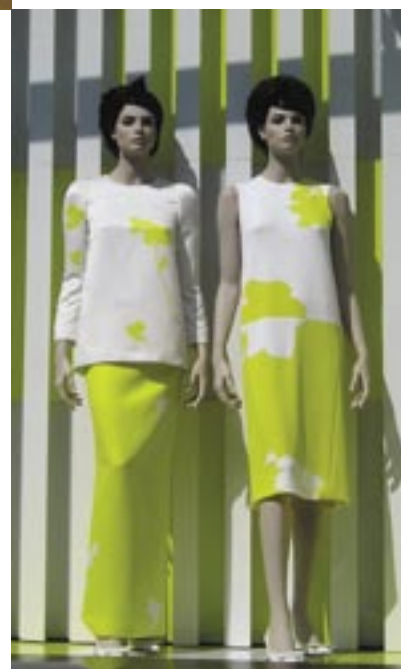


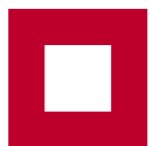
POP  **PAI**
THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL
CENTRAL EUROPE



PRŮVODCE OBOREM MARKETING
AT RETAIL **2014**
GUIDE THROUGH THE **MARKETING**
AT RETAIL INDUSTRY



marketing
at-retail
POP AI
forum



POP AI
CENTRAL
EUROPE
AWARDS



POP AI DAY 2014

Nový ročník mezinárodní odborné akce o zásadních trendech v in-store komunikaci. Akce zahrnuje konferenční program, soutěž o nejlepší komunikační projekty v prodejních místech a gala večer.

20. 11. 2014

**Kongresové centrum U Hájků
Na Poříčí 42, Praha 1**

AKCE JE POŘÁDÁNA
VE SPOLUPRÁCI
S KONGRESOVÝM
CENTREM U HÁJKŮ



POP AI fórum 2014

Future of Retail Experience

Mezinárodní konference o současných výzvách, potenciálu a budoucnosti místa prodeje.

POP AI AWARDS 2014

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.

POP AI STUDENT AWARD 2014

Soutěž o nejlepší studentské návrhy projektů v místě prodeje dle reálných zadání (briefů) od konkrétních zadavatelů – partnerů soutěže.

Gala večer

Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POPAI AWARDS 2014 a POPAI STUDENT AWARD 2014
Degustace vín • Raut, hudba

GENERÁLNÍ PARTNER

Freeboard®
Feel FREE to show up!

HLAVNÍ PARTNEŘI

wellen retail experience **eclipse.**

PARTNEŘI

authentica **DAGO** **MORIS** **REDA** **Ki-Wi** **monit** **čermák design**

SPONZOŘI

STORY DESIGN **Ross** **Coca-Cola** **Budweiser**

ODBORNÍ PARTNEŘI

reklama polygraf 2014 **GMS** **ACRA MK** **AA** **AKTIVNÍ AGENTURY AKA**

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

ZBOŽÍ&PRODEJ

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

MARKETING SALES MEDIA **TOVAR&PREDAJ** **Brands & Stories** **místo prodeje** **abreklama.sk** **signs event**

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.

Kontakty a informace

POP AI CE

Daniela Krofiánová
tel.: 775 989 853
e-mail: dkrofianova@popai.cz
Marcela Pazourková
tel.: 608 257 701
e-mail: mpazourkova@popai.cz
www.popai.cz

OBSAH

Marketing at-retail jako významná součást marketingové komunikace	6
Retail trendy 2014: Ještě větší moc zákazníků a on-line!	8
Investice do reklamy v místě prodeje představují více jak 5 miliard Kč	11
Rok 2014 – digitální komunikace na všechny možné způsoby	14
POP	
AI AWARDS Galerie úspěšných řešení pro prodejní místa	18
Návrhy nové generace designerů pro místo prodeje	24
O Popai Central Europe	26
Významné projekty POPAI CE	28
Klub zadavatelů	32
Adresář členů POPAI CENTRAL EUROPE	48

Vážení marketingoví odborníci,

Asociace POPAI CE vydává nový ročník již tradiční publikace „Průvodce oborem marketing at retail“, která přináší odborné veřejnosti aktuální informace o projektech, novinkách a trendech z místa prodeje a in-store komunikace. Představuje rovněž přední společnosti oboru, které jsou součástí naší asociace.

Co v místě prodeje očekává dnešní zákazník, který komunikuje napříč různými prodejními kanály? Jaký je potenciál v propojování fyzického místa prodeje s tím on-line? Jaké důsledky má tento vývoj pro tradiční místa prodeje a pro komunikaci zadavatelů reklamy a maloobchodníků? Jak se vyvíjí trh in-store komunikace z hlediska objemu i struktury?

POPAI CE reaguje na tyto a další otázky, v rámci svých aktivit přináší řešení a užitečné informace pro snazší a optimálnější realizaci projektů v prodejních místech.

Část této publikace je proto věnována významným aktivitám, jejichž iniciátorem je naše asociace. Jsou inspirací i návodem k úspěšné komunikaci v místě prodeje a zároveň podporují zkvalitňování vztahů mezi všemi subjekty působícími v našem oboru.

Zákazník chce při nákupu kvalitu, zážitek, snadnost a rychlost nakupování, férový přístup obchodníků a značek a efektivitu. S těmito požadavky souvisí nutná potřeba stálého budování synergické spolupráce maloobchodníků a dodavatelů značkových výrobků

s vědomím společného prospěchu a realizace trvalejších komunikačních a prodejních strategií, které budou zahrnovat inovativní způsoby komunikace fyzické a virtuální prodejní sítě tak, aby stále lépe uspokojovaly očekávání zákazníka.

POPAI CE se dlouhodobě daří realizovat projekty, které ukazují, že kreativní a efektivní spolupráce dodavatelů značkových výrobků s maloobchodními společnostmi v místě prodeje je možná, a to i přes všechna aktuální úskalí našeho trhu. V rámci celoročního odborného programu se zaměřujeme na příklady dobré praxe, které jsou důkazem fungujících in-store konceptů, na testování efektivit in-store aplikací, které pomáhá odhalit fungující či nefungující řešení a ulehčuje rozhodnutí zadavatelů o dalších správných formách komunikace se zákazníky v maloobchodním prostředí.

Přínos těchto aktivit se odráží ve vyšším zájmu významných subjektů a jejich přání zapojit se do aktivit asociace, ve zvyšování povědomí o oboru i asociaci, která se stává stále respektovanější a uznávanější odbornou institucí pro profesionály v místě prodeje.

Čtrnáct let úspěšného působení asociace POPAI CE na poli marketingové komunikace v místě prodeje je výsledkem společné práce kolegů a členů asociace, našich partnerů a dalších spolupracujících subjektů. Za jejich podporu a součinnost jim patří náš velký dík.

Dear marketing professionals,

The POPAI CE association is publishing a new issue of the annual traditional publication “Guide to Marketing at Retail”, which provides the professional public with current information about projects, news and trends from the points of purchase and in-store communication. Moreover, it introduces the leading companies in our line of business, which are members of our association.

What does today's customer, who communicates across various retail channels, expect at a point of purchase? What is the potential in interconnecting physical points of purchase with those on-line? What consequences does this development have for traditional points of purchase and for the communication of advertisers and retailers? How is the in-store communication market developing from the point of view of volume and structure?

POPAI CE responds to these and other questions, and brings solutions and useful information within its activities for easier and more optimal implementation of projects at points of purchase.

Therefore a part of this publication focuses on important activities initiated by our association. They are an inspiration as well as a guideline for successful communication at the points of purchase and at the same time they support the improvement of relations among all entities involved in our line of business.

When shopping a customer desires quality, experience, simplicity and speed of purchase as well as the fair practice of retailers and brands along with efficiency. These requirements are connected with the essential need for constantly

developing synergic co-operation between retailers and brands while being aware of their common profit along with the implementation of long-lasting communication and sale strategies, which will include innovative methods of physical and virtual retail network communication in a way as to increasingly satisfy customer expectations.

On a long-term basis POPAI CE has been successful in implementing projects which demonstrate that the creative and efficient co-operation of brand product suppliers with retail companies at the point of purchase is possible, despite all the current pitfalls in our market. Within the all-year-round specialist programme we focus on examples of good practice, which are proof of well-functioning in-store concepts, on in-store application efficiency testing, which helps to uncover functioning and non-functioning solutions and facilitate decisions of advertisers concerning other correct forms of customer communication in a retail environment.

The benefit of these activities is reflected in an increased interest of important entities and their desire to join the actions of the association, in improving the awareness about the line of business of the association and about the association itself, which is becoming an ever more respected and renowned specialised institution for professionals at points of purchase.

The fourteen years of the POPAI CE association's successful involvement in the field of marketing communication at points of purchase are the result of the joint work of colleagues and association members, our partners and other co-operating entities. We wish to express our great thanks for their support and co-operation.

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?

- Vizuální merchandising
- Reklama v prodejních místech
- Více smyslový marketing
- Digitální komunikace 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 velmi výrazný. 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 strategie. Od komunikace v prodejnách ve formě POP nosičů pro zviditelnění nabídky jsme přešli k multikanálovým 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.

Dnešní spotřebitelé komunikují v reálném čase napříč všemi kanály. Pokud se značky a maloobchodníci chtějí přizpůsobit těmto novým formám komunikace a nadále si udržet přízeň zákazníků, musí rychle reagovat a zvýšit interaktivitu. Je třeba přestat e-commerce vnímat jako hrozbu, co odvádí zákazníky z kamenných prodejen, ale jako příležitost k tvorbě přidané hodnoty na prodejní ploše formou rozmanitých služeb. Je nezbytné využít silných stránek tradičních prodejen, ke kterým patří odbornost personálu a poradenské služby, přívětivý přístup, možnost výběru, možnost dotknout se výrobků a vyzkoušet je, dostupnost prodejního personálu, individuální péče o zákazníka.



