



# NOVÉ PRODEJNY I KAMPANĚ



1

**QANTO NOVĚ  
V HOLICÍCH**

2

**JEDNOTA HODONÍN  
REKONSTRUOVALA  
V MUTĚNICÍCH**

3

**ENAPO ROZZÁŘÍ  
ZÁKAZNÍKŮM  
VÁNOCE**

4

**KONZUM PŘICHÁZÍ  
S HODNOTOVOU  
KAMPANÍ**

**1** Společnost **Qanto CZ** otevřela v polovině října novou prodejnu v Holicích. Provozovna, která stojí vedle zdejšího autobusového nádraží a nedaleko městského centra, si najala v březnu letošního roku od města a během dalších šesti měsíců ji dokonale zrekonstruovala. Celkové náklady na rekonstrukci a vybavení této prodejny dosáhly 12 mil. Kč.

„Celá prodejna prošla kompletní rekonstrukcí – od vchodu do prodejny, nové podlahy i stropu přes vzduchotechniku až po stavební úpravy typu zvětšení prodejní plochy na úkor zmenšení skladových prostor, vybudování moderního technického zázemí i zázemí pro personál, zadržování a zateplení původních skleněných výloh a tak dále. Těmito úpravami vznikla prodejní plocha o velikosti 600 m<sup>2</sup> a skladové zázemí o velikosti 200 m<sup>2</sup> a místo se našlo i pro kreativní dětský koutek,“ říká Martin Vodička, jednatel společnosti Qanto CZ.

Prodejnu lze označit jako širokosortimentní (je tedy na úrovni supermarketů). Nabízí základní a běžné potraviny, nápoje, čerstvou zeleninu a ovoce, pečivo i zdravou výživu. Nechybí ani pec na dopékání pečiva a jako první z prodejen Qanta má také teplou vitrínu. Zároveň zde zákazník stejně jako v ostatních prodejnách společnosti najde i masný úsek, kde si může koupit čerstvě krájené uzeniny, sýry a jiné chlazené potraviny. V nabídce nechybí ani non-food produkty z oblasti drogistického zboží a domácích potřeb či vybrané hračky. Celková nabídka sortimentu prodejny obsahuje více než 5000 druhů produktů.

„Samozřejmostí je platba kreditní kartou, příjem stravenek, cash back, možnost úschovy osobních věcí do uzamykatelných skříněk u vchodu do prodejny, automat na kávu a další příjemné maličkosti. Ve spolupráci s ČSOB připravujeme pro příští rok možnost dobíjení kreditu mobilních telefonů, platbu složenek a dodavatelských faktur prostřednictvím platebních terminálů ve všech našich prodejnách,“ uvádí Martin Vodička. Platební terminály přitom patří k technickým novinkám zrekonstruované prodejny – jejich předností je nový vzhled, vyšší rychlost zpracování transakcí a využitelnost i pro bezkontaktní platební karty, které se budou již příští rok objevovat na trhu. Technicky vylepšené a lépe umístěné jsou i reklamní displeje, které Qanto standardně využívá pro komunikaci letáko-

vých akcí, informací o otevírací době, nabídku pracovních pozic i jako efektivní komunikační prostor pro dodavatele.

V říjnu Qanto CZ zahájilo rozsáhlou rekonstrukci další prodejny (již třetí ve Svitavách), kterou plánuje otevřít v dubnu 2012. Kromě ní pak do konce 1. pololetí příštího roku otevře další tři provozovny.

