



POP  **PAI**
THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL
CENTRAL EUROPE



Průvodce oborem
marketing at-retail

2013

Guide through
the marketing at-retail industry





POP

AI DAY 2013

Středoevropská kancelář POPAI pořádá další ročník mezinárodní odborné akce, jejíž součástí je konferenční program, soutěž o nejlepší komunikační prostředky v prodejních místech a gala večer s předáním cen vítězům soutěže.

21. 11. 2013

Kongresové centrum U Hájků
Na Poříčí 42, Praha 1



marketing
at-retail
POPAI
forum

Best of in-store marketing 2013

- Mezinárodní konference o současných výzvách a potenciálu místa prodeje.
- Zásadní trendy v in-store komunikaci a jejich dopad pro zadavatele reklamy a maloobchodníky.
- Jak ovlivní změny nákupních zvyklostí vzhled a úroveň místa prodeje?
- Jak se bude vyvíjet komunikace se zákazníky v různých maloobchodních formátech a různých sortimentních skupinách?
- Pronikání vyspělých technologií do místa prodeje a sociální role prodejního prostředí.
- Nové případové studie s vyhodnocením výkonnosti in-store kampaní a in-store aplikací.

POPAI
CENTRAL
EUROPE
AWARDS

POP

AI AWARDS 2013

Soutěž o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech je přehlídkou novinek v oblasti nástrojů in-store komunikace, nových in-store technologií a dalších podpůrných propagačních nástrojů. Soutěž probíhá za podpory světové asociace POPAI a pod odbornou garancí POPAI France, která je organizátorem celoevropské soutěže POPAI Paris AWARDS.

POP

AI STUDENT AWARD 2013

Soutěž o nejlepší studentský design POP materiálu a nejlepší grafický 2D návrh dle zadaného briefu od konkrétních partnerů - zadavatelů reklamy.

Gala večer

- Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAI AWARDS 2013 a POPAI STUDENT AWARD 2013
- Degustace vín
- Raut, hudba

GENERÁLNÍ PARTNER

Freeboard

Feel FREE to show up!

HLAVNÍ PARTNEŘI

wellen

branaldi

dáváme papíru život

PARTNEŘI

authentica
POP & POS SOLUTIONS

DAGO

REDA

SPONZOŘI

STORY DESIGN

MORIS
DESIGN

ODBORNÍ PARTNEŘI

reklama polygraf 2013 **cms**

AČRA MK

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

ZBOŽÍ & PRODEJ

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

TOVAR & PREDAJ

Brands & Stories

STRATEGIE

abcreklama.sk

Vyber

místoprodeje.cz

Tato publikace, kterou vydává asociace POPAI CENTRAL EUROPE, přibližuje odborné veřejnosti obor marketingu v prodejních místech (marketing at-retail), jeho současný význam i směry jeho vývoje. Publikace rovněž obsahuje seznam předních společností oboru, které jsou sdruženy pod hlavičkou POPAI CE a které jsou uznávány jako seriózní a důvěryhodní profesionálové reprezentující standard kvality oboru.

The purpose of this brochure published by POPAI CENTRAL EUROPE is to approach the professional public to the marketing at-retail industry and to specify its current importance and its development trends. The brochure introduces also a range of leading specialist companies associated under the POPAI CE country office which are recognized as serious and credible experts representing the quality standards of the profession.



OBSAH

Marketing at-retail jako významná součást marketingové komunikace	4
Na jakou spolupráci v místě prodeje slyší zástupci maloobchodu?	6
Neuromerchandising a jeho význam v místě prodeje	10
V digital signage je patrná spíše evoluce než revoluce	12
POP AI AWARDS Prosaďte lépe vaše komunikační aktivity v místě prodeje	15
POP AI STUDENT AWARD POP AI CE spolupracuje s budoucími profesionály v oblasti in-store komunikace	21
Unikátní metoda pro řidiče Případová studie z promo kampaně České pojišťovny na scelování skel	24
Představení POP AI CENTRAL EUROPE	27
Významné projekty POP AI CE	28
Adresář členů POP AI CENTRAL EUROPE	30

Vážení marketingoví odborníci,

v rukou právě držíte nové vydání publikace asociace POPAI CE „Průvodce oborem marketing at-retail“, jejímž cílem je informovat zástupce odborné veřejnosti o aktuálním dění v oblasti marketingové komunikace v místě prodeje. Zároveň seznamuje čtenáře s realizovanými projekty středoevropské pobočky POPAI, které podporují účinné využívání komunikace v místě prodeje, neustálé zlepšování úrovně prodejního prostředí, kultury prodeje a vztahů mezi subjekty v oboru jakkoli působícími.

Jsme potěšeni každoročním úspěchem této publikace a zájmem o ni a věříme, že i její letošní vydání přispěje k zřehlednění trhu in-store komunikace a významných společností, které se na rozvoji tohoto trhu podílejí.

V důsledku rychlého společenského vývoje se na maloobchodního trhu objevují více-kanálové strategie (multi-channel a cross-channel). Tyto strategie díky synergii různých maloobchodních strategií ovlivňují proces prodeje. Zákazník se stává nakupujícím napříč různými prodejními kanály, přesah technologií působí na jeho nákupní chování. Souběžně s vlivem nových technologií, s nákupy pomocí nejmodernějších mobilních aplikací nebo po internetu prodejna zůstává široce vyhledávaným a uznávaným místem. Zákazníkům nabízí emoční zážitky, odbornou pomoc a kontakt s reálným zbožím. Nové technologie nicméně mají za následek nejrůznější inovativní změny v kamenných prodejnách.

S novými prodejními koncepcemi roste zájem dodavatelů značkových výrobků a maloobchodníků o konkrétní případové studie, které prokazují funkčnost a efektivitu jednotlivých typů projektů a kampaní v místě prodeje. V souladu s tímto trendem POPAI CE spolupracuje ve stále širší míře se zástupci dodavatelů značek a maloobchodu v rámci svého celoročního programu. Jde například o spolupráci při realizaci průzkumových projektů nebo během kontinuálního vzdělávacího programu, který přináší důkazy o výkonu a funkcích konkrétních in-store aplikací. Velmi inspirativní jsou konkrétní příklady úspěšné komunikace dodavatelů značek s obchodními společnostmi v místě prodeje.

Asociace POPAI CE pracuje na poli marketingové komunikace v místě prodeje již třináct let. Letošním programem navazuje na dosavadní bohatou činnost asociace, která se promítá ve stálém nárůstu členské základny, zapojení spolupracujících subjektů a která přinesla řadu přínosných projektů, jež napomohly pozitivnímu vývoji oboru a staly se vodítkem i zdrojem inspirace pro profesionály v místě prodeje.

Všechny tyto aktivity jsou výsledkem společné práce kolegů a členů asociace, našich partnerů a dalších spolupracujících subjektů, kterým chceme vyjádřit naše poděkování.

Rada POPAI CE

Dear Marketing Professionals,

you are currently holding on to new publication by association POPAI called „Marketing at retail Guide“, that aims to inform professionals about current events at in-store marketing communication. We also introduce readers to realised projects of POPAI centre Europe's branch that support - effective use of communication at retail, continuous improvement of sales environment level, sales culture and relation between all subjects referred to this field.

We are pleased with annual success and interest in this publication and hope that even this year's release will contribute into more transparent market of in-store communication and companies that influent this market development.

As a result of fast social progress, multi-channel and cross-channel strategies are used within retail. These strategies, thanks to synergy of different retail strategies, influent sales process. Customer is becoming a shopper of different sale channels and technology overlaps his shopping behaviour. Along with impact of new technologies and different mobile application or online shopping, salesroom remains highly coveted and acknowledged place. It offers emotional experience to customers, skilled help and contact with real products. New technologies however result in different innovation changes in stores.

With new sale concepts, interest in case studies explaining utility and efficiency of individual in-store projects and campaign types rises from branded product suppliers and retailers. In accordance with this trend, POPAI CE cooperates widely all year round with brand suppliers and retailers. For example, cooperation in research projects or continuous educational program that brings proof regarding achievements and functionality of certain in-store applications. Particular examples of successful communication between brand supplier and sale companies in store are very inspiring.

POP AI CE association is active in marketing at retail communication more than 13 years. This year program continues with up to date generous activities of the association. This reflects in permanent increase of member's base, engagement of cooperating subjects that led into many benefiting projects with positive development of the field and became guide posts and inspiration for in-store professionals.

All mentioned activities are result of colleagues, members, partners and other cooperating subject's joint work. We would very much like to thank to all of them.

POP AI CE board



Marketing at-retail jako významná součást marketingové komunikace

K čemu slouží marketing v místě prodeje?

- Zvýrazňuje osobitost a jedinečnost značky.
- Zvýrazňuje specifičnost obchodní společnosti.
- Cíleně zvyšuje prodej v rozhodujícím okamžiku nákupu.
- Podporuje návštěvnost prodejny a věrnost zákazníků prostřednictvím optimálního uspořádání prodejní plochy a prostor pro atraktivní prezentaci výrobků a služeb.



Jaké in-store marketingové nástroje jsou využívány?

- Vizualní merchandising
- Reklama v prodejních místech
- Více smyslový marketing
- Digitální média v in-store
- Architektonické řešení a vybavení prodejen

Jak významná je role marketingu v místě prodeje?

- Realizované průzkumy dokazují, že bez ohledu na výši reklamních investic je více než 50% nákupních rozhodnutí realizováno v místě prodeje (74% nákupních rozhodnutí ve velkoplošných prodejnách).
- Prodejna, obchodní společnost komunikují svou identitu a osobitost zákazníkům prostřednictvím prodejního prostředí, úrovní prodejních prostor a různých prodejních aktivit.
- Značka komunikuje se zákazníky prostřednictvím designů různých informačních, reklamních a prezentačních prostředků, které jsou aplikovány v prodejních místech.

Jaký je vývoj v oblasti komunikace v prodejních místech?

Rozvoj v oblasti komunikace v prodejních místech považují marketingoví odborníci za výrazný a velmi rychlý. V průběhu několika let došlo k rychlé přeměně z klasického POP (reklama v místě prodeje) na komunikaci v místě prodeje a poté na „marketing at-retail“. Od komunikace v prodejnách ve formě POP nosičů pro zviditelnění nabídky jsme přešli k multikanalovým strategiím a řešením v návaznosti na nový vývoj v oblasti prodejních kanálů. Místo prodeje a internet se sbíhají, protínají a objevují se strategie „cross-channel“. Tyto strategie zefektivňují prodej díky synergii různých prodejních kanálů, které se navzájem svými aktivitami podporují.

Výrazným globálním trendem v oblasti POP komunikace je vyhodnocování efektivity různých nástrojů in-store komunikace. Zájem o testy in-store aplikací stoupá. Výrobci i uživatelé prostředků in-store komunikace stále více doceňují důležitost testování efektivity POP, které jim pomáhá odhalit fungující či nefungující POP aplikace a ulehčuje jejich rozhodnutí o dalších správných formách komunikace se zákazníky v maloobchodním prostředí. Vyhodnocování efektivity POP přispívá k podpoře místa prodeje jako plnohodnotného média v komunikačním mixu.

Marketing at-retail – an important part of the marketing communication

What is the marketing at-retail for?

- To affirm the personality of a brand
- To affirm the personality of a retail establishment
- To increase and direct the sales at the decisive moment of the purchase
- To increase visits to the outlet and gain customer loyalty by optimal management of the retail space and an attractive presentation environment for products and services.



What are the marketing resources used?

- Visual Merchandising
- Point-of-Purchase Advertising
- Multi - Sensory marketing
- In- store digital media
- Retail Architecture and Retail Fixtures

Does it have an important role to play?

- All objective surveys prove that irrespective of the amount invested in advertising upstream, over 50% of purchasing decisions are made at the point of sale (74% of purchasing decisions in mass market retailing).
- A retail outlet or chain conveys its personality to customers through its purchase environment and the quality of its retail spaces and sales drives.
- A brand conveys its personality through the design of the various advertising, information and presentation media that it uses at the point of purchase.

What is the development of the marketing at-retail industry?

According to marketing professionals development in retail communication is significant and fast growing. Within few years, the classic POP advertising was transformed into communication at point of sale and then to marketing at-retail strategy. We moved from communicating in form of POP tools for improvement of product visibility to multi-channel strategies and solutions in response to new developments in the area of sales channels. The point of sale and Internet are converging, crossing each other and new "cross-channel" strategies are emerging. These strategies increase the sales efficiency thanks to the synergy between various sales channels which support each other through their activities.

Significant global trend in POP communication is effectiveness scoring of different types of in-store tools. Interest in testing in-store applications rises. Producers and users of in-store communication tools appreciate importance of testing POP efficiency more these days. It helps them reveal difference between functional and functionless POP applications and simplify their decisions about correct future formats of communication with customers at retail. POP effectiveness scoring contributes to support of in-store as a fully valued media in communication mix.



Na jakou spolupráci v místě prodeje slyší zástupci maloobchodu?

Potenciálem spolupráce dodavatelů značkových výrobků se zástupci maloobchodu v místě prodeje a využitelností jednotlivých typů in-store komunikačních médií se zabýval nový průzkum, který pod názvem „RIMM - Retail In-store Marketing Manual“ realizovala POPAI CE spolu s agenturou OMD (OMG Research), za podpory portálu mistoprodeje.cz a časopisu Zboží & Prodej.

V rámci průzkumu byli osloveni zástupci vybraných mezinárodních širokosortimentních řetězců i lokálních maloobchodních sítí, hobby řetězců, elektro prodejen a drogistických řetězců. Průzkum proběhl formou on-line dotazování CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) a byl realizován prostřednictvím unikátního nástroje OMG Snapshots. Tento exkluzivní výzkumný nástroj umožňuje získat relevantní a aktuální informace o spotřebitelském chování, názorech a postojích různých cílových skupin. Průzkum je součástí dlouhodobého monitoringu názorů zástupců maloobchodních řetězců, který POPAI CE provádí od roku 2005.

Projekt a výsledky průzkumu byly poprvé představeny v diskuzním panelu mezinárodní konference Marketing at-retail POPAI fórum 2012, do něhož se zapojili jako účastníci diskuze Martina Malcová, vedoucí oddělení marketingu ze společnosti SPAR Česká obchodní společnost, Ivan Baborák z MAKRO CASH & CARRY ČR, Andrea Karlová, manažer komunikace z lokální maloobchodní sítě

Qanto CZ, Jakub Grmolenský z maloobchodní sítě BRNĚNKA, Jana Kubištova, ředitelka marketingu ze společnosti Budějovický Budvar, n.p., Michal Charvát, General Manager agentury OgilvyAction Czech Republic, Dana Běloušková, obchodní ředitelka POS Media Czech Republic a Olga Jurášková, ředitelka Ústavu marketingových komunikací UTB Zlín. Výsledky byly prezentovány také jako srovnání postojů mezinárodních a lokálních maloobchodních řetězců a v tomto smyslu diskutovány.

Průzkum zjišťoval zejména, co především motivuje maloobchodní společnosti ke spolupráci se zadavateli reklamy v oblasti in-store komunikace a naopak jaké aspekty jim v této spolupráci chybí, jaké jsou vnímané přínosy i negativa POP nástrojů ze strany maloobchodu, jaké jsou postoje maloobchodu k různým mediálním typům a jak zástupci maloobchodu vnímají důležitost jednotlivých in-store médií. Průzkum obsahuje rovněž detailní hodnocení využitelnosti jednotlivých typů komunikačních prostředků v místě prodeje.

Co motivuje řetězce ke spolupráci se zadavateli a co jim chybí?

Výsledky průzkumu odhalily některé významné odlišnosti mezi názory mezinárodních a lokálních maloobchodních sítí. Zatímco hlavním motivačním faktorem pro spolupráci s dodavateli v in-store je pro mezinárodní maloobchodní sítě zvýšení prodeje podporovaných produktů, lokální maloobchodní sítě chtějí hlavně přilákat nové zákazníky. To potvrzuje často zmiňovaná strategie lokálních maloobchodníků, v jejichž centru zájmu je zákazník. Mezinárodní řetězce mají primární cíle definované ekonomickými ukazateli. (Viz graf *Motivační faktory ke spolupráci s dodavateli*)

Podle Martiny Malcové, marketingové ředitelky řetězce SPAR je generování zisku velmi přínosné, a to za celou kategorii a nikoliv jen pro jednotlivý produkt. „Je ale zároveň velmi důležité, aby místo prodeje bylo pro zákazníka natolik příjemné, aby zde strávil co nejvíce času, aby si mohl v klidu nakoupit a aby se vyžal v nabízeném sortimentu,“ zdůraznila M. Malcová.

Motivační faktory ke spolupráci s dodavateli

v oblasti in-store komunikace

	MEZINÁRODNÍ MO SÍŤE	LOKÁLNÍ MO SÍŤE
Zvýšení prodeje podporovaných produktů	4,3	1,3
Přilákání nových zákazníků k podporovaným produktům	1,5	3,3
Další zdroj příjmu	1,2	1,0
Zvýšení obrátu dané kategorie	0,5	1,7
Zvýšení návštěvnosti dané produktové kategorie	1,0	0,0
Informování a edukace zákazníků	0,5	1,0
Zlepšení atmosféry nákupního prostředí	0,0	0,7

Hlavním motivačním faktorem pro spolupráci s dodavateli v in-store komunikaci pro mezinárodní MO sítě je zvýšení prodeje podporovaných produktů, zatímco lokální MO sítě chtějí hlavně přilákat nové zákazníky.

Vyberte tři aspekty, které Vás nejvíce motivují ke spolupráci s Vašimi dodavateli v oblasti in-store komunikace.
* Škála od 1 do 5 - kde 5 je hodně důležitý a 1 naprosto nejdůležitý aspekt

Zástupci lokálních maloobchodních sítí potvrdili, že za současného rozdělení trhu je pro lokální řetězce důležitý každý zákazník. Prioritně generování zisku, zákaznická loajalita, zejména získání nových zákazníků a vytvoření bližšího vztahu se zákazníkem přímo na prodejně jsou pro ně primárním cílem.

„V rychloobrátkové kategorii je klíčová penetrace, tzn. přivést nové zákazníky,“ uvedl zároveň Michal Charvát z OgilvyAction. „Je třeba zapomenout, že máte nějaké svoje zákazníky, resp. je nutné se snažit získat zákazníky ostatních konkurenčních značek a produktových kategorií. To jediné může vrátit vloženou investici do POP materiálů.“

Z odpovědí respondentů vyplynulo, že povolování umístování POP prostředků pro mezinárodní i lokální řetězce není primárně motivováno poplatky za jejich umístování, respektive tyto nevnímají jako výrazněji důležité. Podle slov Dany Bělouškové z POS Media jsou jako argument umístitelnosti primární kvalita a přínos POP materiálů. Společnost SPAR se také

in-store komunikace. Hlavním důvodem tohoto postoje je na základě diskuze fakt, že účastníci průzkumu chápali tuto otázku z pohledu dodavatelů konkrétních značkových výrobků a nikoliv celých produktových kategorií.

V oblasti spolupráce s dodavateli v in-store chybí zástupcům mezinárodních maloobchodních sítí zejména prokazování účinnosti a efektivity POP prostředků, naopak lokální maloobchodní sítě postrádají hlavně kreativní nápady. (Viz graf *Chybějící aspekty ve spolupráci s dodavateli*)

Jaká negativa vnímají maloobchodníci v in-store

Zástupci mezinárodních sítí označili jako největší problém, který brání rozsáhlejšímu umístování in-store prostředků, nesoulad POP prostředků s jejich interními pravidly pro umístování. To je dáno krom nedisciplinovanosti dodavatelů, kteří mají tendenci pravidla porušovat, také nepřehledností a častými změnami těchto pravidel, jejichž interpretace se prý často liší i mezi samotnými interními odděleními maloobchodníků. Z diskuze vzešlo doporučení pro dodava-

Chybějící aspekty ve spolupráci s dodavateli

v oblasti in-store komunikace

	MEZINÁRODNÍ MO SÍŤE	LOKÁLNÍ MO SÍŤE
Prokazování účinnosti a efektivity	3,7	1,7
Kreativnější nápady	1,5	3,3
Argumentace funkčnosti a přínosu	0,5	1,0
Včasnější jednání ohledně umístování	0,8	1,3
Smysluplné zapojování shopper marketingových znalostí	1,5	0,3
Respektování pravidel řetězce pro jejich umístování	0,2	1,0
Respektování vizuálního stylu řetězce a vzhledu prodejen	0,8	0,3

Hlavním faktorem, který chybí mezinárodním MO sítím je prokazování účinnosti a efektivity POP prostředků ze strany dodavatelů in-store komunikace, zatímco lokálním MO sítím chybí hlavně kreativní nápady.

Vyberte tři aspekty které Vám nejvíce chybí při spolupráci s dodavateli v oblasti nasazování in-store komunikace ve Vašich prodejnách. * Škála od 1 do 5, kde 5 je hodně důležitý a 1 naprosto nejdůležitý aspekt



Negativa POP prostředků

	MEZINÁRODNÍ MO SÍŤE	LOKÁLNÍ MO SÍŤE
Neladí s interními pravidly pro umístění	☆☆☆☆☆ 4,2	☆☆☆☆☆ 6,0
Přesycenost prodejen	☆☆☆☆☆ 3,3	☆☆☆☆☆ 3,3
Překážky nakupujícím	☆☆☆☆☆ 3,3	☆☆☆☆☆ 3,3
Nízká míra kreativity	☆☆☆☆☆ 2,5	☆☆☆☆☆ 3,3
Velké rozměry	☆☆☆☆☆ 1,7	☆☆☆☆☆ 3,3
POP neladí s prodejnou	☆☆☆☆☆ 1,7	☆☆☆☆☆ 3,3
Nekvalitní provedení	☆☆☆☆☆ 0,8	☆☆☆☆☆ 3,3
Krátká trvanlivost	☆☆☆☆☆ 1,7	☆☆☆☆☆ 1,7
Nutnost péče a údržby	☆☆☆☆☆ 1,7	☆☆☆☆☆ 1,7
Náročná logistika	☆☆☆☆☆ 0,0	☆☆☆☆☆ 1,7
Chybející prostor na uvedení prodejní ceny	☆☆☆☆☆ 0,8	☆☆☆☆☆ 0,0
Nemožnost umístění ke stěně	☆☆☆☆☆ 0,0	☆☆☆☆☆ 0,0
Dlouhá fáze příprav	☆☆☆☆☆ 0,0	☆☆☆☆☆ 0,0

Vyberte max. 5 aspektů, kterým vadí na in-store komun. prostředcích a trání tak jejich rozdílnému umístění ve Vašich prodejnách. * Škála od 1 do 5, kde 5 je hodně důležitý a 1 naprosto nedůležitý aspekt.

tele se proaktivně o pravidla zajímat a snažit se je maximálně dodržovat. Tak uspoří nemalé starosti a náklady vzniklé možným zmařením neodpovídajících POP kampaní, resp. se v rozporu s pravidly vyrobené POP prostředky nemusí nakonec vůbec dostat na prodejní plochu, pokud se zjistí jejich nedostatky až těsně před nasazením.

Lokální maloobchodní síť toto naopak vnímají jako marginální problém, a to především proto, že ve významnější míře takovými pravidly nedisponují. Pro ně je naopak největším problémem již zmíněná nízká úroveň kreativity dodávaných řešení, nízká kvalita POP médií a jejich nevhodné rozměry nerespektující specifika menších prodejen lokálních maloobchodníků.

Všechny maloobchodní síť pak považují za negativum přesycenost prodejen a také to, pokud POP prostředky překážejí zákazníkům. Je to prý hlavní důvod regulací jejich podoby a množství v prodejnách. (Viz graf *Negativa POP prostředků*)

Důležitost medií z pohledu maloobchodníků

Dle očekávání je mezi všemi mediaty přiznána největší důležitost ak-

ním letákům. Překvapením ale bylo druhé místo v důležitosti, na kterém se umístilo rádio následované POP komunikací a TV reklamou. V těchto výsledcích je viditelný rozpor ve vnímání důležitosti medií mezi maloobchodníky a jejich dodavateli, kteří v loňském průzkumu rádio jmenují až na posledních místech. Na prvních místech se očima dodavatelů dle průzkumu z roku 2012 umístila POP komunikace následovaná TV reklamou, PR, letáky a internetem.

Vnímaná důležitost médií

	MEZINÁRODNÍ MO SÍŤE	LOKÁLNÍ MO SÍŤE
letáky	☆☆☆☆☆ 5,0	☆☆☆☆☆ 5,0
rádio	☆☆☆☆☆ 4,2	☆☆☆☆☆ 5,0
POP media a in-store marketing	☆☆☆☆☆ 4,7	☆☆☆☆☆ 4,3
televize	☆☆☆☆☆ 3,7	☆☆☆☆☆ 5,0
PR	☆☆☆☆☆ 3,5	☆☆☆☆☆ 5,0
tisk	☆☆☆☆☆ 3,5	☆☆☆☆☆ 5,0
direct marketing	☆☆☆☆☆ 3,2	☆☆☆☆☆ 5,0
internet	☆☆☆☆☆ 3,0	☆☆☆☆☆ 5,0
outdoor	☆☆☆☆☆ 3,3	☆☆☆☆☆ 4,3
propagační předměty (dárky a prémie)	☆☆☆☆☆ 3,6	☆☆☆☆☆ 3,0
digitální signage	☆☆☆☆☆ 2,7	☆☆☆☆☆ 3,0
zážitkový marketing (EVENTS)	☆☆☆☆☆ 2,5	☆☆☆☆☆ 2,3
kino	☆☆☆☆☆ 2,7	☆☆☆☆☆ 2,0

Ohodnoťte prosím důležitost následujících forem komunikace pro propagaci produktu Vašich dodavatelů. * Škála od 1 do 5, kde 5 je hodně důležitý a 1 naprosto nedůležitý aspekt.

Co se týká rádia, dle názoru Andrey Karlové z lokální MO sítě Qanto je levnějším a efektivnějším nástrojem, protože zákazníka zastihne lépe a častěji než TV, kde se zvyšuje intenzita reklamy a ta se u zákazníků projevuje narůstající imunitou vůči ní. Reklama v rádiu je dle účastníků diskuze pro zákazníky akceptovatelnější a přijatelnější.

Michal Charvát z Ogilvy se přidal s názorem, že s reklamou v rádiu je možné generovat silnější impuls dobře fungující pro taktické vzkazy.

Z diskuze zároveň vyplynulo, že rozdíl v názoru na rádio mezi maloobchodníky a jejich dodavateli je daný obecnými rozdíly v jejich cílech. Maloobchodníci totiž při obecném posuzování marketingové komunikace kladou důraz na krátkodobý taktický efekt směřující k podpoře prodeje, kdežto dodavatelé ke komunikaci přistupují strategičtěji, nejčastěji s cílem dlouhodobého budování vztahu ke značce a produktům.

Je tedy na místě zvážit ze strany dodavatelů případný potenciál nasazení rádia ve spojení s podporou prodeje, eventuálně ve spolupráci s maloobchodníky. (Viz graf *Vnímaná důležitost médií*)

Důležitost jednotlivých POP prostředků

Pro mezinárodní síť jsou nejsilněji vnímanými komunikačními POP prostředky paletové ostrovy a dekorace a ochutnávky a předváděcí akce. Z diskuze vzešlo, že prvenství paletových ostrovů a ochutnávek je dáno jejich propojením s promoakcemi a slevovými pobídkami, které jsou

právě mezinárodními maloobchodníky v rámci podpory prodeje preferovány.

Na druhém místě se na základě shodného hodnocení umístila reklama v letáčích, podlahové stojany dočasné a příbalové/prémiové dárky.

Pro lokální maloobchodní síť jsou na prvním místě reklama v letáku spolu s digitálními médii v místě

prodeje a in-store rádiem. Zůstává otázkou, zda je velmi pozitivní postoj k digital signage daný nedostatkem zkušeností lokálních maloobchodníků s tímto médiem, nebo naopak pozitivními zkušenostmi z úspěšných aplikací. In-store rádio je naopak díky menší míře všeobecného ruchu v prodejnách lokálních řetězců médiem nejen dobře hodnoceným, ale i hojně a prý úspěšně využívaným. (Viz graf *Důležitost jednotlivých POP prostředků*)

Realizátoři průzkumu věří, že nová zjištění pomohou zlepšit spolupráci zadavatelů reklamy a maloobchodních společností a napomohou zejména dodavatelům značkových výrobků lépe vycházet vstříc očekáváním a preferencím jejich maloobchodních partnerů. Na základě získaných dat se mohou lépe přizpůsobit již ve fázi příprav POP kampaní a zároveň volit relevantní argumenty k vyjednávání ohledně jejich umístění.

Daniela Krofiánová
Daniel Jesenský
POPAI CE

Důležitost jednotlivých POP prostředků

	MEZINÁRODNÍ MO SÍŤE	LOKÁLNÍ MO SÍŤE
Reklama v letáčích	☆☆☆☆☆ 4,7	☆☆☆☆☆ 5,0
Paletové ostrovy a dekorace	☆☆☆☆☆ 5,0	☆☆☆☆☆ 3,7
Ochutnávky a předváděcí akce	☆☆☆☆☆ 5,0	☆☆☆☆☆ 3,7
Hry a soutěže	☆☆☆☆☆ 4,2	☆☆☆☆☆ 4,3
In-store rádio	☆☆☆☆☆ 3,4	☆☆☆☆☆ 5,0
Podlahové stojany a vitríny DOČASNĚ	☆☆☆☆☆ 4,7	☆☆☆☆☆ 3,7
Poster rámy, plakáty, bannery a vlajky na zeď	☆☆☆☆☆ 4,0	☆☆☆☆☆ 4,3
Příbalové a prémiové dárky	☆☆☆☆☆ 4,7	☆☆☆☆☆ 3,0
Stojany na letáky a stojany na vizuály	☆☆☆☆☆ 3,7	☆☆☆☆☆ 3,7
Regálové prostředky (dekorace, dělice, stojany atd.)	☆☆☆☆☆ 3,0	☆☆☆☆☆ 4,3
Digitální média v místě prodeje	☆☆☆☆☆ 1,8	☆☆☆☆☆ 5,0
Dekorace bezpečnostních bran a turniketů	☆☆☆☆☆ 3,7	☆☆☆☆☆ 3,0
Podlahové stojany a vitríny TRVALE (permanentní)	☆☆☆☆☆ 3,7	☆☆☆☆☆ 2,3
Podlahová grafika	☆☆☆☆☆ 2,3	☆☆☆☆☆ 3,7
Výlohové POP prostředky	☆☆☆☆☆ 3,0	☆☆☆☆☆ 3,0
Shop in shop	☆☆☆☆☆ 3,4	☆☆☆☆☆ 2,3
Pokladní a pultové stojanky, displye, mincovníky	☆☆☆☆☆ 2,3	☆☆☆☆☆ 3,0
Reklamy na nákupních vozících a koších	☆☆☆☆☆ 3,0	☆☆☆☆☆ 2,3
Polepy pokladních pásů a dělice nákupu	☆☆☆☆☆ 1,7	☆☆☆☆☆ 3,0
Šíření zvuku a vůně	☆☆☆☆☆ 1,0	☆☆☆☆☆ 2,3

Ohodnoťte prosím důležitost následujících forem komunikace pro propagaci produktu Vašich dodavatelů. * Škála od 1 do 5, kde 5 je hodně důležitý a 1 naprosto nedůležitý aspekt.

What type of cooperation is acceptable for retailers?

The potential in cooperation between suppliers of branded products and retailers in store as well as usability of certain in-store communication tools was researched in latest survey called "RIMM - Retail In-store Marketing Manual". Survey was carried out by POPAI CE, OMD (OMG Research) agency, portal www.mistoprodeje.cz and title Zboží & Prodej. Research was addressed to representatives

of international and local retailers, hobby, electro and drug stores.

It investigated on retailer's motivation for cooperation with advertisers in in-store communication, missing aspects in the partnership, positive and negative influence of POP tools, attitude to different media types and importance of each POP media from retailer's point of view. Research also brings detail evaluation and utility of individual in-store communication types.

Results of the study revealed some important differences in opinions between international and local retailers. For example, main motivation factor of international retailer for cooperation with suppliers is sales increase, whereas local retailers want to attract new customers. This confirms often mentioned strategy of local retailers, where centre of importance is the shopper. International retailer prime goals are defined by economical index.

Research executors believe that new findings will help improve cooperation between advertisers and retailers. In particular, that supplier of branded products will accommodate their retail partner's expectations and preferences better.