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
- 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 them 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

Zdroj: POPAI France a POPAI CE
Foto: archiv Daniely Krofiánové



and Internet are converting, 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.

Today's consumers communicate in real time through all sales channels. If brands and retailers want to adapt to these new forms of communication and continue to maintain customer loyalty, they have to react quickly and increase interactivity. It is necessary to stop perceiving e-commerce as a threat that diverts customers away from physical stores, but it should be seen as an opportunity to create added value on the sales area in the form of various services. It is necessary to take advantage of the strengths of traditional outlets, which include staff expertise and consulting services, helpful and friendly approach, choice, possibility to touch and try the products, the availability of sales staff, personalized customer care.



Retail trendy 2014:

Ještě větší moc zákazníků a on-line!

Další rok je za námi, plný změn, nových trendů a příležitostí. A ten nový je před námi ve znamení stále intenzivnější koncentrace na dynamicky se měnícího zákazníka. Jaké trendy a fenomény budou ovlivňovat komunikaci v místě prodeje v následujících měsících?



Ilustrační foto: Omnichannel

1. 5 P maloobchodu – Správný produkt, správná propagace, správná cena, správné místo a role lidského faktoru, tradiční mix pěti P pořád platí, ale ve všech těchto fundamentech je třeba stálého pokroku. V současnosti mají nakupující zákazníci čím dál větší vyjednávací sílu danou možností volby. Co se týče maloobchodu, vyžadují jednoznačně nadprůměrnost ve všech ohledech. To znamená také využívání nových technologií jako nástroje lepších zákaznických služeb a zkušeností při nakupování v hmotném světě kamenných obchodů. Je třeba zajistit, aby návštěva

prodejen stála zákazníkům za jejich čas a peníze. Jinak budou raději nakupovat on-line.

2. Maloobchodníci budou pro veškeré své aktivity více a více využívat multi zdrojová „big“ data, především ta o svých zákaznících. Společně se svými dodavateli je pak na úrovni produktových kategorií budou využívat k pokročilejší práci se všemi zmíněnými 5 P.

3. Omnichannel zákazníci, kteří při nakupování více využívají mobilní zařízení a domácí počítače, budou stále rozšiře-

nější. Stále více marketingových iniciativ se bude zaměřovat na spojení tří klíčových komponentů: in-store, digitálních a zkušenostních. Značky a maloobchodníci schopní získat nakupující zákazníky jsou ti, kteří je dokáží nalákat a získat skrze všechny tyto tři cesty. Jinými slovy je třeba zcela a smysluplně obsáhnout více kanálů (multichannel, omnichannel, crosschannel), abychom dokázali lépe upoutat pozornost našich zákazníků a aktivně a všudypřítomně s nimi vytvářeli smysluplný vztah. Je nutné jim neustále dokazovat, že se vyplatí, když budou otevírat naše

zprávy, navštěvovat náš internetový obchod a také navštěvovat naši kamennou prodejnu. Postupně už nebudeme mluvit o konceptu omnichannel jako o nezbytnosti, ale budeme tento přístup přirozeně využívat a považovat jej za samozřejmost prodeje a nakupování. I značky tuto realitu přijmou a budou častěji přicházet s interaktivnějšími P.O.P. koncepty s využitím propojení vnějšího světa s místem prodeje. To zefektivní využití vztahových synergií na cestě za smysluplným engagementem a konverzí zákazníků.

4. Maloobchodníci budou více investovat do digitálních in-store technologií, hlavně těch internetových a mobilních. Ve světě pro tento přístup již existuje termín „outernet“. Na některých zahraničních trzích disponuje již mnoho obchodů, například Walmart či Target, aplikacemi, které se aktivují na začátku nákupu a pomohou nám s navigací, čerpáním výhod, sdílením a nákupním rozhodováním. Například v obchodě Walgreens v Chicagu jsou v uličkách umístěny tablety ve speciálních stojanech, které přehrávají demo videa, nabízejí novinky, ukazují recenze produktů nebo umožňují sdílet zákazníkům zkušenosti a názory v reálném čase, případně umožňují objednat zboží v domácím e-shopu s dodáním na zvolené místo. Využívání tabletů a dotykových obrazovek na P.O.P. médiích v kombinaci s různými aplikacemi se bude zvyšovat jako nástroj k poskytování zážitků při nakupování a posilování loajality. V této oblasti je pak klíčové identifikovat, které nástroje budou pro naše nakupující zákazníky nejvýhodnější, nejrelevantnější a nejpohodlnější.

2014 Retail Trends: Even Greater Powers for Customers and the Shift towards On-line Purchases!

What trends and phenomena will influence communication at points of purchase in the upcoming months?

- Currently, buying customers are gaining bigger and bigger bargaining power based on the possibility of wide choices; as to retail they clearly expect above-average standards in all aspects, which also means using new technologies as a tool for better customer services.
- Retailers will more and more use the “big” data for all of their activities, particularly those relating to their customers.
- Omni-channel customers, who when shopping use mobile equipment and home computers more and more, will constantly increase in numbers.
- Retailers will invest more in digital in-store technologies, mainly the internet and mobile technologies.
- The influence of social media on shopping will be increasing.
- An advance personalised communication on the part of retailers and brands in the course of shopping will soon become a normal component of customer relation management.
- The potential of showrooming will be explored, when a customer will view the goods in a bricks-and-mortar store, receive information about them and decide on a purchase, which he then however will make on-line.
- Buying customers will demand perfect in-store services as a supplement to a self-service.
- Another trend is personalised goods – mass adjustment to customer ideas.
- The guarantee of a financial refund is connected with purchased product satisfaction. It is one of the trends that are closely connected to the increase in bargaining power and customer concentration intensity in a hyper-competitive and barely differentiated retail environment.

5. Vliv sociálních médií na nakupování bude stoupat. Co doporučují přátelé a komunity, je klíčové. Zákazníci vidí, co se jiným lidem líbí a co ne, mohou sledovat aktuální trendy. A nejde jen o Twitter a Facebook. Podívejme se na Pinterest, jehož význam třeba v USA stoupá v souvislosti se sdílením názorů a zkušeností

s nakupováním. Obchody jako Target, Topshop či Nordstrom již zobrazují ikony Pinterestu na nejvíce „označovaných“ položkách pro podporu prodeje. Většina zákazníků je napojena na sociální sítě, sběrače dat, které identifikují a pomáhají předvídat jejich chování na základě digitálních stop. Pro značky a maloob-



Ilustrační foto: Omnichannel

chodníky jsou pak nejen komunikačním kanálem, ale především skvělým zdrojem dat a přímé zpětné vazby od zákazníků v reálném čase.

6. Pokročilá personalizovaná komunikace ze strany maloobchodníků a značek během nakupování brzy vstoupí do hry jako běžná součást řízení vztahů se zákazníky. To souvisí s pokročilými informačními technologiemi, které jsou schopny v reálném čase analyzovat big data na individuální úrovni a tvořit časově a místně relevantní komunikaci a nabídky pro konkrétního zákazníka. Většina nakupujících zákazníků je napojena na sociální sítě, sběrače dat, které identifikují a pomáhají předvídat jejich chování na základě digitálních stop. Dosud známé kupóny budou postupně nahrazeny digitálními, jež k zákazníkovi dorazí on-line v reálném čase jako jeden z nástrojů posílení digitálního zapojení zákazníků. Ať už prostřednictvím mobilních aplikací, e-mailů, www platforem atp. S tím souvisí i pokrok v oblasti věrnostních systémů, na který náš trh netrpělivě čeká s nadějí, že mu pomůže vymanit se ze slevové pasti posledních let.

7. Využívání potenciálu showroomingu, to jest proces, kdy zákazník v kamenné prodejně zboží prohlédne, zjistí o něm informace, rozhodne o koupi, kterou však z důvodů řízených nebo neřízených maloobchodníkem uskuteční on-line. S tím souvisí cenová transparentnost, resp. reflexe v cenové strategii. Zatím je však showrooming pro většinu kamenných obchodů vnímán jako nepřijemnost a hrozba. Faktem ale je, že showrooming přetrvává. Tudiž značky, obchodníci a shopper-marketingoví profesionálové si musí být velmi dobře vědomi jeho potenciálu a musí vědět, jak ho mohou využít ve svůj prospěch. Například jednou z nedávno prezentovaných strategií je účtovat nakupujícím zákazníkům poplatky „jen za koukání“. Prohlédni si, nekupuj, ale zaplať za přímý kontakt s produktem. Nebo si ho rovnou u nás objednej on-line s doručením dle přání ze svého mobilu nebo přes touch screen u zboží. V dnešních prodejnách Tesco už je u některých produktů na regálech doporučován pohodlnější či výhodnější nákup v domácím e-shopu. Opačně pak může kamenná prodejna sloužit jako zážitková „výdejna“ zboží objednaného on-line.

8. Nakupující zákazníci budou požadovat dokonalé in-store služby jako doplněk samoobsluhy. Záleží na specifikách prostředí prodejny a na zákaznících, kteří ji navštěvují. Je však třeba dbát jak na ochotný personál, tak na možnost co nejjednodušší samoobsluhy, abychom se ujistili, že všichni potenciální zákazníci jsou s nákupem spokojeni. Přívětivý a zkušený prodáváč schopný dobře poradit s našimi problémy a rozhodnutími bude významný element, který bude odlišovat kamenné prodejny od těch on-line.

9. Personifikované zboží – masové přizpůsobení se představám zákazníků. Nakupující zákazníci se chtějí cítit mimořádně a současně trendy. Jedním z efektivních způsobů přiblížení se jejím představám je využívání produktových sad na míru, monogramů, zákaznických barev, chutí atp. Takový přístup může zlepšit celkovou nákupní zkušenost a zážitek zákazníka. Je jen třeba zjistit, jak nabídnout zkušenost více uzpůsobenou jeho individuálním přáním v konkrétním kontextu. Ať už on-line nebo v prodejně.