**2** **Jednota, spotřební družstvo v Hodoníně,** otevřela v pátek 21. 10. 2011 zrekonstruovanou prodejnu v Mutěnicích na Brněnské ulici. Na zákazníky zde čekal rozšířený sortiment zboží, ochutnávky, soutěž a dárky pro ty nejrychlejší z nich. „V rekordně krátkém čase jednoho měsíce se prodejnu podařilo zvětšit z 238 na 327 m<sup>2</sup> prodejní plochy. Do mimořádně rozsáhlé rekonstrukce naší čtvrté největší prodejny jsme investovali kolem deseti milionů korun,“ říká František Vaculovič, ředitel Jednoty Hodonín, a Hana Turečková, obchodní náměstkyně družstva, dodává: „Provozovna může nabídnout více než tři tisíce položek, skladového charakteru a rozšířený sortiment čerstvého zboží, což ji řadí v síti prodejen Jednoty Hodonín do typu A. Sortiment pečiva a ovoce-zeleniny je nově umístěn do regálů s příjemným dřevěným designem. Nová je také výmalba prodejny ve firemní oranžové barvě, motivační pásy nad úseky čerstvého zboží, kamerový systém i skřínky na odkládání tašek. U vstupu je nainstalována obrazovka s počítačem typu nettop, na které jsou promítány aktuální nabídky a reklamní spoty. Instalace terminálu s možností platby kartou a službou cash back je v prodejnách Jednoty Hodonín již běžným standardem. Nově také v prodejně dostala prostor firma **Inpost** se svou nabídkou čerstvého výsekového masa a uzenin. Podobná nabídka v obci citelně chyběla.“

Při rekonstrukci družstvo samozřejmě myslelo i na úspory. „Pro osvětlení jsme v prodejně použili nová svítidla osazená trubicemi T5 s elektronickým předřadníkem, čímž jsme dosáhli až padesátiprocentní úspory elektrické energie oproti klasickým trubicím T8. Pro chlazení prodejny používá sdruženou chladicí jednotku a chladicí zařízení je opatřeno přímým vstříkáváním chladiva pro dosažení maximální úspory elektrické energie. Odpadní teplo z chlazení se pak využívá k vytápění prodejny. Již samozřejmostí je centrální monitoring chlazení

s dálkovým přístupem pro možné servisní zásahy. Ke klimatizaci prodejny a k případnému vytápění jsou použity dvě podstropní jednotky ve formě tepelných čerpadel,“ uvádí Jiří Trávník, technický náměstek družstva.

Po celou dobu úprav byl pro zákazníky zajištěn prodej v náhradních prostorách nového skladu.

**3** Od poloviny listopadu probíhá v síti maloobchodních prodejen s potravinami **Enapo** nová marketingová kampaň určená pro předvánoční trh. Pravidelní zákazníci v ní za svou věrnost získají dárek speciálně vytvořený pro čas Vánoc – láhev šumivého nápoje s originálním názvem **Passionato** a elegantní etiketou ve vlastním designu. V průběhu kampaně s názvem **Rozzáříme vám Vánoce** získá zákazník za pravidelné nákupy body do hrací karty, které smění za jmenovaný dárek; s opakovanými nákupy může získat dáreků více.

Cílem marketingové kampaně je odměnit zákazníky za celoroční přízeň značky **Enapo** a také je motivovat k opakovaným nákupům v prodejnách této sítě a celkově podpořit jejich obchodní výsledky. Celou akci společnost podporuje prostřednictvím akčních letáků a POS materiálů v prodejnách.

**4** Obchodní družstvo **Konzum Ústí nad Orlicí** přichází od listopadu s novou hodnotovou kampaní, komunikující odlišné postoje a hodnoty této společnosti. Kampaň se bude soustřeďovat na regionální, etická a ekologická témata. **Konzum** tak bude na konkrétních příkladech svým zákazníkům ukazovat své odlišné chování v rámci českého maloobchodu. Zároveň bude spotřebitelům představen nový slogan společnosti – **Férový obchod**. „Kampaň, kterou nasazujeme, plyne navazuje na naši komunikaci regionálnosti spuštěnou minulý rok. Nově tak našim zákazníkům zdůrazníme například garance jen českého masa, českého mléka či másla v našich prodejnách. Kampaň by měla posílit positioning **Konzumu** jako lokální společnosti, která podniká férově a eticky,“ říká Miloslav Hlavsa, ředitel **Konzumu Ústí nad Orlicí**.

Jana Dulíková

» REAGUJTE NA [jana.dulikova@atoz.cz](mailto:jana.dulikova@atoz.cz)