Neuromerchandising a jeho význam v místě prodeje



Na mezinárodní konferenci Marketing at-retail POPAI forum 2012, kterou v závěru loňského roku uspořádala asociace POPAI CE, vystoupil Bert Martin Ohnemüller ze společnosti Neuromerchandising group, který je evropským specialistou pro více smyslový marketing. Jeho přednáška na téma „Jak se stát leaderem v místě prodeje“ zdůraznila sílu emocí při nákupním rozhodování spotřebitele a důležitost neuromerchandisingu v in-store. Bert Ohnemüller má třicetiletou praxi v oblasti Point of Sale. Nejvíce zkušenosti získal prostřednictvím značky Maggi ve firmě Nestlé, následovala kariéra v divizi Health&Beauty ve společnosti P&G, dále se rozhodl jít vlastní cestou a založil agenturu BMO, která je soustředěna na oblast sales&promotion. Od července roku 2010 působí jako Managing Director v Neuromerchandising group a po dobu 13 let byl prezidentem německé pobočky asociace POPAI.

Úvodní vzkaz přednášky zněl: „Role POS potřebuje více pozitivních emocí.“ Dle jeho názoru existují 2 zásadní směry v dnešním světě marketingu. Prvním je bezesporu online/internet a druhým jsou aktivity v místě prodeje.

Instore marketing se od dob, kdy Bert začínal jako Merchandiser pro Maggi, výrazně změnil, ovšem i dnes se stává (možná až příliš často), že náš první zážitek v instoru bývá okamžikem bolestivým. Zároveň také vzniká velká emocionální propast mezi způsobem, jak zákazník vnímá značku např. v televizi a jak je mu prezentována na prodejně.

„Jeden den strávený v supermarketu je více přínosný než 5 dní v kanceláři.“

Jednou z cest, jak je možné tuto propast zmírnit, je obor, který se nazývá Neuromerchandising. Tento fenomén se snaží vysvětlit rozdíly ve vnímání instorových prostředků mezi námi profesionály z oblasti marketingu a opravdovými spotřebiteli, kteří se s těmito prostředky setkávají při svých nákupech. Zabývá se podrobně tím, jak se zákazník chová a co se odehrává v jeho hlavě.

„Úspěch na poli marketingu a obchodu přichází až v okamžiku, kdy jste schopni správně řídit celkový proces. Musíte pochopit veškeré cílové publikum - mentalitu obchodníků, nakupujících i retailerů, porozumět prodejnímu prostoru a lidem, kteří se v něm pohybují. Mluvíme



o nelehkém businessu, ale skýtá mnoho příležitostí,“ uvádí Ohnemüller.

V rámci přednášky bylo znovu upozorněno na fakt, že v místě prodeje dochází až k více než 76 % nákupních rozhodnutí. Bert věří, a vždycky věřil, že tuto statistiku ovšem nezajistí jen distribuce, ale především správná komunikace v instoru. Reklama ve všeobecném měřítku představuje zasévání a samotná sklizeň probíhá až na prodejní ploše.

Přednášející byl také poslem dobré zprávy, a to, že nyní žijeme v dekádě kvality. To prokázal na příkladu značky Apple a rozdílem prezentace vlastních produktů v místě prodeje v letech 2002

a 2012. Druhým příkladem byl diskont Aldi, který vkládá nemalé investice do lepšího vzhledu prodejen, nikoliv do cenových promocií.

Místo prodeje, jak je běžně vnímáno, představuje pouze management prostoru. Mělo by být nicméně vnímáno jako management prostoru a lidí, tedy zaměstnanců i nakupujících. Zejména důležitost kvalitních a příjemných prodavačů byla zdůrazněna, jelikož oni jsou faktorem, který dotváří celkový dojem obchodu.

„Nejsme motivováni k nákupu dle našich potřeb, ale podle našich tužeb.“

Nákupní rozhodnutí se dějí na základě emocí. Ty řídí až 95 % veškerého jednání, tedy je důležité, abychom se zaměřili na smysly a pocity. Ovlivňovat můžeme barvou, která

mění vnímání teploty nebo čistoty, a pakliže zvolíme barvu nekorespondující s produktem, např. u zeleniny červenou, bude to mít neblahý dopad na prodejní výsledky. Vůně, tedy čich je dalším důležitým faktorem, který nás může odrazovat před něčím nepříjemným, stejně jako zvuk, který nejen slouží k naší orientaci v prostoru, ale může navodit jak příjemný pocit, relaxaci, ale i agresi.

Hmat je dle Berta Ohnemüllera podceňovaný smysl. Díky němu se rychleji učíme a lépe porozumíme tomu, co např. vnímáme okem. Rovnováha v rozložení prostoru, vnímání nebezpečí (např. ostré rohy v prodejně), nevhodná teplota... to vše ovlivňuje, jak se lidé v prodejních prostorách cítí. „Retail je interakce s lidmi, ne vkládání produktů na regál,“ zdůrazňuje a dodává: „Emoce jsou klíčem k našim vzpomínkám a je potřeba, abychom toto zohlednili ve svých marketingových kampaních. Ukázkou může být např. Nivea - už v šesti letech si pamatuji, jak mě moje maminka každé ráno před odchodem do školy mazala krémem Nivea. Dodnes si pamatuji, jak ten krém voněl... to jsou ty silné pozitivní emoce, kterých je potřeba docílit.“

Nejen ale pozitivní emoce čekají na zákazníka v obchodech. Je známo, že negativní zážitek je mnohem intenzivnější než ten pozitivní. Bylo nám tedy doporučeno, abychom co nejvíce předcházeli situacím, kdy si nakupující může nepříjemnou situaci prožít. Ať už se jedná o nešikovný schod do prodejny, špinavá podlaha nebo dlouhá řada u pokladny, to vše může mít zásadní dopad na celkový úspěch.

Genderové rozdíly je také nutno zohlednit v komunikaci se zákazníky. Žena má tzv. E-mozek, tudíž empatický, muž tzv. S-mozek, tedy systémový. Ženy jsou nositelky až 85 % všech nákupních rozhodnutí, tedy je klíčové, abychom i tento fakt zahrnuli do celkového pojetí komunikace.

Co a jak vnímáme? Na prvním místě barvu, na druhém symboly a až jako třetí text. Barva může naprosto změnit vnímání produktu. Pakliže logicky zvolíme červenou tekutinu pro džus jahodový, je vše v pořádku. Pokud bychom ale volili modrou, jen těžce bychom ji jako jahodovou prodávali.

Je tedy žádoucí, aby výrobek korespondoval s jeho kontextem a byl autentický. Pan Ohnemüller tuto kapitolu uzavírá výrokem: „Multisensorický marketing musí představovat konzistentní choreografickou strategii.“

„Výrobky si samy o sobě nekonkurují, liší se pouze jejich vnímání.“

Pokud mluvíme o POS, máme tím na mysli - lidé a prostor. Když se bavíme o smyslech, představují emoce a vnímání. Přestože najednou zapojujeme až 5 smyslů, jedná se o 1 zkušenost a pět různých „myšlenek“ by mělo ústít pouze v jeden vzkaz zákazníkovi.

Rady nejen pro instore, které posluchači obdrželi na závěr:

1. Svádějte své zákazníky.
2. Bez úcty nelze docílit žádné hodnoty.
3. Ochraňujte své zákazníky.
4. Učte se z chyb.
5. V jednoduchosti je krása.

„Ne každý člověk je váš zákazník, ale každý váš zákazník je lidská bytost.“

Autor článku: Pavlína Klementová, členka rady POPAI CE

Neuromerchandising and its importance at point of sale

Part of international conference “Marketing at retail POPAI forum 2012” held by POPAI association

at the end of last year was presentation by Bert Martin Ohnemüller from Neuromerchandising group, the European specialist in multisensory marketing. His lecture about “Leadership at the POS” pointed out strength of emotions in shopping decision making and importance of neuromerchandising in POS.

Even today we experience (in too many cases?) that the first moment of truth in-store is a moment of visual pain. There is a huge emotional gap between the presentation of product for example in television and at point of sale. One of ways how to decrease this gap is Neuromerchandising field. This phenomenon tries to explain differences in perceiving in-store tools between marketing professionals and real consumers that come across these tools during their shopping. It specialises in customer's behaviour and what's inside his head. “Success in sales and marketing is always the question of how you manage the entire value chain. You have to understand the target audience - mentality of the sales people, purchase people, sales people within the retail; you also have to understand the space and people in point of sale. This is a tough business, but there are tremendous opportunities!” states Ohnemüller.

Purchase decisions are done thru emotions. These control up to 95% of our entire behaviour, therefore it's important for us to concentrate on senses and feelings.

When we talk about point of sale, it's always about people and the place. When we talk about senses, they present emotions and perception. Even though we involve up to 5 senses, there is only 1 experience and 5 different thoughts should deliver only 1 message to customer.



Článek přináší pohled odborníka na mezinárodní trendy v oblasti digital signage, jehož inspirací byla návštěva mezinárodního veletrhu ISE 2013 (Integrated Systems Europe) v Amsterdamu.

V digital signage je patrná spíše evoluce než revoluce

„Když jsem přemýšlel nad tématem článku o aktuálních trendech v oboru digital signage, vrátil jsem se právě z veletrhu ISE, který se pravidelně koná začátkem roku. A plný dojem jsem se rozhodl, že se podělím o své zážitky se čtenáři publikace POPAI,“ uvedl Aleš Štibinger, předseda představenstva společnosti Gaia Group a zároveň garant sekce pro digitální a multimediální komunikaci POPAI CE, který je autorem následujících informací.

Veletrh ISE má již desetiletou tradici a letošní ročník byl jedenáctým, což svědčí o úspěšnosti této akce. Tento především technologický veletrh je zaměřený na digitální technologie a AV techniku a díky kvalitě programu i dlouhé tradici se stal jakýmsi barometrem nálady, jak trh vnímá technologie a jejich vývoj a také jak je „naladěn“ na jejich implementaci. S ohledem na letošní účast více než 800 vystavovatelů a celkovou atmosféru, která veletrhu vládla, lze předpokládat pozitivní výhled pro tento rok.

Co tedy letošní veletrh ISE přinesl?

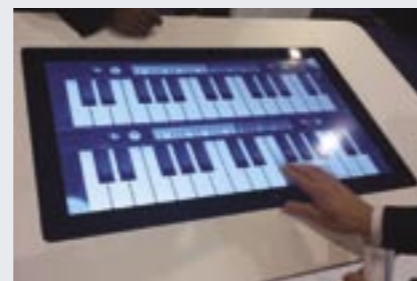
Určitě jedním z důvodů, proč je akce tak úspěšná, je vzdělávací program - pestrý seriál přednášek, seminářů a školení s tématy od sociálních sítí, přes technologické trendy a novinky až po konkrétní školení výrobců na

jejich jednotlivé produkty. Zajímavá byla konference pod názvem FUTURE TREND SUMMIT. Byla věnovaná otázkám, jak bude vypadat budoucí zákazník v AV segmentu, jak bude vypadat trh AV technologií v roce 2015 a jaké jsou současné trendy a nové technologie. Mluvílo se o interaktivitě, „cloud“ řešení, integraci mobilů a HW komponentech. Také o technologii displejů OLED, o budoucnosti HDMI portu versus Display Port (nahradí Display Port HDMI?) a mnohých dalších technologických aspektech.

Sekce digital signage byla s počtem více než 250 vystavovatelů nejpočetnější. Na první pohled upoutal vysoký počet výrobců LED obrazovek. Díky velikosti jejich produktů byli jasně viditelní a ať se jmenovali LAMP, AdLumen nebo XXX, všichni měli jedno společné: destinace Shenzhen. Shenzhen je industriální zóna v Číně a pokud hledáte obchodního partnera pro digitální technologie v Číně, tak nejspíš v Shenzhenu skončíte. Po bližším pohledu jsem si jednotlivé vystavovatele zařadil do tří hlavních kategorií: výrobci (nejčtenější), integrátoři a poskytovatelé SW řešení.

Z hlediska produktů byly nejvíce vidět LED panely všech možných tvarů a velikostí, ultratenké obrazovky a dotykové displeje. Velmi vtipná a dobře fungující byla například aplikace pro dotykový displej „piano“, kdy nebylo

patrné žádné zpoždění mezi dotekem na klávesu a zahráním tónem. K expozici patřily také různé kiosky, stoly a totemy a projektory. Bylo tu několik výrobců audio techniky, především reproduktorů a výrobci dalších nezbytných komponent, bez kterých nelze kvalitní projekt multimediální komunikace realizovat: různé držáky, podstavce, síťové komponenty jako splite-ry, převodníky, matrice a mnohé další.



Vizuálně mě asi nejvíce zaujal velkorýse a vkusně provedený stánek LG, který důstojně reprezentoval značku a velmi přehledně představil všechny produkty, které LG vyrábí. K mému překvapení jsem si třeba také narazil na stánek HYUNDAI, který prezentoval výrobu displejů, což pro mne byla novinka.

Obor ve znamení technologické evoluce

Obecně lze konstatovat, že letošní duch ISE se nesl spíše ve znamení evoluce než revoluce. Alespoň já

jsem viděl především nové generace produktů či řešení a žádný opravdu revoluční počín v systémech digitální komunikace jsem nevy pozoroval.



Technologická evoluce se promítala hned v několika kategoriích. Nejviditelnější novinkou bylo PE 5 rozlišení LED panelů. Pokud jsem dosud kritizoval využívání LED panelů v interiéru z důvodů malého rozlišení, kdy ani PE 10 nepřinášelo kýžený efekt a prožitek z obrazu pokulhával za klasickou projekci, nemluvě o obrazovkách složených do velkých ploch, PE 5 už je „jiné kafe“. Přestože ze vzdálenosti cca 1-2m bylo vidět složení z panelů a mladšímu oku jistě neuniklo rozlišení jednotlivých diod, na dva metry a více to byl skutečně skvělý obraz s věrnou reprodukcí barev. Součástí expozice byly také různě tvarované LED plochy a samotná výstava ISE byla ve vstupní hale prezentována zajímavě pojatou LED plochou, kdy písmena ISE z LED plochy vystupovala výrazně do popředí a vytvářela vtipný 3D prvek.



Evoluce proběhla i u klasických obrazovek. Společnost LG prezentovala nový UHD (Ultra High Definition) formát, který má rozlišení asi 4mil pixelů. Mimochodem, mezinárodní telekomunikační unie (ITU) také schválila nový standard kódování videa H265. Je to nástupce stávajícího video ko-

deku H 264. Nový kodek sníží zátěž kabelových i bezdrátových sítí o polovinu, protože podstatnou část přenesených dat tvoří videa. Znamená to, že budoucnost přinese větší kvalitu digitálního obsahu s menšími technologickými nároky. Je otázkou, zda se UHD stane běžně nebo alespoň často používaným formátem již letos. Výrobci displejů nástup UHD asi brzdí nebudou, ale musí se adaptovat i výrobci dalších HW komponent, jinak se stane, že díky nedostatečné HW podpoře se i obraz v rozlišení 4mil pixelů (UHD) zkonvertuje automaticky na rozlišení 2mil (Full HD).

Ke zvýšení kvality a snížení nákladů na realizaci systémů digitální komunikace přispívá také rozvoj a využívání webové platformy HTML5, která klade menší nároky na HW (na rozdíl od flash formátu). Objevují se nově také celé systémy postavené na operačním systému Android a vytváří tak další konkurenci systémům s OS Windows nebo Linux

Technické novinky a nejzajímavější projekty v sekci digital signage

iFace od Dension a Cloud Casting

Nápad udělat ze zrcadla projekční plochu není úplná novinka, ale provedení, které prezentovali partneři Dension a Cloud Casting, vypadalo skutečně úžasně a neuvěřitelně luxusně. Bohužel bylo velmi obtížné pořídit fotku této



We notice evolution rather than revolution in Digital signage

The column brings an insight of a Professional on international trends in digital signage inspired by visit of fair ISE 2013 (Integrated Systems Europe) in Amsterdam.

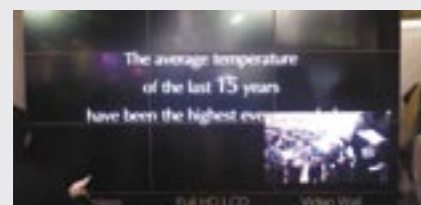
Aleš Štibinger (Chairman of Gaia Group Managing board and Guarantor of POPAI CE Digital and multimedia communication section), author of the text, presents, that this mainly technological fair was specialised in digital and AV technology. Thanks to quality of the programme and long esteemed tradition, fair brings the spirit of the market on technology, its development and implementation.

In general, we can claim, that this year's spirit of ISE brought signs of evolution rather than revolution. The whole fair set an atmosphere of positive expectations. Digital signage section, which was widest of all, showed range of technical news and projects - such as video wall from Pallas company, POS stand with transparent display, menu board from ONLEAN company.



novinky, neboť se kvůli osvětlení v ploše zrcadla odráželo okolí. Důkazem mluvicím ve prospěch iFace budiž to, že v hotelu Kempinski, kde iFace využili pro podporu prodeje, vyprodali podporovaný produkt po týdnu, přičemž kampaň byla plánována na tři týdny.

Video wall od Pallas



Na první pohled obyčejná sestava obrazovek do formátu 3x3 obrazovky. Ale už na druhý pohled vyvstala otázka: kde jsou rámečky? Obraz na stěně vypadal ze vzdálenosti 1-2 metry naprosto kompaktně a bez mezer. Důvodem byla speciální technologie, kdy na pásy, které překrývají meze mezi jednotlivými obrazovkami, je „kopírován“ poslední pixelový řádek zobrazení sousední obrazovky a to opticky vytvoří kompaktní plochu. Jednoduché, ale přitom efekt byl naprosto jedinečný. Dle slov obchodního zástupce je řešení také cenově zajímavé, ale konkrétnější být nechtl.

POS stojan s transparentním displejem

Velmi pěkně koncipovaný POS stojan s transparentním displejem. Stojan byl v půdorysu trojúhelník a tento design umožnil zakomponovat do každé strany jeden transparentní displej o velikosti 22", a tak využít potenciál stojanu na maximum. Zpracování stojanu bylo velmi kvalitní a i obsah na



displeji se povedl, výborně doplňoval celkovou prezentaci produktů umístěných ve stojanu.

Bowers and Wilkins



Ojedinelý designový kousek byl k vidění v sekci audio techniky.

Menu board od ONLEAN

Dlouho jsem se procházel a hledal, až jsem našel. Hledal jsem obsah. Záměrně píši velké O, chtěl jsem totiž vidět něco, co mě chytne a už nepustí.

Stánek LG byl velkorysý a plný technologií, ale obsah nijak „nevyčuhal“.



Stánek CTOUCH měl asi nejlepší design, ale dotykových displejů si nikdo ani nevšiml za celou dobu, co jsem u něj stál. Co to asi říká o obsahu...? Až jsem narazil na stánek firmy ONLEAN. Jasně definovaný produkt, skvěle prezentovaný a navíc dovedený k dokonalosti v podobě interaktivního menu a rezervačního systému. Výborná zábava a vysoký umělecký dojem!



Celý veletrh nastavil atmosféru očekávání do pozitivní polohy. Věřím, že tato nálada vydrží po celý rok až do dalšího veletrhu a my se můžeme mezitím s chutí věnovat realizaci projektů s digitálními technologiemi, těšit se z kvalitních produktů, spolehlivých partnerů i velkorysých zadavatelů a dobře odvedené práce.

*Autor článku: Aleš Štibinger
Foto: archiv Aleše Štibingera*



POP AI AWARDS

Prosadte lépe vaše komunikační aktivity v místě prodeje

Soutěž POPAI AWARDS každoročně přitahuje pozornost odborné veřejnosti díky své jedinečné expozici novinek z našeho trhu in-store komunikace. Poskytuje přehled o aktuálních trendech v oblasti komunikace v místě prodeje i v dalších místech kontaktu se spotřebiteli a je inspirativním návodem pro zadavatele reklamy, jak je možné lépe uspět v místě prodeje prostřednictvím inovativních, účinných nástrojů a projektů.

V loňském ročníku soutěže, kterou uspořádala POPAI CE v závěru roku 2012 v Praze, se představilo 68 exponátů v 18 soutěžních kategoriích. V souladu s aktuální působností oboru in-store marketingu soutěžily kromě tradičních POP materiálů, podpůrně propagačních předmětů a prostředků pro vybavení obchodů také systémy

digitální a multimediální komunikace, projekty zážitkového marketingu, integrované in-store projekty a další. Soutěž tradičně doprovázel velký zájem odborné veřejnosti včetně gala večera, na kterém byly slavnostně vyhlášeny výsledky POPAI AWARDS 2012 a také studentské soutěže POPAI STUDENT AWARD 2012.



Galerie vítězů POPAI AWARDS 2012



Absolutní vítězství v soutěži pro playable Sony

Nejúspěšnějším projektem soutěže se stal playable Sony, jehož autorem a přihlašovatelem je společnost UNIBON spol. s r.o. Tato in-store realizace získala nejen absolutní vítězství v soutěži, ale také cenu za nejlepší materiálovou a technickou inovaci a rovněž zvítězila v kategorii „Elektronika“. Playtable byl speciálně vyvinutý pro společnost Sony Europe a je určený do showroomu prodejny Alza.cz. Cílem projektu bylo zvýraznit produkty

klienta a nabídnout možnost rychlé a snadné změny zaměření dle potřeby propagace produktových řad, a to zejména pro digitální fotoaparáty, notebooky nebo tablety. Centrální logo a barva podsvícení jsou měnitelné dle právě probíhající promoční akce na konkrétní produkty. Jeden playable tedy dokonale obsáhne na minimálním prostoru vystavení hned několika významných částí produktových řad klienta.



Cenu za nejlepší kreativitu získal projekt Czech shop London

K nejvíce oceněným projektům soutěže patřil také projekt Czech shop London 2012 od společnosti MORIS design s.r.o., který zvítězil v kategorii „Shop in shop“ a rovněž mu byla udělena cena za kreativitu. Výstavní a prodejní stánek, který byl vyroben pro společnost ALPINE PRO, a.s., byl začleněn do celkového konceptu „Českého domu“ na LOH v Londýně. Design stánku vychází z původního konceptu Alpine Pro Organic. Zadáním bylo vytvoření reprezentativního prostředí pro setkávání s návštěvníky, prodej olympijské kolekce Alpine Pro a oficiálních suvenýrů, proto je stánek

řešený jako maximálně otevřený prostor, který vybízí k návštěvě. Atmosféru stánku dokreslují otevřené boční a čelní stěny s otevřeným prosvětleným stropem, který dodává stánku potřebnou lehkost. Zadní část stánku slouží jako sklad a provozní zázemí. Ve stánku jsou použity textury s Kupkovými motivy na bílém pozadí, které celkově stánek prosvětlují a dodávají mu pozitivní nádech. Tím se protínají symboly výpravy českých olympioniků s dodavatelem jejich oblečení. Stánek je plně zabezpečen proti krádeži, je demontovatelný a díky modulárnímu provedení je možné měnit jeho velikost.



Kategorie Automobily Opel Combo Slide Case

Display, který vyrobila společnost DEKOR, spol. s r.o. pro německou firmu Typodrom Werbeagentur GmbH, Frankfurt n. M., prezentuje vlastnosti nového užitkového vozu OPEL Combo a obzvláště širokou škálu různých možných konfigurací vozu. Pro jeho výrobu byla použita kovová konstrukce, panely z Dibondu a celoplošný UV tisk. Tato in-store realizace byla distribuována do prodejen značky OPEL v celé Evropě. Displejem realizovaná „mechanická“ a „praktická“ prezentace představuje vědomě zvolený kontrast k dnes běžným a všudypřítomným způsobům digitální prezentace výhod a užitku daného produktu.

Kategorie Potraviny Lindt Display

Společnost Willson & Brown Czech se na základě zadání společnosti Lindt & Sprüngli Česká republika zhostil vývoje a výroby stojanů pro produkty Lindt. Výrobky této švýcarské značky jsou světově známé především pro svou vysokou kvalitu, díky níž se řadí ke špičce na trhu cukrovinek. Atributy značky se odráží v designu i vysoké



kvalitě řemeslného zpracování stojanu, který doslova přináší zákazníkům luxus na dotek.

Kategorie Alkoholické nápoje a tabák Stojan Kozel

Kovový stojan Kozel, jehož autorem je tým společnosti DAGO, využívá maxi-



málně jednoduchého pojetí konstrukce a zajímavého vyskládání produktů. Specifický tvar založený na vlnách má za cíl způsobit rozdíl v podnětu na základě Weberova zákona, respektive se odlišit od jinak pravidelných tvarů maloobchodního prostředí a tím zvýšit šance na vyrušení a zaujetí potenciálních zákazníků. Konstrukce zároveň umožňuje jednoduchou výměnu plastových komunikačních ploch. Důležitým prvkem pojetí stojanu je jasná, rychlá a snadná manipulace s produkty ve stojanu, čímž je eliminován „fenomén zdání nesnadné manipulace s produkty“.



Kategorie Drogerie, kosmetika AVENE display

Avène Eau Thermale je kosmetika vyrobená z minerální vody čerpané z jedinečného termálního zdroje ve Francii. Díky nejmodernější technologii při těžbě neztrácí nic ze svých léčivých vlastností. Designéři firmy Willson & Brown Czech pro display zvolili tvar Eiffelovy věže, snad nejmý-

raznějšího symbolu Francie. Základní kreativní myšlenkou bylo upozornit na unikátnost francouzského léčebného resortu prostřednictvím atraktivního a obdivovaného monumentu. Výhodou kovového displeje je jeho silná konstrukce a vysoce kvalitní zpracování. To také významně podporuje prémiovost kategorie produktu i jeho původu.



Kategorie Hobby LED LENSER LEATHERMAN prezentační display

Stojan od společnosti MORIS design je určen pro prezentaci produktů firem Led Lenser a Leatherman s možností plného vyzkoušení všech produktů. V horní části jsou umístěny čelovky s možností otestování svítivosti. Vše je tedy plně funkční. Sada čelových lamp je připojena k USB napájecímu rozbočovači, který je umístěn uvnitř stojanu. V střední části stojanu je ▶



Nejlepší POP z materiálu na bázi papíru Stojan Lipton – pyramidové čaje

Kartonový stojan „Lipton stojan ¼ paletový“ od společnosti Authentica s.r.o. byl v soutěži vyhodnocen jako nejlepší POP materiál na bázi papíru a zároveň se stal vítězem v kategorii „Nealkoholické nápoje“. Display byl vyroben pro společnost UNILEVER ČR. Největší důraz byl kladen na zvýšení vizibility produktů „Lipton - pyramidové čaje“ na moderním trhu. Při vývoji tohoto stojanu vycházeli designéři z tvaru pyramidy, kterou mají nové čaje Lipton. Stojan, do kterého lze umístit 14 kartonů s čaji Lipton, je funkční, snadno složitelný, tvarově neotřelý a díky grafice také nepřehlédnutelný.



umístěný panel s vysoce výkonnými LED baterkami s možností testování. Spodní část stojanu je tvořena úložným prostorem s LED prosvětlenou prezentační vitrínou pro nože LEATHERMAN, které jsou z bezpečnostních důvodů pod sklem. Úložný prostor přímo ve stojanu šetří místo v obchodě a je přístupný z přední strany pomocí uzamykatelných dvířek, vitrina má prosklená dvířka, která jsou odklopná nahoru.



Kategorie Domácí potřeby
Stojan Tassimo

Inspirací konceptu designu podlahového stojanu Tassimo pro společnost Kraft Foods CR s.r.o. byl tvar kávovaru Bosch. Jako konstrukční materiál použila společnost DAGO s.r.o. LTD desky s vysokým leskem v kombinaci s masivním plexi. Design stojanu navozuje pocit vzdušnosti a lehkosti. Síla materiálu použitého na police umožňuje maximalizaci vizuálního efektu prosvětlením hran polic a vsazených grafických elementů v horní části stojanu. Celkový luxusní image stojanu je umocněn aplikací LCD displaye, který

přehrává speciálně vytvořený spot. Celkový design displaye TASSIMO podtrhuje kvalitu a jedinečné spojení přístroje známé a spolehlivé značky Bosch a oblíbené kávy Tassimo.

Kategorie Služby

ING pojišťovna – prodejní kiosek
Prodejní kiosek ING penzijní fond od výrobce MORIS design s.r.o. je určený pro přímý prodej v prostorách obchodních center. Kiosek je navržen tak, aby co nejlépe prezentoval společnost ING penzijní fond a zároveň umožnil obchodnímu zástupci jednat s klienty přímo v kiosku. Dominantní jsou svislé stěny, které jsou odlehčeny průhledovými částmi z oranžového čírého plexiskla. Kiosek je vždy umístěn na hlavní komunikaci v prostorách obchodního centra. Rozdělen je na jednací část a prezentační stěnu, která obsahuje LCD panel pro vizu-



ální komunikaci. Tato stěna zároveň odděluje jednací místo a dodává mu více soukromí v rušném prostředí OC. Kiosek obsahuje plně funkční mini PC a LCD obrazovku pro přehrávání prezentací.

Kategorie Sport, osobní potřeby a příslušenství
PORSCHE DESIGN
Monolith a vitrina

Tento in-store projekt od společnosti DEKOR, spol. s r.o. je zaměřen na prezentaci prémiových brýlí značky PORSCHE DESIGN po celém světě. Úkolem byla realizace vynikající a zároveň variabilní prezentace ke čtyřicátému



výročí vzniku značky PORSCHE DESIGN. Použitými materiály pro výrobu jsou MDF, sklo, plexisklo a osvětlení pomocí LED.

Kategorie Digitální komunikace, inovativní materiály, systémy
Transparent LCD Panel

Soliterní POS panel s technologií průhledného LCD displaye Samsung, který do soutěže přihlásila společnost UGO! Media společně se svým partnerem, společností 3M Česko, je využitelný pro prezentaci produktu v místě prodeje. Exponát představuje kombinaci klasického fyzického vystavení produktu s nejmodernější technologií pro zobrazování. Tím vzniká nové propojení analogového a digitálního obsahu v rámci jednoho nosiče.



Kategorie Světelná komunikace
Světelná reklama SEMTEX

Display od společnosti Authentica, s.r.o. byl navržen a vyroben se dvěma jasnými cíli. Prvním cílem bylo upoutat pozornost na limitovanou edici energetického nápoje Semtex s důrazem na zvýraznění extra efektu, kdy Semtex Cool barví jazyk na zeleno, čímž se má odlišovat od konkurence a jasně cílit na svou cílovou skupinu spotřebitelů. Druhý cíl: světélka musí být určena na dlouhodobé využití a je možností za minimální náklady mít výměnný přední potíštěný plast a tzv. ho „přebrandovat“ na generické nápoje Semtex. Světelná reklama je poutavá a bezpochyby si plechovku Semtex Cool mnoho lidí na barech či festivalech koupilo, aniž o ní předtím z jiných médií vůbec vědělo.

Kategorie Vybavení interiérů obchodů
ALPINE PRO Shop
Concept ORGANIC

Cílem změny interiérů stávajících prodejen ALPINE PRO byla potřeba pozitivního vnímání značky. Jako hlavní filozofie byl zvolen respekt k přírodě. Výrobce MORIS design s.r.o. byl



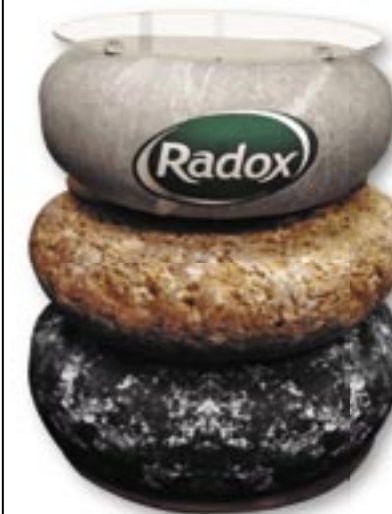
navrženy originální tvary - inspirované balvany v Dolomitech. Organické tvary byly kombinovány tak, aby byl zachován nepravidelný vjem, který je vnímán jen v přírodě, ale zároveň byla zachována vynikající obslužnost pro klienty. Prvky jsou zaneseny do setu výrobků, které se opakují v jednotlivých prodejních a klient je schopen si předem definovat rozložení a cenu. Koncept je dotažen do takových detailů, že originální formou myslí na prezentaci všech výrobků, které má klient v nabídce. Za zmínku stojí tester na outdoorovou obuv ve formě reálných kamenů, klád a umělé šikminky. Přímou na prodejně můžete obuv otestovat v reálném prostředí a extrémní situaci. Koncept obsahuje i edukační panely, které detailně informují klienty o technických vlastnostech materiálů, a to jednoduchou kresbou a reálným testerem. Celkovou atmosféru prodejny dokresluje velkoplošné tisky na bočních stěnách prodejny, které slouží jako pozadí pro stěnové moduly.



Kategorie Reklamní a dárkové předměty
CHROMOTION

Pivovar Litovel hledal nápad pro ztvárnění svého loga na jubilejní řadu pív, která je určena pro významné zákazníky. Při hledání vhodného materiálu bylo důležité, aby označení podtrhlo tradiční design láhve a současně, aby štítek přilnul k zaoblenému hladké-

mu povrchu. Exklusivita a originalita se musely snoubit s tradicí a historií. Společnost RATHGEBER, k.s. použila pro výrobu stylových štítků vrstvený plast.



