na večerní oslavu nebo třeba jen dobrá silná káva či energy drink patří mezi vyhledávané zboží a mnoho zákazníků sází na impulzní nákup s ochotou zkusit různé

značky. Nákup na čerpačkách zabírá minimum času, a proto je klíčová jasná komunikace a v úderné formě: „call to action“.

## Unavení spotřebitelé potřebují pozornost

Materiály a barvy jak obchodu, tak jeho vybavení a okolí hrají podstatnou roli. Aktuálně se pro akční nabídku zboží používají prodejní kovové stojany a displeje s dřevěnými prvky a LED podsvícením (případně interaktivní zobrazovací plochou), které mají primárně upoutat zákazníka. „Pro nabídku standardního obchodního zboží vycházíme z klasických prodejních

regálů, které designově upravujeme podle požadavků,“ doplňuje Kamil Šlěška. Přírodní a recyklované materiály – dřevo v různých podobách, zelené prvky (živé stěny, mechové obrazce), recyklované plasty a materiálové směsi – či náhrady konstrukčních materiálů (umělé varianty betonu, korodovaných kovových plátů, kamene atd.), to jsou trendy materiály čerpacích stanic dneška. „V otázce barevnosti potom panuje příklon k přírodním dekorům a světlejším pastelovým barvám s cílem prosvětlit a provzdušnit prostor,“ specifikuje Kamil Šlěška.

## Je důležité se zaměřit na odpočinkovou část interiéru.

I podle společnosti Dago pro dlouhodobé vystavení vede kov v kombinaci s plastovým brandingem a světelnými prvky. Nabízí dlouhodobé rozložení investice a velmi snadnou obměnu grafiky. „Na krátkodobé akce jasně vyhrává karton, ze kterého lze vytvořit perfektní kreativní řešení stojanů. Atypické provedení, které láká ke koupi, zde zásadně ovlivňuje prodejní výkonnost vystavení. Velmi důležité jsou potom barvy, musí být jasné, pestré a zářivé. Spotřebitelé jsou totiž na cestách často unavení, a proto potřebují zpozornět,“ reaguje Jakub Petráš. Zároveň je nutné sladit barevné provedení s konkrétní značkou provozovatele, protože čerpací stanice by měly mít vlastní typické barvy a zákazníci by neměly zmást. „Z našeho pohledu se používají hlavně drátěné kovové regály v tmavých barvách, které jsou doplněné o lamino díly třeba i ve více odstínech. Zboží na drátěných a tmavých regálech lépe vyniká a upoutává pozornost,“ vysvětluje Libuše Kopecká. Celkově se pak prodejna ladí podle základních barev dané značky.

## Čím dříve proběhne renovace, tím rychleji porostou tržby

Čerpací stanice již zdaleka neprofitují pouze z prodeje paliv, ale značný podíl tržeb generuje sortiment občerstvení. „Zákazníci mají tendenci vracet se na oblíbené stanice při pravidelných cestách, ale stále více vyžadují, aby návštěva byla nejen nutnou zastávkou, ale především zážitkem, tedy oživením na cestách,“ dodává Jakub Petráš. Proto je důležité pravidelně obměňovat in-store a zachovávat laťku stále moderního prostředí. Modernizace





## „Zvolte si koncept a ten následujte.“

Pokračující trend přírodních materiálů na exponovaných místech je vítanou změnou i na cestách. Proto by provozovatelé čerpacích měli najít svůj jedinečný koncept a ten následovat. Jsou tak stanice, které využívají neutrální béžově laděné palety inspirované kavárnami s drobnými prvky firemních barev. Na druhou stranu jsou tu majitelé preferující industriální vzhled a přiznanou matérii kovu. Nedá se říci, které trendy přímo převažují. Ovšem lze sledovat odklon od výrazné křiklavé barevnosti interiérů, ať už se jedná o reflexní, nebo syté barvy na dominantní ploše. V kombinaci s barevností zboží totiž působí spíše na škodu prodeje.

**Kristýna Jurková**, designérka, MBG

jakéhokoliv obchodního prostoru, ať už postupná či jednorázová, částečná či komplexní, je jednak přirozeným vývojem (každý výrobek či materiál zastarává esteticky i funkčně), tak cílenou aktivitou, která při správném uchopení zvedne prodejní čísla (pracuje se s psychologickým efektem, kdy zákazník utratí více peněz v prostředí, které se mu líbí a ve kterém se cítí dobře). „Ze

zkušeností se tento remodeling provádí jednou za tři až pět let,“ radí Kamil Šlěška.

Všude tam, kde se nabízí zboží, je očekávána i určitá kultura prodeje, která musí odpovídat současnosti. „Vyšší přehlednost zboží pro zákazníka i personál je cestou k vyšší obratovosti. Zapuštění prodejních regálů přímo do pultu, nebo vytvoření ná-

kupních ostrůvků pomocí prodejních stolů je jeden z trendů, který přichází ze samotného retailu,“ zdůrazňuje Libuše Kopecká. Kdy se k tomu odhodlat, zaleží na rozsahu potřebných prací v návaznosti na možnosti rozpočtu. Ale vždy platí, že čím dříve bude čerpací stanice zrenovována, tím rychleji se zvednou tržby.