10. Záruky vrácení peněz (MBG) jsou spojeny se spokojeností se zakoupeným produktem. Je to jeden z trendů úzce souvisejících se zvyšováním vyjednávací síly a plynoucí intenzity koncentrace na zákazníka v hyperkonkurenčním a málo diferencovaném maloobchodním prostředí. Možnost vrátit zakoupené zboží zákazníkům poskytuje duševní pohodu a zbavuje je obav, že udělají svým rozhodnutím nevratnou chybu. V maloobchodě, kde jsou nakupující zákazníci stále náročnější, může být záruka vrácení peněz symbolizující férově sebevědomý přístup maloobchodní značky velice účinná. Zákazník se mění po všech stránkách a tato strategie je už postupně možná i v místní společenské kultuře.

Daniel Jesenský
Prezident asociace POPAI CE

Investice do reklamy v místě prodeje představují více jak 5 miliard Kč

Asociace reklamy v místě prodeje POPAI ve spolupráci s mediální agenturou OMD Czech zveřejňuje výsledky projektu monitoringu reklamy v místě prodeje již třetím rokem. K dispozici jsou tak v ČR informace o objemu investic do výroby reklamy v místě prodeje za roky 2010, 2011 a 2012, a také informace o jejich struktuře.

Objem trhu

Informace o každém trhu jsou nutným předpokladem k základní orientaci na něm a kultivují tak podnikatelské prostředí v oboru. Úkolu data sesbírat a publikovat za český trh reklamy v místě prodeje se ujala POPAI CE (oborová asociace sdružující společnosti působící na trhu in-store komunikace) v úzké spolupráci s mediální agenturou roku OMD Czech.

Sběr dat probíhá kontinuálně od jara roku 2011 na třech různých úrovních, které měly za cíl komplexně zmapovat investice do produkce reklamních médií v místě prodeje. Monitoring přitom značně komplikuje skutečnost, že v marketingu na místech prodeje se aktivně pohybují stovky společností, a to zejména menší společnosti jen nepravidelně, na projektové bázi. Objemem trhu rozumíme finanční objem reprezentovaný reklamními nosiči vyrobenými společnostmi se sídlem v ČR a objemem dovezených POS prostředků ze zahraničí. Zhodnocení dovezených reklamních nosičů

je novinka letošního roku. První úroveň sběru dat jsou deklarované čisté (NetNet) finanční objemy členů asociace POPAI, realizované za kalendářní roky 2010 až 2012 bez DPH. Jelikož tato citlivá data mají důvěrnou povahu, jejich sběr a agregování se jako nezávislý subjekt ujalo výzkumné oddělení OMG Research mediální agentury OMD Czech. Do této úrovně monitoringu bylo nakonec zařazeno celkem 13 nejvýznamnějších hráčů na trhu. Do monitoringu každý rok vstupoval jiný počet subjektů. Z důvodu kontinuity dat byli ponecháni jen ti, kteří dodali výsledky za celé období tří let. Tyto subjekty deklarují v roce 2012 objem 1,446 miliardy Kč realizovaných v POS. Ostatní dodavatelé jsou zahrnuti v další úrovni monitoringu.

Druhou částí monitoringu je čerpání informací z veřejně dostupných zdrojů, tedy informace veřejně deklarované dalšími hráči na trhu, zejména z Obchodního rejstříku. V této sekci bylo popsáno 40 subjektů a doplněno odhadem odborníků z oboru

o čísla „garážových výrobců“ s celkovým ročním objemem 3,028 miliardy Kč. V případě, že veřejně dostupné zdroje uváděly dvě různé úrovně obrátu, byla vzata v potaz nižší varianta. Celkové číslo tedy poskytuje konzervativní odhad celkového objemu v této části monitoringu, což má za cíl dále podpořit důvěryhodnost dat.

Třetí část projektu se týká finančního objemu reklamních nosičů vyrobených v zahraničí instalovaných v České Republice. Na toto téma proběhl kvalifikovaný odhad zainteresovaných odborníků z oboru. Objem přímého dovozu se odhaduje na 20%, což činí 0,895 miliardy Kč.

Celkový objem investic do reklamy v místě prodeje vznikl součtem uvedených tří částí monitoringu. Celkový finanční objem investovaný do produkce prostředků reklamy v místě prodeje za rok 2012 v České republice tvořil 5,367 miliardy Kč. Každým rokem zaznamenává tento trh průměrně dvou procentní nárůst.

Úroveň monitoringu (Net Net v mld. Kč bez DPH)	2010	2011	2012
1. Deklarované obraty POPAI (sběr OMD)	1,309 mld. Kč	1,373 mld. Kč	1,445 mld. Kč
2. SMB, SOHO, Obchodní rejstřík + veřejné zdroje, odhad	2,981 mld. Kč	2,999 mld. Kč	3,027 mld. Kč
3. Dovoz ze zahraničí	0,858 mld. Kč	0,875 mld. Kč	0,895 mld. Kč
Celkem 1. + 2. + 3.	5,149 mld. Kč	5,247 mld. Kč	5,368 mld. Kč

Použité zkratky:

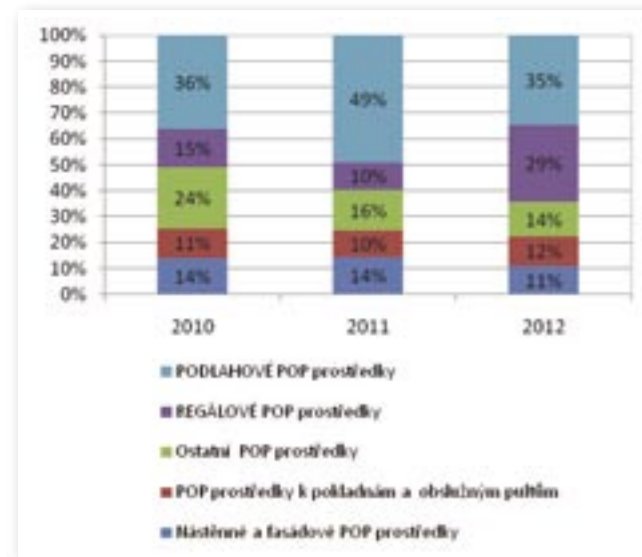
POS – point of sale, místo prodeje
POP – point of purchase, místo nákupu, v podstatě se jedná o rovnocenný výraz k POS
SMB – Small and Medium Business
SOHO – Small Office, Home Office

Struktura reklamy na místě prodeje

Deklarované údaje, sesbírané v první části od nejvýznamnějších členů asociace POPAI, umožňují získat ještě podrobnější pohled na trh a lépe uchopit strukturu tradiční POP reklamy.

Typ nosiče:

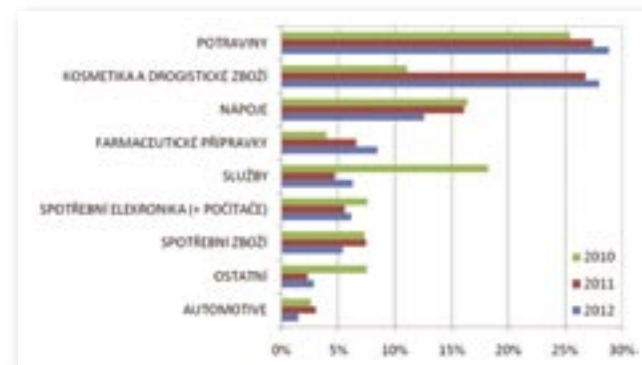
Prvním pohledem je rozdělení finančních objemů mezi jednotlivé typy tradičních POP nosičů:



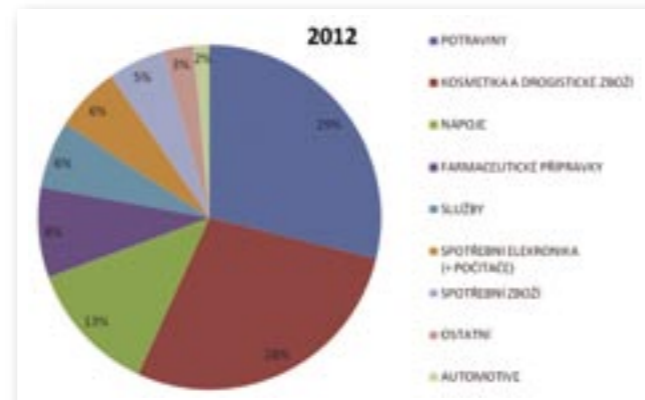
Typem umístění, který reprezentuje největší objemy, jsou podlahové POP prostředky s 35 %, následují regálové POP prostředky s 29 %, které zaznamenaly značný nárůst oproti minulým letům. Naopak podíl ostatních POP prostředků, nástěnných prostředků (včetně fasádových) má klesající tendenci. K pokladnám a obslužným pultům souhrnně směřuje 12 % objemových prostředků.

Produktové kategorie

Dalším pohledem jsou produktové kategorie, pro které byly POP nosiče využity. Nejčastější produktovou kategorií jsou podle očekávání

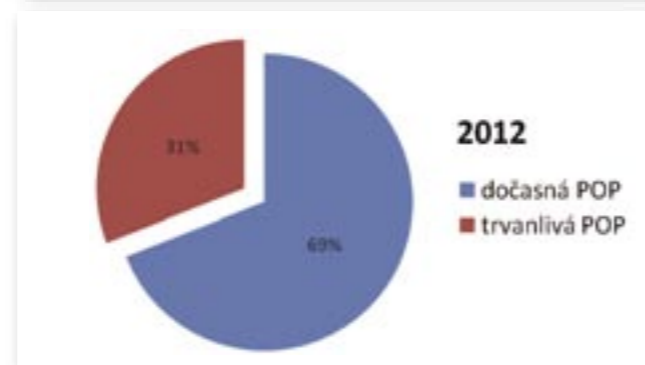
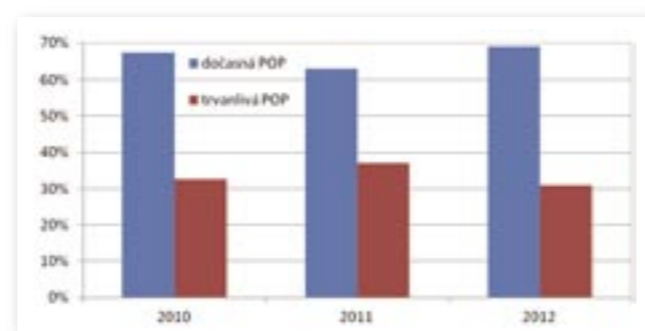


potraviny s 29 % finančního objemu. Následuje kosmetika (20 %) a nápoje. Kategorie nápoje, spotřební zboží a automotive v roce 2012 zaznamenávají pokles.