Kategorie Prostředky pro služby podpory prodeje
Promostolek Radox

Atraktivní promostolek Radox od DAGO, s.r.o., ve kterém jsou jako nosný prvek využity imitace balvanů, již z dálky na prodejní ploše zaujme návštěvníky prodejny díky kombinaci jednoduchých, ale sugestivních tvarů a potisku. Koncept promostolku reflektuje svým designem nadlinkovou komunikaci značky. Při konstrukci promostolku byl především kladen důraz na maximální mobilitu, minimální váhu a snadnou sestavitelnost. Použitými materiály jsou molitan, látka, chrom a plast.

Kategorie Dovoz
COOLIO

Vysoká vizibilita, silný branding a flexibilita charakterizují pilotní projekt prvního přenosného chladičového systému pro umístění chlazených výrobků, který v soutěži prezentovala společnost PROMOANGEL, s.r.o., výhradní zastoupení COOLIO® pro ČR/SR. Inovativní řešení bylo realizováno na



prodejních plochách vybraných hypermarketů TESCO. Jedna chladicí jednotka nabízí spoustu možností vystavení produktů a představuje unikátní příležitost sekundárního umístění chlazeného zboží. Zařízení je lehké, pevné a snadné k instalaci (plug&play) i přemístění. COOLIO udržuje teplotu v rozmezí 3 - 7 °C.

Kategorie Integrované in-store projekty, zážitkový marketing

Fidorka – vykutálená Fidorka

Přihlašovatelem tohoto úspěšného projektu byla agentura StarLink, dříve společnosti Starcom MediaVest Group s.r.o. Mluvící regály byly použity jakou součást nového komunikačního konceptu Fidorky - „Vykutálená rošťárna“. Cílem bylo vybudování image značky Fidorka jako hravé a rošťácké a skrze tento positioning samozřejmě zvýšení prodejů. Přivedení a realizace „rošťárny“ do prostředí obchodu bylo prostředkem, jak lze vtáhnout spotřebitele do hry na místě, kde je to pro (z velké části impulzivní) nákup nejdůležitější. Základní myšlenkou byla realizace nosičů s vlastností, kterou od POS materiálů zákazník nečeká. Něčeho, co ho u regálu překvapí a vtáhne do hry, ideálně v okamžiku, kdy zákazník sáhne do regálu pro svoji oblíbenou oplatku. Bylo proto vyrobeno „na regálu neviditelné“ zařízení, které při zachycení pohybu směrem k regálu s Fidorkou aktivovalo čidlo a regál přehrál jeden z přednastavených vtipných vzkazů. Prožitý moment překvapení sehrával klíčovou roli v po-

zornosti spotřebitelů vůči reklamnímu sdělení a podpořil jeho zapamatování. Vykutálený mluvící regál byl nainstalován ve vybraných 6 hypermarketech Tesco v Praze od poloviny dubna do poloviny května 2012. Vykutálená Fidorka se tak stala první značkou, která si se zákazníky u regálu povídá, dokáže ocenit jejich volbu a povzbuzuje k dalšímu nákupu. Fidorka se po



realizaci celé kampaně stala nejprodávanější oplatkou ve svém segmentu s historicky nejvyšším podílem na trhu ve výši 11,1 %. Prodeje narostly o 13 % vs. minulý rok, v daném období se prodeje Fidorky v řetězcích Tesco zvýšily o 295 %.

Daniela Krofiánová

POPAI Enforce your communication activities better at retail
CENTRAL EUROPE AWARDS

POP AI Central Europe association organised another year of international specialised event called "Marketing at-retail POPAI show 2012". POPAI Awards - competition in best instore communication tools and advertising at retail, conference and gala event, where winner prizes were handed out, were part of the event held on 22nd of November 2012 in Hotel Praha in Prague's Dejvice. POPAI Awards competition is traditionally considered as top event in marketing at retail field. It brings overview of new trends in instore and other point of contact with customer place communication.

This year's competition presented 68 exhibits, which competed in 18 categories. In terms of actual scope and main trends of instore marketing field, traditional POP materials, supporting propagation materials, tools for shop equipment's, digital and multimedia communication systems, project in experience marketing, integrated instore projects and other were included in the competition. Contest expositions were attractive thanks to high level of design, quality of manufacture, creativity, technological innovation, or specialisation in multi-sensory communication with aim to support positive customer emotions and unique instore experience.

Competition, once again, attracted high number of professionals. This was confirmed by total number of attendants (more than 500 representatives of top and middle management from advertising spenders, retailers, POP producers, advertising agencies and medias). Also gala evening hall, where POPAI AWARDS 2012 and POPAI STUDENT AWARD 2012 competition announcement were held, was fully filled with guests.

POP AI CE dlouhodobě komunikuje se studenty a zástupci škol, které se specializují na obor marketingové komunikace v České republice a na Slovensku.

POP AI CE spolupracuje
**s budoucími profesionály
v oblasti in-store komunikace**

POP AI CE pokračuje v systematické spolupráci s vysokými školami, jejichž zaměřením je obor marketingu, reklamní grafiky a designu, a to s cílem zapojit problematiku in-store marketingu do standardního výukového plánu vedle ostatních tradičních formátů marketingové komunikace.

Asociace je pořadatelem úspěšné soutěže POPAI STUDENT AWARD, která v tomto roce



vstupuje již do sedmého ročníku. Celý projekt soutěže je koncipován tak, aby poskytl účastníkům soutěže co nejvíce nových informací z oblasti marketingové komunikace v prodejních místech a umožnil studentům, aby se do tohoto oboru aktivně zapojili. Pořadatel soutěže organizuje v průběhu projektu setkání studentů se zadavateli reklamy i výrobci POP.



V právě uplynulém ročníku soutěže POPAI STUDENT AWARD studenti představili návrhy POP materiálů, které vytvořili dle zadaného briefu od konkrétních partnerů - zadavatelů reklamy. Do soutěže bylo zařazeno celkem 41 soutěžních prací.

Šestý ročník soutěže POPAI STUDENT AWARD byl zakončen slavnostním vyhlášením výsledků soutěže a předáním cen vítězům na gala večeru, který uspořádala POPAI CE v rámci mezinárodní akce Marketing at-retail POPAI show 2012.



Partnery POPAI STUDENT AWARD 2012 byly společnosti Budějovický Budvar



a Nestlé Česko, která poskytla briefy pro značky Maggi a JOJO.





POPAI CE cooperates with future in-store communication Professionals

Association has a long tradition in communicating with students and representatives of school that specialise in marketing communication in Czech and Slovak republic. POPAI CE organises successful competition called POPAI STUDENT AWARD, which will be 7th this year in order. The whole contest project is drawn to bring new information from in-store marketing communication field to competitors and help students get actively involved in it. POPAI CE organises project meetings with students, POP producers and advertisers. This year's competition runs from January to November and brings 2 new categories. Along with traditional category where students compete in best POP design based on clients brief, there will be new competition category for best 2D graphic design on the basis of specific input.

POPAI CE association also began more systematic cooperation with Universities specialised in marketing field, advertising graphic and design. The goal is to integrate in-store marketing issue into standard education plan along with traditional formats of marketing communication.

Podstatou zadání Budějovického Budvaru bylo navrhnout design stojanu či setu POP materiálů funkčních samostatně i jako jednotně komunikující celek pro speciální pivo Bud ve formátu 0,33l láhev. Navržené POP materiály jsou určeny k využití v klubech a nočních barech. Požadována je celoroční využitelnost v rámci standardní komunikace s možností snadné vizuální přeměny v případě plánované komunikační kampaně, cenové promoce nebo akční nabídky.



Na základě hodnocení odborné poroty zvítězila v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar“ práce „Sada POP materiálů piva BUD Premier Select“ od Petera Altamirana z Podnikatelské fakulty VUT.

V případě zadání společnosti Nestlé Česko pro značku Maggi byl požadovaným typem POP materiálu parazitní stojan, který je univerzální pro portfolio Maggi kulinářských výrobků a který má být umístěn v oddělení zeleniny, masa, mraženého a chlazeného zboží. Stojánek slouží k nabídce produktů Maggi nápady, Maggi polévky a Maggi instantní polévky. Parazitní stojánek bude na prodejních vystaven v delším časovém intervalu bez ohledu na komunikační kampaně.



Vítězem v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko – značka Maggi“ se stal návrh „Polévky jako od mámy – Maggi parazitní stojan“ od Veroniky Zelezníkové z UTB.

Brief pro značku JOJO se zaměřil na zviditelnění této značky prostřednictvím moderního a neobvyklého formátu POP, který vhodně doplní novou komunikační strategii značky (dětská značka, která se chce více otevřít dospělým). POP materiály by měly komunikovat výhody produktů JOJO: vynikající chuť, široký výběr unikátních tvarů a příchutí želé bonbónů, inovativnost, přírodní barviva. Dle zadání měli soutěžící vytvořit podlahový stojan ve velikosti čtvrtpalety s možností vystavení v prostoru ve větších formátech maloobchodů nebo u stěny / regálu v menších maloobchodech tradičního trhu.



Jako nejlepší v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko – značka JOJO“ byl vyhodnocen návrh „Pytel plný chuti“ od Alice Endrychové z UTB.



V soutěži bylo rovněž uděleno zvláštní ocenění - „Cena sympatie“. Toto ocenění získala práce „Stojan soudek pro portfolio Maggi“ od studentek z ostravské Střední umělecké školy Veroniky Faldynové, Veroniky Šašínkové a Martiny Svobodové.



Letošní ročník soutěže POPAI STUDENT AWARD probíhá od ledna do listopadu 2013.

Novinkou tohoto ročníku soutěže jsou dvě soutěžní kategorie: kromě tradiční kategorie, ve které studenti soutěží o nejlepší návrh POP materiálu dle konkrétního briefu zadavatele reklamy, bude soutěž rozšířena o novou soutěžní kategorii o nejlepší grafický 2D návrh dle konkrétního zadání.

Vyvrcholením soutěže bude opět slavnostní vyhlášení výsledků soutěže v rámci gala večera mezinárodní oborové soutěže POPAI AWARDS, který se uskuteční 21. listopadu 2013.

Daniela Krofiánová

Unikátní metoda pro řidiče

Případová studie z promo kampaně České pojišťovny na scelování skel

Česká pojišťovna, jako lídr na trhu pojišťovnictví v České republice, stále přichází s inovacemi nejen v nabídce svých produktů, ale také doplňujících služeb pro klienty. Jednou z takových služeb je i nabídka opravy čelního skla automobilu pomocí speciální metody tzv. scelení skla.

Oprava skla přímo u klienta

Jedná se o unikátní metodu opravy prasklin skla bez nutnosti měnit celé sklo v autoservisu. Mobilní technik přijede přímo za klientem a opravu skla provede na místě. Metoda je časově nenáročná, šetrná k vozidlu a pro klienty s připojištěním čelního skla zcela zdarma. Prasklina na skle není po zacelení poznat, sklo je v místě zásahu dokonce pevnější a je možné opravit praskliny až do velikosti 10 cm. Klient tak ušetří nejen svůj čas, ale zabrání i dalšímu možnému poškození vozu, které při klasické výměně skla v autoservisu může nastat (poškrábání karoserie nebo interiéru vozu při vyřezávání skla, netěsnosti při lepení skla atd.).



Nové reklamní prvky

Komunikace v celé kampani směřuje zejména na aktivní řidiče, cílová skupina pro oslovení byla tedy od začátku poměrně široká. V rámci promo kampaně k této službě zvolila Česká pojišťovna kromě standardních informačních POS materiálů a edukativních TV spotů také doplňující in-store prvek v podobě informačního stojanu. Ten službu propaguje na 30 pobočkách po celé České republice.

In-store komunikace

Problém „jak přitáhnout pozornost klienta“ byl od začátku v tom, že stojan, jakožto doplňující in-store prvek celé komunikace, nepropaguje výrobek nebo produktovou nabídku, kterou si klient může osahat, ale doplňkovou službu, tedy něco nehmotného. Aby se klienta podařilo o výhodách této služby přesvědčit, bylo nutné na začátku promyslet, jak mu danou službu představit názorně.

Cílem stojanu tedy je nejen přilákat, informovat, ale i ukázat nabízenou službu tak, aby klient viděl výsledek na vlastní oči, jak vypadá scelené sklo před opravou a po provedení opravy. Proto jsou stojany opatřeny čelním sklem automobilu. Na skle pak byly provedeny manuálně všechny typy možných prasklin, které mohou nejčastěji nastat. Tyto vyrobené praskliny byly opětovně sceleny, aby byl vidět rozdíl před a po provedení opravy. Výsledkem je vznik zajímavého in-store prvku, který názorně doplňuje probíhající kampaň ke službě scelování skel na vybraných pobočkách České pojišťovny.



Vše o instore marketingu v jednom košíku...

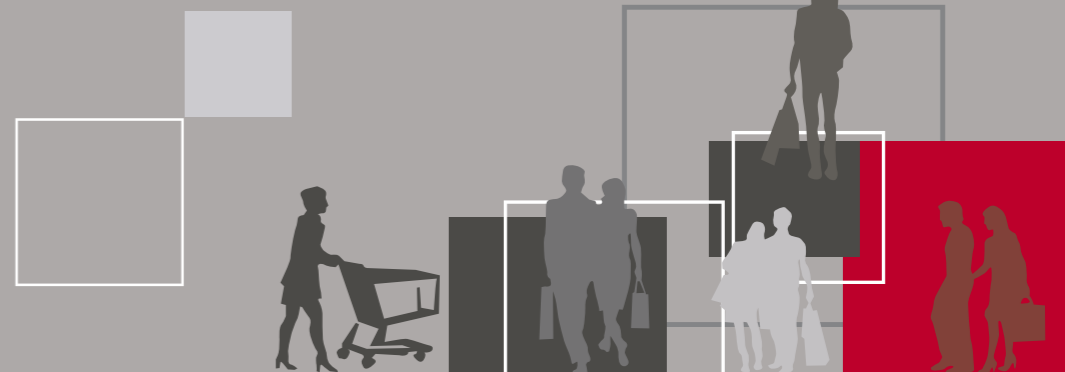


[Informace o řetězcích](#)
[Inspirace ze zahraničí](#)
[Rozhovor měsíce](#)
[Případové studie](#)



místoprodeje.cz

Partneři projektu



POP AI CENTRAL EUROPE je středoevropskou pobočkou světové asociace POP AI, reprezentuje obor marketingu v místech prodeje (marketing at-retail) a pracuje pro profesionály, kterých se tento obor dotýká.

Posláním POP AI CENTRAL EUROPE je vytvořit komunikační platformu pro výrobce a dodavatele komunikačních prostředků v in-store, digitálních médiích, zadavatele reklamy, reklamní agentury a zástupce maloobchodu, neustále je vzdělávat, realizovat průzkumy, poskytovat a zpřístupňovat pro ně informace, organizovat odborné akce a diskuzní setkání a budovat tak dobré vztahy v in-store marketingové komunikaci, podporovat kulturu a další rozvoj oboru marketing at-retail.

Světová POP AI má dlouholetou tradici. Byla založena již v roce 1936 v USA a v roce 1988 vznikly první pobočky POP AI v Evropě. V současnosti představuje mezinárodní síť POP AI více než 1.700 členských společností ze 45 zemí světa.

POP AI CENTRAL EUROPE vznikla v roce 2001 jako první oficiální zastoupení POP AI pro střední a východní Evropu. Za dobu svého působení se POP AI CE stala úspěšně fungující oborovou asociací s rozsáhlým programem aktivit, kterými podporuje rozvoj podlinkové marketingové komunikace.

V rámci POP AI CENTRAL EUROPE funguje několik pracovních skupin, z nichž každá je zaměřena na určitý okruh činností asociace: medializace POP AI a jejích členů, popularizace oboru marketing at-retail, průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace a analýzy POP trhu, kontinuální vzdělávací program pro rozšíření znalostí v oboru in-store komunikace a in-store marketingu, program Klubu zadavatelů, sekce pro digitální a multimediální komunikaci atd.

POP AI CENTRAL EUROPE is the Central European branch of the international association POP AI. It represents the marketing at-retail sector and works for professionals who are affected by this sector.

POP AI CENTRAL EUROPE's mission is to create a communication platform for producers and suppliers of communication mediums in in-store, digital media, advertisers, advertising agencies and retail representatives, and to continually educate them, conduct research and surveys, provide and make information accessible to them, organise professional events and discussion meetings, thereby building strong relationships with in-store marketing communication, supporting culture and further development in the marketing at-retail sector.

International POP AI has years of tradition. It was already established in 1936 in the USA and in 1988, the first branches were established in Europe. At present, the international POP AI network is represented by more than 1.700 member associations in more than 45 countries around the world.

POP AI CENTRAL EUROPE was established in 2001 as the first official POP AI branch for Central and Eastern Europe. Since its existence, POP AI CE has become a successful operating sector association with an extensive programme of activities, whereby business marketing communication is supported.

Several groups operate within the scope of POP AI CENTRAL EUROPE, of which each is focussed on a certain area of the association's operations: promotion of POP AI and its members in the media, popularisation of the marketing at-retail sector, research on the effectiveness of marketing communication tools and analyses of the POP market, the continual education programme for expanding knowledge and skills in in-store communication and in-store marketing, the Advertisers Club programme, a section for digital and multimedia communication etc.



■ Významné projekty POPAI CE

Vzdělávací program - Univerzita POPAI

Kontinuální vzdělávací program POPAI CE je určen pro různé kategorie subjektů, které působí v oblasti in-store komunikace a in-store marketingu, tzn. pro výrobce a dodavatele POP prostředků, zástupce značek, maloobchodu, reklamních i průzkumových agentur. Vzdělávací program zahrnuje odborné semináře v ČR i na Slovensku, certifikovaný kurs o POP, workshopy a jeho součástí je rovněž konference POPAI forum.

Průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace a analýzy POP trhu

POPAI CE realizuje a koordinuje průzkumové projekty, které analyzují nákupní chování a zkoumají účinnost různých marketingových komunikačních nástrojů. Jde například o průzkumy měření efektivity POP, průzkum spontánního vnímání a reakce veřejnosti na jednotlivé typy POP, průzkum „POP Advertising Display Power“, měření efektivity digitálních médií, analýza současného trhu s dárkovými a propagačními předměty, průzkum postojů zadavatelů reklamy k POP jako oboru, analýza využitelnosti typů POP v řetězcích, monitoring investic do in-store komunikace atd.

POPAI AWARDS

Soutěž POPAI CE AWARDS o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech nabízí výrobcům POP prostředků příležitost zviditelnit pro širokou odbornou veřejnost nejlepší realizace své roční tvorby v rámci soutěžní expozice i v rámci mediální kampaně. Patří mezi vrcholné události oboru marketing at-retail: prezentuje nejnovější prostředky in-store komunikace, systémy podpory prodeje a další podpůrné propagační nástroje.

Konference POPAI forum

Program konference se zabývá aktuálními výzvami a novinkami oboru marketing at-retail u nás a v zahraničí, jako jsou evropské trendy v POP, nákupní chování a rozhodování současných spotřebitelů, výsledky nových průzkumů, nástup nových technologií v in-store atd.

POPAI STUDENT AWARD

Soutěž je zaměřena na podporu mladých talentovaných tvůrců a užší spolupráci se zástupci a studenty vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci v České republice a na Slovensku. Studenti soutěží o nejlepší design POP materiálu a nejlepší grafický 2D návrh dle briefu zadavatele.

Klub zadavatelů

Klub zadavatelů POPAI CE nabízí spolupráci výrobcům a dodavatelům značkových produktů a zástupcům maloobchodu, kteří mají zájem o novinky, informace o průzkumech a další relevantní informace z místa prodeje. Cílem tohoto projektu je posílit již existující platformu, kde se setkávají zástupci zadavatelů, retailu, a výrobců komunikačních in-store prostředků.

Program pro oblast digitální a multimediální komunikace

Akce tohoto programu zviditelňují a popularizují celý obor digital signage, zvyšují znalosti o oboru a přispívají k lepší komunikaci mezi dodavateli a zadavateli digitálních médií.

Projekty v oblasti dárkových a propagačních předmětů

POPAI CE podporuje oblast dárkových a propagačních předmětů prostřednictvím vzdělávacích akcí a průzkumů, které analyzují tento trh, zjišťují potenciál růstu v určitých dárkových předmětech, zabývají se efektivitou jednotlivých typů dárkových předmětů a jejich působením na spotřebitele, významem obalu i významem značky při výběru dárkového předmětu.

Informační servis pro členy POPAI CE

Elektronické newslettery, kalendář akcí oboru marketing at-retail u nás i v e světě, sborník vybraných článků z našich i zahraničních odborných časopisů, aktualizované informace prostřednictvím nového webového portálu.

■ Significant POPAI CE projects

Education programme – POPAI University

The POPAI CE continuous education programme is intended for various subject categories, which operate in the in-store communication and in-store marketing sector, i.e. for producers and suppliers of POP mediums, brand representatives, retail, advertising and research agencies. The education programme includes professional seminars in the Czech Republic and Slovakia, certified courses on POP, workshops which also include the POPAI forum conference.

Research on the effectiveness of marketing communication tools and POP market analyses

POPAI CE conducts and coordinates research projects, which analyse buying behaviour and analyse the effectiveness of various marketing communication tools, such as surveys measuring the effectiveness of POP, a survey on spontaneous perception and reaction of the public to individual types of POP, a survey on “POP Advertising Display Power”, measuring the effectiveness of digital media, an analysis of the current market with gifts and promotional items, an analysis of advertisers' attitudes towards POP as a sector, monitoring of POP market etc.

POPAI AWARDS

The POPAI CE AWARDS contest for the best at-retail communication and advertising mediums offers POP medium producers the opportunity to make the best product of their annual production visible in front of a wide professional public within the scope of a contest exposition and media campaign. It belongs among the top events in marketing at-retail: it presents the latest mediums in in-store communication, sales support systems and other supporting promotional tools.

POPAI forum

The conference programme deals with the current challenges and novelties in the marketing at-retail sector here and abroad, such as European trends in POP, buying behaviour and decision making of current consumers, the results of new research, the launch of new technologies in in-store etc.

POPAI STUDENT AWARD

The contest is focused on supporting young talented creators and closer cooperation with representatives and students of universities specialised in the below the line marketing communication in the Czech Republic and Slovakia. The students compete for the best POP material design and for the best 2D graphic design according to the advertiser's briefs.

Advertisers' club

The POPAI CE Advertisers Club offers cooperation to producers and suppliers of brand products and retail representatives, who are interested in what's new, information on research and other relevant information from at-retail. The objective of this project is to strengthen the already existing platform, where the representatives of advertisers, retail and producers of in-store communication mediums meet.

Programme for the field of digital and multimedia communications

The events of this programme promote and popularise the entire digital signage sector, increase knowledge of the field and contribute to improving communication between suppliers and digital media contractors.

Projects in the field of gift and promotional items

POPAI CE supports the field of gift and promotional items through educational events and research which analyses this market, looks for potential growth in certain gift items, deals with the effectiveness of individual types of gift items and their effect on consumers, the significance of packing and brands when selecting gift items.

Information service for POPAI CE members

Electronic newsletters, a calendar of events in the field of marketing at-retail here and in the world, a collection of selected articles from local and international professional magazines, up-to-date information through a new web portal.

Členové POPAI CENTRAL EUROPE POPAI CENTRAL EUROPE members



3M Česko spol. s r.o.

V Parku 2343/24, 148 00 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Kamil Kolářček
tel.: +420 261 380 322
e-mail: kkolacek@mmm.com
www.3m.cz



Atoz Marketing Services, spol. s r.o.

Holečkova 29, Praha 5, Czech Republic
kontaktní osoba: Jana Lysáková
tel.: +420 246 007 204
e-mail: jana.lysakova@atoz.cz
www.atoz.cz



dáváme papíru život

Branaldi s.r.o.

U jízďárny 381, 250 01 Brandýs n. Labem, Czech Republic
kontaktní osoba: Eva Drozdenová
tel.: +420 326 909 255
e-mail: drozdenova@branaldi.cz
www.branaldi.cz



DAGO, s.r.o.

Komenského 1020, 267 51 Zdice, Czech Republic
kontaktní osoby: Martin Vorel, Marek Končítik,
tel.: +420 311 533 390
e-mail: martin.vorel@dago.cz, marek.koncitik@dago.cz
www.dago.cz



ADLER Czech, a.s.

Nový svět 199, 400 07 Ústí nad Labem, Czech Republic
kontaktní osoba: Elena Yaneva
tel.: +420 475 240 537
e-mail: elena.yaneva@adler.info
www.adler.info • www.malfini.info



ATS Display Sp. z o.o

ul. Boryszewska 22c
05-462 Wiazowna, Poland
tel.: +48 22 780 47 30/31
e-mail: info@atsdisplay.com
www.atsdisplay.com



BTL EUROPE s.r.o.

Tupolevova 713, 199 00 Praha 9, Czech Republic
kontaktní osoba: Vladimír Nikiforov
tel.: +420 777 712 235
e-mail: info@btl-europe.com
www.btl-europe.com



DEKOR, spol. s r.o.

Hradišfská 849, 687 08 Buchlovice, Czech Republic
kontaktní osoba: Libor Jordán
tel.: +420 572 430 555
e-mail: libor.jordan@dekor.cz
www.dekor.cz



ALEX FOX Central Europe s.r.o.

Holušická 2221/3, 148 00 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Martin Mrázek
tel.: +420 211 120 020
e-mail: info@alexfox.cz
www.alexfox.cz



Authentica, s.r.o.

Lazaretní 7, 615 00 Brno, Czech Republic
kontaktní osoba: Martin Hasilík
tel.: +420 548 217 991
e-mail: authentica@authentica.cz
www.authentica.cz



Budějovický Budvar, n.p.

Karolíny Světlé 4, 370 21 České Budějovice, Czech Republic
kontaktní osoba: Josef Kroulík
tel.: +420 387 705 199
e-mail: josef.kroulik@budvar.cz
www.budvar.cz • www.budejovickybudvar.cz



Eclipse Print a.s.

U Nákladového nádraží 6, 130 00 Praha 3, Czech Republic
kontaktní osoba: Václav Nosek
tel.: +420 283 012 555
e-mail: praha@eclipse-print.com
www.eclipse-print.com



ASTRON print, s.r.o.

Veselská 699, 199 00 Praha 9, Czech Republic
kontaktní osoba: Jan Hodek
tel.: +420 296 361 111
e-mail: jhodek@astron.cz
www.astron.cz



AV MEDIA, a.s.

Pražská 63, 102 00 Praha 10, Czech Republic
kontaktní osoba: Tereza Špetová
tel.: +420 261 260 218
e-mail: tereza.spetova@avmedia.cz
www.avmedia.cz



Coca-Cola HBC Česká republika, s. r. o.

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9 – Kyje, Czech Republic
kontaktní osoba: Jan Dvořák
tel.: +420 724 811 468
e-mail: jan.dvorak@cchellenic.com
www.cocacola.cz



Frame B.D.D.

Hlubočepská 701/38c, 152 00 Praha 5, Czech Republic
kontaktní osoba: Aleš Dudák
tel.: +420 737 266 681
e-mail: dudak@frame.cz
www.frame.cz

Členové POPAI CENTRAL EUROPE POPAI CENTRAL EUROPE members



Freeboard®

Feel FREE to show up!

FREEBOARD EUROPE s.r.o.

Pod Krejcárkem 975/2, 130 00 Praha 3, Czech Republic
kontaktní osoba: Martin Hrdý
tel.: +420 210 311 311
e-mail: sale@freeboard.cz
www.freeboard.cz

Hanton®

HANTON - svetelné reklamy s.r.o.

ul. Dr. Pantočku 335, Tovarníky, 955 01 Topoľčany, Slovakia
kontaktní osoba: Rostislav Zemaník
tel.: +421 385 321 330, mobil: 421 915 718 083
e-mail: obchod@hanton.sk
www.hanton.eu



HL Display Slovensko, s.r.o.

Haburská 49/D, 821 01 Bratislava, Slovakia
kontaktní osoba: Ján Šimunek
e-mail: Jan.Simunek@hl-display.com
tel.: +421 249 206 031
www.hl-display.sk



Karel Brendl - PROST

Dlážděná 7, 552 11 Velichovky, Czech Republic
kontaktní osoba: Dorota Tylšová
tel.: +420 491 880 161, 737 282 093, 737 282 097
e-mail: prost@prost.cz
www.prost.cz



GAIA GROUP SE

Plaská 622/3, 150 00 Praha 5, Czech Republic
kontaktní osoba: Aleš Štibinger
tel.: +420 721 844 889
e-mail: ales.stibinger@gaiagroup.cz
www.gaiagroup.cz

Hanton®

HANTON ČR, s.r.o.

Družicová 991/21, 161 00 Praha 6 – Ruzyně, Czech Rep.
kontaktní osoba: Zlata Černá
tel.: +420 222 514 055, mobil: +420 724 108 390
e-mail: info@hanton.eu
www.hanton.eu



Horma - drátěný program

Havlíčková 2838, 767 01 Kroměříž, Czech Republic
kontaktní osoby: Josef Horňák, Mária Horňáková
tel.: +420 573 338 280
e-mail: horma@horma.cz
www.horma.cz

MARS

MARS Czech, s.r.o.

Pražská 320, 257 21 Poříčí nad Sázavou
Czech Republic
tel.: +420 317 760 111
e-mail: mars.contact@lion.cz
www.mars.com/czech

GLANCE MEDIA

GLANCE MEDIA, spol. s r.o.

V Chotejně 700/7, 102 00 Praha 10, Czech Republic
kontaktní osoba: Lenka Vetterlová
tel.: +420 272 090 220-1
e-mail: info@glancemedia.cz
www.glancemedia.cz



Heineken Česká republika, a.s.

U Pivovaru 1, 270 53 Krušovice, Czech Republic
kontaktní osoba: Kateřina Beute
tel.: + 420 543 516 264
e-mail: Katerina.Beute@heineken.com
www.heinekenceskarepublika.cz



H.R.G. spol. s r.o.

Svitavská 1203, 570 01 Litomyšl, Czech Republic
kontaktní osoba: Daniel Brýdl
e-mail: hrg@hrg.cz
tel.: +420 461 552 511
www.hrg.cz



MBG, spol. s r.o.

Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh, Czech Republic
kontaktní osoba: Stanislav Doleček
tel.: +420 583 401 322
e-mail: stanislav.dolecek@mbg.cz
www.mbg.cz

GREP

GREP design, s.r.o.

Vážného 10, 621 00 Brno, Czech Republic
kontaktní osoba: Marek Sabo
tel.: +420 543 238 107
e-mail: grep@grep.cz
www.grep.cz



HL Display Česká republika, s.r.o.

Bohdalecká 8/1460, 101 00 Praha 10, Czech Republic
kontaktní osoba: Vojtěch Motl
tel.: +420 241 442 591
e-mail: vojtech.motl@hl-display.com
www.hl-display.cz



iBTL AKA

Opatovická 4/1659, 110 00 Praha 1 Nové Město, Czech Rep.
kontaktní osoba: Marek Tesař
tel.: +420 224 934 519
e-mail: aka@aka.cz
www.aka.cz



McCoy & Partner, s.r.o.

Prokopská 296/8, 118 00 Praha 1, Czech Republic
kontaktní osoba: Zuzana Kress • tel.: +420 777 625 777
e-mail: zuzana.kress@mccoy-partner.com
agentura@mccoy-partner.com
www.mccoy-partner.com

Členové POPAI CENTRAL EUROPE POPAI CENTRAL EUROPE members



M.I.P. Group, a.s.

Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3, Czech Republic
kontaktní osoba: Zdeněk Sobota
tel.: +420 267 315 585-8
e-mail: sobota@mip.cz
www.mip.cz



MORIS design s.r.o.

Pod Stárkou 33, 140 00 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Radomir Klofáč
tel.: +420 222 512 231
e-mail: moris@moris.cz
www.moris.cz



QUIX s.r.o.

Černokostelecká 2247, Areál Green Square/Budova Q,
251 01 Říčany u Prahy, Czech Republic
kontaktní osoba: Miro Barták
tel.: +420 608 258 688 • e-mail: miro.bartak@quix.cz
www.quix.cz



Výroba svetelnej
a nesvetelnej reklamy

ROSS s.r.o.

Hollého 205/52, 015 01 Rajec, Slovakia
kontaktní osoba: Miroslav Hodás
tel.: +421 415 422 109
e-mail: ross@ross.sk
www.ross.sk, www.ross.eu



MKPR, o. s.

Smetanovo nábřeží 995/6, 110 01 Praha 1
kontaktní osoba: Jakub Havráněk
tel.: +420 606 764 539
e-mail: jakub.havranek@mkpr.cz
www.mkpr.cz



Nestlé Česko, s.r.o.

