



## POVÝŠENÍ

v Němec  
C  
ATELEM  
BO



společnosti **Haribo CZ** i sesterské společnosti **SK** byl jmenován Rostislav Němec. Ve společnosti **Haribo** působí od konce roku 2010, půl na pozici obchodního a marketingového zástupce. Před příchodem do této společnosti zastával funkci manažera pro klíčové zákazníky pro Slovenskou republiku. Jeho prvním krokem bylo rozhodnutí o nové, třístranné marketingové komunikační strategii a výrobků značky **Haribo**.

v **Walkiewicz,**  
son  
**WIEWICZ**  
**Á JOPSONA**



2012 převzal pozici ředitele pro český a slovenský trh **Nestlé** pro český a slovenský trh **Zbigniew Walkiewicz**. Nahrazuje ve společnosti **Nestlé** **Jopsona**, který bude pokračovat ve své roli ředitele **Nestlé** pro rozvoj spolupráce s partnery v Británii. **Zbigniew Walkiewicz** je zodpovědný za koordinaci oblasti prodeje napříč trhy střední Evropy. Do **Nestlé** přišel v roce 1994 v Polsku, kde se ujal řady oblastí prodeje a projektového řízení pro rozvoj poptávky. V roce 2001 přešel do společnosti **Nestlé** ve Švýcarsku, v roce 2003 se stal ředitelem prodeje pro Ukrajinu a Moldávii. V roce 2006 se vrátil do společnosti **Nestlé** v Polsku jako ředitel prodeje pro polský trh a členem představenstva **Nestlé** pro prodej. Od roku 2010 si dále rozšiřoval své manažerské portfolio jako **Nestlé** country manager pro Českou republiku a tuto pozici zastával až do svého příchodu.

**Jagoš, Daumants Vitols,**  
**Štrupl**

## V HAMÉ

společnosti opustil pozici generálního ředitele **Hamé** **Martin Jagoš**, který v této společnosti působil v manažerských pozicích od roku 1991. Valná hromada pak na pozici generálního ředitele zvolila jednoho z vlastníků společnosti **Mantse Vitols**, a generálním ředitelem jmenoval **Martin Štrupl**, který ve společnosti **Hamé** působil od roku 2004. V roce 2008 byl jmenován ředitelem logistiky a distribuce **Hamé Group**. **Štrupl** vystudoval Vysokou školu ekonomickou a získal titul MBA. Před působením v **Hamé** působil v koncernu **Norske Skog**.



## PŘÍCHODY

## NÁKUPČÍ: KDO JE KDO

# NÁKUPČÍ SI MUSÍ UMĚT ŘÍCI O TO, CO CHCE

**Zboží&Prodej: Jak dlouho pracujete na své současné pozici a kdo tvoří váš tým?**

**Petr Steklý:** Na této pozici pracuji od února 2012 a můj tým tvoří čtyři velkoobchodní nákupčí.

**Z&P: Kde jste získal zkušenosti, které dnes využíváte?**

**P. S.:** Od roku 1994 jsem postupně prošel společnostmi **Philip Morris**, **Kofola** a **Maspex Czech**.

**Z&P: Proč jste se poté rozhodl pro Qanto?**

**P. S.:** Protože jde o dynamicky se rozvíjející firmu s pozitivním vnímáním všech, kteří něco vědí o tradičním trhu. Přijal jsem novou výzvu a sám jsem napjatý, jak se mi podaří zúročit zkušenosti získané na straně výrobců.

**Z&P: Podle jakých kritérií vybíráte výrobek pro zalistování? Může nějakou roli hrát i osobní sympatie?**

**P. S.:** I když osobní sympatie určitou roli hrají, vždy by mělo jít především o obchodní stránku věci. Tedy jak výrobek vypadá, jaká je jeho cena, plánovaná podpora, případně jeho pozice vzhledem ke konkurenci. Stejně tak jsou důležité i zkušenosti nabyté s dodavatelem.

**Z&P: Která data jsou pro vaše rozhodnutí relevantní?**

**P. S.:** Dnes, kdy máme záběr na půl republiky a naše prodejny, které jsou propojeny stejným pokladním systémem, denně navštíví na jedenáct tisíc zákazníků, si myslím, že máme celkem přesné informace k tomu, abychom poznali, co si naši zákazníci přejí.

**Z&P: Co je při práci nákupčího nejstresovější?**

**P. S.:** Že nikdy není hotová.

**Z&P: Jaké vlastnosti musí mít nákupčí, aby ve své profesi obstál?**

**P. S.:** Musí si umět říci o to, co chce. Kdo není aktivní, je v klidu a třeba si i myslí, že vše běží, jak má, tomu ve skutečnosti ujždí vlak.

**Z&P: Jak se připravujete na jednání s dodavatelem?**

**P. S.:** Prodejní data jsou jasná. Pak je také nutné si připravit cíle, které si sami můžete porovnat s očekávanými cíli druhé strany. Stejně tak už ze zkušenosti víte, jak probíhala jednání v minulosti. Očekávaný výstup z jednání musí být předem daný, jinak jde o vaření z vody.

**Z&P: Co je nejnepříjemnějšího na situaci, kdy je zapotřebí změnit sortiment?**

**P. S.:** Snad jen doprodej výrobků s končící zárukou. K dobrému vnímání u zákazníka nepomáhá, když u pokladny a na dobrých prodejních pozicích vystavujete procházející zboží, které vám ještě



**Z&P: Která kategorie zboží je ve vašem segmentu nejdynamičtější?**

**P. S.:** Vše, co se točí kolem dětí. Přes hračky až po jídlo a pití.

**Z&P: Jak vám ve vaší práci pomáhá časopis Zboží&Prodej?**

**P. S.:** Sice máme vlastní data, ale určitou opoventuru potřebujeme. Také se kolikrát o některých novinkách dozvíme právě z něj. Stále totiž existují obchodní zástupci, kteří prostě chodí do práce. Díky tomuto časopisu si také vždycky uvědomím krátkozrakost našich vyvolených, a to pokaždé, když vidím, kolik dalších prodejen nadnárodních řetězců se nově otevřelo.

**Z&P: Jak vás vaše profese ovlivňuje v soukromém životě?**

**P. S.:** Jsem stále mezi regály.

**Z&P: Jak relaxujete?**

**P. S.:** Sportem – mám rád fotbal, lyžuji, hraju tenis, běhám a plavu. Bohužel na to mám stále méně času.

**Z&P: Co vás poslední dobou pobavilo?**

**P. S.:** Včera jsem viděl večerní zprávy a na základě toho si pomalu začínám myslet, že není nic, čemu bychom se mohli zasmát.

**Z&P: Kdybyste si mohl znovu zvolit nějaké povolání?**