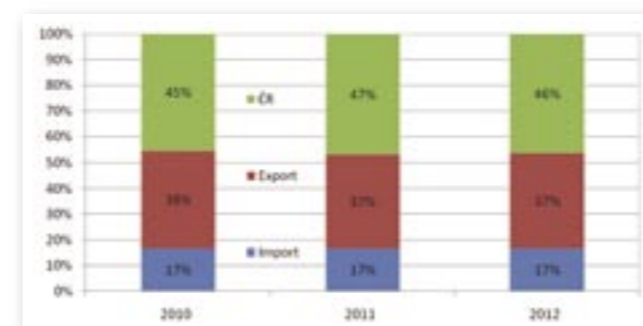
Trvalost POP nosičů

Dalším zajímavým údajem, který vyplývá z projektu monitoringu, je podíl trvalých nosičů POP, který tvoří 31 %. Z hlediska historického vývoje se hodnoty přibližují hodnotám z roku 2010.

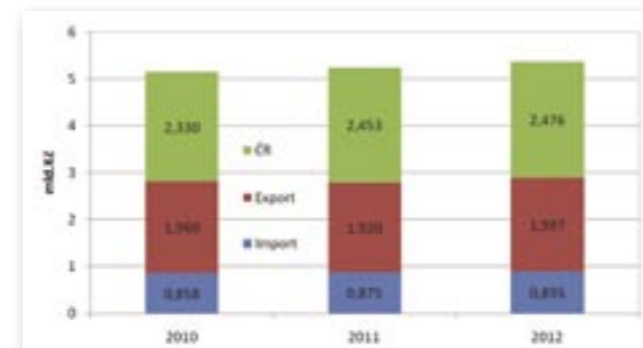


Cílový trh

Přínosné informace uzavírá určení destinace, tedy cílového trhu. Převládá tuzemský trh, pro který je určeno 46 % tradičních POP prostředků.



Změnou metodiky, zařazením importu POS prostředků se odhad investic zpřesnil a z kvalitnil. Podíl importu a exportu se meziročně nijak významně neliší.



Závěr:

Celkový objem trhu produkce reklamy v místě prodeje za rok 2012 v České republice tvořil 5,367 miliardy Kč, což je o 2,3 % více než v předcházejícím roce. Uvedením jednotlivých úrovní monitoringu umožňuje každému účastníkovi trhu vytvořit si vlastní názor o jeho struktuře a rozložení. Objemem investic je POS trh řádově srovnatelný např. s tiskovým trhem, který se podle odhadů mediálních agentur pohybuje v roce 2012 mezi 4 a 6 mld. Kč. Díky společnému úsilí POPAI CE a mediální agentury OMD je k dispozici kontinuální datový zdroj umožňující popsat velikost, strukturu trhu a vývoj investic v místě prodeje.

Investments in Advertising at Points of Purchase Represent More than 5 Billion Crowns

The point of purchase advertising association – POPAI in co-operation with the OMD Czech media agency has published the results of the point of purchase advertising monitoring project for the third year running. Therefore, in the Czech Republic we have data available about the investment volume expended on the produced advertising at points of purchase in 2010, 2011 and 2012, as well as information about its structure.

The total financial volume invested in the production of advertising means at points of purchase in 2012 in the Czech Republic amounted to CZK 5.367 billion. Every year this market has recorded an average two percent increase.

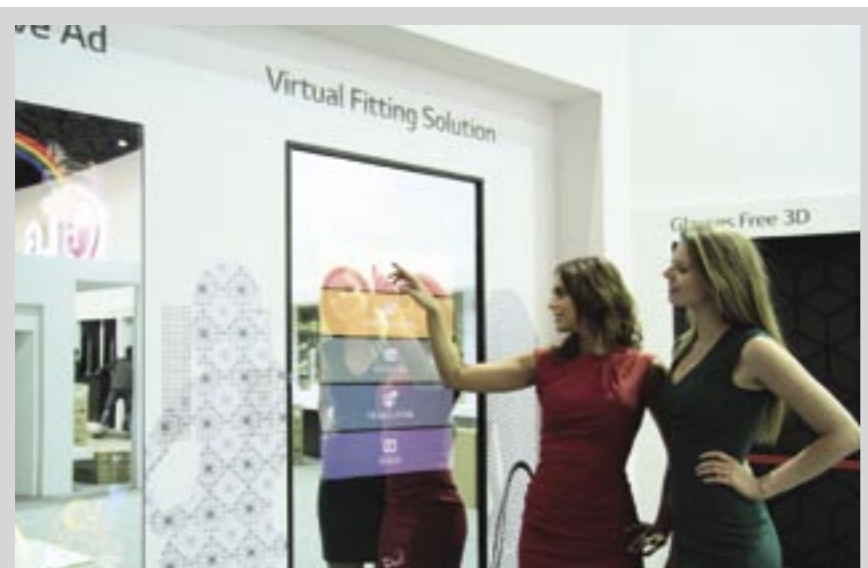
As to the type of placement representing the biggest volumes, the order is as follows: first position is held by POP floor displays at 35%, followed by POP shelf displays at 29%, which have recorded a considerable increase compared with previous years.

Another aspect to explore is the product category, for which POP stands were used. As expected, the most frequently occurring product category is food, representing 29% of the financial volume, followed by cosmetic products (20%) and drinks.

Rok 2014 – digitální komunikace na všechny možné způsoby

Leitmotiv roku 2014 je omni-channel a digitální komunikace

Rok 2014 přinesl spoustu nových událostí. Zimní olympiádu v Soči, chrastění zbraněmi na Krymském poloostrově, ale také nová témata, která se týkají maloobchodního prostředí. Možná tato témata nejsou úplně nová, ale změnil se úhel pohledu na ně, nebo se objevila nová technologie, která dala stávajícímu tématu nový rozměr. Myslím, že v příštích třech až pěti letech dojde v maloobchodním prostředí k více změnám, než jsme jich zažili za posledních deset let.



Leitmotivem maloobchodu roku 2014 bude určitě digitální komunikace na všechny možné způsoby. Nejčastěji se skloňuje výraz omni-channel a v těsném závěsu jsou výrazy customization, targeting a experience. V digitální komunikaci hrají velkou roli technologie a jednou z dobrých možností, jak se nechat inspirovat novinkami, je návštěva veletrhu ISE, který je přehlídkou novinek všech možných technologií.

Můj článek v loňském vydání této publikace byl inspirován především návštěvou veletrhu ISE a technologickými novinkami. I když jsem letos neměl příležitost ISE 2014 navštívit, data hovoří jasně: nárůst vystavovatelů z 894 v roce 2013 na 952 letos (tedy asi o 6%) a také zvýšení počtu návštěvníků z 44151 v roce 2013 na 51003 v roce 2014. Z více než 950 vystavovatelů jich přes 200 vystavovalo na ISE poprvé.

V technologické rovině pokračuje trend z minulého roku a sází se spíše na evoluci. Opět zde byla k vidění technologie zobrazení v rozlišení 4K a i když nejsou vyřešena všechna mysteria, jak lze toto rozlišení uvést v běžný život, věřím, že se to v krátké době povede. Projekční technika se snaží dokázat, že jde promítat všechno na všechno a navíc s nulovou údržbou. Velkým vizuálním a zábavním tahákem bylo virtuální zkoušení módy. I když je to technologicky stále lepší a lepší, nemám pocit, že by z toho byl masově rozšířený prvek pro obchody s módou. Přece jen chybí ten pocit z oblečení, které mám na sobě: zda mi padne střih, zda je mi příjemný materiál... K vidění byly také informační a navigační kiosky, „all in one“ HW řešení a systémy pro distribuci a řízení obsahu jak obrazového, tak zvukového. Suma sumárum, technologicky nabitá akce a návštěva se vyplatí už jen pro tu možnost získat technologický rozhled.

Z pohledu maloobchodu se ale bude určitě to zajímavější odehrávat v rovině změn chování nakupujícího a obchodníka.



Představte si statisticky nejpravděpodobnější nakupující osobu a její potřebu. Adéla potřebuje nové tričko! Zapne si tedy tablet a pustí si aplikaci svého oblíbeného obchodníka. Protože si aplikace pamatuje její nákupní minulost a zná její osobní preference, netrvá to ani tři „kliky“ a Adéla si už prohlíží výběr triček v její velikosti, která jsou srovnána podle jejích oblíbených stylů a barev. O dva „kliky“ později je vybrané tričko v nákupním košíku. Při volbě doručení ale zjistí, že dodávka přes e-shop by trvala tři dny a ona potřebuje tričko již zítra. Přes aplikaci si tedy najde nejbližší obchod, kde vybrané tričko mají a koupí si ho. Hrábne po klíčkách a svým mobilu (samozřejmě chytrém) a vypraví se tam. Dorazí do obchodu a už spěchá k automatickému prodejnímu pultu. Ten si ověří signál z jejího mobilu, tím ji identifikuje a vydá tašku s vytouženým tričkem. Adéla si ho vezme a jde k východu. V tu chvíli uvidí pár nádherných bot! Pomocí stejné aplikace, se kterou nakoupila tričko, si udělá fotku bot. Aplikace produkt rozezná a nabídne Adéle doplňující informace o produktu: cenu, zda je dostupná její velikost, jméno

2014 - Digital communication in all possible ways

The leitmotif of retail 2014 is definitely the digital communication in all possible ways. The expressions that characterize the current trends include omni-channel (using multiple sales channels through various mobile devices), customization (adaptation and modification of the product according to customer requirements), targeting (work with data on individual users / shoppers) and experience of shopping (fulfilling the expectations of the shopper).