## Klíč spočívá v jasné komunikaci a v úderné formě.

I s kvalitně realizovanou prodejní částí čerpacích stanic dochází v průběhu let ke stárnutí materiálu a původního designu. Trendy se mění, stejně jako vědomosti o prodeji různých druhů zboží. Nemluvě o technologických možnostech vybavení interiérů čerpacích stanic. „Ve starších, byt dobře udržovaných interiérech je zákazníkovi podvědomě méně příjemně, zdrží se tam kratší dobu a úměrně tomu i utratí méně peněz. Zatímco na dobře vybavené

pěkné stanici vnímá podprahově přidanou hodnotu a je možno ji aplikovat i na cenu zboží a služeb," dokládá Kristýna Jurková. Kdy je ta správná doba na změnu? Rozhodně za příznivé finanční situace. Design prodejen není sezonní záležitostí a interiér bude na zákazníky působit desítky let. Proto je dobré investovat do kvalitního návrhu, který nebude po pár letech považován za zastaralý.

## Trezory mohou potrápít

Kromě vybavení pro zákazníky by čerpačka měla být i funkční pro provozovatele, respektive obsluhu. V tomto ohledu k základnímu vybavení patří také trezory. „Jde o nedílnou součást benzinky, a platí to i pro dnešní dobu, pro kterou jsou typičtější platební karty více než hotovost

chvilích, typicky před zavírací dobou, při předávání hotovosti bezpečnostní agentuře nebo třeba při kontrole správních orgánů," konstatuje Jakub Charvát.

## Nezbytnou součást představuje software a řídicí systém.

Trezory lze odemknout klíčem, elektronicky, nebo mechanickým kombinačním zámkem. Každé řešení má své klady a i zápory. Trezorové klíče jsou na rozdíl od těch běžných, které nosíme po kapsách, poměrně choulostivé. Pád na zem, zejména na dlažbu, může způsobit nalomení nebo odlomení zubu. „Proto kontrolujte stav klíčů, a pokud na nich objevíte trhlinky nebo ohyby, začněte situaci okamžitě

Problémy se mohou objevit i u mechanických kombinačních zámků, kdy nejčastěji dochází ke ztrátě nastaveného kódu. „Ať už máte trezor s jakýmkoliv zámkem, věnujte mu pozornost a případný problém řešte hned," doporučuje Jakub Charvát.

## Není to jen o hardwaru

Venkovní a vnitřní vybavení čerpací stanice se skládá z různých materiálů a prvků. Neméně důležité je však i její srdce, které ji pohání. Nezbytnou součástí je proto její software a řídicí systém. Ty poskytují systémové možnosti pro zvýšení zájmu a lepší poskytování služeb. Například jde o lokální kartový systém, věrnostní systém, efektivní evidenci skladu a objednávkový systém, integraci mycích linek do POS systému, akceptaci širokého spektra



v peněženke. Je potřeba si totiž uvědomit, že tu jsou stále vedle hotovosti věci, které je potřeba chránit, například důležité dokumenty, různé telefonní a jiné kreditem nabitě karty nebo losy," poodkrývá Jakub Charvát, majitel a jednatel společnosti Charvát. Má-li čerpačka trezor, potom ví, že jeho korpus je sice trvalý, ale pozornost je potřeba věnovat především jeho pohyblivým částem – pantům, rozvorovým mechanismům a zejména zámkům. „Ze zkušeností servisních techniků víme, že zákazníci volají nejčastěji ve vypjatých

řešit s odborníky," upozorňuje Jakub Charvát. Elektronický zámek jistě ušetří starosti s ochranou klíče, nemusíte řešit jeho předávání mezi směny a s výpovědí zaměstnance jednoduše vymažete jeho kód. Ale i elektronika s sebou nese rizika a zapomenutí kódu není to největší. Přestože se trezorové zámkové řady mezi vysoce spolehlivá zařízení, je to stále jen elektronika. Dochází u nich k vybití baterie či opotřebení kontaktů v klávesnici, kdy třeba i jen jedno nefunkční tlačítko může znamenat problém při odemkávání trezoru.

fleet karet, samoobslužné tankovací automaty, objednávkové kiosky venkovní (u stojanů) nebo interní (u vchodu), mobilní aplikace věrnostní nebo platební, recyklační pokladny a další. „Poskytnutí jmenovaných služeb by mělo být dnes již standardem každé čerpačky. Potom tu jsou další služby, které představují vítány doplněk. A jakmile je čerpací stanice zavedou, pomohou jim zvýšit produktivitu a konkurenceschopnost," shrnuje Ivo Červený, senior account manager společnosti Unicode Systems.