Mezi Vodami 2035/31, 143 20 Praha 4
kontaktní osoba: Mgr. Juraj Michajlov
tel.: +420 261 322 467
e-mail: Juraj.Michajlov@CZ.nestle.com
www.nestle.cz



REDA a.s.

Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno, Czech Republic
kontaktní osoba: Viera Černá
tel.: +420 548 131 111, 800 13 13 13
e-mail: info@reda.cz
www.reda.cz



Výroba svetelnej
a nesvetelnej reklamy

ROSS CZ s.r.o.,

Husinecká 19
130 00 Praha 3
Czech Republic
e-mail: ross@ross.sk
www.ross.sk, www.ross.eu



monit marketing research

Hybešova 42, 602 00 Brno, Czech Republic
kontaktní osoba: Jaroslav Kapoun
tel.: +420 773 111 501
e-mail: office@monit.cz
www.monit.cz



OMD Czech a.s.

Lomnického 1705/9, 140 00 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Petr Miláček
tel.: +420 222 077 201
e-mail: petr.milacek@omnicommediagroup.com
www.ombd.cz



RETAIL VISION, a.s.

Na Strži 65, City Embiria Building, 140 62 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Lukáš Reisinger
tel.: +420 261 210 212
e-mail: info@retailvision.cz
www.retailvision.cz



Sára s.r.o.

Freyova 12/1, 190 00 Praha 9, Czech Republic
kontaktní osoba: Milan Fedorek
tel.: +420 283 892 140
e-mail: fedorek.milan@sara.cz
www.sara.cz



mood media

Mood Media Group CZ, s.r.o.

Kodaňská 1441/46, 101 00 Praha 10, Czech Republic
kontaktní osoba: Eva Chudomelová
tel.: +420 724 333 129
e-mail: e.chudomelova@moodmedia.com
www.moodmedia.com



POS Media Czech Republic s.r.o.

Jihlavská 1276/17, 140 00 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Pavlína Klementová
tel.: +420 261 198 801
e-mail: klementova@posmedia.cz
www.posmedia.cz



Your signmaking team

REX spol. s r.o.

Bubenská 20, 175 00 Praha 7, Czech Republic
kontaktní osoba: Vlastimil Král
tel.: +420 233 374 021, +420 312 691 712-3
e-mail: kral@rex-reklama.cz
www.rex-reklama.cz



SPAR Česká obchodní společnost s.r.o.

Nákupní 389/1, 102 00 Praha 10 –Štěrboholy, Czech Republic
kontaktní osoba: Martina Malcová
tel.: +420 234 670 111
e-mail: martina.malcova@spar-cr.cz
www.interspar.cz

Členové POPAI CENTRAL EUROPE POPAI CENTRAL EUROPE members



STI Česko s.r.o.

Žitná 218/19, 408 01 Rumburk, Czech Republic
kontaktní osoba: Ivan Skopal
tel.: +420 733 535 313
e-mail: ivan.skopal@sti-group.com
www.sti-group.com

STRATEGIE

Strategie

Mezi vodami 1952/9, 143 00 Praha 4 Modřany, Czech Rep.
kontaktní osoba: Miroslav Honsů
tel.: +420 225 276 391
e-mail: honsu@mf.cz
www.istrategie.cz



Store Media, s.r.o.

Záhorácka 2, 811 04 Bratislava, Slovakia
kontaktní osoba: Henrich Sikela
tel.: +421 903 614 800
e-mail: sikela@storemedia.eu
www.storemedia.eu



up brand activation, s.r.o.

Porážka 206/4, 602 00 Brno
kontaktní osoby: Mojmír Špalek, Andrea Grossmannová
tel.: + 420 543 237 293
e-mail: mojmir.spalek@upagency.cz •
andrea.grossmannova@upagency.cz • www.upba.cz



Výběr Media CZ s.r.o.

Nerudova 198, 500 02 Hradec Králové 2, Czech Republic
kontaktní osoba: Libor Pavlata
tel.: +420 777 555 558
e-mail: libor.pavlata@casopisyber.cz
www.casopisyber.cz



Store Media CZ, s.r.o.

U Trojice 2, 150 00 Praha 5, Czech Republic
kontaktní osoba: Zuzana Krausová
tel.: +420 734 826 694
e-mail: storemedia@storemedia.eu, krausova@storemedia.eu
www.storemedia.eu



Ústav marketingových komunikací FMK UTB ve Zlíně

Štefánikova 2431, 760 01 Zlín, Czech Republic
kontaktní osoba: Olga Jurášková
tel.: +420 724 209 483
e-mail: ojuraskova@fmk.utb.cz
www.fmk.utb.cz



WELLEN a.s.

Třebohostická 3165/5a, 100 00 Praha 10, Czech Republic
kontaktní osoba: Petr Šimek
tel.: +420 281 002 750
e-mail: info@wellen.cz
www.wellen.cz

Čestní členové

- Boček Martin, Ing.
- Brabec Pavel, Mgr.
- Hrubalová Monika
- Janoušek Jiří
- Juračka Zdeněk, Ing.
- Kaňovský Ivo, Bc.
- Krejčí Richard, Ing.
- Mikeš Jiří, Ing.
- Sochor Václav, Mgr.
- Vysekalová Jitka, doc., PhDr., Ph.D
- Zachar Michal



STORY DESIGN, a.s.

Moravská 949, 570 01 Litomyšl, Czech Republic
kontaktní osoba: Ladislav Lána
tel.: + 420 461 613 313
e-mail: ladislav.lana@story-design.cz
www.story-design.cz



Visual Impact a.s.

U Slavie 1540/2a, 100 00 Praha 10, Czech Republic
kontaktní osoba: Michal Augusta
tel.: +420 272 118 710
e-mail: info@visualimpact.cz
www.visualimpact.cz



Willson & Brown Czech s.r.o.

Belgická 276/20, 120 00 Praha 2, Czech Republic
kontaktní osoba: Jakub Teodorowski
tel.: + 420 222 519 120
e-mail: jakub.teodorowski@w-b.cz
www.willson-brown.com

Spolupracující subjekty

- AČRA
- ADDURRE s.r.o.
- Asociace 3D reklamy
- Česká marketingová společnost
- Dmarketing.cz - Magazin digitálního marketingu
- Jan Saidl - Air Creative
- Sdružení dodavatelů pro signmaking České republiky
- www.mistoprodeje.cz

3M

3M Česko, spol. s r.o.

Adresa společnosti:
V Parku 2343/24
148 00 Praha 4 - Chodov

Kontaktní osoba:
Jaroslava Renčínová

Telefon:
+420 261 380 238

E-mail:
jrencinova@mmm.com

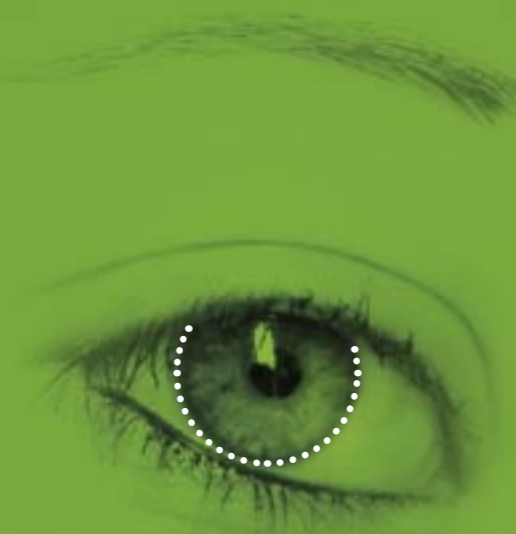
Webové stránky:
www.3m.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost 3M je vysoce inovativní výrobní společností působící v řadě oblastí. V jejím portfoliu je přes padesát tisíc výrobků, které nacházejí využití nejenom v průmyslu, zdravotnictví, reklamě nebo telekomunikacích, ale i v kancelářích, školách a domácnostech. 3M nabízí i řešení pro bezpečnost v dopravě a na pracovištích či pro zabezpečení a ochranu majetku a osob. 3M je známa jako globální inovativní firma, která vkládá velké množství finančních prostředků do výzkumu a vývoje. Vědci ze 3M vynalezli nejenom oblíbené Post-it papírky či brusný papír odolný vodě, ale třeba i první kapesní projektor na světě. Ačkoli je využití jednotlivých produktů zcela odlišné, všechny spojuje jedna vlastnost: ve svém odvětví vždy představují inovativní produkt, který kromě důmyslnosti dbá i na ekologii, bezpečnost a zdraví lidí. Celosvětově 3M zaměstnává na 84 000 lidí, z toho přes 7 900 výzkumníků.

Lokální zastoupení společnosti 3M, společnost 3M Česko patří mezi Českých 100 nejlepších firem podle žebříčku společnosti Comenius a v soutěži AON Hewitt Best Employers se každoročně umísťuje na prvních místech. 3M Česko se aktivně angažuje také v oblasti společenské odpovědnosti a podporuje mimo jiné projekt Zdravotní klaun, Kamarádka knihovna a ve spolupráci s Nadací Partnerství zvyšuje bezpečnost českých silnic. 3M Česko je iniciátorem a generálním partnerem projektu Česká inovace, díky kterému podporuje inovativní nápady kohokoli v České republice.

Hledáte neokoukané?



grafická řešení
pro jakoukoli reklamu

www.3m.cz/grafickareseni
tel.: +420 261 380 111



ADLER Czech, a.s.

Adresa společnosti: Nový svět 199, 400 07 Ústí nad Labem

Kontaktní osoba: Elena Yaneva

Telefon: +420 475 240 537

e-mail: elena.yaneva@adler.info

Webové stránky: www.adler.info

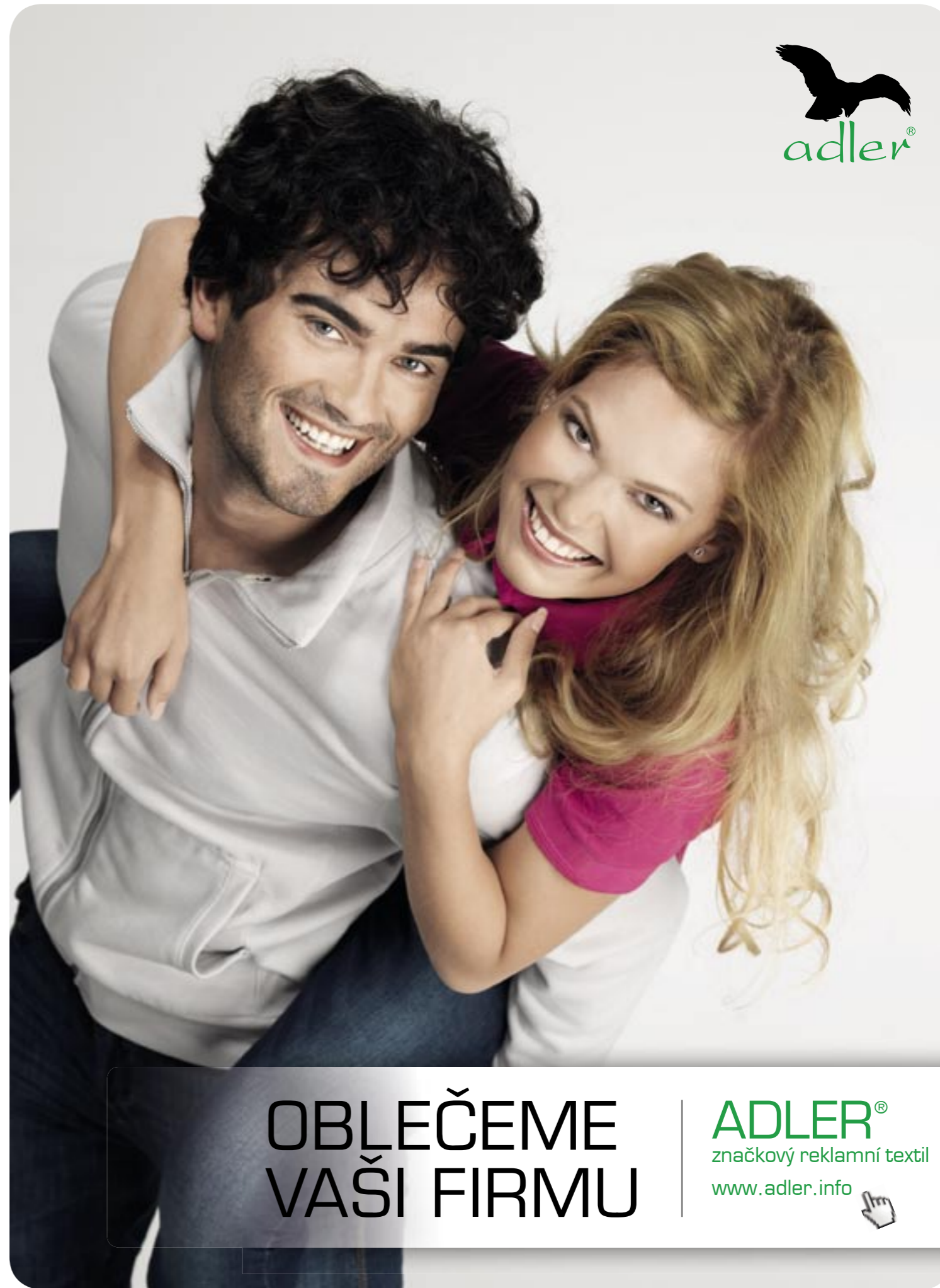
Charakteristika společnosti:

Od roku 2000 jsme předními dodavateli a výrobci značkového reklamního textilu ADLER® a nově také luxusní kolekce MALFINI®.

PROČ právě my:

- **KVALITA PRODUKTŮ**
produkty nesou pečef kvality Oeko-Tex Standard 100
- **ŠÍŘE PRODUKTOVÉHO PORTFOLIA**
nabídku produktů pro Vás neustále rozšiřujeme a inovujeme
- **BRANDING ZBOŽÍ**
textil umíme dále zhodnocovat potiskem, výšivkou a dalšími technologiemi
- **ZAKÁZKOVÁ VÝROBA**
nabízíme Vám individuální řešení pro všechny typy firem na míru
- **PŘEHLEDNÝ E-SHOP**
snadné objednávky online 24 h denně, 7 dní v týdnu, 365 dní v roce
- **DOSTUPNOST ZBOŽÍ**
moderní skladový areál v Ostravě nám umožňuje expedovat denně až 70.000 ks zboží
- **RYCHLOST DODÁNÍ**
dokážeme pro Vás zajistit dodávky od 1 ks do 24 h od objednání
- **MEZINÁRODNÍ PŮSOBNOST**
dodáváme do 12 zemí EU

Jsme součástí projektu PODNIKÁME BEZ KORUPCE.



OBLEČEME VAŠI FIRMU

ADLER®
značkový reklamní textil
www.adler.info



AKA

ASOCIACE KOMUNIKAČNÍCH AGENTUR

Asociace komunikačních agentur ČR

Adresa společnosti:

Opatovická 4, 110 00 Praha 1

Kontaktní osoba:

Jiří Janoušek, výkonný ředitel

Telefon:

224 934 518

e-mail:

aka@aka.cz

Webové stránky:

www.aka.cz

Charakteristika společnosti:

AKA je výběrovou organizací sdružující přední komunikační agentury, které realizují cca 85% ze 20 miliard korun obratu na českém mediálním trhu a obdobný objem na trhu podlinkových marketingových služeb. V současnosti tvoří AKA 78 členských agentur zařazených podle jejich zaměření do pěti specializovaných sekcí, které pokrývají hlavní oblasti komerční komunikace – komplexní reklamní servis / mediální služby / direct marketing včetně věrnostních programů / integrované podlinkové služby s důrazem na podporu prodeje / digitální marketing.

Hlavním posláním AKA je podporovat svobodné a efektivní šíření komerční komunikace, její vysokou profesionální úroveň a uznání přínosu komerční komunikace pro tržní ekonomiku. AKA stála u vzniku Rady pro reklamu a iniciovala přijetí etického kodexu, jehož dodržování všemi členskými agenturami je základem samoregulace komerční komunikace v České republice.

AKA zastupuje Českou republiku v Evropské asociaci komunikačních agentur (EACA) a její sekce iBTL je členem Výboru pro integrované marketingové služby při EACA.





ALEX FOX Central Europe, s.r.o.

Adresa společnosti: Holušická 2221/3, Praha 4 – Chodov, 148 00 Praha

Kontaktní osoba: Martin Mrázek – general manager

Telefon: +420 211 120 020

e-mail: info@alexfox.cz

Webové stránky: www.alexfox.cz

Charakteristika společnosti:

Kdo jsme? AlexFox je výrobce, dovozce a velkoobchodní distributor reklamního textilu stejnojmenné značky. Jsme dynamická společnost s 12-ti letými zkušenostmi v oboru reklamního textilu v regionu střední Evropy a silným finančním zázemím. Našimi trhy v rámci středoevropského regionu jsou Česká republika, Slovensko, Polsko, Maďarsko, Německo, Rakousko s realizací zakázkových výrob dle zadání klienta bez ohledu na stát nebo kontinent.

Co děláme? Výroba, dovoz a distribuce reklamního textilu je naší vášní. Nabízíme zakázkovou výrobu dle specifikací klienta stejně jako velkokapacitní skladové zásoby hotových produktů k dodání do 24 hodin nebo osobní odběry v našem skladě. Podílíme se sami na celém procesu výroby a cestě textilu od výroby materiálu v daleké Asii až po prodej a dodání koncovému zákazníkovi.

V případě zájmu o další úpravu hotového textilu vám ušetříme čas díky možnosti nechat si zboží obrandovat dle vašich potřeb nebo zadání Vašeho klienta. Dle zadání s předními tiskaři a výšivkáři zrealizujeme úpravy a celou zakázku vyřešíme na klíč ve velmi krátké době. Takové zakázky u nás můžeme i dlouhodobě uskladnit a odeslat je až na odvolávku s možností posílání od 1 ks. Nevybrali jste si z našeho katalogu? Nevadí, můžeme společně zrealizovat zakázkovou výrobu, kdy Vám naši odborní poradci pomohou s výběrem materiálů, stříhů, labelů či barev. Naši poradci jsou připraveni Vás krok po kroku provést celým procesem.

Pro koho to děláme? Každý klient je pro nás výjimečný. Ať odebíráte po kusech, či po kamionech nebo kontejnerech setkáte se u nás kdykoliv s ochotou, úsměvem a snahou společně najít řešení šité doslova na míru Vaším potřebám. V AlexFox věříme, že zákaznický servis, odborná podpora a poradenství je důležitou součástí každého obchodního případu.



Nová značka na trhu
s prověřenou kvalitou

Polokošile mikiny široký výběr kvalita životnost Alexfox značka životnost široký výběr výhodné ceny Polokošile novinky trička moderní trendy čepice novinky značka kvalita výhodné ceny Čepice reklamní textil novinky kvalita životnost



Gents Heavy
yellow



Ladies Raglan
red



Gents Pique
grass green

značkový reklamní textil
prověřená výroba
kvalita a životnost



www.alexfox.cz





ASTRON print, s.r.o.

Adresa společnosti:

Veselská 699
199 00 Praha 9 – Letňany

Kontaktní osoba:

Jan Hodek

Telefon:

+420 296 361 634

e-mail:

jhodek@astron.cz

Webové stránky:

www.astron.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost ASTRON print se profiluje v polygrafii více jak 13 let, disponuje s více jak třiceti technologiemi pod jednou střešou.

Nedílnou součástí ASTRON printu je i konstrukční a vývojové oddělení, které svým profesionálním a individuálním přístupem řeší všechny POS a POP zakázky na klíč od jednoho kusu.

Konečný článek v produkci je náš instalační tým, který je schopen zadání zrealizovat v interiéru i exteriéru.

ASTRON GROUP
je svým
technologickým vybavením,
výrobní kapacitou
a šíří nabízených služeb
jedním z největších
poskytovatelů
polygrafických služeb
v České republice
a v mnoha ohledech také
v Evropě.



ASTRON group, s.r.o.
Veselská 699, 199 00 Praha 9 – Letňany
www.astron.cz



ATOZ RETAIL

Adresa společnosti:

Holečkova 29, 150 95 Praha 5

Kontaktní osoba:

Jana Lysáková

Telefon:

+420 246 007 204

e-mail:

jana.lysakova@atoz.cz

Webové stránky:

www.atoz.cz

Charakteristika společnosti:

Skupina ATOZ Retail je součástí ATOZ Group (firma se zabývá B2B komunikací v oblastech logistiky, retailu, obalového průmyslu a HoReCA segmentu). První aktivitou společnosti bylo uvedení měsíčníku **Zboží&Prodej**, zaměřeného na obchod s rychloobrátkovým zbožím, na český trh. Nabídku časopisů postupně doplnily v roce 2010 **Čerstvé&Snadné**, jediný časopis určený vietnamským obchodníkům v ČR, o rok později **Tovar&Predaj**, dvouměsíčník věnovaný trhu rychloobrátkového zboží na Slovensku, a v roce 2012 časopis **PHM Plus**, určený provozovatelům čerpacích stanic. Od roku 2010 vychází také ročenka **Hvězdy prodeje**, připravovaná ve spolupráci s agenturou ACNielsen a mapující nejprodávanější výrobky ve zhruba 30 kategoriích FMCG. Pod křídla skupiny ATOZ Retail přešel v roce 2012 také plakát **TOP 30 českého a slovenského obchodu**.

V roce 2001 odstartoval marketingový program **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka**, tehdy ještě pod názvem Zvolen výrobkem roku spotřebiteli, který oceňuje inovace na českém trhu rychloobrátkového zboží. Tímto krokem Atoz Retail zahájil své další aktivity v oblasti pořádání akcí pro profesionály z retailu. V roce 2005 poprvé proběhlo letní společenské setkání **Retail Business Mixer**, v roce 2008 následoval 1. kongres na podporu tradičního trhu **Samoška**. O rok později se uskutečnil první golfový turnaj **Retail Masters Day**. Novinkou letošního roku je konference určená majitelům a provozovatelům čerpacích stanic s názvem **Čerpačka**. V roce 2012 přenesl ATOZ Retail tyto své aktivity také na Slovensko, když premiérově uspořádal 1. ročník projektu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** a kongres **Samoška**.

Atoz retail

Publikace, akce, kontakty...
Pro ty nejlepší v retailu

Projekty v roce 2013

Příležitosti pro vaši prezentaci, získání informací a kontaktu

22.–23. 1., 5.–6. 6. (ČR), 14. 3., 16.–17. 10. (SR)
SAMOŠKA

Kongres pro tradiční trh

Cílem **celodenní konference** je informovat a inspirovat **domácí obchodníky** a pomoci jim čelit ostré konkurenci na trhu. Využijte možnosti potkat na jednom místě několik **stovek maloobchodníků**, pracovníků centrálních maloobchodních aliancí, družstev a velkoobchodů i dodavatelů! Letos SAMOŠKA hostí **Olomouc, Košice, Hradec Králové a Trnava**.

16. 5., 12. 9.

Retail Masters Day

Golfový turnaj mistrů českého retailu V květnu se uskuteční už 8. golfový turnaj určený profesionálům z retailu. Jak se už stalo tradicí, **na jaře** se opět mezi sebou utkají **týmy obchodníků**, v září pak naváže **turnaj jednotlivců** včetně doprovodného programu. Využijte příjemně strávený den na golfovém hřišti a získáte **nové kontakty** v retailu!

25. 4. (ČR), 13. 6. (SR)

Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka 2013

Marketingový program, který oceňuje inovace na trhu FMCG Do konce února probíhá registrace do **13. ročníku** marketingového programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** a také do 2. ročníku programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** na Slovensku. Slavnostní vyhlášení výsledků programu v ČR proběhne v pražském hotelu **Ambassador – Zlatá Husa** 25. 4., v Bratislavě pak 13. 6. v hotelu **Radisson Blu Carlton**.

25. 4. (ČR), 13. 6. (SR)

Innovation Village

Netradiční formy marketingu Slavnostní vyhlášení výsledků marketingového programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** bude v obou zemích předcházet **půldenní workshop** věnovaný inovacím v marketingu. Představte 150 zástupcům marketingových

a obchodních oddělení dodavatelů FMCG své produkty a služby. S vaší prezentací se seznámí také všech zhruba **500 účastníků galavečera** v ČR a 300 na Slovensku.

20. 6.

Retail Business Mixer

Neformální letní party

Spojte práci se zábavou – potkejte se na **neutrální půdě pražské Občanské plovárny** se svými **obchodními partnery**, utužte stávající vztahy a navažte nové! Už tradiční letní party se účastní kolem **600 osob** z managementu, marketingu a obchodu řetězců, maloobchodních sítí, velkoobchodů i dodavatelů zboží a služeb pro retail.

Leden–prosinec

Zboží&Prodej

Časopis pro obchod s rychloobrátkovým a spotřebním zbožím v ČR

Časopis **Zboží&Prodej** vychází v **ověřovaném** nákladu **13 500 výtisků**. Celkový počet čtenářů však činí 48 600 (náklad 13 500 x 3,6 čtenáře na jeden výtisk). Využijte tuto příležitost a oslovte své stávající i potenciální zákazníky!

Leden–prosinec

Čerstvé&Snadné

Časopis pro vietnamské obchodníky

Vietnamští obchodníci představují velký potenciál pro vaše prodejce! Časopis **Čerstvé&Snadné** vychází v nákladu **4000 výtisků**, což je také celkový **odhadovaný počet obchodů** s majitelem vietnamského původu v ČR.

Leden–prosinec

Tovar&Predaj

Časopis pro obchod s rychloobrátkovým a spotřebním zbožím v SR

Od roku 2011 vydává Atoz Retail na Slovensku časopis **Tovar&Predaj**. Vychází v **auditovaném** nákladu 10 500 kusů a jeho cílem je informovat obchodníky v SR o **aktuálním dění** v místním retailu.

Leden–prosinec

PHM Plus

Časopis pro čerpací stanice

Portfolio časopisů zaměřených na retail nově doplňuje **dvouměsíčník** určený provozovatelům čerpacích stanic, který se nezabývá pouze pohonnými hmotami, ale především **dalšími produkty a službami**, které benzinové pumpy nabízejí.

Květen

TOP 30 českého a slovenského obchodu

Žebříček obchodních firem

Přílohou květnových čísel časopisů **Zboží&Prodej** a **Tovar&Predaj** bude letos opět **plakát** největších retailových hráčů na trhu **podle obrátu**.

Květen–červenec

Dokonalý obchod

Rady pro maloobchodníky, jak nejlépe uspořádat prodejnu

Cílem nové ročenky je pomoci menším obchodníkům uspořádat **nejen zboží** v regále, ale i **celý obchod** tak, aby dosáhli co možná nejvyšších zisků. Vychází **ve třech verzích** (česká, slovenská, vietnamská).

Září

Hvězdy prodeje

Přehled nejprodávanějších výrobků

Ročenka **Hvězdy prodeje** – přehled nejprodávanějších produktů ve zhruba **30 kategoriích FMCG**, tedy výrobků, které by v žádném obchodě neměly chybět – vychází ve třech verzích – české, slovenské a vietnamské.

Atoz retail

Informace, networking, know-how...

Kontakt:

Jana **Lysáková** +420 246 007 204
jana.lysakova@atoz.cz



ATS Display Sp. z o.o.

Address:

ul. Boryszewska 22c, Wiązowna 05-462, Poland

Phone:

+48 227 804 730

e-mail:

info@atsdisplay.com

Web:

www.atsdisplay.com

Company profile:

ATS Display is a company with 12 years' experience on the POSM market. The field of activity encompasses designing and offering both standard and tailor-made solutions for promoting products at the points of sale.

One of the main advantages of ATS Display is the possibility for providing customers with all stages of creating POS materials: Conception - 3D Design - Development - Production - Logistic. The company has a professional design studio, a prototype workshop and an extensive machine park, but more importantly, it employs qualified and competent Team that have wide experience in creating POS products. Therefore, ATS Display continuously delivers unique, sophisticated, and innovative marketing tools.

...because we KNOW HOW to display!

Additional information:

Start-up: 2001

Partners: FMCG Leaders

Certificates: ISO 9001:2008, member of POPAI CE

ATS

[POS design, development, production]

because
we KNOW
HOW to display!

ATSDisplay/designdevelopmentproduction



authentica[®]

POP & POS SOLUTIONS

Authentica, s.r.o.

Adresa společnosti: Lazaretní 7, CZ-615 00 Brno

Kontaktní osoba: Martin Hasilík

Telefon: +420 548 21 79 91

E-mail: authentica@authentica.cz

Webové stránky: www.authentica.cz

Charakteristika společnosti:

Authentica je jedním z nejvýznamnějších výrobců **POP a POS materiálů** v České republice s kompletní nabídkou materiálů k podpoře prodeje vašich produktů. Naše výrobky, služby a servis představujeme klientům jako složení malé skládačky od prvotních návrhů/skic, 3D vizualizací s umístěním v místě prodeje s následným vývojem produktu a zátěžovým testem v prodeji. Při vývoji produktů používáme nejvhodnější materiály včetně povrchových úprav pro daný materiál s ohledem na požadavky vystavení, dobu umístění v prodeji a skladování. Klientům nabízíme produkty z materiálů: kov, dřevo, karton, plast, sklo a ostatní materiály vhodné k výrobě POP a POS materiálů. Díky moderním technologiím a každoročním investicím do výroby dokážeme s našimi odborníky na produkci pro jednotlivé materiály stále uspokojovat zákazníky nejen po ČR, ale i v celé Evropě. Díky velkému výrobnímu zázemí se dokážeme věnovat nejen výrobě, ale také komplexnímu servisu pro naše zákazníky, ke kterému patří kompletace zboží, logistika, skladování, instalace/deinstalace na místě prodeje, technické zajištění akcí, promo-akce, balení, rozesílání produktů zákazníkům a další služby šité na míru klientům.

Authentica je mladá kreativní společnost, ve které se rodí nápad a design.

Umíme zpracovat POP materiály z kartonu, kovu, dřeva i plastu včetně povrchových úprav a tisku. V roce 2013 budeme slavit 10té výročí naší společnosti a budeme se i v dalším desetiletí snažit našim klientům přinést služby a servis, na který jsou díky našemu zkušenému týmu obchodníků zvyklí.

Authentica je členem POPAI CE.