The time that retailers have available to reach the shopper (online or offline) shortens. Due to the shift of sales to the online channel retailers are forced to reduce its branch network, and the retail space where they can expose their products is shrinking. Therefore they have to streamline significantly their communication and to make the most of smaller space. Digital technologies will provide them with the right tools. Reduction of the branch network and the need to work more effectively with the reduced area will lead to better work with the sales environment.

POP AI AWARDS

Galerie úspěšných řešení pro prodejní místa

Oborová soutěž POPAI AWARDS, kterou v závěru roku 2013 uspořádala středoevropská pobočka POPAI v Praze, představila nejnovější projekty v oblasti komunikačních prostředků v místě prodeje i v dalších místech kontaktu se spotřebiteli.

Do soutěže bylo v tomto ročníku zařazeno celkem 76 exponátů (v předchozím ročníku 68 exponátů) v 15 soutěžních kategoriích. Odborná porota hodnotila každý exponát v sedmi kritériích. Byla posuzována estetická úroveň a design, originalita a inovativnost, soulad s produktem, technické řešení, kvalita výrobního zpracování, vhodnost do prodejního prostředí a celkový dojem.

Kromě tradičních POP materiálů, podpůrně propagačních předmětů, prostředků pro vybavení obchodů a nástrojů světelné komunikace byly v soutěži zastoupeny také systémy digitální a multimediální komunikace a integrované in-store projekty.



Absolutním vítězem soutěže se stal Led Lenser promo stojan jehož autorem a přihlašovatelem je společnost MORIS design s.r.o.

Tato realizace rovněž zvítězila v kategorii „Služby podpory prodeje – promo stojany“. Prezentační stojan je určen pro atrak-

tivní umístění na prodejních pultech pro prezentaci jedné svítiviny Led Lenser v prodejnách s možností vyzkoušení výrobku. Stojan je univerzální pro všechny rozměry vyráběných svítiv – má polohovatelné držáky. Prodejce dle potřeby jednoduchou úpravou změní na stojanu vzdálenost držáků a může po snadné výměně grafiky realizovat promo bez nutnosti merchandiserů či servisních techniků. Produkt je chráněn před odcizením lankem s navijákem. Zboží je vyšší cenové hladiny a stojan je designován jako luxusní, což je akcentováno tvarem, decentním podsvícením a nerezem. Stojany se vyvážejí do 45 zemí a při jeho použití jsou registrovány nárůsty prodeje v desítkách procent.

Mezi nejúspěšnějšími exponáty soutěže se rovněž umístil unikátní stojan Pivomat pro pivo Pardál od společnosti Dago, s.r.o., který získal cenu za kreativitu, byl oceněn za nejlepší materiálovou a technickou inovaci a také byl vítězem kategorie, ve které soutěžily prototypy, vzorky a exponáty z dovozu. Záměrem

zadavatele projektu, kterým je Budějovický Budvar, je podnitit zákazníky na prodejních plochách, aby si vyzkoušeli netradiční způsob nákupu. „Pivo Pardál



– český pivní ideál – je pivem, které si zaslouží každý, kdo o pivo chce bojovat. Právě svou sílu může zákazník projevit stlačením páky, která pivo uvolní. Bojujte o pivo, nekupujte levné náhražky, kupujte to nejlepší!“ Takto by se v krátkosti dal popsat cíl stojanu, který svým netradičním zpracováním láká zákazníky, aby si pivo Pardál vyzkoušeli.

Exponát z vlnité lepenky Jack Daniel's Honey od společnosti Authentica s.r.o. byl vyhodnocen jako nejlepší POP materiál na bázi papíru. Display byl vytvořen pro zadavatele Brown-Forman ČR/SR a byl instalován v supermarketech a hypermarketech. Tento trvanlivý podlahový stojan zachovává prémiový vzhled při nízkých výrobních nákladech. Svým tvarem a brandingem výrazně upozorňuje na nový produkt v řadě Jack Daniel's, kterým je Jack Daniel's Honey. Velmi atypický tvar ve tvaru včelí plást-



ve stojanu přitahuje pozornost zákazníků na trhu a plní tak maximálně účel dle přání klienta, kterým je výrazné druhotné umístění na prodejní ploše pro daný produkt.

Display pro prezentaci motorových olejů značky Castrol, který v soutěži představila společnost ATS Display Sp. z o.o., získal vítězství v kategorii „Automobily“.

Display má pevnou kovovou konstrukci a jeho součástí jsou 4 kovové police, z nichž každá je osvětlena. Dalším použitým materiálem pro výrobu stojanu je vakuově tvarovaný materiál HIPS. Stojan je vybaven 4 kolečky, z toho jsou 2 kolečka opatřena brzdami. V přední části každé police jsou umístěny cenovkové lišty, do kterých jsou vloženy tištěné papírové prvky. Transparentní držák na letáky a kovový háček pro další materiály jsou umístěny na boční straně stojanu.



POP AI AWARDS

A Gallery of Successful Solutions for Points of Purchase

The POPAI AWARDS marketing competition, which at the end of 2013 was organised by the Central-European branch of POPAI in Prague, presented the latest projects in the area of communication means at points of purchase and other consumer contact places.

This year a total of 76 exhibits were entered (last year there were 68 exhibits) and competed in 15 categories. An expert panel of judges evaluated each exhibit based on seven criteria, which were the aesthetic level and design, originality and innovation, conformity with the product, technical solution, quality of manufacture, suitability for the point of purchase and the overall impression made. Apart from the traditional POP materials, supporting promotional items, retail equipment articles and lighting communication tools, the competition also showcased new digital and multi-media communication systems and integrated in-store projects.



Vítězným exponátem v kategorii „Služby podpory prodeje – prezentační stěny“ se stalo vystavení výrobků Philips na prodejní ploše největšího internetového obchodu Alza.

Autorem projektu je agentura WELLEN a.s. Stávající vystavení výrobků Philips bylo uzavřené ve vitrínách a neumožňovalo přímou interakci se zákazníkem. Protože zákazníci ještě před nákupem chtějí výrobek vidět a vyzkoušet si případně jeho funkce, agentura WELLEN nabídla jednoduchý koncept na principu emočního vnímání barev, tvarů a plastických struktur. Zároveň bylo řešeno vystavení pro distributora televizí Philips a vlastní prodej značky v oblasti malých domácích spotřebičů. Přístroje jsou umístěny na barevných panelech, které jsou potaženy dotykovými materiály, jako jsou látky a koberce, jejich určení emočně komunikuje plastický symbol. Výrobky jsou předsazeny, lze si je tedy dobře prohlédnout ze všech stran a díky zabezpečovacím kabelům také vzít do ruky. Díky novému řešení se na stejný prostor bez vitrín přehledně vešlo mno-

hem více produktů, navíc byly odstraněny všechny bariéry a zákazníci se výrobků mohou snadno dotýkat. Barevné panely namísto uzavřeného nábytku přinášejí do jinak sterilního prostředí prodejny emoční náboj a přitahují větší pozornost zákazníků.

Pilsner Urquell bedýnka od společnosti Willson & Brown Czech s.r.o. patřila k dalším úspěšným realizacím soutěže a zvítězila v kategorii „Reklamní dárky v místě prodeje“.

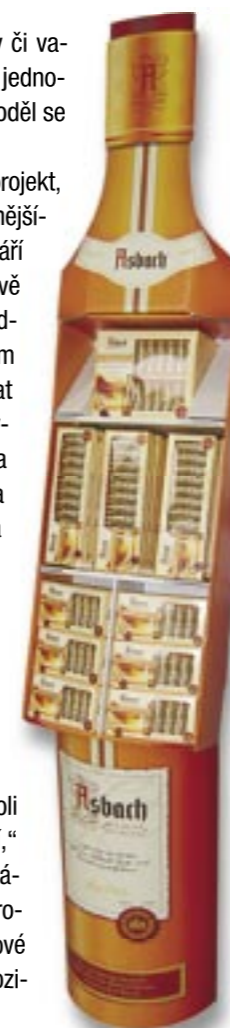


Bedýnka z přírodního smrkového dřeva byla vyrobena pro Plzeňský Prazdroj, a.s a slouží k použití jako dárkové balení limitované edice s historickým logem na bedýnce, ale i s historickými etiketami na láhvích. Dárkové balení je určeno pro obchodní síť řetězce Ahold Czech Republic. Dřevěná bedýnka reprezentuje tradici, rukodělnou zručnost českých řemeslníků a hrdost a lásku k pivu, které je vyráběné v Plzni. Odkazuje na historické prameny, podle kterých byly používány dřevěné bedýnky pro převoz piva. Z historie vychází i značení logem na bedýnce pomocí vypalování. Pro snadnou manipulaci je k víku bedýnky připevněno silné pletené jutové lano. Víko dekoruje pečeti Pilsner Urquell v barvě tradičního pečeti vosku. Při výrobě byla použita mořidla s obsahem přírodních vosků, a dřevo je tak chráněno proti vlhku, je mu dodán krásný vzhled, který podkresluje dekor dřeva. Víko bedýnky je zajištěno proti otevření do doby koupě jutovým voskováným lankem s olověnou plombou. Bedýnka svému majiteli může sloužit po dlouhá léta a pro milovníky piva je krásným doplňkem nebo nástrojem pro nošení piva z obchodu.

V kategorii „Integrované in store kampaně“ nejlépe uspěl projekt Coca-Cola Connect aktivace, který v soutěži přestavila agentura up brand activation, s.r.o. Přestože je značka Coca-Cola jedním z neznámějších a nejhodnotnějších brandů na světě, výzkumy ukázaly, že množství mladých lidí Coca-Colu nekoupilo, ani neochutnalo již více než rok. Proto se Coca-Cola rozhodla pro ofenzívu. Strategickou myšlenkou kampaně se stala proměna lahve Coca-Coly ve zcela osobní předmět. Doslova během několika týdnů se trh zaplavil baleními, jejichž etiketa namísto proslulé značky nesla křestní jména



či přezdívky vás, vaší rodiny či vašich kamarádů. Pobídka byla jednoduchá: kup si Coca-Colu a poděl se o radost právě s nimi! Pokud máte v rukou dobrý projekt, není nic hezčího a efektivnějšího než potkat zákazníky tvář v tvář. „Vytvořili jsme tedy dvě unikátní auta, jejichž prostřednictvím byla spotřebitelům nabídnuta možnost získat Coca-Colu, která bude opravdu osobní. Během několika měsíců jsme objeli všechna česká i slovenská krajská města. Abychom vedle práce s emocemi docílili i reálného prodejního efektu, vyzvali jsme potenciální zákazníky, aby si zakoupili na vybraných lokalitách Coca-Colu. Za odměnu jsme jim pak vyrobili plechovku s jakoukoli přezdívkou dle jejich přání,“ uvádějí k realizaci projektu zástupci up brand activation. Kromě zvýšení brand love v cílové skupině přinesla kampaň i pozitivní obchodní výsledky.



Display na cukrovinky ve tvaru lahve od společnosti STI Česko s.r.o. byl oceněn jako nejlepší exponát v kategorii „Nealkoholické nápoje, potraviny“. Stojan z vlnité lepenky, který je určen pro nabídku pralinek v obchodních řetězcích i na nezávislém trhu, věrně kopíruje tvar lahvičky s likérovými pralinkami. Oválný a otevřený tvar tohoto POP nástroje láká pohodlným přístupem k produktům. Konstruktivní řešení spodního soklu s automatickým dnem umožňuje rychlé složení displaye v místě prodeje. Svou podobností s primárním obalem i dostatečnou výškou upoutává pozornost spotřebitele a poslouží k impulsnímu nákupu.

V kategorii „Alkoholické nápoje, tabák“ se o vítězství podělili dva exponáty. Regál na pивní speciality od společnosti STI Česko s.r.o. je vyroben ze smrkového dřeva a je určen pro velkoobchody s nápoji

i do obchodních řetězců. Slouží k prodeji jednotlivých lahví i skupinového balení značky Schneider Weisse. Regál je složený z pěti pater, které mají svým materiálem i vzhledem evokovat historické přepravy pivovaru. Postranní logo vytvořené digitálním potiskem vzbuzuje dojem vypálení, zavěšený chmel má podtrhnout přírodní původ materiálu i produktu. Integrované LED světlo dodává regálu trochu moderního nádechu.





Gondola End Heineken je jedinečný kovový stojan s vnitřní konstrukcí pro lednici, se kterým v soutěži uspěla společnost Willson & Brown Czech s.r.o. Stojan je primárně určen pro podporu značky Heineken ve střední a východní Evropě. Tento komunikační prostředek byl vyvinut pro umístění na koncích čela regálu nebo místo regálu v obchodě. Expozice produktu je nasvícena LED diodami a loga na topperu jsou podsvětlena.

Interaktivní stojan na zážitkový tablet s dobíjecí stanicí T-Mobile od společnosti MORIS design s.r.o. byl vítězem v kategorii „Služby“. Stojan, který slouží jako zábava pro děti, je umístěn v prodejních T-Mobile. Disponuje dvěma uzamykatelnými schránkami určenými k dobíjení mobilních telefonů návštěvníků. Stojan splňuje dvě funkce: dobíjecí stanice na mobilní telefony a držák interaktivního tabletu. Vzhledem k umístění stojanu ve



veřejně přístupných prostorách bylo řešeno i zabezpečení umístěných věcí. Tablet je napojen na ústřednu s alarmem a ponechané zařízení k nabíjení je zajištěno kódovým zámekem.

Prezentační kufřík pro AVON Ladies od společnosti Willson & Brown Czech s.r.o., vítěz v kategorii „Drogerie, kosmetika“, představuje novou řadu dekorativní kosmetiky Ignite. AVON Ladies jej používají při svých prezentacích zákaznicím v různých prostředích (byty, kanceláře, shopping mally...). Kufřík slouží zároveň jako expozitor na vzorky jednotlivých barev a zároveň jako lehce transportovatelný



kufřík pomocí hliníkové konstrukce s kolečky. V místě prezentace se konstrukce promění v podstavec, na kterém je poté kufřík se vzorky umístěn otevřený. Uvnitř kufříku je zároveň zrcadlo, které umožňuje přímé testování produktů. Design kufříku vychází z korporátních barev AVON. Působí atraktivním a přesto dostupným dojmem.

V kategorii „Vybavení interiérů prodejních míst“ si vítěznou cenu odnesl projekt Excelent URBAN PUB od společnosti STORY DESIGN, a.s.

Projekt vytváří originální prostor, ve kterém dochází k setkání návštěvníků se světem piva Excelent. Koncept v sobě spojuje restauraci, pivnici, music club i galerii s prezentací nových místních umělců. Restau-

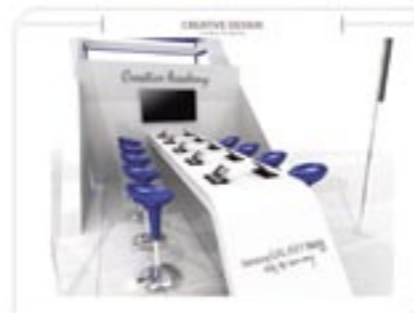


race je vybavena nově navrženými prvky, které ztvárňují hodnoty značky. V interiéru i exteriéru je využito moderních technologií v kombinaci s tradičním zpracováním materiálů. Dominantní bar s integrovaným výčepem je jedním z mnoha výrazných prvků, které podtrhují hodnoty značky a slouží k posílení značky v místě prodeje.

Řada POP materiálů pod názvem Grimbergen Line byla vyrobena ze dřeva v kombinaci s kovovými a plastovými prvky. Tvůrcem tohoto vítězného exponátu v kategorii „Světelná komunikace, informační a orientační systémy“ je společnost ATS Display Sp. z o. o.



Soubor POP materiálů byl použit ve vybraných klubech pro podporu značky piva Grimbergen. Kompletní řada POP pro značku Grimbergen zahrnuje vnitřní a vnější světelné boxy, stojánek pro menu, tácek na tři pivní sklenice a stolní LCD displej. Jednotlivé prvky byly navrženy a vyrobeny s důrazem na každý detail.



Celoroční roadshow po obchodních centrech po celé České a Slovenské republice. Více jak 30 instalací a deinstalací pro celé ČR a SR, vystavení po dobu 3 měsíců, gigantické řešení shop in shopu v uličkách nákupních center. To vše představují **stánky Galaxy S studií o velikosti až 10 x 4 m, které zákazníkům představily hlavní funkce nově uváděných tabletů od Samsungu. Tento projekt od firmy Dago, s.r.o. získal vítězství v kategorii „Digitální komunikace – realizace v místě kontaktu se zákazníky“.** Zájem o prezentované produkty přesáhl očekávání všech, kteří se na projektu podíleli. Potencionální nakupující byl polapen velikostí, dokonalým designem a prezentací promotérů, kteří na konkrétních případech prezentovali nové funkce tabletů, jako jsou focení, úprava fotografií, wifi a dálkový tisk.

Ti, kteří si hodlají koupit to nejlepší z produkce značky Canon, by měli navštívit zahraniční prodejny tohoto brandu, kde jsou na unikátních fotostolech prezentovány novinky z oblasti fotoaparátů.



Tvarové řešení koresponduje s korporátním designem této značky. Stojan Canon playtable na fotoaparáty je kompletně prosvícen a obsahuje množství elektro prvků jako je zabezpečení, LCD, přehrávače spotů ve vysokém rozlišení, regulátory světla, alternativní řešení nerezového soklu. Stojan je kompletně řešen strategií Complex in-store solution a zákazníkovi prezentuje produkty a jeho jednotlivé výhody. Společnost Dago, s.r.o. s tímto projektem zvítězila v kategorii „Služby podpory prodeje – promo stánky“.

Dalším vítězem v kategorii „Služby podpory prodeje – promo stánky“ se stal Heineken bar od společnosti Ross s.r.o. Mobilní bar vyrobený z nejmodernějších materiálů je využitelný zejména na různé akce a eventy (festivály, koncerty a jiné). Díky svému kreativnímu provedení zvýrazňuje nápaditost a originalitu značky. Žebrová konstrukce z ocele je upravená pro jednoduchý provoz. Zadní strana je opláštěná mléčným difúzním Perspexem a vytváří světelný softbox. Rafinovaně umístěné světelné LED zdroje s možností



změny barevného podsvícení, vyřezaný obrys loga Heineken s hvězdou a podsvícené barové pulty vytvářejí podmanivý dojem značky a uchvátí každého v okolí.



Tvůrce projektu Playtable Lego pro děti, kterým je Dago, s.r.o., se od prvního grafického návrhu snažil využít potenciálu značky Lego a všeho, co představuje ve světě dětí. Exponát zvítězil v kategorii „Služby podpory prodeje – promo pointy“. Zvolením dřevěného podkladu přímo s lakováním ve vysokém lesku a osvětlením vystavené stavebnice bylo docíleno wow efektu, kdy je stolek výrazně vizibilní a láká děti, aby si přisedly a trávily u něj svůj čas hraním se stavebnicí Lego. Vhodně zvolený a nasvícený vystavený model z Lega ve vitřině podněcuje dětskou tvořivost a fantazii. Celá koncepce a zpracování playtablu odkazuje na prémiovost a postavení jedinečné značky na trhu. Účelem celého konceptu je zpestřit nakupování skrze zkušenost s konkrétním produktem. Děti si může u playtablu poskládat konkrétní vystavenou hračku. Produkty jsou díky novému konceptu CIS zcela impulzivně přeskládány na pozadí za playtablem na novém typu shop in shopů. Celý koncept udrží pozornost těch nejmenších a rodičům ukazuje široké spektrum produktů Lego.