Reference:

Barum Continental • Colgate-Palmolive • Coty • Dermacol • Dr.Oetker • Hartmann-Rico • Heineken • Henkel • Johnson&Johnson • JTI • Kimberly-Clark • KMV • Kofola • Novartis • L'Oreal • Nestlé • Orange • Perfetti Van Melle • Pfanner • Samsung • SaraLee • Sharp • Sony • Staropramen • Telefonica O2 • T-Mobile • Unilever • Wrigley • Brown Forman



» karton



» světelky



design & kreativa



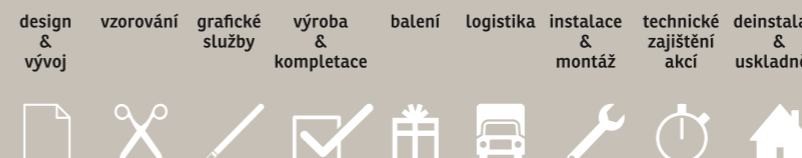
» kov + plast



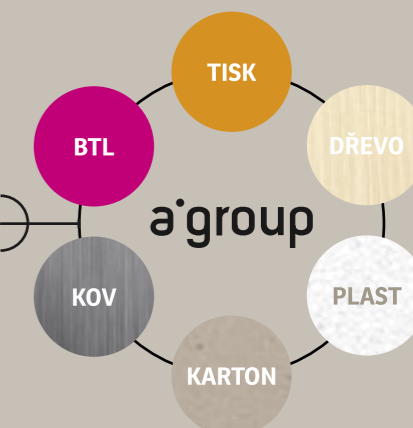
Vyrábíme POP materiály i z obnovitelných zdrojů (dřevo, karton)
FSC® products are available - certified, SA-COC-002888



Authentica, s.r.o.
Lazaretní 7, 615 00 Brno, www.authentica.cz



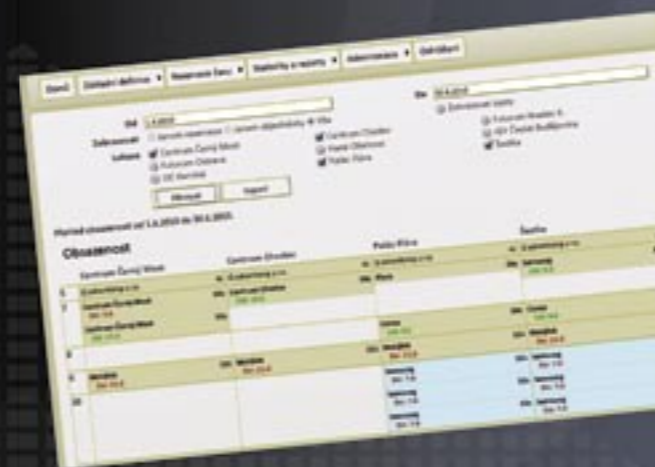
Produkcce
Obchod
Grafika





Vizualizace

- systém odpovídající obchodnímu modelu
- příprava vizualizací
- návrh architektury systému



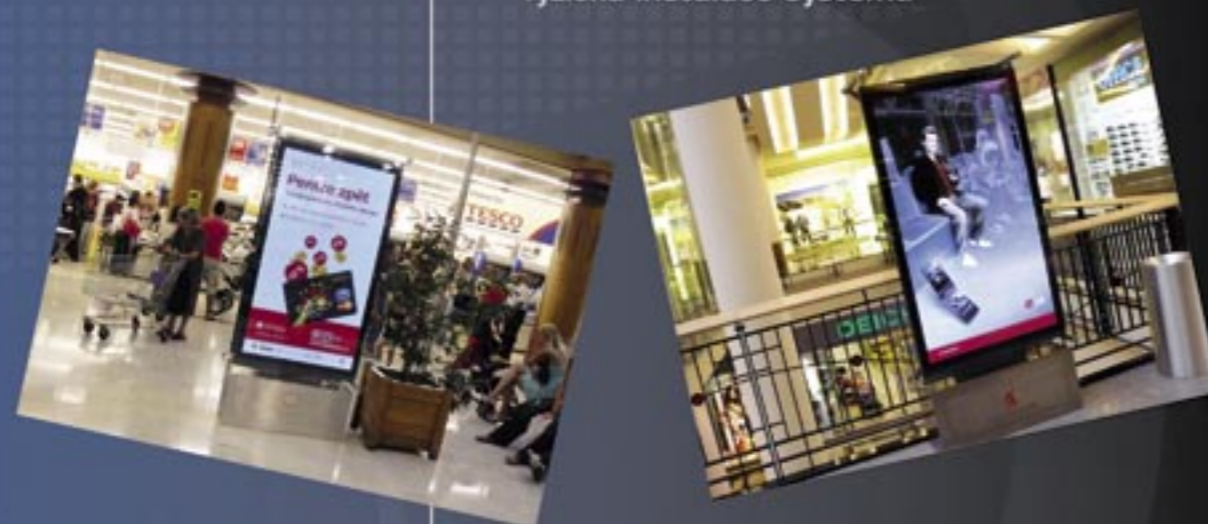
Odbavování

- průměrné týdenní odbavení: 20 spotů za 6 hodin (ve třech různých systémech)
- webová aplikace přímo propojená s odbavovacím softwarem



Realizace

- profesionální projektový management
- fyzická instalace systému



Podpora

- vzdálená servisní zpráva
- profesionální analýza závad



Služba správy obsahu na reklamních nosičích v obchodních centrech a kinosálech.

Reference: • CineXpress, s.r.o. • Logologic Digital CZ spol. s r.o. • Q advertising, s.r.o. • Sapeli, a.s. • PIAF, a.s.

Předváděcí Centrum

Zakomponování systému Digital Signage do každodenního provozu vzorkovny

Nový standard prezentace

- kultura interiérového designu jako konkurenční výhoda
- systém kombinuje tři zcela odlišné způsoby zobrazení a využití; odbavení zůstává na jednom místě
- systém nelimituje provozovatele – HW může využít pro své prezentace nebo jako účelové pracovní PC



prezentační zóna



produktová zóna

recepce



relaxační a informační zóna

Webové aplikace

- informační portály
- specifické portály pro festivaly
- portály pro podporu a řízení prodeje



PIAF
soutěžní
web



POPAI
přehled funkč-
ních systémů
DIGITAL
SIGNAGE

Reference: • POPAI • PIAF, a.s. • SAPELI



branaldi

dáváme papíru život

BRANALDI, s.r.o.

Adresa společnosti: Brázdímská 2236, 250 01 Brandýs nad Labem

Kontaktní osoba: Hana Bendová

Telefon: +420 326 909 255

e-mail: info@branaldi.cz

Webové stránky: www.branaldi.cz

Reference:

Coty • Lindt • Leifheit • L'Oreal • Intersnack • Ferrero • Dr.Oetker • Kraft • SC Johnson
• Tchibo • Beiersdorf • Mars • Unilever • Coca Cola

Charakteristika společnosti:

Branaldi je český výrobce komplexních řešení pro prezentaci v místě prodeje. Je přímým výrobcem POP a POS prvků a poskytuje i komplexní poradenství, návrhy a design nosičů i celkové kampaně. Vlastní vývojový tým neustále zdokonaluje stávající a vyvíjí nové konstrukce, včetně nestandardních řešení nejen z papíru, ale i dalších materiálů včetně kombinací. Uvědomujeme si stále důležitější roli obalů v in-store komunikaci a nabízíme komplexní služby i v oblasti packagingu.

Naši kreativní pracovníci a grafici navrhnu optimální grafické ztvárnění pro úspěšnou a efektivní kampaň, včetně komplexní komunikace produktu či služby. Standardem je vytvoření vizualizace nosiče a výroba modelu, včetně zátěžových zkoušek. Zajišťujeme i komplexní logistiku a dopravu na místo určení.

Neustále modernizujeme naše výrobní technologie i výrobní závody, včetně skladových a logistických prostor. Tyto investice přinášejí klientům zefektivnění přípravy in-store kampaně, ale i možnost využít dalších služeb. Jednou z těch nejdůležitějších je copacking. POP/POS nosiče nejen vyrobíme a sestavíme, ale také doplníme zbožím, dovezeme na místo a naaranžujeme na místě prodeje. Nabízíme i uskladnění stojanů nebo etapovou výrobu. Díky tomu šetříme čas klientů a zefektivňujeme celou kampaň.

V rámci Branaldi World, sítě poboček a výrobních závodů po celé Evropě nabízíme i realizaci celoevropských kampaní či lokálních projektů pro nadnárodní i místní zákazníky. Partnerství se společností THIMM – The Highpack Group nám umožňuje nabídnout zákazníkům maximální flexibilitu, nejširší nabídku služeb a produktů pro packaging a zkušenost s lokálními trhy a jejich specifiky.

branaldi

dáváme papíru život



PAPÍR
100x
JINAK

prodejní displye
obaly
kompletní servis
vývoj
konstrukce
ofsetový tisk
laminace
výsek
lepení
copacking
logistika

www.branaldi.cz

branaldi s.r.o., Brázdímská 2236, Brandýs nad Labem



BTL EUROPE s.r.o.

Adresa společnosti:

Tupolevova 713, 199 00 Praha 9

Kontaktní osoba:

Vladimir Nikiforov

Telefon:

+420 777 712 235

e-mail:

info@btl-europe.com

Webové stránky:

www.btl-europe.com

Charakteristika společnosti:

Společnost BTL EUROPE, která byla založena v r. 1999, je vydavatelem odborných časopisů a organizátorem mediálních internetových projektů, konferencí a výstav věnovaných marketingovým komunikacím a různým složkám sektoru BTL.

Mezi projekty společnosti je třeba uvést:

www.btl-europe.com - mezinárodní informační portál,
www.posm.ru - časopis o propagačních materiálech na prodejních místech (Rusko).

Pod její záštitou byly zorganizovány:

- každoroční výstava v Moskvě nazvaná „Prodejní místo“ - www.pos-expo.ru
- kongres v oblasti POS technologií - www.pos-congress.ru.
- Mezinárodní ústav marketingových komunikací - www.imci.ru (Rusko).

Společnost nestagnuje a neustále realizuje nové projekty, nyní připravuje veliký mezinárodní mediální projekt zasvěcený POSM tématice.

Společnost je rovněž připravena poskytovat poradenské služby v oblasti reklamního byznysu v Rusku.



“P.O.S.MATERIALS”
SPECIALIZOVANÝ ČASOPIS
O MARKETINGOVÉ KOMUNIKACI V MÍSTĚ PRODEJE
JE NYNÍ ON-LINE



www.posm.cz

www.posm.ru

www.btl-europe.com
info@btl-europe.com



**Budweiser
Budvar**

Budějovický Budvar, n.p.

Adresa společnosti:

Karolíny Světlé 4
370 21 České Budějovice

Kontaktní osoba:

Josef Kroulík

Telefon:

+420 387 705 199

e-mail:

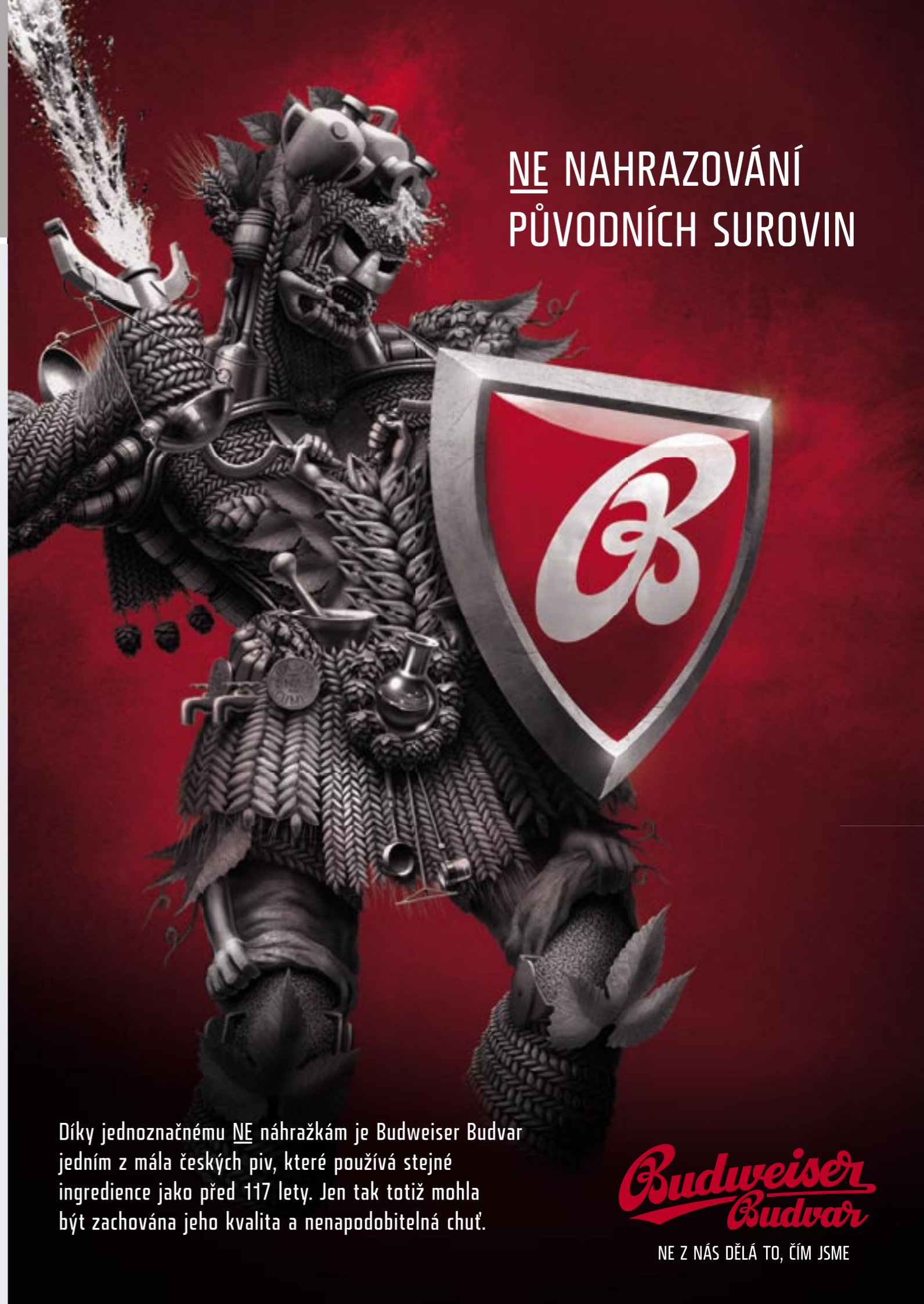
josef.kroulik@budvar.cz

Webové stránky:

www.budvar.cz
www.budejovickybudvar.cz

Charakteristika společnosti:

Pivovar Budějovický Budvar, n. p. je dlouhodobě jedním z nejuspěšnějších potravinářských podniků v České republice. Téměř polovinu produkce vyváží do více než 50 zemí všech světadílů. V roce 2012 vystavil Budějovický Budvar 1 340 000 hektolitrů piva.



**NE NAHRAZOVÁNÍ
PŮVODNÍCH SUROVIN**

Díky jednoznačnému **NE** náhražkám je Budweiser Budvar jedním z mála českých piv, které používá stejné ingredience jako před 117 lety. Jen tak totiž mohla být zachována jeho kvalita a nenapodobitelná chuť.

**Budweiser
Budvar**

NE Z NÁS DĚLÁ TO, ČÍM JSME

Coca-Cola HBC Česká republika

Coca-Cola HBC Česká republika, spol. s r.o.

Adresa společnosti:

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9 - Kyje

Kontaktní osoba:

Petr Filipec

Telefon:

(+420) 602 468 031

e-mail:

petr.filipec@cchellenic.com

Webové stránky:

www.coca-cola.cz

Charakteristika společnosti

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika působí na českém trhu od roku 1991 a je členem skupiny Coca-Cola Hellenic, operující v 28 zemích Evropy, Asie a Afriky. Je výrobcem, podejcem a distributorem značkových nealkoholických nápojů společnosti The Coca-Cola Company.

V České republice provozujeme jeden výrobní závod a 9 distribučních a obchodních center, jejichž prostřednictvím zásobujeme našich více než 40 000 zákazníků. Zaměstnáváme téměř 1000 pracovníků.

Vyrábíme, prodáváme a distribuujeme široké portfolio značek nealkoholických nápojů prakticky ve všech kategoriích. Naše portfolio se skládá ze:

- značek známých po celém světě, jako jsou sycené nápoje Coca-Cola, Coca-Cola zero, Coca-Cola light, Coca-Cola Cherry, Fanta, Sprite či Kinley;
- značek známých v Evropě, jako jsou džusy a ovocné nápoje Cappy, Cappy Ice Fruit a Cappy Junior, balené vody Bonaqua, sportovní nápoje Powerade, energetické nápoje Burn, sycené nápoje Lift a Lifter,
- značek vlastněných jinými společnostmi, jako jsou illy issimo, Nestea a Monster.

Neustálými inovacemi v našem portoliu nabízíme spotřebitelům větší výběr, než kdykoliv předtím. V současné době prodáváme na českém trhu 19 značek v téměř 60 variantách a příchutích.



**Pojďme
jíst společně**

DAGO

DAGO s.r.o.

Adresa:

Komenského 1020
267 51 Zdice

Kontaktní osoby:

Martin Vorel
Executive director
martin.vorel@dago.cz

Ing. Marek Končítík
Sales and marketing director
marek.koncitik@dago.cz

Telefon:

+ 420 311 533 390

e-mail:

dago@dago.cz

Webové stránky:

www.dago.cz

Charakteristika společnosti:

Design, výroba a full servis v P.O.P komunikačních projektech.
Naše výrobky jsou vyráběny z plastů, kovu, dřeva, kartonu a jiných materiálů.
Jsme certifikováni dle norem ISO:9001:2008, ISO:100006:2003

Naše mise:

rychlost a důvěra, znalosti a efektivita.

DAGO

rychlost a důvěra znalosti a efektivita

DAGO je fullservisová POP agentura s vlastní výrobou založená v roce 1993. Pracujeme aktivně s více než stovkou klientů z oblasti FMCG, elektroniky, farmacie, hobby, finančních služeb a dalších oborů. Do projektů našich klientů aplikujeme v rámci našeho konceptu DAGO CIS (Complex In-store Solution) teoreticko-praktické know how z oblasti instore komunikace a působení POP materiálů na nákupní chování zákazníků, které vychází z nejnovějších výzkumů a trendů.

Nabízíme fullservisové zpracování projektu – od analýzy vhodného řešení a strategického plánování, přes funkční designérské návrhy, konstrukční řešení a sériovou výrobu až po dopravu a implementaci na prodejní plochu. Našimi klíčovými hodnotami jsou RYCHLOST - DŮVĚRA – ZNALOSTI – EFEKTIVITA. Díky vlastnímu výrobnímu zázemí v našem středisku ve Zdicích u Berouna jsme schopni monitorovat celý proces vývoje a výroby POP médií a tak spolehlivě zajistit jeho kvalitu. Zpracováváme pokročilými technologiemi a potiskujeme veškeré druhy plastů, dřeva a kovů. Zároveň nám integrovaný logistický systém umožňuje realizovat exekuci In-Store médií až na cílovou prodejní plochu.

- » P.O.P.
- » design
- » production
- » fullservice



www.dago.cz

DAGO s.r.o.
Komenského 1020, Zdice, CZ-267 51
Tel: +420 - 311 - 533390
Http://www.dago.cz



our company
is certified
according to
ISO 9001:2008

DEKOR

DEKOR, spol. s r.o.

Adresa společnosti: Hradištská 849, 687 08 Buchlovice, Česká republika

Kontaktní osoba: Ing. Libor Jordán

Telefon: +420 572 430 555

e-mail: dekor@dekor.cz

Webové stránky: www.dekor.cz

Charakteristika společnosti

Společnost DEKOR, spol. s r.o. působí v oboru POP stojanů a in-store komunikace již 23 let. Specializuje se na permanentní stojany vyšší kvalitativní úrovně při zachování výhodných cenových relací a špičkového designu. Díky velmi úzké spolupráci s italskými designéry nabízí kreativní a atraktivní design dle nejpřísnějších měřítek. Pravidelně sleduje vývoj nových výrobních technologií, trendů a materiálů, které lze využít v POP oboru.

Dekor je jako jediná firma z České republiky členem prestižní celosvětové organizace GIC (Global Instore Communication POP), která sdružuje 18 významných firem z POP oboru. Je také velmi aktivním členem organizace POPAI CENTRAL EUROPE.

Členství v těchto dvou významných organizacích umožňuje neustálý přísun informací o aktuálních POP trendech, novinkách a inovacích z celého světa.

Novinkou jsou dvě zajímavé technologie z oblasti in-store komunikace. Obě jsou částí nové produktové řady POS Light, kde jsou všechny výrobky vyrobeny v ČR.

Lightbox nové generace je charakteristický ultra-tenkým designem a nízkou spotřebou elektrické energie díky technologii LED. S excelentním provedením grafiky a zajímavými světelnými efekty můžeme vytvořit 3D iluzi. Všechny naše lightboxy mají CE certifikát a lze je vyrobit v různých tvarech.

Lentikulár v pohybu je baterií napájený produkt. To umožňuje maximální svobodu v umístění výrobku v místě prodeje. Jsou dostupné různé efekty jako flip, zoom, animace a 3D pohled. Lentikulár v pohybu vydrží v provozu 3-4 měsíce bez výměny baterie. Další velkou výhodou je jednoduchá integrace do standardních POS stojanů.

Inovaci pro rok 2013 je kombinace technologií Lentikuláru v pohybu a LED lightboxu, což je novinka na světovém trhu a může být levnější alternativou k LCD monitorům.

Reference:

- AKZO NOBEL • ALINGHI • ATOMIC • BACARDI • BETTY BARCLAY
- BLOCKBUSTER • BOLLÉ • BOSCH • CAMPINGAZ • CHEVROLET • CITRÖEN
- COCA & COLA • ADAM OPEL • COTY • DERMACOL • DEUTSCHE BANK
- DOPPLER • EGGER • FABER CASTELL • FEIN • FISKARS • PORSCHE DESIGN
- H3G • HACHEZ • HENKEL • ICEBREAKER • PHILIP MORRIS • JACK DANIELS
- JOHNSON & JOHNSON • KOH-I-NOOR HARDTMUTH • L'ORÉAL • MV AGUSTA
- NOKIA • PANASONIC • RODENSTOCK • SAMSUNG • SERENGETI

LED LIGHTBOXY
NOVÉ GENERACE

KOMPLEXNÍ
SLUBY V POP

LENTIKULÁR
V POHYBU



permanentní
grafika

www.crystalpicturelight.com



vyměnitelná
grafika

www.crystalsignlight.com



FULL SERVICE

P.O.S. DISPLAYS

SHOP - IN - SHOP

IN-STORE
COMMUNICATION

VISUAL
MERCHANDISING

EN ISO 9001:2009
EN ISO 14001:2005

LED lenticular



www.lenticularinmotion.com



flip efekt

www.lenticularinmotion.com



patentované technologie

eclipse.

Eclipse Print a. s.

Adresa společnosti:

U Nákladového nádraží 3149/6, 130 00 Praha 3

Kontaktní osoba:

Obchodní oddělení

Telefon:

+420 283 012 555

e-mail:

prague@eclipse-print.com

Webové stránky:

www.eclipse-print.com

Charakteristika společnosti:

Společnost Eclipse je výrobce velkoplošné venkovní i vnitřní grafiky a POS produktů, hlavně reklamních stojanů a poutačů. V nepřetržitém provozu vyrábíme billboardy, abribusy, megaboards, vlajky, samolepky, autoplachty. Zvláštní pozornost věnujeme produkci kartonových stojanů a veškerých dalších shop displejů z plastových a pěnových desek.

Specializujeme se na kvalitní velkoformátový tisk s využitím moderních technologií pro ofset, sítotisk, digitální tisk a termotransfer. Kromě papíru, vlnité lepenky a kartonu potiskujeme veškeré flexibilní i deskové materiály a textilie.

Vlastní POS studio vyvíjí a připravuje návrhy a modely dle požadavků zákazníků. Disponujeme kompletním technologickým vybavením pro zpracování kartonáže (tepelná laminace, kaširování, výsek, lepení, balení) a rovněž dokončovacími technologiemi převážně pro digitální tisk (svařování, laminace, řezání a frézování, šití), vše bez nutnosti kooperace a subdodávek.

Zajišťujeme veškerou logistiku, uskladnění, aplikaci samolepek na dopravní prostředky, vyvěšování plachet a další služby.

K dispozici máme moderní technologické zázemí čtyř tiskáren, které svým rozmístěním v Polsku, České republice, Maďarsku a Slovinsku velmi dobře vyhovují potřebám středo- a východo-evropského trhu. Našich 12 obchodních kanceláří je aktivních celkem ve 22 evropských zemích.

Pracujeme kvalitně, rychle a spolehlivě, naším cílem je vstřícně vyhovět požadavkům a potřebám každého zákazníka a optimalizovat jeho náklady.

Své zákazníky respektujeme.





IDEAS
DON'T
WORK
UNLESS
WE DO.
(TOGETHER)

název společnosti:

Frame B.D.D.
Brand & Design Development

adresa společnosti:

Hlubočepská 701/38c, 152 00 Praha, ČR
IČ: 25666169, DIČ: CZ25666169

kontaktní osoba:

Aleš Dudák

telefon: +420 737 266 681

email: dudak@frame.cz

www: www.frame.cz

charakteristika společnosti:

přemýšlíme o smyslu věcí
něco víme o životě
kreslíme značky a obalový design
bavíme se nejen prací, ale i s každým, s kým si rozumíme

reference:

je jen málo potravinářských firem, pro které jsme nedělali design značky nebo produktového obalu.

doplňující informace:

od roku 1993 jsme toho udělali skutečně hodně a nových příležitostí vidíme stále dost

...a to nás těší.



Freeboard®

Feel FREE to show up!

FREEBOARD EUROPE s.r.o.

Adresa společnosti:

Pod Krejčárkem 975/2, 130 00 PRAHA 3

Kontaktní osoba:

Tomáš Březina

Telefon:

+420 723 444 404

e-mail:

brezina@freeboard.cz

Webové stránky:

www.freeboard.cz

Charakteristika společnosti:

FREEBOARD EUROPE, s. r. o. je česká společnost, která už řadu let úspěšně působí v oblasti sales promotion. Díky vynikající kvalitě produktů podpory prodeje si společnost FREEBOARD získala dobrou pověst nejen na domácím trhu, ale i v zahraničí. Portfolio produktů naší společnosti obsahuje velké množství různých druhů a typů pomůcek podpory prodeje, které jsou vhodné jak pro prezentaci výrobků v interiéru, tak pro venkovní reklamu. Našimi odborníky vyvinuté konstrukční systémy umožňují snadnou a pohodlnou manipulaci s nabízenými produkty, moderní výrobní postupy zaručují jejich barevnou stálost a zároveň zajišťují odolnost vůči mechanickému opotřebení i působení vnějších vlivů. Provázaný systém služeb navíc dovoluje zhotovit zadanou zakázku „na klíč“ – postaráme se o kompletní realizaci požadovaného produktu od návrhu až po bezplatnou dopravu zákazníkům. Celoživotní záruka na veškeré výrobky společnosti FREEBOARD je samozřejmostí.

Reference:

Yves Rocher • Volksbank • Unicredit leasing • Tupperware • Supraphon • Seznam • Scania Czech Republic • Profimed • Pompo • Podravka - Lagris • Nestlé • Modrá pyramida • Mitas • Meopta • Maspex Czech • Charouz • Hyundai • Euronics • Emco • E.ON • Dibag • CCC • Burger King • Bosch • Bohemia Sekt • Avon • ABB a další.

Chceme, aby se naši klienti mohli na naše produkty spolehnout.

A chceme vyhovět i vašim smělým představám, co všechno s nimi chcete vytvořit – řekněte nám o nich, umíme je splnit.

Společně to dokážeme, děkujeme!

Freeboard®

Feel FREE to show up!

www.freeboard.cz



MOBILNÍ PREZENTAČNÍ SYSTÉMY

AROMA



GRAPHIC DESIGN



DIGITAL



MUSIC



MOBILE



GAIA GROUP

GAIA GROUP SE, Hadovka Office Park, Evropská 2589/33b, 160 00 Praha 6
M > 721 844 889 E > ales.stibinger@gaiagroup.cz W > www.gaiagroup.cz

Společnost GAIA poskytuje profesionální servis pro komunikaci v místě prodeje s využitím smyslového marketingu a digitálních technologií. Naše služby NOISPOT, EASY MUSIC, EASY AROMA, EASY TV a TEEG pokrývají široké spektrum variant pro komunikaci v místě prodeje a pomáhají zvýšit kulturu prodejního místa.

Využijte našich profesionálních služeb, rádi Vám pomůžeme při vytváření konceptu prodejního místa a tvorbě marketingových kampaní.

Noispot je geniální propojení hudby, sociální sítě, zábavy a interaktivity.

Teeg je moderní aplikace pro komunikaci na bázi NFC technologií.

Easy Music znamená hudbu pro Vaše prodejní místo bez starostí.

Easy TV je jednoduchá cesta ke kvalitnímu obsahu pro Vaše obrazovky.

Provoněný prostor bez starostí a podpora image Vaší značky.

GREP

GREP design s.r.o.

Adresa společnosti: Vážného 10, Brno 621 00

Kontaktní osoba: Ing. Marek Sabo

Telefon: +420 543 238 107

e-mail: grep@grep.cz

Odkaz na webové stránky: www.grep.cz

Charakteristika společnosti:

GREP se dlouhodobě zaměřuje na práci se značkou ve všech jejích fázích. Od vytvoření a uvedení na trh, následné podpory v místě prodeje až po realizaci značkové prodejny.

GREP je kreativní tým, který zajistí veškerý komfort a podporu prodeje Vaší značky.

Reference – klienti:

SONY, Kofola, ETA, Merida, ALZA.cz, Dormeo, GTS, Plastkon, AZ Pokorný, City Bank, Sykora kuchyně, Atlas.cz, Intel, Samsung

WWW.GREP.CZ

KREATIVNÍ ŘEŠENÍ PRO IN-STORE KOMUNIKACI



GREP

Visual Merchandising / Retail Design /
Brand Building / Consumer Competitions /
Corporate Identity

SONY

SAMSUNG

eta

alza.cz

kofola

citibank

intel

Sykora®

Hanton®

HANTON – svetelné reklamy s.r.o.

Adresa spoločnosti: Dr. Pantočku 335, 955 01 Topoľčany

Kontaktná osoba: Peter Hanton

Telefon: +421 902 955 203

e-mail: hanton@hanton.eu, peter.hanton@hanton.eu

Webové stránky: www.hanton.eu

Charakteristika spoločnosti:

Firma Hanton – svetelné reklamy pôsobí v oblasti reklám od roku 1990. Za ten čas sme nadobudli bohaté skúsenosti v oblasti reklám ktoré radi premietame do realizácií našich klientov.

Naša spoločnosť sa zaoberá výrobou svetelnej a nesvetelnej reklamy všetkých druhov, tvarov a variácií. Od jednoduchej tlačenej grafiky až po komplexne riešenia svetelných imidžových log, označení prevádzok a podobne. Zabezpečujeme komplexný balík od návrhu cez výrobu až po montáž. Sme plne sobestační vo všetkých troch spomenutých krokoch. K dispozícii máme areál o rozlohe 10 000 m². Len výrobné priestory majú cez 2000 m². Disponujeme výrobnými technológiami ako sú fréza, vodný lúč, veľkoplošná UV tlač... Taktiež máme vlastnú výrobu neónových trubíc, lakernickú dielňu a pod. Tieto prostriedky nám umožňujú ako jedným z mála realizovať aj veľké sieťové projekty. Pracujeme so širokou škálou materiálov ktoré sa používajú v oblasti reklám.

Naše skúsenosti sú obohatené realizáciami pri ktorých sa montáž realizovala za pomoci vrtuľníka / VUB banka, Slovak Telecom, IBM, Škoda auto.../

Pôsobíme na slovenskom a českom trhu no realizovali sme projekty aj v ďalších krajinách Európy.

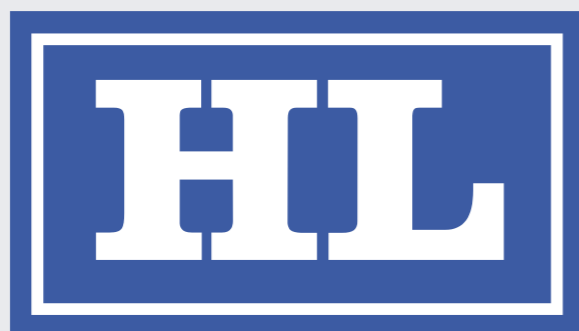
Reference

- Orange – rebranding celé Slovensko • T-mobile – rebranding celé Slovensko
- Slovak Telecom • VUB banka – rebranding celé Slovensko
- Dexia banka – rebranding celé Slovensko • Unicredit Bank – rebranding celé Slovensko
- ČSOB banka – rebranding celé Slovensko • NAY Elektrodom – sieť predajní Slovensko
- Zentiva • Coca Cola • HB reavis • Poštová banka

www.hanton.eu

Hanton®
SVETELNÁ A NESVETELNÁ REKLAMA





HL Display Česká republika

Adresa společnosti:

Zelený Pruh 93/95, 140 00 Praha 4

Kontaktní osoba:

Vojtěch Motl

Telefon:

+420 737 283 185

e-mail:

vojtech.motl@hl-display.com

Webové stránky:

www.hl-display.cz

Charakteristika společnosti:

HL Display je předním světovým dodavatelem produktů a řešení z oblasti in-store komunikace a merchandisingu. Naše řešení cílíme jak na zákazníky z oblasti maloobchodního trhu, tak i na výrobce a distributory značkových produktů.

HL Display je mezinárodní společností aktivně působící na 48 trzích v Evropě, Středního východu a Asie. Ve 36 zemích máme vlastní pobočky, na 12 trzích nabízíme naše řešení prostřednictvím vybraných distributorů.

HL Display byla založena v roce 1954. V současné době naše společnost zaměstnává okolo 1100 zaměstnanců a její obrat se pohybuje okolo 180 milionů Euro (2011).

Nabízíme řešení pro in-store komunikaci a merchandising. Naše 50-ti leté zkušenosti v těchto oblastech nám pomáhají vytvářet a zdokonalovat prvotřídní sortiment výrobků a řešení. Řešení, která respektují jak stanovený koncept prodejny, tak specifické požadavky jednotlivých výrobních kategorií.



Creating an attractive and selling in-store environment that strengthens the consumer's shopping experience

BRAND^{HL}**MAN**

Bring your brand to life

HL Display's innovative solutions focusing our proven competence in primary and secondary placement of branded products for the retail industry.

**UŽ NEHLEDEJTE ŽÁDNOU JINOU FIRMU, KTERÁ
VYRÁBÍ REKLAMNÍ KOVOVÉ STOJANY.**

PRÁVĚ JSTE JI NAŠLI.



www.horma.cz

YOU ALREADY FOUND IT.

**DON'T LOOK FOR ANOTHER COMPANY WHICH
PRODUCES ADVERTISING METAL DISPLAYS.**

www.horma.cz



E-shop
Zakázková výroba
Nabídkové kontejnery



Háčky
Sítě

Reklamní vozíky
Pultové stojany
Firemní stojany
Stojany na tiskoviny
Display



tel.: 573 338 280
e-mail: marketing@horma.cz



H.R.G. spol. s r. o.