Daniela Krofiánová

Návrhy nové generace designerů pro místo prodeje

Daniela Krofiánová

Součástí úspěšného programu spolupráce se školami je tradiční soutěž POPAI STUDENT AWARD, kterou POPAI CE pořádá již 8 let pro studenty vysokých i středních škol se specializací na grafický design a marketingovou komunikaci.



Studenti soutěží o nejlepší návrhy projektů v místě prodeje dle reálných zadání (briefů) od konkrétních zadavatelů – partnerů soutěže. Jde o 3D designérské a grafické 2D návrhy POP materiálů a také návrhy komplexní podlinkové komunikační kampaně se zaměřením na POP média.

Soutěž je koncipována tak, aby poskytla účastníkům soutěže co nejvíce nových informací z oblasti marketingové komunikace v prodejních místech a také možnost zapojit se aktivně do praxe v tomto oboru. V průběhu projektu jsou organizována setkání studentů se zadavateli reklamy (výrobci značkových výrobků) i výrobci POP. Předmětem setkání jsou interaktivní diskuse nad vybranými soutěžními návrhy uplynulého ročníku, které jsou komentovány z pohledu odborníků pro design, výrobu a z pohledu zadavatele reklamy s cílem přiblížit studentům své názory na realizovatelnost návrhů z hlediska celkového pojetí, zvolených materiálů, výrobních technologií, úrovně designu apod.

Výsledky právě uplynulého ročníku soutěže POPAI STUDENT AWARD 2013

byly vyhlášeny na gala večeru mezinárodní akce POPAI day 2013.

Tento rok studenti soutěžili o nejlepší design POP materiálu (3D) dle briefu od konkrétního zadavatele a v nové kategorii o nejlepší grafický 2D návrh dle zadaného briefu od konkrétního zadavatele. Do soutěže bylo zařazeno 54 soutěžních prací – dosud nejvyšší počet v historii soutěže.



Partnery POPAI STUDENT AWARD 2013 byly společnosti Budějovický Budvar n.p., Nestlé Česko a LEGO Group.

Zadáním Budějovického Budvaru bylo zpracovat design podlahového stojanu pro podporu prodeje světlého ležáku Budweiser Budvar ve formátu 5l soudek. Navržený stojan je určen pro využití ve větších obchodních řetězcích (v hypermarketech a supermarketech). Požadována je celoroční využitelnost v rámci standardní „neaktivní“ komunikace s možností snadné vizuální přeměny v případě další komunikační kampaně, cenové promoce nebo akční nabídky. Dalším požadavkem je atraktivnost pro spotřebitele a zároveň akceptovatelnost ze

strany majitelů obchodních řetězců (snadná manipulovatelnost, snadné doplňování, odolnost, rozměrová relevantnost).

V kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko s.r.o. byl požadovaným typem POP materiálu permanentní podlahový stojan, na kterém bude možné komunikovat vždy aktuální novinku mezi kávovary a zároveň poskytnout dostatečný prostor pro vystavení kapslí NESCAFÉ Dolce Gusto. Zadáním v kategorii Grafický 2D návrh bylo vytvoření klíčového vizuálu

k uvedení na trh nového kávovaru, který je zaměřen na mladou cílovou skupinu.

V případě briefu společnosti LEGO Group měli studenti navrhnout komunikační prostředky, které budou umístěny ve výloze obchodů s hračkami a zbožím pro děti. Tato komunikace určitých řad LEGO produktů bude upozorňovat na kampaně, které propagují novinky uváděné na trh. Cílem je prostřednictvím komunikace ve výloze přilákat kolemjdoucí k návštěvě obchodu a/nebo je informovat o nových produktech.



Na základě hodnocení odborné poroty zvítězila v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar“ práce „The rack for beer keks“, kterou v soutěži představila Lucia Kubišová z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně.

Návrh stojanu na soudky piva Budweiser je jednoduchá imitace sklenice na pivo. Stojan je přístupný z dvou (vizuálně identických) stran a umožňuje vystavení 12 ks soudků, které jsou umístěny v úrovni rukou zákazníka pro snazší odebrání zboží ze stojanu. Stojan je vybaven dvěma kolečky, která usnadňují transport stojanu. Logo ve výši očí upoutává pozornost zákazníků.



V kategorii „Design POP materiálu podle briefu společnosti Lego“ zvítězila práce Lucie Navrátilové ze Střední uměleckoprůmyslové školy v Uherském Hradišti, obor Multimediální tvorba.

Soutěžní návrh s názvem „Na tuto kostku určitě nestoupnete“ byl inspirován samotnými součástkami od stavebnice Lego, a to jejich tvarem i barevností. Stojan je multifunkční, dá se jakkoliv sestavit podle požadavků obchodníka. Je možno jej použít do výlohy jako sestavu několika stojanů i do samotného obchodu. Stojany jsou také vybaveny lištičkami, na které se dá připevnit plakát k výrobku. Logo zde není použito, neboť kostky dostatečně reprezentují samotnou firmu.



Jako nejlepší v kategorii „Grafický 2D návrh dle briefu společnosti Nestlé Česko“ byl vyhodnocen návrh „Stačí si jen vybrat“ od Silvie Jakubkové ze Střední umělecké školy v Ostravě.

Na plakátu má v první řadě zaujmout propagovaný výrobek. Puntíky v pozadí prezentují možné náplně a některé jsou přímo popsány jejich názvem. Text na plakátu ukazuje možnosti zpracování nápojů, díky čemuž je kávovar výjimečný.

Designs of a New Generation of Designers for Points of Purchase

A successful programme of co-operation with schools includes the traditional POPAI STUDENT AWARD competition, which for 8 years POPAI CE has been organising for students of universities and secondary schools specialised in graphic design and marketing communication.

Students compete for the best project designs at the point of purchase according to real task specifications (briefs) from specific advertisers – competition partners. These are 3D designs and graphic 2D designs of POP materials as well as proposals of a complex below-the-line communication campaign focusing on the POP media.



Vítězem v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko“ se stal návrh „Per Genio“ od Jiřího Paseckého z Fakulty multimediálních komunikací UTB.

Součástí navrženého permanentního stojanu je otočná hlava. Konstrukce je řešena pomocí nosných kovových prvků a dalším použitým materiálem je plast.



V soutěži bylo rovněž uděleno zvláštní ocenění – „Cena sympatie“. Toto ocenění získala práce „Stojan na 5l soudek Budweiser Budvar“, kterou v soutěži představil David Gazdoš, ze Střední uměleckoprůmyslové školy v Uherském Hradišti.

Soutěž POPAI STUDENT AWARD 2014 probíhá v období leden – listopad 2014. Partnery nového ročníku soutěže jsou společnosti Budějovický Budvar, n.p., Nestlé Česko a Shell Czech Republic.

POP AI CENTRAL EUROPE

POP AI CENTRAL EUROPE je střeoevropskou 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 médií, 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 činnosti 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, sekce pro oblast dárkových a propagačních předmětů atd.

Členové vedení POP AI CENTRAL EUROPE 2013 – 2014

Daniel Jesenský
Prezident POP AI CE

Radomír Klofáč
Viceprezident POP AI CE

Petr Šimek
Garant Klubu zadavatelů POP AI CE

Aleš Štibinger
Garant sekce pro digitální
a multimediální komunikaci POP AI CE

Viera Černá
Garant pro oblast dárkových
a propagačních předmětů POP AI CE

Martin Hasilík
Člen rady POP AI CE

Monika Hrubalová
Členka rady POP AI CE

Zdeněk Sobota
Člen rady POP AI CE

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 focused 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, a section for gifts and promotional items area etc.

Board members POP AI CENTRAL EUROPE 2013 – 2014

Daniel Jesenský
President POP AI CE

Radomír Klofáč
Vicepresident POP AI CE

Petr Šimek
Guarantor of Advertisers' Club POP AI CE

Aleš Štibinger
Guarantor of section for digital
and multimedia communication POP AI CE

Viera Černá
Guarantor of section for gifts
and promotional items POP AI CE

Martin Hasilík
Board member POP AI CE

Monika Hrubalová
Board member POP AI CE

Zdeněk Sobota
Board member POP AI CE

Významné projekty POPAI CE Significant POPAI CE projects

Průzkumy in-store marketingové komunikace a analýzy POP trhu

POPAI CE dlouhodobě realizuje a koordinuje průzkumové projekty, které zkoumají účinnost marketingové komunikace v místech prodeje, analyzují nákupní chování a rovněž se zabývají analýzou trhu in-store komunikace z hlediska jeho objemu, struktury i z hlediska postojů zadavatelů reklamy a maloobchodu.

Přehled významných průzkumových projektů POPAI CE:

Vyhodnocování efektivity komunikačních nástrojů v in-store – pilotní testy
Testování efektivity prostředků in-store komunikace je jedním z dlouhodobých programů POPAI CE. Do první fáze programu byla zařazena série pilotních průzkumů, v rámci kterých proběhlo testování efektivity POP prostředků např. pro společnosti Vitana, Ener-gizer, Pribina, Plzeňský Prazdroj a dalších.

POP očima veřejnosti

Tento empirický průzkum umožnil pochopit spontánní vnímání a reakce veřejnosti na jednotlivé typy POP médií, analyzoval míru vlivu POP aplikací na nákupní rozhodování a poskytl tak komplexní pohled na reklamu a prostředí prodejních míst „očima veřejnosti“.

Analýza trhu s dárkovými a propagačními předměty

POPAI CE analyzovala rovněž další nástroje podlinkové marketingové komunikace v rámci ojedinělého průzkumu, který se zabýval současným oborem reklamních a dárkových předmětů u nás. Tento průzkum

zkoumal potenciál růstu v určitých segmentech dárkových předmětů, prodej reklamních předmětů z hlediska základního členění, zastoupení druhů reklamních předmětů ve firemních rozpočtech, efektivitu jednotlivých typů dárkových předmětů a jejich působení na spotřebitele, význam obalu i význam značky při výběru dárkového předmětu.