Adresa společnosti: Svitavská 1203, 57001 Litomyšl

Kontaktní osoba: Daniel Brýdl

Telefon: +420 602 202 580

e-mail: daniel.brydl@hrg.cz; hrg@hrg.cz

Webové stránky: www.hrg.cz

Charakteristika společnosti:

Ofsetová archová tiskárna H.R.G. je posledním pokračovatelem nepřetržité pětiset leté tradice tisku v Litomyšli. Tiskárna H.R.G. nabízí zákazníkům ucelený řetězec polygrafických prací počínaje grafickým návrhem v DTP studiu až po různé typy dokončení včetně skladování a finálního rozvozu tiskoviny do požadované lokality. Mezi naše výrobky patří mj: katalogy, manuály, návody, brožury, letáky, kaširované stojany a šanony, poutače, stojánky, krabičky, obaly, luány, wobler, wrapy, skládačky, mapy, pohlednice, časopisy, periodika, stolní a nástěnné kalendáře, sešity, diáře, dopisní obálky s potiskem, puzzle, pexesa a samolepky.

Společnost má certifikovaný systém ISO 9001:2009, 14001:2005 a je také certifikována v rámci systémů FSC a PEFC. Firma je provozovatelem internetového tiskového portálu pro profesionály Hrgolino – www.hrgolino.cz

Nejmodernější tiskové stroje (Heidelberg a Komori) i technologie dokončujícího zpracování (Müller Martini, BOBST....) zaručují klientům tiskárny H.R.G. dodávky nejvyšší kvality, v požadované rychlosti a za zajímavé ceny.

Vlastní autodoprava zajišťuje několikrát denně rozvoz po Praze, Brně i do dalších destinací dle potřeby.

Nejlepší ceny pro jednoduché tiskoviny naleznete na www.hrgolino.cz a to díky slučování tisků na archy, standardizovaným materiálům a automatickému průběhu zakázky firmou. Vyzkoušejte i Vy!

KRABÍČKY

MANUÁLY

STOJÁNKY

KATALOGY



Přítiskněte se k nám!



www.hrg.cz



MARS

Mars Czech s.r.o.

Pražská 320
257 21 Poříčí nad Sázavou

Telefon
+420 317 760 111

Spotřebitelské centrum
844 135 135

www.mars.com/czech



Mars Česká republika a Slovensko je součástí společnosti Mars, Incorporated, jedné z největších rodinných společností na světě.

Na česko-slovenském trhu působí společnost Mars od roku 1992.

Společnost Mars je globálně rozdělena do šesti obchodních segmentů:

- čokoládové výrobky
- výrobky pro domácí zvířata
- potraviny
- nápoje
- Symbioscience
- a nově Wrigley

www.pedigree.cz • www.chappi.cz • www.perfectfit.cz • www.whiskas.cz
www.vyzivapsuakocek.cz • www.peceopsa.cz
www.unclebens.cz





... for your store

MBG, spol. s r.o.

Adresa společnosti: Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh

Kontaktní osoba: Stanislav Doleček Bc., Executive manager

Telefon: +420 583 401 322

e-mail: stanislav.dolecek@mbg.cz

Webové stránky: www.mbg.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost MBG se řadí mezi významné dodavatele vybavení interiérů prodejen. V oblasti prodejen čerpacích stanic je v rámci České republiky nejvýznamnějším dodavatelem. Od svého vzniku v roce 1993 prochází firma vývojem, který postupně měnil malou obchodní firmu na výrobní organizaci. Dnes je těžiště činnosti v poskytování komplexních služeb s cílem nabídnout zákazníkovi řešení, které mu bude plně vyhovovat a odpovídat požadavkům a trendům stále náročnějšího maloobchodního trhu. V rámci těchto služeb využíváme mnohaletých zkušeností v oboru.

Důraz je kladen na vývoj nových řešení. Vlastní výroba je schopna řešit všechny požadavky dané designem a návrhem šitým na míru pro jednotlivé zákazníky.

Během roku 2008 a 2009 společnost vybudovala nový areál firmy. Přestěhování do nového centra proběhlo v září roku 2009. Nový areál poskytuje potřebné technické zázemí a odpovídající výrobní prostory pro další růst firmy a zkvalitňování služeb.

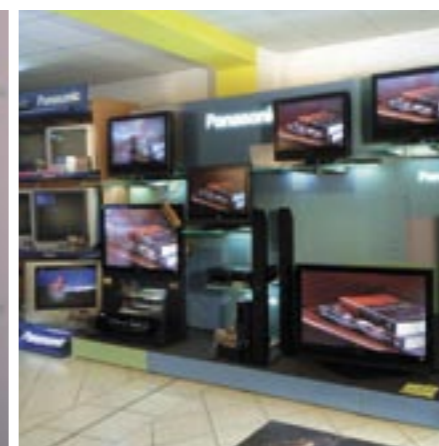
Svým zákazníkům společnost nabízí:

- vypracování nezávazné nabídky
- CAD návrhy interiérů, vizualizace v prostoru v 3D modelech
- spolupráce se zkušenými architekty a designéry
- důkladná technická příprava, kvalitní kovovýroba a stolářská výroba s využitím špičkových technologií, prášková lakovna
- rychlá a kvalitní montáž s ohledem na provozní podmínky zákazníka
- záruční a trvalý pozáruční servis

Flexibilita, krátké dodací lhůty, vysoká užitná hodnota výrobků a kvalitní servis umožňují plně uspokojit požadavky a přání všech zákazníků.

Reference:

Agip - síť čerpacích stanic ČR, SK • **BENZINA** - síť čerpacích stanic ČR • **SHELL** - síť čerpacích stanic ČR, SK • **OMV** - síť čerpacích stanic ČR, SK, AT, DE, HU, BG, RO, HR, SI, IT, BA, CS • **GECO TABAK** - síť prodejen TABÁK – TISK ČR, SK • **Pavel Dobrovský** - **BETA** - síť knihkupectví ČR • **US-ACTION** - síť prodejen počítačových her, hardwaru a softwaru GAME SHOP ČR • **JPServis** - síť prodejen smíšeného zboží PONT na nádražích ČR • **FAST ČR** - síť prodejen hodinek Planeo Quick Time ČR • **Panasonic** - prezentační stojany na televizory a elektroniku ČR, SK • **CORIAL** - síť prodejen hodinek a šperků ČR • **City Realex** - síť prodejen erotického zboží EROTIC CITY ČR, SK



MBG, spol. s r.o.

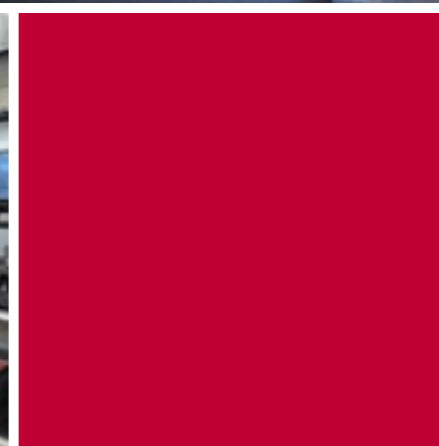
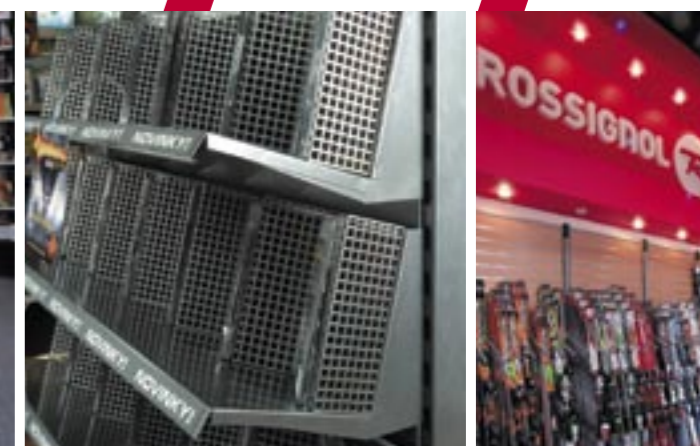
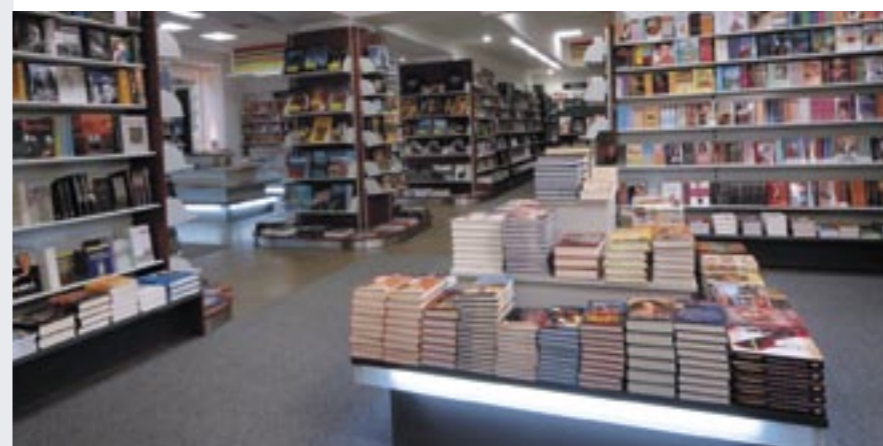
Sadová 2323/4

789 01 Zábřeh

P: +420 583 401 311

www.mbg.cz

20
1993–2013





McCoy&Partner, spol. s r.o.

Adresa společnosti:

Prokopská 8, 118 00 Praha 1

Kontaktní osoba:

Ing. Zuzana Kress / Managing Partner

Telefon:

+420 777 625 777

e-mail:

zuzana.kress@mccoy-partner.com, agentura@mccoy-partner.com

Webové stránky:

www.mccoy-partner.com

Charakteristika společnosti:

Naším klientům dáváme přesně ten pocit, který u agentur tohoto typu hledají a který je stále vzácný. Pocit, který evokuje u klienta právě to, že jejich značky jsou pro nás důležité, rozumíme jim a jsou v centru naší pozornosti. Jsme součástí jejich cesty k úspěchu se vší kompetencí, nasazením a orientací na výsledky. Tento pocit a zkušenosti jdou u nás ruku v ruce a nesmí se rozdělit. Dáváme klientovi prostor, aby zažil, vyzkoušel a zjistil to, co je pro jeho značky nejlepší a kde dostanou tu nejlepší péči. Značkám nabízíme integrované kampaně, spotřebitelské soutěže, samplingy, road show, sales promotion od hard sellingových ochutnávek před tailor made promoce, category management, grafické zpracování, logistiku a eventy. Podlinka nás jednoduše baví a rádi hledáme vhodné komunikační kanály, které vedou k úspěšným kampaním a splnění cílů pro danou značku.

Reference:

Nestlé • Danone • Bellinda • PPG • Jan Becher – Pernod Ricard • Nutricia • Bel Sýry
• GE Money Bank • Colgate • Hamé • Galerie Vaňkovka • Johnson & Johnson • O2
• Monster • Karlovarské Minerální vody • Nescafé Dolce Gusto

Jsme členem asociace POPAI CENTRAL EUROPE

a členem iBTL sekce Asociace komunikačních agentur.

WHERE
BRANDS
GET PRIME
CARE



NEBUDEME VÁM UKAZOVAT NA TOMTO MÍSTĚ HROMADY NAŠÍ MINULÉ PRÁCE. CO BYLO, BYLO. KAŽDÁ ZNAČKA JE UNIKÁTNÍ A JE ZBYTEČNÉ PRACOVAT S KOPIEMI. ROVNĚŽ MÍSTO PRODEJE JE POSLEDNÍ ŠTACÍ, DO KTERÉ ZNAČKA DORAZÍ SE VŠÍM, CO PO CESTĚ NABRALA. TO, CO SE DĚJE V MÍSTĚ PRODEJE JE ZRCADLEM TOHO, CO SE UDÁLO PŘED TÍM. PO CESTĚ. MY V MCCOY&PARTNER JSME TADY, ABYCHOM NA TÉTO CESTĚ BYLI S VAŠIMI ZNAČKAMI OD ZAČÁTKU A PŘIVEDLI JE DO MÍSTA PRODEJE SILNÉ, SEBĚVĚDOMÉ, UNIKÁTNÍ A S KONKURENČNÍ VÝHODOU, KTEROU V MÍSTĚ PRODEJE PROMĚNÍ V PRODEJ. CESTA ZNAČKY JE NÁŠ CÍL. OD ZAČÁTKU. DO KONCE.

The real McCoy

2011 / POPAI AWARDS

- 1. místo, vítěz kategorie „Integrovaná kampaň v místě prodeje“ / Ballantine’s
- 1. místo, vítěz kategorie „Dárky v místě prodeje“ / Ballantine’s
- 1. místo, vítěz kategorie „Prototypy pro komunikaci v místě prodeje“ / Leerdammer

2010 / POPAI AWARDS

- Ocenění „Vynikající realizace“ / Nestlé / JoJo planeta / kategorie „Promostánky“
- 1. místo v kategorii „Reklamní dárky v místě prodeje“ / Ballantine’s



M.I.P. Group, a.s.

Adresa společnosti:

Hollarovo nám. 11, 130 00 Praha 3

Kontaktní osoba:

Zdeněk Sobota

Telefon:

+420 267 315 585

e-mail:

sobota@mip.cz

Webové stránky:

www.mip.cz

Charakteristika společnosti:

M.I.P. Group se již více než 20 let zaměřuje na organizování zahraničních a tuzemských výstav a veletrhů, včetně nejdůležitějšího veletrhu reklamních služeb v regionu střední Evropy, Reklama-Polygraf. Mimo jiné zajišťuje i mezinárodní semináře a konference, například Forum Media a další. Kromě toho se společnost etablovala jako přední poskytovatel indoorových a outdoorových ploch, neonové reklamy. V současné době nabízí řešení reklamních kampaní v klíčových mediatypech.

K hlavním mediálními projektům společnosti patří již několik let prezentace České republiky v zahraničí. V rámci mezinárodních kampaní pracuje společnost M.I.P. Group s nejpoužívanějšími mediatypy – TV, tisk, outdoor, rozhlas, internet, ale například i ambientní média, která jsou dnes klienty stále častěji využívána. Můžeme zúročit i dlouholeté zkušenosti s netradičními reklamními nosiči, například reklamní kampaně na letištích či v in-flight magazínech. Významné mediální kampaně realizovala společnost M.I.P. Group nejen v Evropě, ale i Americe či v Asii.

Nabízeným spektrem aktivit a vysoce profesionální realizací projektů naplňuje M.I.P. Group dlouhodobou filozofii vycházet vstříc klientům, kteří vyžadují efektivní komunikaci napříč nejrůznějšími, i netradičními, mediatypy.

reklama
polygraf
2013

PRINT INVENT!ON

SIGN INVENT!ON

GIFT INVENT!ON

...**novinky, invence,**
aktuální trendy v oboru

I ♥ MKPR

O.S.

MKPR, o. s.

Adresa společnosti:

Smetanovo nábřeží 995/6, 110 01 Praha 1

Kontaktní osoba:

Jakub Havránek

Telefon:

+420 606 764 539

e-mail:

jakub.havranek@mkpr.cz

Webové stránky:

www.mkpr.cz

Charakteristika společnosti:

MKPR, o. s. je občanské sdružení studentů oboru Marketingová komunikace a public relations na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze. Vzniklo v březnu roku 2012. Cílem sdružení je vytvoření unikátní platformy, kde se aktivní studenti mohou podílet na aktivitách i mimo prostory univerzity. Sdružení tak zaštiťuje pořádání celé řady studentských akcí a různých projektů v rámci školy i právě mimo ni. Zároveň tak svým členům umožňuje vyzkoušet si své nabyté vědomosti ze studia v praxi na reálných projektech. Občanské sdružení má desítky řadových členů a 6 členů výkonného výboru.

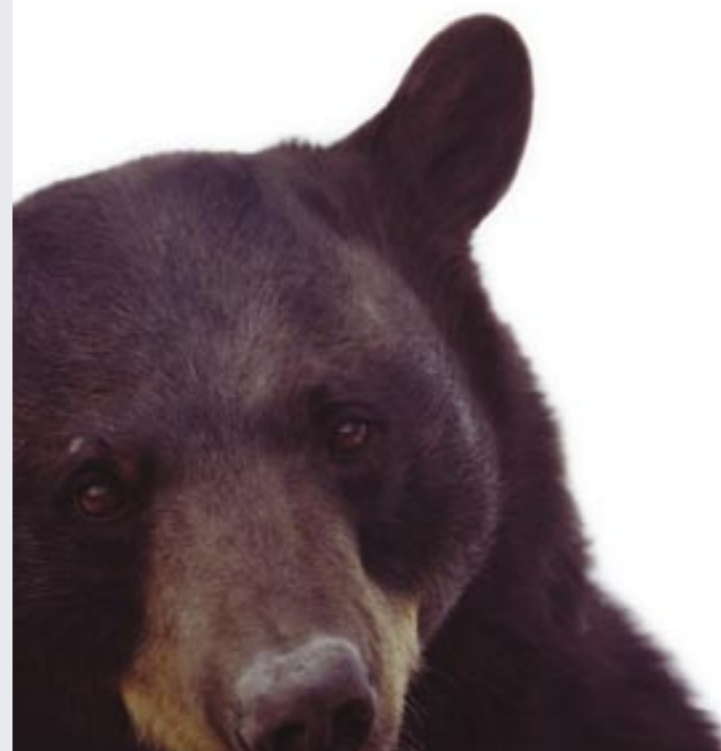
Sdružení spojuje studenty napříč všemi ročníky oboru MKPR včetně absolventů a poskytuje tak nevšední možnost spojení studentů s praxí. Organizace se například podílela na vytvoření studijního předmětu In-store marketing na Katedře marketingové komunikace, kde má sdružení plnou podporu.

Jako člen POPAI CE se sdružení věnuje rozšíření soutěže POPAI STUDENT AWARDS, prohlubování in-store témat mezi studenty a dalšímu propojování akademického sektoru se soukromým.

Více informací na stránkách www.mkpr.cz

I ♥ MKPR

O.S.





marketing
research

monit

monit s.r.o.

Adresa společnosti:

Millenium center, Hybešova 42, 602 00 Brno

Kontaktní osoba:

Jaroslav Kapoun

Telefon:

+420 773 111 501

e-mail:

office@monit.cz

Webové stránky:

www.monit.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost monit je předním poskytovatelem marketingových průzkumů, strategií a analýz, hodnocení exekuce obchodních zástupců firem, merchandisingu, in-store a out-store eventů, kreativních kampaní, návrhů věrnostních programů. K dosahování výjimečných výsledků v oblasti kvality a rychlosti dodávaných dat ji napomáhá její mimořádná pozornost, nejlepší personální zajištění a využívání nejmodernějších softwarových nástrojů včetně hardwarového vybavení pro on-line sběr dat / komunikaci. Díky čemuž patří k leadrům na trhu.

Dodržování nejpřísnějších standardů kvality a etiky výzkumné práce dokazuje také členství společnosti v oborových asociacích.

Reference:

The Coca-Cola company • Coca-Cola HBC • Emco • Grundfos • Illy • Douwe Egberts • Centropen • OBI • Rossmann • Haribo • ŠkoFIN, ...

Více na www.monit.cz



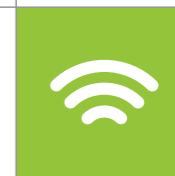
Na základě
dat nejvyšší
kvality ...



... získáte
analýzu
přesně
na míru ...



... zvýšíte
efektivitu
prodeje ...



... dostanete
on-line
informace
z trhu ...



... snížíte
náklady na
obchodní
tým ...



... a prověřte
pracovní
procesy.

www.monit.cz



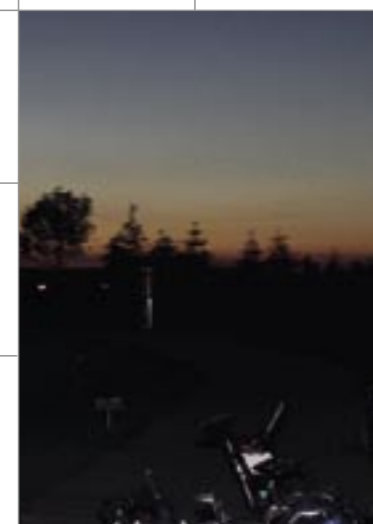
Golf Resort
Konopiště

POŘÁDÁME GOLFOVÝ TURNAJ
Retail Golf Cup

VIP
DENNÍ
TURNAJ
30.5.2013



JEDINEČNÝ
NOČNÍ
TURNAJ
10.9.2013



www.retail-golf-cup.cz

Golf
Mladá Boleslav



MOOD:CZECH REPUBLIC

poskytujeme řešení v malobchodní oblasti in store medií. Propojujeme obraz, zvuk a vůni, vytváříme tak dokonalou smyslovou harmonii, která zvyšuje efektivnost prodeje jednotlivých obchodních značek. Pracujeme s inovativními řešeními včetně celkové komunikační internetové platformy, nových médií.

Působíme jako rozcestník národních klientů pro jednotlivé obchodní operace v regionu.

MOOD: Kodaňská 1441/46, 4D Office center, 101 00, Praha 10 M+420 724 333 129 info@moodmedia.com www.moodmedia.cz



HUDBA



VIZUÁLY



VŮNĚ

Služby MOOD v číslech

546

techniků ve více než 55 zemích

14,550,353

kilometrů kabeláže

175,000+

každoročně instalovaných reproduktorů

57

designerů po celém světě

200+ partnerů-světových jedniček ve svém oboru

SAMSUNG

Klipsch

CRESTRON

BOSE

560,000

Spokojených klientů

1815

Let zkušeností z mnoha odvětví



MORIS design s.r.o.

Adresa společnosti: Pod Stárkou 33, 140 00 Praha 4, Česká republika

Kontaktní osoba: Radomír Klofáč

Telefon: +420 222 51 22 31

GSM: +420 724 07 56 30

e-mail: radomir.klofac@moris.cz

Webové stránky: www.moris.cz

Charakteristika společnosti:

MORIS design je přední výrobce prostředků na podporu prodeje, prodejních stojanů (POP a POS) v České republice a největší pražský výrobce reklamy. Prodejní stojany značky MORIS design najdete u zákazníků v různých koutech Evropy, Asie a USA.

Specializovaná divize se zabývá realizací komerčních interiérů na klíč. Tým Moris vyřídí vše od projektové dokumentace, stavebního povolení, po návrh autorského řešení interiéru až po samotnou stavbu a výrobu interiéru na klíč.

Společnost vyrábí veškeré druhy světelné reklamy s využitím LED osvětlení. Zabývá se výrobou orientačních systémů, které dodává do obchodních jednotek, průmyslových budov, obchodních center a areálů.

Velký důraz klade Moris na prvotřídní design. Ten prezentuje ve 3D vizualizacích. Za designové návrhy a následnou realizaci prodejních stojanů pro různé typy zboží Moris v posledních letech získal řadu ocenění.

Reference:

ACI • adidas • AGFA photo • ASKO - Nábytek • Alpine Pro • A3 Sport • Bellinda • Bosch • Bolton • BigBoard • Bridgestone • Comperio • Crocodile • Divadlo pod Palmovkou • Ecover Belgie • Elektroworld • Fagor • FORTUNA • Feron • Gabriella Salvete • Groupe Cépovert Francie • GOODYEAR • Husky • JCB Anglie • JUB • Kenvelo • KOMWAG • KOTVA • La Bodequita • Levi's • Linde • L'Oreál • Makita Belgie • Makro • Mediatel • Národní divadlo • Nike • Nikon • Novodvorská Plaza • 02 Telefónica • Palace Cinemas • Palladium • Panasonic Energy Europe Belgie • Pekárna Kabát • Pilsner Urquell • ProLogis • Sportissimo • Student Agency • ŠKODA Auto • T-Mobile • Volný • Uniqua • Wine Food Market • T-Mobile • Zweibrüder Německo

Další doplňující informace :

Společnost má vlastní divizi zaměřenou na marketingovou komunikaci (MORIS agency) a eventovou divizi (MORIS events). Pro své klienty je tak schopna zajistit kompletní servis od tvorby marketingového plánu, přes návrhy jednotlivých projektů, až po jejich realizaci.



SVĚTELNÉ REKLAMY / LIGHT ADVERTISING



PRODEJNÍ STOJANY / POP / SALES DISPLAY



KOMERČNÍ INTERIÉRY / COMMERCIAL INTERIORS



SIGNMAKING / REBRANDING



ORIENTAČNÍ SYSTÉMY / ORIENTATION SYSTEMS



Nestlé

Nestlé Česko s.r.o

Adresa společnosti:

Mezi Vodami 2035/31, 143 20 Praha 4

Kontaktní osoba:

Infocentrum Česká Republika

Telefon:

0800 135 135

Webové stránky:

www.nestle.cz

Charakteristika společnosti:

Nestlé Česko a Nestlé Slovensko patří do světové potravinářské skupiny Nestlé S.A. s centrálou ve švýcarském Vevey, která ve více než 80 zemích světa zaměstnává na 280 000 lidí.

Celosvětové portfolio výrobků Nestlé je velmi široké – patří sem káva NESCAFÉ, polévky a bujóny MAGGI, mléčné výrobky, cukrovinky, balená voda, zmrzlina, klinická výživa či dětská výživa NESTLÉ i strava pro domácí zvířata PURINA, taky cukrovinky a čokolády ORION, BON PARI, JOJO

České republice a na Slovensku pracuje v pražské centrále, v bratislavské kanceláři a v závodech Zora Olomouc, Sfinx Holešov a Prievidza více než 2 700 zaměstnanců.

- Závod ZORA Olomouc vyrábí čokoládové cukrovinky (především značky ORION).
- Závod SFINX Holešov vyrábí nečokoládové cukrovinky (především značky BON PARI a JOJO).
- Závod ve slovenské Prievidze vyrábí kulinářské výrobky (značky MAGGI a CARPATHIA).



Nestlé

Good Food, Good Life





OMD Czech, a.s.

Adresa společnosti: Lomnického 1705/9, Praha 4

Kontaktní osoba: Jan Řehák

Telefon: +420 222 077 201

e-mail: jan.rehak@omd.com

Webové stránky: www.omd.cz

Charakteristika společnosti:

Jsme součástí jedné z největších celosvětových agentur specializovaných na mediální komunikaci, která investuje miliardy dolarů prostřednictvím více jak 140 poboček v 80 zemích světa. Jsme organizace, do které přicházejí dodavatelé z médií nabízet svoje produkty a koncepty, ve které chtějí nejlepší a nejbystřejší lidé budovat svoji kariéru, a na kterou odborná veřejnost pohlíží jako standard, se kterým se všichni porovnávají. Od svého založení 1. 6. 1993 se OMD Czech držela na první pozici mezi mediálními agenturami v realizovaném obratu v médiích a v efektivitě nákupu, v čemž OMD Czech úspěšně pokračuje. OMD Czech v minulém roce obhájila titul Mediální agentura roku v ČR.

Náš přístup:

Nabízíme naše myšlení, náš přístup k řešení úkolů v oblasti marketingových komunikací. OMD Vision je proces, který pomáhá našim klientům (a nám) vyhrávat - dávat šach mat konkurenci.

OMD Vision představuje mnohem více, než jen mediální plánování a nákup. Je to způsob myšlení, pracovní postupy, které vedou v tvorbě inovativních a efektivních řešení v marketingové mediální komunikaci. Umožňuje našim klientům a nám významně zvýšit sílu značky.

Reference:

Mediální agentura OMD Czech pracuje pro největší zadavatele v ČR, jak z řad přímých zadavatelů reklamy, tak reklamních agentur. **Více informací viz www.omd.cz**

TO

že jsme byli pětkrát během pěti let vyhlášeni mediální agenturou roku, pro vás moc neznamená.

Dokud nejste naším klientem.
Změnit to můžete hned.

Jan Řehák, jan.rehak@omd.com
managing director



Mediální agentura roku 2011, 2010, 2009, 2008, 2007



POS Media Czech Republic, s. r. o.

Adresa společnosti: Jihlavská 1276/17, 140 00 Praha 4

Kontaktní osoba: Pavlína Klementová

Telefon: +420 261 198 801

e-mail: info@posmedia.cz

Webové stránky: www.posmedia.cz

Charakteristika společnosti:

Jsmo mediální společnost, která je na českém trhu aktivní od roku 1998. Naší specializací je reklama v místě prodeje jak uvnitř nákupních prostor, tak v jeho blízkém okolí. V současné době spolupracujeme s více než 145 klienty a hlavními hráči nejen v segmentu FMCG.

Velmi si vážíme exklusivní spolupráce v oblasti instore reklamy s řetězci TESCO Stores ČR a Ahold Czech Republic. Neméně důležité je pro nás zajišťování sales promotion ve velkoobchodních střediscích Makro, hypermarketech Interspar a Kaufland. Pracujeme se standardními POS materiály, digitálními, či 3D nosiči. Věnujeme se také promo aktivitám, ochutnávkám, merchandisingu a nově i slevovým kuponovým knížkám.

Kromě tradičního místa prodeje také působíme na středních i vysokých školách a v rámci čerpacích stanic Agip, Benzina a Lukoil.

POS Media Czech Republic patří do skupiny POS Media Europe, která má pobočky ve Francii, Maďarsku, Německu, Polsku, Slovensku, Turecku, na Ukrajině a ve Velké Británii.

Reference:

- Bohemia Sekt • Bolton Czechia • Budějovický Budvar • Brown Forman
- GlaxoSmithKline • Henkel • Heineken ČR • Karlovarské Minerální vody
- Komerční banka • Kraft Foods • Nestlé Česko • Pivovary Staropramen
- Polabské mlékárny • Procter & Gamble • Tchibo • Unilever • Wrigley

Další doplňující informace:

Asociaci POPAI podporujeme od roku 2008 a aktivně se zapojujeme v oblasti výzkumu i vzdělávání. Stáli jsme u zrodu projektu www.mistoprodeje.cz, kde společně s ostatními partnery máme za cíl zvýšit informovanost, povědomí a zájem o obor reklama v místě prodeje!



ČERPACÍ STANICE



INSTORE



ŠKOLY

Název společnosti **PROST - orientační systémy s.r.o.**
 Adresa společnosti **Dlážděná 7, 552 11 Velichovky**
 Kontaktní osoba **Dorota Tylšová**
 Telefon **+420 491 880 161, 737 282 093, 737 282 097**
 E-mail **prost@prost.cz**
 Odkaz na webové stránky **www.prost.cz**

Firma Prost je od roku 1991 významným výrobcem **světelné reklamy, nápisů, štítů, pylonů a orientačních systémů**. Poskytujeme služby od návrhu, statických výpočtů, přes tvorbu grafiky, konstrukci a výrobu po konečnou montáž. Máme tým zkušených pracovníků, kteří Vám poskytnou technickou podporu a zrealizují Vaše představy. Využíváme vlastní **DTP studio, velkoplošný tisk, vyřezávací plotr, gravírovací plotr, a výrobní dílnu s lakovnou**. Ve spolupráci s architekty zajistíme projektovou dokumentaci. Naším klientům stačí přijít s představou a my ji zhmotníme do efektivní reklamy. Proto jsou našimi spokojenými zákazníky školy, úřady, živnostníci, obchodníci, firmy všech velikostí a také obchodní řetězce.

Při jednání se zákazníkem dodržujeme tyto zásady:

- Plná technická podpora a osobní přístup pro každého zákazníka
- Dodáme vše od jmenovky po reklamní věž
- Zákazník dostane vždy výrobek ve vysoké kvalitě

Naše práce ve světelné reklamě byla oceněna v soutěži **DUHOVÝ PAPERSEK**.

Obchodní řetězce



- Světelné reklamy a štíty
- Velkoplošný tisk
- Potisk plachet
- Atraktivní design pro firemní vozy

Reklamní věže



Světelné reklamy



Orientační systém SPANDEX
 elegantní orientační systém
 s mnoha prvky a maximální variabilitou

- Varianty pro exteriér i interiér
- Reprezentativní vzhled
- Rychlá výroba a montáž
- Pro montáž na zeď i samostatně stojící prvky
- Vhodný pro polep nebo gravírování

QUIX, S.R.O.

ČERNOKOSTELECKÁ 2247
AREÁL GREEN SQUARE/BUDOVA Q
251 01 ŘÍČANY U PRAHY
TEL.: +420 608 258 688
E-MAIL: INFO@QUIX.CZ
WWW.QUIX.CZ

KONTAKTNÍ OSOBA:
MIRO BARTÁK, CONCEPT DIRECTOR

CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI:

QUIX JE KREATIVNÍ AGENTURA ZAMĚŘENÁ PŘEDEVŠÍM NA EVENT MARKETING S UNIKÁTNÍ DISPOZICÍ HI-TECHNOLOGIÍ, KTERÝMI PLNOHODNOTNĚ A ZCELA ORIGINALNĚ NAHRADUJE DOPOSUD BĚŽNÉ SDĚLOVACÍ PROSTŘEDKY A REKLAMNÍ NOSIČE. HLAVNÍ MISÍ SPOLEČNOSTI QUIX JE OSVOBODIT REKLAMU OD VŠEDNOSTI A UPLATNĚNÍM TĚCHTO POKROKOVÝCH VYNÁLEZŮ POVZNĚST REKLAMNÍ PREZENTACI A KOMUNIKACI AŽ NA ÚROVEŇ „MATRIXU“.

NOVÉ TECHNOLOGIE A INTERAKTIVNÍ APLIKACE QUIX NEUSTÁLE SAMOSTATNĚ VYVÍJÍ, MNOHDY I PŘÍMO NA MÍRU DANÉHO ZADÁNÍ. SVÝM KLIENTŮM TAK MŮŽE NABÍDNOUT ZCELA ORIGINALNÍ ZPŮSOB PREZENTACE, AŽ UŽ SE JEDNÁ O SPECIÁLNÍ PROJEKČNÍ TECHNOLOGIE NA KONFERENCE, NETRADIČNÍ POUTAČE PRO REKLAMNÍ KAMPAŇE, ATYPICKÉ ŘEŠENÍ PROSTORU A SCÉNY UŽITÍM INOVATIVNÍCH A VÍCEÚČELOVÝCH DEKORACÍ, INTERAKTIVNÍ ZÁBAVU PRO HOSTY ČI SUGESTIVNÍ MULTIMEDIÁLNÍ PROGRAM NA AKCE.

QUIX SE BĚHEM DESETI LET PŮSOBENÍ NA ČESKÉM REKLAMNÍM TRHU PODEPSAL NA CELÉ ŘADĚ MIMOŘÁDNÝCH PROJEKTŮ, A PRÁVĚ DÍKY NIM VEŠEL VE ZNÁMOST JAKO HI-TECH ŽIVEL KREATIVNÍHO MARKETINU.

REFERENCE:

KONFERENCE – ING, OVB, COCACOLA, AHOLD, TELEFÓNICA O2
SPOLEČENSKÉ PARTY – ADIDAS, ISOVER, IVECO, BURZA CENNÝCH PAPIRŮ
VEŘEJNÉ AKCE – HIGHJUMP, TANEČNÍK ROKU, JOYRIDE
GALAVEČERY – NEMOVITOST ROKU, AUTOBEST
MÓDNÍ SHOW – TOP SECRET
GRAND OPENINGY – DOLCE & GABBANA
UVÁDĚNÍ PRODUKTŮ NA TRH – PORSCHE, NIKE, WRIGLEY, ALPINE PRO
PROMOTION A DISTRIBUCE – PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ, O2 BUDOUCNOST PŘÍCHÁZÍ, VODAFONE, HYUNDAI
GUERILLA MARKETING – T-MOBILE, FERRERO – PAN CHLÁDEK, IKEA

KONTAKTNÍ OSOBA:
GABRIELA AL DHÁBBA
TELEFON: + 420 723 072 551
E-MAIL: GABA@QUIX.CZ



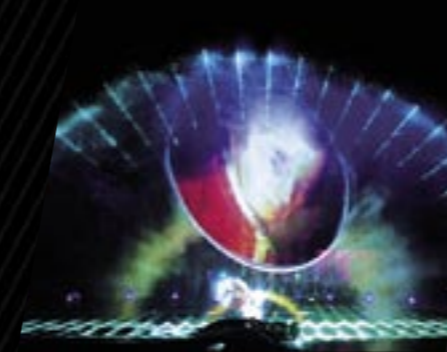
HOLOGRAFICKÝ STOJAN
ZOBRAZÍ VAŠE LOGO ČI PRODUKT JAKO
3D VIRTUÁLNÍ OBJEKT



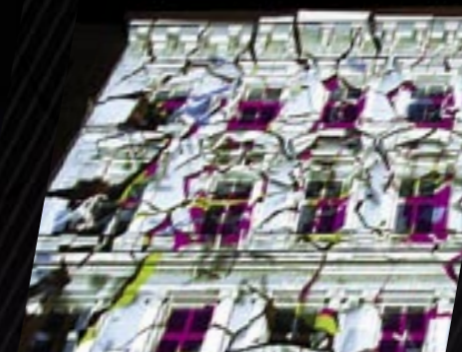
INTERAKTIVNÍ PODLAHA
S VIZUÁLNÍM OBSAHEM, KTERÝ REAGUJE
NA KROKY PO JEJÍM POVRCHU



LASER GRAFFITI
SVĚTELNÉ NÁPISY MALOVANÉ V REÁLNÉM ČASE
POMOCÍ LASEROVÉHO PERA



VODNÍ STĚNA
IMPOZANTNÍ PROJEKCE NA SOUVISLOU
VODNÍ STĚNU VE TVARU VĚJÍŘE



MAPPING
PROJEKCE PŘIPRAVENÁ NA MÍRU
KONKRÉTNÍMU PŘEDMĚTU ČI BUDOVĚ



MOBILEMAN
SEGWAY BEZ ŘÍDÍTEK JAKO IDEÁLNÍ PROSTŘEDEK
K DISTRIBUCI PROMOMATERIÁLŮ



SPECIÁLNÍ PROJEKČNÍ STĚNY
NEKONEČNĚ DLOUHÉ PANORAMATICKÉ
PROJEKCE



NOČNÍ PROJEKCE
EFEKTIVNÍ VENKOVNÍ PREZENTACE, KTERÁ
UPOUTÁ POZORNOST NA VELKOU DÁLKU



REACTABLE
REVOLUČNÍ NÁSTROJ PRO KOLEKTIVNÍ
TVORBU MUZYKY



DRAGANFLYER
SNÍMÁ FOTKY A VIDEO Z PTAČÍ
PERSPEKTIVY



INTERAKTIVNÍ VITRÍNA
MULTIFUNKČNÍ REKLAMNÍ NOSIČ, KTERÝ VYFOTÍ,
UMOŽNÍ NAPSAT VZKAZ A OBOJÍ ZVEŘEJNÍ

**V PODÁNÍ QUIXU
NENÍ REKLAMA
OPTICKÝM KLAMEM,
ALE VIZUÁLNÍM KOUZLEM**

REDA®

REDA a. s.

Adresa společnosti:

Hviezdoslavova 55d, 627 00, Brno

Kontaktní osoba:

Viera Černá, obchodní ředitelka

Bezplatná linka:

800 13 13 13

Telefon:

+420 548 131 111

e-mail:

info@reda.cz

webové stránky:

www.reda.cz

Charakteristika společnosti:

REDA a.s. je dynamicky se rozvíjející mezinárodní společností, která se zabývá výrobou, prodejem a potiskem reklamních a dárkových předmětů a s tím souvisejících služeb.

Největší skladové prostory, více než 10 potiskových technologií, dodávka předmětů bez potisku do 48 hodin, dárkové balení, vzorky k zapůjčení zdarma.

Můžete nás navštívit na našich obchodních odděleních v Brně, Praze, Ostravě, Plzni nebo Zlíně.

REDA®

www.reda.cz

REKLAMNÍ A DÁRKOVÉ PŘEDMĚTY

- Více než 5 000 položek skladem
- Dodávka předmětů bez potisku do 48 hodin
- Více než 10 potiskových technologií
- Dárkové balení

Vyberte si z bohaté nabídky reklamních a dárkových předmětů na našem e-shopu

<http://partner.reda.cz>

logo



STYLOVÉ KULIČKOVÉ PERO DELANCY

- 3 provedení
- 18 barev
- možnost potisku
- vše skladem



DESIGN BY REDA

NOVINKA



RETAIL VISION[®]

NÁVRHY A REALIZACE OBCHODNÍCH INTERIÉRŮ

RETAIL VISION a.s.

City Empiria Building
Na Strži 65/1702, Prague 4, 140 62, CZ

T +420 261 141 231 E info@retailvision.cz

www.RETAILVISION.cz

JSME KREATIVNÍ

Zapojením našich schopností se společně chceme dostat k velmi věrnému zpodobnění vašich představ.

Design zařízení nebo celého oddělení, shop-in-shop a POP stojanu až po celkový vzhled obchodu.

Při tvorbě návrhu máme vždy na mysli praktickou i ekonomickou stránku věci a proto se např. snažíme o maximální využití standardních prvků při zachování nápaditého designu.

Vytvoříme pro vaše zákazníky místo, které je přitáhne, kde budou chtít trávit více času a utrácet více peněz.

JSME JINÍ

Jsme zákaznicky orientováni a společně s klientem se snažíme najít řešení, které bude odpovídat jeho představám

JSME SPOLEHLIVÍ

Zakládáme si na tom, že na čem se s klientem domluvíme, to platí.

JSME PRECIZNÍ

Neutíkáme od rozdělané práce a ručíme za kvalitu

JSME ZODPOVĚDNÍ

Komunikujeme s klienty na úrovni senior managementu, dbáme na zpětnou vazbu

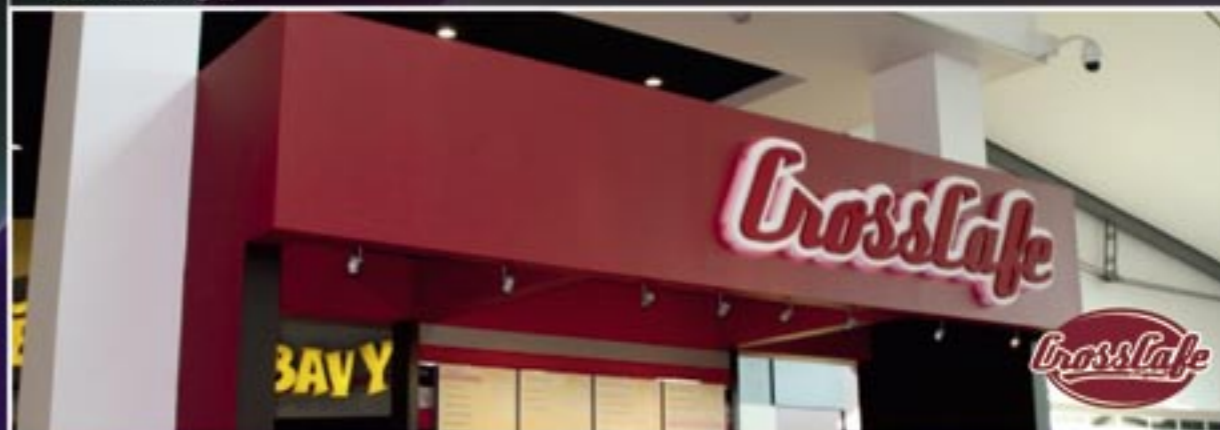
JSME INDIVIDUÁLNÍ

Nesnažíme se prodat již hotový produkt, chápeme, že každý zákazník je jiný a proto hledáme řešení pro každého zvlášť

KREATIVITA & DESIGN



REALIZACE



REALIZACE INTERIÉRŮ NA KLÍČ

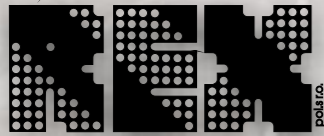


PRODUKCE & REALIZACE



VISION : POSSIBLE[®]

VISION : POSSIBLE[®]



REX spol. s r.o.

Obchodní odd.: Bubenská 20, 175 00 Praha 7
tel.: +420 233 374 021, 233 378 129
e-mail: rex@rex-reklama.cz

Kontaktní osoby:
Vlastimil Král – jednatel společnosti +420 630 443 841
Kateřina Mešková – account manager +420 733 728 633

REX spol. s r.o.

Výroba: Na Návsi 88, 273 62 Družec
tel.: +420 312 691 712-3
e-mail: rex-vyroba@rex-reklama.cz

Kontaktní osoby:
Iveta Moravcová – obchod a nákup +420 603 561 125

Společnost REX spol. s r.o. je již více jak 20 let přímým výrobcem a dodavatelem níže uvedených výrobků.

Nabízené služby a produkty

- * Střešní reklamy ve všech typech provedení
- * Světelné reklamy,
- * Neony - vlastní výroba neonových trubíc
- * LED aplikace do všech typů reklam, přímý dovoz značkových LED modulů
- * Signtech - velkoplošné reklamy
- * Světelné obrazy, plovoucí písmo.
- * Plastické písmo ve všech provedeních plexi, plast, MDF, AL, ušlechtilé kovy
- * Firemní totemy, pylony a orientační systémy budov,
- * Informační vitríny, CLV vitríny,
- * Clip klap rámy, závěsné systémy
- * Reklamní stojany v provedení kov, hliník, plast, dřevěné poutače a rámy
- * Samolepící grafika, digitální tisk, sítotisk, transparenty, reklamní banery
- * Prezentační systémy, POP, Roll Up, X-banery, výstavní systémy, prezentační stěny.

Výrobní technologie

Pro výrobu používáme nejmodernější technologie. Digitální tisk, plotter, gravírování, CNC- frézování, vakuové lisování, laser, termocut, sváření TIG, MIG, CO2, lepení a tváření plexiskla a plastů, zpracování dřeva lamina a MDF. Naše společnost je přímým výrobcem neonových trubíc.

Služby

Společnost REX spol. s r.o. Vám zajistí komplexní dodávku od řešení návrhu, zpracování statických a projektových dokumentací, včetně světelné studie. Následně provedeme kompletní výrobu a montáž. Zajistíme i následný servis a repase světelných reklam. Při dodávkách a repasi světelných reklam nabízíme ekonomický výpočet efektivity jednotlivých světelných zdrojů.

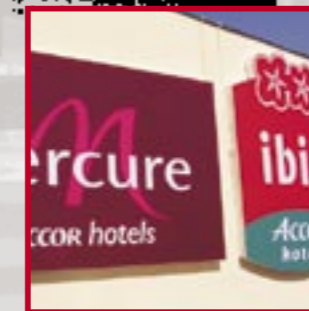
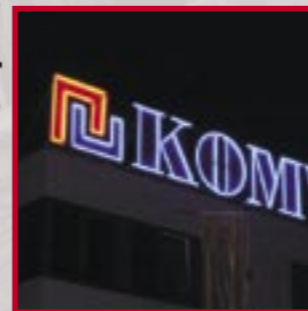
Reference

Za celou naši historii jsme získali řadu vítězství i ocenění za naše realizace v soutěžích Strategie, Duhový paprsek a Popai CE Awards. Naše produkty a služby dodáváme řadě významných společností.



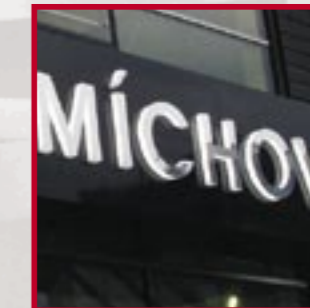
www.rex-reklama.cz

Střešní reklamy



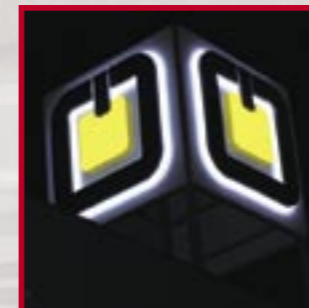
Velkoplošné reklamy

Světelné reklamy



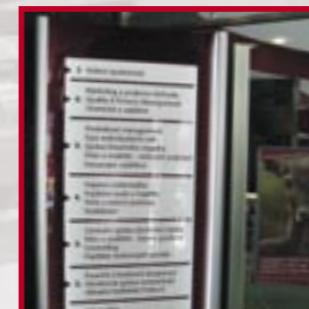
Plastické písmo

LED aplikace



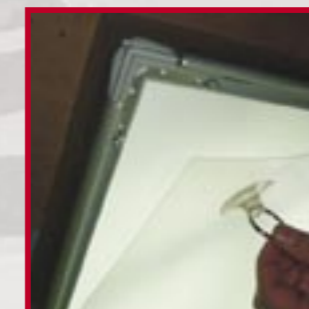
Neony

Totemy a orientační systémy



Interiérové reklamy

POP, prezentační stojany, klap rámy a poutače



REX spol. s r.o.
Obchodní odd.: Bubenská 20, 175 00 Praha 7
tel.: +420 233 374 021, 233 378 129
mob.: +420 733 728 633, 630 443 841
e-mail: rex@rex-reklama.cz

REX spol. s r.o.
Výroba: Na Návsi 88, 273 62 Družec
tel.: +420 312 691 712-3
mob.: +420 603 561 125
e-mail: rex-vyroba@rex-reklama.cz

www.rex-reklama.cz



Výroba svetelnej a nesvetelnej reklamy

ROSS s.r.o.

Adresa spoločnosti: Hollého 205/ 52, 015 01 Rajec

Kontaktná osoba: Miroslav Hodás

Telefon: +421 41 54 22 109

e-mail: ross@ross.sk

Webové stránky: www.ross.eu • www.ross.sk • www.ross-reklama.cz

Charakteristika spoločnosti:

Spoločnosť ROSS poskytuje zákazníkom produkty s jedinečným dizajnom, ktoré spĺňajú najvyššie požiadavky užívateľov a pomáhajú zvyšovať predaj. Zabezpečuje široký rozsah služieb, počnúc vytvorením základnej vizualizácie a grafiky, cez vývoj prvotného prototypu, až po vlastnú produkciu, montáž a servis s rozhodujúcou orientáciou na požiadavky klienta.

História firmy sa datuje od marca roku 1992, teda dnes je to už viac ako 20 rokov pôsobenia na slovenskom i zahraničnom trhu v oblasti výroby svetelnej i nesvetelnej reklamy. Prezentuje sa rozsiahlou výrobnou kapacitou, know-how v originálnom dizajne. Počas celého obdobia aktívnej činnosti sa firma sústreďuje pri výrobe produktov na maximálnu kvalitu, čo dokladá i certifikátom Systém manažérstva kvality ISO 9001:2000 vydané spoločnosťou SGS International Services EESV. Snaha a originálne výrobky spoločnosti boli už niekoľkokrát ocenené cenami Zlatá koruna, POPAI awards či Duhový paprsek. Všetky naše produkty firma individuálne prispôbuje požiadavkám klienta, pričom pri výrobe využíva moderné technológie spracovania kovov, plastov a prvotriedne certifikované materiály od renomovaných dodávateľov. Disponuje komplexným a moderným technologickým vybavením, konkrétne využitím sietotlače, vákuového lisovania, laserového rezania, frézovania, výrobou ľahného neónu či digitálnou tlačou na doskový materiál a mnoho ďalších. Svetelné a nesvetelné reklamy, interiérové a exteriérové brandy, regály, zásobníky, veľkoplošné reklamy, prezentačné stolíky, P.O.P. produkty a stovky ďalších výrobkov je tím spoločnosti Ross s.r.o. pripravený operatívne navrhnuť a vytvoriť čo najvhodnejšie riešenia pre klienta jednoducho tak, aby ho bolo vidno.

Reference:

ADIDAS ČR s.r.o. • AEGON Životná poisťovňa a.s. • Berentzen Distillers CZ spol. s r.o. • Citybank Europe plc. • COCA-COLA HBC Slovenská republika • Continental Matador Rubbe, s.r.o. • DOXX s.r.o. • Emil Krajčík, s.r.o. - 101 Drogerie • Eurocoin partners spol. s r.o. • GGT a.s. Bratislava • Groupe SEB Slovakia s.r.o. • Heineken Česká republika a.s. • Heineken Hungária Sörgyárak Nyrt • Heineken Slovensko a.s. • Holba pivovar, a.s. • Holiday INN • Ján Becher - Karlovarská Becherovka a.s. • Japan Internationale Tobacco • Julius Meinl Coffee Intl. • K Brewery Trade • Kellys Bicycles • KIA Motors Slovakia s.r.o. • Kofola a. s. • OMV Slovakia s.r.o. • OTP Banka, a.s. • Pepsi Cola Česká republika s.r.o. • Philip Morris Slovakia s.r.o. • Pivovar Zubr a.s. • Pivovary Topvar a.s. • Plzeňský Prazdroj a.s. • PRIMA Banka Slovensko a.s. • Program spol. s r.o. • SAB Miller Brands Europe a.s. • Sberbank Europe AG • Segafredo Zanetti • Slovenská sporiteľňa • Slovenská záručná a rozvojová banka, a.s. • ST Nicolaus TRADE a.s. • Staropraveň Česká republika • Staropraveň Slovakia s.r.o. • Váhostav SK, a.s. • Škoda auto

Další doplňující informace:

V rámci ČR obchodnú a servisnú činnosť zabezpečuje:
ROSS CZ s.r.o., Husinecká 19, 130 00 Praha 3



Výroba svetelnej a nesvetelnej reklamy



ROSS s.r.o., Hollého 205/52, 015 01 Rajec, Slovakia,
ROSS CZ s.r.o., Husinecká 19, 130 00 Praha 3, Česká republika
tel. + 421 41 5422 109, fax. +421 41 5422 404, e-mail: ross@ross.sk, www.ross.sk

SÁRA

•••• pomůžeme prodat.

SÁRA s.r.o.

Sídlo společnosti: Podnásepní 1a, 602 00 Brno

Prodejní kancelář: Freyova 12/1, 190 00 Praha 9

Kontaktní osoba: Milan Fedorek

Telefon: Praha: + 420 283 892 140 • Brno: + 420 543 255 040

e-mail: info@sara.cz

Webové stránky: www.sara.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost SÁRA s.r.o. byla založena na podzim roku 1992. Sídlo společnosti a výrobní prostory jsou v Brně. Zde jsou soustředěny veškeré strojové sekce výroby (2000 m²), sklady (2500 m²) a design studio ve vlastní výrobní hale na adrese Podnásepní 1a, 602 00 Brno. Pro zajištění většího komfortu zákazníkům byla v roce 1995 založena také prodejní kancelář, showroom a další sklad v Praze na Freyově ulici č. 12. Od r. 2001 je SÁRA členem POPAI. Členstvím v POPAI zaručuje svůj vysoký standard kvality zboží i služeb. Dnes má společnost 50 zaměstnanců a exportuje do řady zemí, v některých již má své zastoupení (Polsko, Maďarsko, Chorvatsko aj.).

Portfolio společnosti: Předměty na podporu prodeje (POS) z plastu, kovu a dřeva a dalších materiálů. Nabízíme více než 1000 druhů standardních POS materiálů k okamžitému odběru, pohodlný nákup v našem e-shopu. V profesionálním design studiu zpracujeme také 3D návrhy zakázkových řešení. Zakázková výroba tvoří více než polovinu našeho obrátu.

Jak Vám pomůžeme prodat?

Navrhujeme a vyrobíme POS a reklamní stojany, promo poutače a navigace v atraktivním designu a perfektní kvalitě.

Zvýrazníme právě Váš výrobek v místě prodeje.

Realizujeme kompletní interiér Vašeho prodejního místa.

Výrobní technologie: vstříko-lisování plastů, ohýbání plastů, lepení, vakuové tvarování, řezání a gravírování laserem a frézou, leštění hran. Dřevovýroba - truhlářská dílna, Kovovýroba - zámečnická dílna. Sítotisk, digitální potisk, polep fólií řezanou plotrem.

Služby: skladování (skladové prostory 2500 m²), balení, kompletace, distribuce - pravidelná týdenní doprava mezi Prahou a Brnem, rozvozy po celé ČR, SR, Evropě. Montáže a instalace v místě prodeje - vyškolené týmy montérů v Praze, Brně a Plzni.

Naši zákazníci:

Coca-Cola HBC • BAYER • Imperial Tobacco • Kraft • Nutricia • Philip Morris • Reckit Benckiser • Sara Lee • Telefónica O2 • Unilever • Urgo Med Com • Wrigley a mnoho dalších.

Těšíme se na spolupráci s Vámi !



Navrhujeme a vyrábíme

POS materiály

již 21 let a rádi.

SÁRA
•••• pomůžeme prodat.



INTERSPAR



SPAR ČOS, s. r. o.

Adresa společnosti:

Nákupní 389/1, 102 00 Praha 10

Kontaktní osoba:

Ing. Martina Malcová

Telefon:

+420 234 670 820

e-mail:

martina.malcova@spar-cr.cz

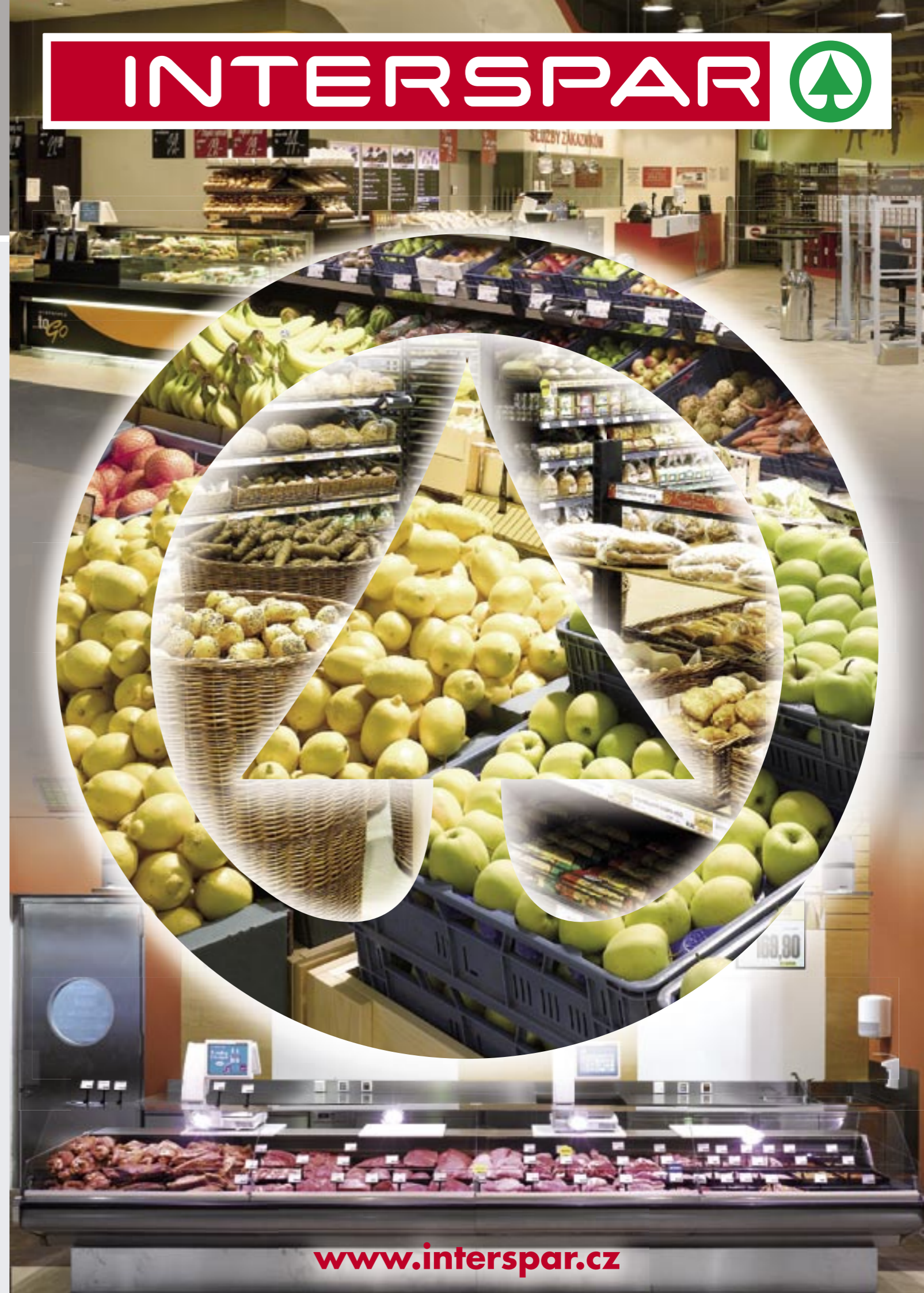
Webové stránky:

www.interspar.cz

Charakteristika společnosti:

SPAR Česká obchodní společnost s. r. o. patří do skupiny SPAR Rakousko. Hrubý obrát z prodeje za rok 2011 činil 547 mil. EUR. SPAR provozuje v České republice **44 obchodů (33 hypermarketů INTERSPAR, 9 supermarketů SPAR a 2 prodejny SPAR City)**, ve kterých zaměstnává přes 4 200 zaměstnanců. V listopadu 2010 byl otevřen nejmodernější hypermarket INTERSPAR v pražské Galerii Harfa. V roce 2012 byla rozšířena síť supermarketů SPAR o čtyři nové prodejny, tři z nich byly otevřeny v Praze a okolí. Historii firmy SPAR v České republice začal psát rakouský koncern SPAR v březnu roku 1992. SPAR ČOS nabízí svým zákazníkům **široký sortiment kvalitních a čerstvých produktů**. Předností jsou úseky s čerstvými potravinami od pečiva, přes sýry, saláty a pomazánky až po velký výběr masa a uzenin. V prodejnách SPAR ČOS najdou zákazníci kromě potravinářského také zboží nepotravinářského charakteru. SPAR se hlásí k zodpovědnosti za zdravé potraviny, proto nabízí **ucelenou řadu biopotravin pod vlastní značkou SPAR Natur*pur**, zdravou značku SPAR Vital a ucelenou řadu produktů SPAR free from, která je určena zákazníkům se speciálními stravovacími potřebami (potraviny bez lepku a bez laktózy). Sortimentní řada SPAR Premium je na trhu již více než rok a stále si získává příznivce kvalitních delikates i z české produkce. V roce 2013 rozšířil SPAR ČOS sortiment o produkty SPAR Veggie, které jsou určeny vegetariánům a všem příznivcům bezmasé stravy. SPAR ČOS je rovněž provozovatelem moderních velkokapacitních **Restaurací Interspar**, kaváren Tutto Bene, Cafe Cappuccino To Go.

Filozofii společnosti SPAR ČOS je kvalita, čerstvost a inovace. Samozřejmostí je pro nás školení zaměstnanců, na které se budeme stále více soustředit, a komunikace se zákazníkem tak, aby byl včas informován o naší nabídce kvalitního a čerstvého zboží.



STI GROUP

STI Česko s.r.o.

Adresa společnosti:

U Libeňského pivovaru 63/2

Kontaktní osoba:

ing. Ivan Skopal

Telefon:

+420 733 535 313

E-mail:

ivan.skopal@sti-group.com

Webové stránky:

www.sti-group.com

Charakteristika společnosti:

STI Group, firma působící na trhu již od roku 1879 je v současné době nejvýznamnějším výrobcem displejů a promočních obalů v Evropě. Disponuje 12 výrobními závody v Německu, Polsku, České republice a Maďarsku. K jejím zákazníkům patří asi polovina největších evropských výrobců spotřebního zboží / FMCG / a vedoucí zástupci výrobců průmyslového zboží a prodejců.

V České republice se firma STI ve svém výrobním závodě Rumburk zabývá hlavně výrobou displejů a promočních obalů z lepenky. Tiskovou technologií je ofsetový potisk, výsek probíhá na plošných raznicích. Firma zajišťuje také následné lepení, kompletaci a dopravu k zákazníkům.

Kolektiv obchodních zástupců, konstruktérů a designérů je schopen zákazníkům ve velmi krátké době navrhnout a představit řešení jakéhokoliv zadání. STI Group je propojena globální datovou sítí a všichni vývojáři i designéři disponují obrovským zdrojem dat a technologických informací.

Důležitou součástí nabídky STI Group jsou také permanentní displeje, při jejichž výrobě se používají řešení z více materiálů, jako je plast, dřevo, kov. Výroba těchto displejů je realizována ve vybraných evropských závodech.



Výkon, který nadchne!



store media

Store Media, s.r.o.

Adresa společnosti: Záhorácka 2, 811 04 Bratislava, SK
Kontaktní osoba: Henrich Sikela
Telefon: +421 903 614 800
E-mail: sikela@storemedia.eu
Odkaz na webové stránky: www.storemedia.eu • www.smyslovymarketing.cz

Společnost **STORE MEDIA** působí na trhu od roku 2002. Jsme expertem v oblasti služeb smyslového marketingu. V současnosti nabízíme nejžádanější marketingové řešení:

IN STORE RÁDIO • Pomocí hudební kulisy správně naladíme vaše zákazníky. Store Media je největším provozovatelem in store rádií v České republice a na Slovensku. Vyrábíme in store rádio vždy na míru pro konkrétního zákazníka s možností vysílání reklamních spotů. Také se věnujeme prodeji reklamního prostoru v in store rádiích v obchodních řetězcích za bezkonkurenční cenu v porovnání s ostatními média typy.

IN STORE TV • Zajišťujeme a provozujeme reklamní obrazovky v obchodních prostorech ideálně na komunikaci vlastních výrobků nebo pro komerční spoty.

IN STORE AROMA • Z aromatizujeme váš obchodní prostor tak, aby se vaši zákazníci u vás cítili skvěle. Vytvoříme příjemné prostředí a pozitivně posílíme image vaší společnosti. Zastupujeme světového lídra v oblasti aromamarketingu, společnost Scent Air v České republice a na Slovensku.

Reference: Tesco • Makro • Metro • Rossmann • Carrefour • Orange
• Air Bank • Reserved •

Další doplňující informace: Pobočka Praha: Store Media CZ, s.r.o.,
U Trojice 2, 150 00 Praha 5
Kontaktní osoba: Zuzana Krausová, Tel.: +420 734 826 694
Mail: storemedia@storemedia.eu • krausova@storemedia.eu

STORE MEDIA - váš partner pro smyslový marketing

Apelujeme
na smysly vašich
zákazníků

Chcete, aby se vaši zákazníci u vás cítili skvěle?
MY TO ZAŘÍDÍME!!!

IN STORE **RÁDIO**
Slyšet



Správně je naladíme.

IN STORE **TV**
Vidět



Zabezpečíme, aby se
měli na co dívat.

IN STORE **AROMA**
Cítit



A abyste jim voněli.

Spolupracujte
s lídrem
na trhu!



STORY DESIGN

STORY DESIGN, a.s.

Adresa společnosti: Moravská 949, 570 01 Litomyšl, ČR

Kontaktní osoba: Ladislav Lána, obchodní ředitel

Telefon: +420 461 613 313, +420 461 313 430

e-mail: ladislav.lana@story-design.cz

Webové stránky: www.story-design.cz

Charakteristika společnosti:

Zpracováváme návrhy a koncepce řešení prodejních míst, pomáháme zdůraznit značku v místě prodeje a poskytujeme komplexní služby v realizaci komerčních i nekomerčních interiérů a prvků na podporu prodeje.

Mezi hlavní činnosti STORY DESIGN, a.s. patří design a dodávky interiérů prodejních a komerčních prostor, design, vývoj a výroba prvků na podporu prodeje (světelné reklamy, prodejní stojany, kiosky apod.). Díky mohutným investicím do technologií na zpracování plastů, kovu i dřeva nejsme omezeni na dodávky pouze z některého materiálu. Vedle výroby prvků je samozřejmostí rozvoz a instalace a následný plný servis, stejně jako množství doplňkových služeb. Certifikovaný systém jakosti nám spolu se zkušenými odborníky pomáhá udržovat maximální kvalitu, vedoucí ke spokojenosti klientů.

Klienti STORY DESIGN, a.s. také oceňují velmi silné zázemí firmy v oblasti vývoje a designu – bohaté zkušenosti designérů, konstruktérů a inženýrů, sledování nejnovějších trendů v oblasti designu, práce s novými materiály – to vše zaručuje originalitu interiérů i prvků na podporu prodeje. Pro klienty zajistíme také analýzu trhu, analýzu stávajících prodejních kanálů a konkurence, zpracujeme kompletní design manuál poboček či prodejen.

Story Design otevřela pobočky na Ukrajině, Polsku a dále má obchodní zastoupení ve Francii, Německu a Rusku.

Certifikáty
ISO 9001
ISO 14001



Reference:

Tabák a tisk:

IMPERIAL TOBACCO • PHILIP MORRIS • JT INTERNATIONAL
• BRITISH AMERICAN TOBACCO • GECO • SAZKA

Telekomunikace a elektro:

VODAFONE • TELEFÓNICA O2 • KYIVSTAR • SAMSUNG
• LG • SONY • BOSCH • PHILIPS

Finanční sektor:

RAIFFEISENBANK • ČESKÁ SPOŘITELNA • ČESKÁ
POJIŠŤOVNA • UNICREDIT BANK • ČESKOSLOVENSKÁ
OBCHODNÍ BANKA • GE MONEY BANK • KOMERČNÍ
BANKA • VOLKSBANK • POŠTOVNÍ SPOŘITELNA
• PROSTOFINANC • BANK PEKAO • ERSTE •
UKRSOCBANK • EQUA BANK • BAWAK

Pivovary:

PLZEŇSKÝ PRAZDROJ • BUDĚJOVICKÝ BUDVAR •
BERNARD • HEINEKEN • JEŽEK • KLÁŠTER • POLIČKA •
LITOVEL • PRIMÁTOR • REBEL • VOTROK • STAROBRNO

Další:

L'ORÉAL • COTY BEAUTY • ČSA • ETA • ŠKODA AUTO •
REEBOK • TCHIBO • McDONALD • RENAULT • MAZDA

Další doplňující informace

200 zaměstnanců

Kontaktní osoby STORY DESIGN, a.s. mimo ČR

Ukrajina – Kyjev

Igor Zdorevskiy, e-mail: igor.zdorevskiy@story-design.cz

Polsko – Varšava

Bartosa Weremczuk, e-mail: weremczuk@story-design.pl

Francie – Paříž

Sylvia Fatmi, e-mail: fatmi@story-design.cz



STORY DESIGN, a.s. • Moravská 949 • 570 01 Litomyšl • Czech Republic
e-mail: info@story-design.cz

www.story-design.cz

100%
STORY DESIGN

STRATEGIE

Mladá fronta a. s.

adresa společnosti: Mezi Vodami 1952/9, 143 00 Praha 4-Modřany

kontaktní osoba: Mgr. Pavlína Míčová, PR oddělení

telefon: +420 225 276 484

mobil: +420 724 267 739

e-mail: micova@mf.cz

webové stránky: www.mf.cz

charakteristika společnosti:

Vydavatelství Mladá fronta bylo založeno již v roce 1945 a v současné době se právem řadí mezi největší a nejúspěšnější vydavatelské domy v České republice. Cílem vydavatelství Mladá fronta je dynamický rozvoj, což v první řadě znamená efektivně pronikat do nových segmentů mediálního trhu a cílenou prací získávat do svého portfolia nové projekty a vedoucí postavení. Úkolem vydavatelství je produkovat za přijatelnou cenu kvalitní tituly, které osloví jasně definovanou skupinu čtenářů.

Vydavatelství Mladá fronta svoje produkty cíleně zaměřuje na široké spektrum čtenářů nejrůznějšího věku. Vydává časopisy pro nejmenší čtenáře, silné lifestyle magazíny a stejný důraz klade na odborné tituly, které profesionálně mapují oblast ekonomiky, marketingu, obchodu, gastronomie, zdravotnictví, stavebnictví a architektury.

Vydavatelství Mladá fronta od roku 2007 vydává ekonomický deník Mladá fronta E15 a v roce 2012 začalo vydávat ekonomický týdeník EURO a realizovat eventové aktivity Euro Setkání. Vydavatelství Mladá fronta akvizicí rozšiřuje své dosavadní portfolio ekonomických a zpravodajských médií. Své dobré jméno a odborné renomé udržuje vydavatelství Mladá fronta i v široké nabídce knižní produkce. V současné době mezi nejrychleji se rozvíjející projekty vydavatelství Mladá fronta patří divize Online, která posouvá do budoucnosti webové stránky vybraných tiskovin a další unikátní webové projekty. V roce 2010 byla založena nová divize Medical Services, která nabízí kvalitní komplexní servis ve zdravotnictví, a to za oboustranné spolupráce s tradičními a významnými zdravotnickými tituly z portfolia vydavatelství Mladá fronta. Od roku 2011 vydavatelství nabízí elektronické časopisy a knihy pro iPad a Kindle. Vydavatelství Mladá fronta se velice úspěšně pohybuje i na trhu clientských titulů, kde pro své obchodní partnery v divizi Clientské tituly připravuje kvalitní firemní magazíny.

Vydavatelství Mladá fronta je logicky rozděleno do několika divizí: divize EURO E15, divize Časopisy, divize Online, divize Knihy, divize Medical Services, divize Clientské tituly a v zahraničí působí divize Versa Media (SK) a divize Versa Puls Media (RU).

MĚSÍČNÍK O REKLAMĚ, MÉDIÍCH A MARKETINGOVÉ KOMUNIKACI



KOMPLEXNÍ TITUL, KTERÝ UDÁVÁ SMĚR



Stáhněte si Strategii pro iPad™ v aplikaci App Store.
Zadejte do vyhledávacího pole text „Časopis Strategie HD“



Strategie vychází ve spolupráci
s týdeníkem EURO

WWW.STRATEGIE.CZ

 **Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně**
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací

Adresa společnosti:

Štefánikova 2431, 760 01 Zlín

Kontaktní osoba:

Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.
ředitelka Ústavu marketingových komunikací

Telefon:

+420 576 034 435

E-mail:

ojuraskova@fmk.utb.cz

Webové stránky:

www.fmk.utb.cz

Charakteristika společnosti:

Kreativní koncept, marketingová strategie, podpora prodeje, kvalitativní výzkum, segmentace, cílová skupina, mediální plán, guerilla, brief, kampaň, projekt... to jsou slova, která velmi často uslyšíte z úst studentů oboru Marketingové komunikace. Znalost hlubší podstaty těchto pojmů, chápání oboru marketingových komunikací v jeho plném rozsahu a širších souvislostech, dobré teoretické znalosti a možnost získat co nejvíce praktických zkušeností – to jsou východiska pro kvalitní přípravu studentů do profesního života.



Marketingové komunikace jsou pro nás srdcová záležitost



Visual Impact a.s.

Adresa společnosti:

U Slavie 1540/2a, 100 00 Praha 10

Kontaktní osoba:

Ing. Michal Augusta

Telefon:

+420 272 118 700

E-mail:

info@visualimpact.cz

Webové stránky:

www.visualimpact.cz

Charakteristika společnosti:

Visual Impact je týmem úzce spolupracujících odborníků, který Vám garantuje kvalitní výstupy především v oblasti Instore komunikace, OOH, POS materiálech, grafickém studiu a produkci. Naše dlouholeté zkušenosti s Instore marketingem a OOH komunikací nám umožňují nalézt a využít správný a účinný způsob prezentace vaší značky či produktu, tak aby splnil očekávané cíle. Kreativní oddělení je úzce propojeno s produkcí a tak nejen, že přicházíme se zajímavými nápady, ale umíme je zrealizovat.

Reference:

Škoda Auto • Unilever • Mather Communications • Sapeli • Nestlé • IMG • Vodafone Czech Republic • Centrum Praha Jih – Chodov • Centrum Černý Most • Metropole Zličín • Galerie Harfa • OC Letňany • Wella • Datart • Bolton / Rio Mare

OUTDOOR
INSTORE
KREATIVA
PRODUKCE
VĚRNOSTNÍ PROGRAMY
IMPACTBOARD
DIGITAL SIGNAGE



wellen

WELLEN a.s.

Adresa společnosti:

Třebohostická 3165/5a, 100 00 Praha 10

Kontaktní osoba:

Petr Šimek

Telefon:

+420 270 004 040

e-mail:

info@wellen.cz

Webové stránky:

www.wellen.cz

Charakteristika společnosti

Zaměřujeme se na BTL a to především na podporu prodeje, komunikaci v místě prodeje a in-store design. Používáme několik strategických nástrojů a služeb na řízení marketingu, které klientům pomáhají snáze a efektivněji plánovat a realizovat in-store komunikaci.

Nabízíme:

Plánování a kreativita

- Strategické plánování v místě prodeje
- Merchandising a in-store komunikace
- Store design
- Digitální média v in-store
- Monitoring provozoven
- Direct marketing

Vlastní produkce a výrobní kapacity

- Velkoformátový a malonákladový tisk
- Dokončovací práce - ořez, laminace, kompletace a jiné
- Příprava distribuce, balení, logistika
- Vlastní instalační kapacity v ČR a SR

Reference - klienti

Bite • Centrum Černý Most • Hannah • Jersey Telecom • Nadace Divoké husy
• OKAY elektrospotřebiče • Pepe Jeans • Rock Point • Saxo Bank • Vodafone



Obchodní dům s in-store komunikací

Nalejte své zadání na retailovou kampaň našemu strategickému oddělení. Nechte ho prolézt nejdříve hlavami našich šílených kreativců a potom i hlavami přesných tiskáren. A nakonec všechno nainstalujeme ve vašem místě prodeje. Vše pod jednou střechou. www.wellen.cz



WILLSON & BROWN

Willson & Brown Czech, s.r.o.

Adresa společnosti:
Belgická 20, 120 00 Praha

Kontaktní osoba:
Jakub Teodorowski

Telefon:
+420 222 515 265

e-mail:
biuro@w-b.cz

Webové stránky:
www.w-b.cz

Charakteristika společnosti:

Willson & Brown tvoří tým angažovaných a kreativních lidí. Naší zálibou je vytvářet ambiciózní prodejní prostor. Dokonalé pochopení obchodních partnerů, dynamickou kreativitu, technická řešení a vynikající design, potvrzují četná mezinárodní ocenění v reklamní branži.

Spotřebitelé potřebují nadchnout a pocítit unikátní dojem z produktu a jeho okolí prostřednictvím POP materiálu. Nejvýznamnější vlastností správně navrženého stojanu nebo jiného POP materiálu je to, že upoutá pozornost spotřebitele na umístěné produkty, a tak ovlivní jeho rozhodování o koupi.

Víme, že vytvořením nevšedního systému POP dáváme spotřebitelům možnost důkladnějšího seznámení se s vašimi produkty a nabídkou, což se odráží ve výsledcích prodeje.

Nejmodernější technické vybavení a zkušený tým odborníků je garancí vysoké kvality a optimalizace výrobních nákladů.

Malou část našich kreativních, výrobních a technických možností můžete zhlédnout na našich stránkách www.w-b.cz.

Vytvoříme společně POP materiály, které budou přitahovat vaše klienty jako magnet!

Tým Willson&Brown Czech, s.r.o.



WILLSON & BROWN





Qanto®

Qanto CZ s.r.o.

Adresa společnosti:

Bubenská 8a/943, Praha 7 – Holešovice, 170 00

Kontaktní osoba:

Andrea Karlová

Telefon:

+420 731 531 306

e-mail:

mail@qanto.cz

karlova.andrea@qanto.cz

Webové stránky:

www.qanto.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost QANTO CZ s.r.o. se od svého vstupu na trh v roce 1993 stala předním českým velkoobchodním dodavatelem. V současné době máme 6 velkoobchodních provozoven a 22 maloobchodních prodejen se širokým sortimentem. Zaměstnáváme přes 500 zaměstnanců.

Našich 6 velkoobchodních poboček naleznete ve Svitavách, Českých Budějovicích, Vrchlabí, Ostravě, Jeseníku a Krnově (sklady v Jeseníku a v Krnově pod názvem ASTUR Jeseník, s.r.o.).

Naše poslání je přinášet chytřejší řešení v dodávkách s portfoliem a službami pro restaurace, gastronomická zařízení nabízející restaurační a hoteliérské služby, vývařovny, cateringové společnosti, prodejny potravin, trafiky a další typy provozoven. Individualizovanou cenovou politikou vycházíme vstříc velko i maloobchodním zákazníkům. Naši velkoobchodní zákazníci mohou využít výhody našeho věrnostního programu Exklusiv club www.exklusivclub.cz

Dále provozujeme síť 22 maloobchodních prodejen v regionu východních Čech.

Naším posláním je, aby naše maloobchodní prodejny byly synonymem kvality. Provozujeme prodejny s prodejní plochou od 120 m² do 1000 m². Nejdeme cestou zahraničních řetězců, ani s nimi nebudeme bojovat nízkými cenami na úkor kvality. Podporujeme lokální produkci a dodavatele. Používáme unifikovanou barevnou POS komunikaci a dbáme, aby interiéry našich prodejen byly přehledné. Pokladní zóny našich prodejen vybavujeme vlastními reklamními LCD displayi, na kterých centrálně nastavujeme zobrazení komunikace.

Nabízíme dodavatelům efektivní komunikační prostor s cílenou orientací na zákazníky a vysokou frekvencí zobrazení. Mimo jiné tyto LCD displaye využíváme pro komunikaci letákových akcí, nabídku pracovních pozic a jiných reklamních sdělení.

20 Qanto®

„...jsme tu pro Vás již 20 let!“



V současné době máme 6 velkoobchodních provozoven a 22 maloobchodních prodejen se širokým sortimentem.

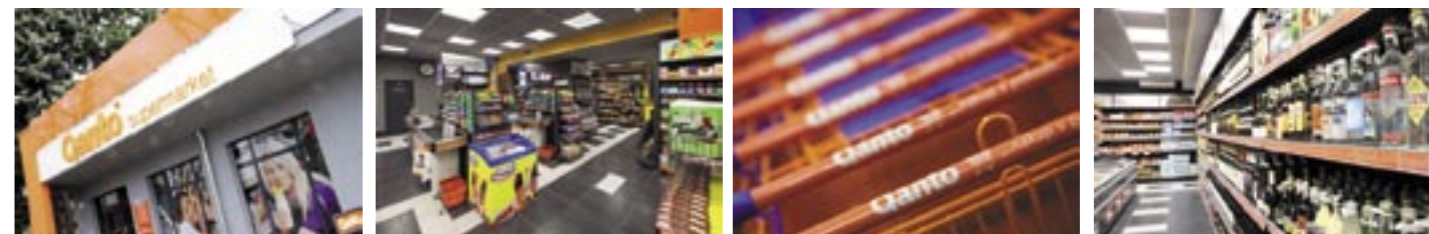
Našich 6 velkoobchodních poboček naleznete ve Svitavách, Českých Budějovicích, Vrchlabí, Ostravě, Jeseníku a Krnově.

(sklady v Jeseníku a v Krnově pod názvem ASTUR Jeseník, s.r.o.)



Přinášíme chytřejší řešení v dodávkách s portfoliem a službami pro restaurace, gastronomická zařízení nabízející restaurační a hoteliérské služby, vývařovny, cateringové společnosti, prodejny potravin, trafiky a další typy provozoven. Naši velkoobchodní zákazníci mohou využít výhody našeho věrnostního programu Exklusiv club www.exklusivclub.cz

Dbáme, aby naše maloobchodní prodejny byly synonymem kvality. Najdete nás v regionu východních Čech.





U HÁJKŮ

KONGRESY S TVÁŘÍ

Kongresové centrum U HÁJKŮ, CC&M s. r. o.

Adresa společnosti: Na Poříčí 42 / Na Florenci 29, Praha 1, 110 00

Kontaktní osoba: Vítězslav Rada

Telefon: +420 241 445 445

e-mail: obchod@kongresyuhajku.cz

Webové stránky: www.kongresyuhajku.cz

KONGRESOVÉ CENTRUM U HÁJKŮ - KONGRESY S TVÁŘÍ

Kongresové centrum U Hájků je osobitý prostor, který poskytuje špičkové, moderní a zároveň přátelské zázemí k obchodním schůzkám, tiskovým konferencím, přednáškám, seminářům i velkým společenským akcím. Naším klientům nabízíme osobní a vysoce profesionální přístup k organizaci jakékoliv akce.

Díky unikátnímu řešení, jehož autorem je přední český architekt Ing. arch. Josef Pleskot, je možno plochu kongresového sálu o velikosti 500 m² variabilně upravovat, a vytvořit tak prostor až pro téměř 500 osob v divadelním uspořádání, nebo kongresové centrum rozčlenit až na 8 samostatných sálů s kapacitou od 20 do 150 osob, včetně vlastního foyer. Přílehlá exhibiční plocha o velikosti 730 m² splní téměř jakékoli požadavky na umístění stánků, bannerů či cateringu. Propojením celého kongresového patra pak vzniká kongresová plocha 2000 m² pro velké mezinárodní kongresy či společenské akce pro až 1000 osob.

Díky nejmodernějšímu technickému vybavení sálů (stropní projekce, zabudovaná plátina, projektory s krátkou projekční vzdáleností atd.), vynikajícímu cateringu, vlastnímu parkování (2 patra podzemního parkování s kapacitou 102 míst) a ubytování ve 4* standardu (celkem 100 designových pokojů s klimatizací, minibarem a FULL HD TV) můžeme našim klientům nabídnout vskutku komplexní a sofistikované služby na nejvyšší úrovni.

Naším cílem je být každému klientovi spolehlivým partnerem a překonat jeho očekávání.

Reference:

Allianz • Boiron • Czech Invest • Cisco • Deloitte • Exponet • Guarant • Intel • Kooperativa • McDonalds • Microsoft • a další

KONFERENČNÍ CENTRUM U HÁJKŮ

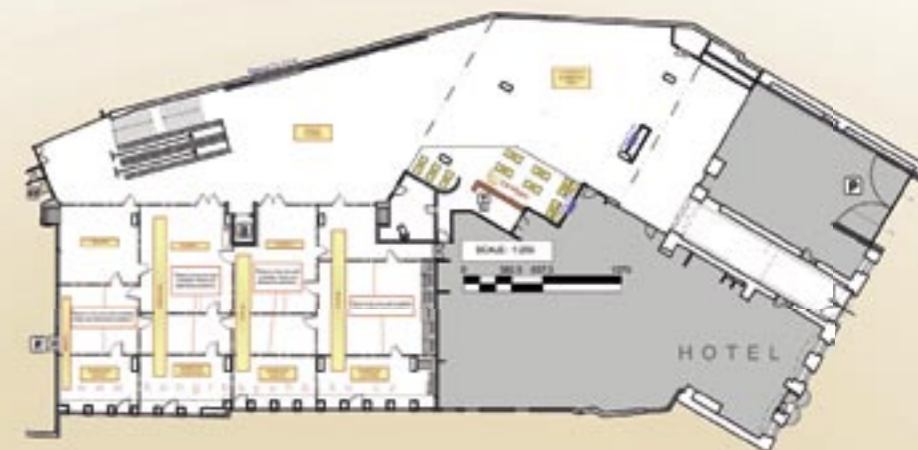


U HÁJKŮ

KONGRESY S TVÁŘÍ

V CENTRU PRAHY MÁ ŠPIČKOVÉ PARAMETRY

FIREMNÍ AKCE, školení, konference až pro 500 osob, společenské akce, rauty, gala, svatby až pro 1000 osob, ubytování 4*+, **PARKING**. Výborná dostupnost v centru Prahy na metru Florenc a tramvaji Bílá labuť, špičková gastronomie, **PROFESIONÁLNÍ VYBAVENÍ** v multifunkčních sálech, unikátní atmosféra.



 **Le Marc**
FRANCOUZSKÉ BISTRO

www.kongresyuhajku.cz

Na Poříčí 42 / Na Florenci 29, 110 00 Praha 1
tel.: +420 241 445 445, e-mail: obchod@kongresyuhajku.cz



Asociace českých reklamních agentur a marketingové komunikace (AČRA MK)

Adresa společnosti:

Holušická 3, 148 01 Praha 4

Kontaktní osoby:

Mgr. Pavel Brabec, prezident
Roman Němec, viceprezident
Ing. Aleš Hudský, projektový manažer

Telefon:

+420 272 661 061, +420 606 649 210

e-mail:

acra@acra-mk.cz

Webové stránky:

www.acra-mk.cz

Charakteristika společnosti:

Sdružení fyzických a právnických osob, které se zabývají reklamními, marketingovými a souvisejícími službami včetně poradenství se sídlem na území České republiky.

Cílem činnosti asociace je zvyšování profesionální úrovně české reklamy a ostatních činností v rámci marketingové komunikace. Činnost asociace je zaměřena na koordinaci a zastupování společných zájmů svých členů, jejich zastupování vůči příslušným oborovým svazům a orgánům státní správy, poskytování odborných informací, poradenských služeb a vyvíjení činnosti k prosazování příznivé image reklamy u laické i odborné veřejnosti.

Členem asociace může být fyzická nebo právnická osoba, která vyvíjí podnikatelskou aktivitu v oboru reklamy, marketingu a oborů souvisejících a je daňovým subjektem registrovaným v České republice. Činnost asociace je podporována rovněž partnery asociace (Ministerstvo průmyslu a obchodu, Ministerstvo kultury, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, Rada pro reklamu, Česká televize, Český rozhlas, Skupina ČEZ, METRO ČR, POPAI CE ad.). V současné době sdružuje AČRA MK celkem 44 členů.

Asociace je každoročně pořadatelem mezinárodní soutěže kreativity v reklamě METRO Zlatá pecka (dosud proběhlo 18 ročníků).

Asociace dále pořádá mezinárodní konferenci o digitalizaci, tvorbě a médiích Digimedia.

Od roku 2000 působí na půdě AČRA MK Český institut reklamní a marketingové komunikace, jehož odborné kurzy jsou určeny pro zvýšení kvalifikace pracovníků firem v oblasti marketingu i reklamy a získání praktických zkušeností a znalostí aktuálních trendů oboru.



ASOCIACE ČESKÝCH REKLAMNÍCH AGENTUR
A MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE
WWW.ACRA-MK.CZ

Pro své klienty od roku 1992



Členské společnosti:

3P, spol. s r.o., Adverticom, s. r.o., Agentura Dům s.r.o., AGRS, a.s., Avito s.r.o., BenedaGroup.com, C&COM Advertising s.r.o., CommOnline s.r.o., Corpus spol. s r.o., CreativeDreams s.r.o., CZECH Plus s.r.o., DARK SIDE a.s., DataLine Technology, a.s., DELEX, spol. s r.o., Dost dobrý design s.r.o., Euforum s.r.o., Euro-Agency, s.r.o., Euro-Agency Publicity Brno s.r.o., EXPO DATA spol. s r.o., FAST FORWARD s.r.o., GALILEO Production s.r.o., GREP Design s.r.o., GUIDELINE s.r.o., HANTON ČR s.r.o., HOLLY – Stanislav Červ, IDEAS ADVERTISING s.r.o., Inidea s.r.o., IVEPA s.r.o., Koplast, spol. s r.o., m-ARK Marketing a reklama s.r.o., Media Fashion s.r.o., Media One, s.r.o., Obchodní tiskárny, a.s., PRECOM Media, s.r.o., Q studio s.r.o., REKLAMA SMĚR PLUS CZ s.r.o., Reklamní ateliér AREA s.r.o., Revolta s.r.o., RUSTIKA s.r.o., SCREENET, spol. s r.o., Sittardia s.r.o., STUDIO GABRETA s.r.o., TIME VOX s.r.o., TVF s.r.o., XENT s.r.o.

Partneři asociace:



www.acra-mk.cz



■ Hlavní výhody členství v POPAI CE

Kontakty a komunikace

- Celoroční prezentace členských společností zdarma:
 - v hlavní prezentační publikaci „Průvodce oborem marketing at-retail“: dvoustrana pro každou ze členských společností,
 - zveřejnění seznamu členských společností včetně log v rámci všech přednášek, seminářů, workshopů POPAI CE,
 - detailní prezentace členských společností na webu www.popai.cz v české i anglické verzi,
 - samostatná sekce na webu POPAI CE „Novinky členů POPAI CE“, která je určena pro firemní aktuality členů,
 - medializace členských společností POPAI CE v místě konání konference POPAI fórum a soutěže POPAI AWARDS v tištěné i elektronické podobě,
 - zveřejnění seznamu členských společností POPAI CE v tištěné i elektronické podobě v rámci všech akcí, kde je POPAI CE partnerem.
- Celoročně setkání členů asociace spojená s odborným programem (diskuze, workshopy, semináře, storechecky, konference).
- Networking – příležitosti pro neformální setkání a navázání vztahů se zástupci z různých segmentů oboru a vytvoření komunikační platformy pro všechny profesionály oboru v rámci pravidelných diskuzních setkání a interaktivních seminářů o aktuálních tématech z oblasti marketingu at-retail.

Poradenství a informace z oboru

- Výměna zkušeností, know-how a kooperace pro zvýšení efektivity in-store marketingu.
- Monitoring odborných informací, jako jsou průzkumy, sborníky, časopisy, odborné publikace z oboru marketing at-retail.
- Přednostní získání informací a materiálů z oboru marketing at-retail, které jsou zpracovány POPAI včetně výsledků studií v oblasti POP v tuzemsku i v zahraničí.

Rozšíření odborných znalostí v oboru marketing at-retail

- Účast zdarma na seminářích, exkurzích, setkáních u kulatého stolu a dalších akcích zaměřených na obor komunikace v místě prodeje, které organizuje asociace POPAI CE.
- Přečetli jsme za vás: pravidelný monitoring odborných akcí (konferencí, seminářů, výstav) v ČR i v zahraničí a monitoring informací z odborných periodik z celého světa se zaměřením na trendy a novinky z retailu a POP.

- Spolupráce se zástupci a studenty středních a vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci: workshopy, soutěž POPAI STUDENT AWARD.

Účast na významných akcích POP oboru za zvýhodněných podmínek

- Účast na výstavách, seminářích a konferencích v rámci celosvětové sítě POPAI se slevou pro členy.
- Zvýhodněná účast v soutěži POPAI CENTRAL EUROPE AWARDS v Praze a v celoevropské POP soutěži POPAI Paris AWARDS v Paříži.
- Zvýhodněná účast na odborných veletrzích v ČR.

Zlepšení Vaší strategie prostřednictvím průzkumu

- Účast v průzkumových projektech POPAI CE a přednostní získání výsledků:
- průzkumů v oblasti měření efektivity POP, digitálních médií, analýz spotřebitelského chování v in-store (POP očima veřejnosti, POP Advertising Display Power),
 - průzkumu, který analyzuje současný trh s dárkovými a propagačními předměty,
 - anket se zadavateli reklamy a zástupci maloobchodu o postojích k POP a o využití POP prostředků v řetězcích,
 - monitoringu investic do in-store marketingových nástrojů.

Zvýšení důvěryhodnosti Vaší společnosti

- Definice správných morálních zásad a etického chování všech členů v rámci POP oboru na základě Etického kodexu POPAI CENTRAL EUROPE.
- Možnost ovlivnit dění v oboru POP komunikace v rámci silného sdružení společnosti.

Rozšíření informovanosti a znalosti POP oboru

- Pravidelná spolupráce s odbornými médii a medializace asociace POPAI CENTRAL EUROPE v odborných časopisech v Čechách a na Slovensku zaměřených na retail a obor reklamy v místě prodeje.
- Komunikace s odbornou veřejností prostřednictvím pravidelných newsletterů zasílaných na databázi kontaktů asociace v tuzemsku i v zahraničí.

Být součástí světové sítě POPAI

- Kontakty a spolupráce s kolegy v rámci celosvětové sítě POPAI prostřednictvím jednotlivých národních kanceláří POPAI.

■ Make the most of POPAI CE membership

Contacts and networking

- Year-round presentation of the POPAI CE companies free to members:
 - Company profiles within the Guide through the marketing at-retail industry: two pages for every member company.
 - Presentation of the member companies list including the member logos within all seminars, workshops and the other POPAI CE events.
 - Detailed presentation of member companies on POPAI CE web-site www.popai.cz in Czech and English version.
 - Section on POPAI CE web-site „News of POPAI CE members“ encompassing current information on the member companies.
 - Media coverage of member companies at the venue of the Marketing at-retail POPAI forum conference and the POPAI AWARDS.
 - Presentation of the member companies list at all professional events in which POPAI CE participates.
- Cooperation with the professional media in Czech republic and abroad.
- POPAI CENTRAL EUROPE newsletters.
- Communication platform for all professionals operating in the in-store communication industry.

Advice and Support

- POPAI expertise, know-how and cooperation for improving the POP efficiency.
- New information, documents and materials on POP industry including the research results focused on the POP effectiveness worldwide.

Increase Your Knowledge of POP

- Seminars, round table discussions, store checks, conferences organized by POPAI CE, free to members.
- Regular monitoring of events focused on the in-store communication worldwide and of professional magazines from Czech republic and from abroad.

- POPAI STUDENT AWARD - the contest focused on supporting young talented creators and closer cooperation with representatives and students of universities.

Participate in the Industry's Premier Trade Events at Preferential Rates

- Discounts on shows, awards, conferences, seminars organized within the global POPAI network.
- Reduced rates for entry to the POPAI CE AWARDS, Marketing at-retail POPAI show and to the POPAI Paris Awards.

Improve your Marketing Strategy through Research

- POP Effectiveness Measurement Studies.
- Research with advertisers focused on the POP importance.
- Research with retailers focused on the use of POP tools at the retail chains.
- POP evaluated by the general public: a comprehensive view on the POP advertising and on the point of sale environment by the customers.
- Survey on “POP Advertising Display Power”.
- Measuring the effectiveness of digital media.
- Analysis of the current market with gifts and promotional items.
- Monitoring the volume of investments into the production of marketing at the point of purchase.

Add to Your company's credibility

- Definition of moral principles and ethical behaviour of all members in terms of the POPAI CE Ethics code.
- Possibility of influencing the development of the POP industry within the association representing the important POP companies.

Be Part of a Global Network

- Contacts and cooperation within the global POPAI network.



POPAI CENTRAL EUROPE

Pod Lesem 132
500 11 Hradec Králové
ČR – Czech Republic

Daniela Krofiánová
e-mail: dkrofianova@popai.cz
tel.: +420 775 989 853

Marcela Pazourková
e-mail: mpazourkova@popai.cz
tel.: +420 608 257 701

www.popai.cz