POP Advertising Display Power

Rozsáhlý průzkumový projekt „POP Advertising Display Power“ testoval vybrané podlahové stojany a zkoumal vliv změn jednotlivých parametrů propagačních stojanů na jejich účinnost. Průzkum se rovněž zaměřil na analýzu prodejní plochy a stanovení optimálního umístění stojanů z hlediska jejich prodejního potenciálu. Hlavním cílem průzkumu bylo ukázat, jak vypadá optimální podlahový stojan a kam je efektivně ho umístit.

Analýza postojů zadavatelů reklamy k prostředkům in-store komunikace

Průzkum je součástí dlouhodobého monitoringu postojů zadavatelů, který POPAI CE provádí

od roku 2003 včetně meziročních srovnání výsledků. Projekt analyzuje současné postoje zadavatelů reklamy k různým mediatypům včetně prostředků in-store komunikace, zjišťuje, jak zadavatelé vnímají pozici POP jako komunikačního kanálu a jaké role, pozici a význam pro zadavatele mají přímí výrobci a různé typy agentur.

RIMM - Retail In-store Marketing Manual

Tento průzkum mapuje potenciál využitelnosti komunikačních médií v místě prodeje. Jde o dlouhodobý monitoring názorů zástupců maloobchodních řetězců, který probíhá od roku 2005. Průzkum zkoumá hlavní motivační faktory zástupců maloobchodu ke spolupráci se zadavateli reklamy v in-store, analyzuje názory maloobchodu z hlediska vnímané důležitosti, využitelnosti a efektivity jednotlivých mediatypů včetně POP prostředků.

Monitoring investic do in-store komunikace

POPAI CE ve spolupráci s mediální agenturou OMD Czech zveřejňuje výsledky projektu monitoringu investic do produkce reklamy v místě prodeje již třetím rokem. K dispozici jsou informace o objemu investic za různé produktové segmenty za roky 2010, 2011 a 2012 a také informace o jejich struktuře. Údaje slouží k orientaci v trhu POP komunikace a k lepší identifikaci vývojových trendů tohoto oboru.

Podpora strategického řízení v malých a středních podnicích

Mezinárodní projekt na podporu malých a středních podniků má za cíl zjistit úroveň řízení v tomto segmentu a zároveň naučit malé

a střední podnikatele řídit jejich firmy strategicky a pomoci tak zvýšit jejich konkurenční schopnost na mezinárodním trhu. Projekt je spolufinancován z evropských fondů, v rámci grantového programu Domu zahraničních služeb, programu Leonardo da Vinci – Transfer inovací. V rámci dvouletého vzdělávacího projektu je využíváno švédské know-how a zkušenosti pro zlepšení strategického řízení českých malých a středních firem. Projekt koordinuje Mendelova Univerzita Brno a asociace POPAI CE je jedním z partnerů projektu vedle několika prestižních zahraničních univerzit a Asociace malého a středního podnikání.

PEFS - Průzkum prodejní efektivity POP médií a promočních mechanik

Cílem výzkumného projektu PEFS (POP Effe-

ctivity Focus Study) je vyhodnocování prodejních výkonností modelových POP kampaní. Projekt je založen na výsledcích průzkumů mezi maloobchodními řetězci a zadavateli reklamy, které ukázaly, že zjišťování efektivity POP kampaní je maloobchodníky i dodavateli značkových výrobků aktuálně považováno za jeden ze základních předpokladů pro jejich budoucí nasazování.

Průzkum v oblasti POP komunikace v segmentu HORECA

Nový průzkum se zaměřuje na analýzu rolí a funkcí in-store komunikace v segmentu HORECA (hotely, restaurace, kavárny a další podobná zařízení) a zároveň bude zkoumat účinnost různých typů komunikačních prostředků i potenciál jejich budoucího využití

v tomto segmentu. Cílem projektu je pomoci zlepšit úroveň POP komunikace ve sféře gastronomických služeb, nastínit možnosti inovací a poskytnout zadavatelům vodítko, jaké nástroje jsou funkční pro komunikaci konkrétních produktů a značek v on-trade segmentu.

Shopper Engagement Study

Nový průzkumový projekt POPAI CE vychází z lokalizace velké empirické studie „Shopper Engagement Study“, která je realizována POPAI USA pro místní trhy. Tento rozsáhlý průzkum analyzuje fakta a trendy nákupního chování a přináší zásadní zjištění o chování dnešních nakupujících a o jeho dopadech v oblasti in-store komunikace v místech prodeje.

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 dodavatelů značkových výrobků, maloobchodu, reklamních i průzkumových agentur.

Vzdělávací program probíhá celoročně a zahrnuje semináře v ČR i na Slovensku, certifikovaný kurs o marketingové komunikaci v prodejních místech, workshopy a další odborné akce.

Témata vzdělávacího programu pokrývají všechny významné oblasti oboru marketing at retail jako například:

- zásadní trendy a novinky v in-store komunikaci na tuzemském i mezinárodním trhu,
- místo prodeje v digitálním věku: rostoucí význam spojení virtuálního světa s fyzickým místem prodeje,
- potenciál více smyslové komunikace v místě prodeje: jak lze díky více smyslové strategii účinněji komunikovat se zákazníky,

- výsledky testování efektivity marketingových komunikačních nástrojů a analýzy nákupního chování,
- případové studie úspěšných projektů v místě prodeje od zadání až po jejich implementaci a dopad v in-store,
- nové technologie pro výrobu reklamy a nové materiály pro výrobu POP aplikací a signmakingu,
- význam 3D reklamy v nových projektech podpory prodeje: příklady nových realizací na trhu s dárkovými a propagačními předměty u nás,
- certifikovaný kurz „Marketingová komunikace v prodejních místech“: komplexní pohled na současný obor in-store komunikace z hlediska všech jeho významných součástí.

Podporujeme český design

Asociace POPAI CE zahájila realizaci nové iniciativy pod názvem „Podporujeme český design“. Jejím cílem je reagovat na současné problémy při zadávání návrhů a tvorbě designu u nových projektů komunikace v prodejních místech, poskytnout návody a doporučení v této sféře a přispět tak k bezproblémové spolupráci zadavatele a dodavatele i k celkové podpoře profesionální úrovně českého designu.

Při realizaci tohoto projektu POPAI CE využívá dlouholeté praxe expertů v oblasti projektů v místě prodeje, odborníků z oboru designu, vzdělávacích institucí, legislativy apod.

V rámci projektu jsou plánovány přednášky pro odbornou veřejnost o aktuálních tématech v oblasti designu, ke kterým patří například autorský zákon a dnešní realita, tvorba designu a jeho dopad na komerční využití, vyhodnocování tendrů, úspěchy českého designu v zahraničí atd. Projekt bude rovněž podpořen publikací řady odborných článků o aktuální problematice tvorby a vyhodnocení designu včetně ukázek a konkrétních příkladů.

POP AI DAY

Mezinárodní oborová show, kterou každoročně pořádá POPAI CE v Praze, patří k vrcholným událostem oboru marketing at retail. Celodenní program akce zahrnuje konferenční program POPAI fórum, soutěž o nejlepší komunikační projekty v prodejních místech POPAI AWARDS a gala večer s vyhlášením výsledků soutěže a předáním cen oceněným.

Celkem akci navštíví cca 500 zástupců odborné veřejnosti - top a střední management výrobců značkových výrobků, zástupci obchodních společností, management marketingových a reklamních agentur, zástupci výrobců a dodavatelů prostředků in-store komunikace, zástupci médií.

POP AI AWARDS

Soutěž POPAI 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.

Soutěž POPAI AWARDS je každoročně vnímána jako výjimečná událost oboru in-store marketingu pro tvůrce i zadavatele realizací v místech prodeje. Rozsáhlá sou-

těžní expozice nabízí přehled o aktuálním využití komunikačních nástrojů, o nových způsobech a formách komunikace se zákazníky ve všech hlavních segmentech trhu.

Do soutěže jsou zařazeny POP materiály, podpůrně propagační předměty (3D), prostředky pro vybavení obchodů, systémy digitální a multimediální komunikace, nástroje světelné komunikace, informační a orientační systémy, světové novinky z místa prodeje a integrované in-store projekty.

Soutěž včetně gala večera s předáním ocenění významně zvyšuje publicitu soutěžních projektů i jejich autorů na národní i mezinárodní úrovni. Vysokou úroveň soutěžních realizací potvrzuje i trvalý úspěch našich soutěžících v celoevropské soutěži POPAI AWARDS Paris, kde se oceněné ex-

ponáty pravidelně umísťují mezi nejlepšími v Evropě.

Konference POPAI fórum

Mezinárodní konference o vývoji, perspektivách i výzvách oboru marketingové komunikace v místě prodeje. Program konference přináší informace o zásadních trendech v in-store komunikaci a jejich významu pro zadavatele reklamy a maloobchodníky. Představuje příklady kreativní a efektivní spolupráce dodavatelů značkových výrobků s maloobchodními řetězci v místě prodeje, případové studie pro vyšší úspěšnost projektů v in-store a v dalších místech komunikace se spotřebiteli. Nabízí také jedinečnou příležitost k diskusi se zástupci významných maloobchodních společností a zadavatelů reklamy v rámci diskuzních panelů o aktuálních tématech tohoto oboru.

Spolupráce POPAI CE se zástupci a studenty škol

Zástupci POPAI CE systematicky vzdělávají novou generaci odborníků v in-store komunikaci

POP AI CE realizuje dlouhodobý projekt spolupráce se zástupci a studenty vysokých škol, jejichž zaměřením je obor marketingu, reklamní grafiky a designu. Díky těmto aktivitám je problematika in-store komunikace systematicky zapojována do standardního výukového programu vedle ostatních tradičních formátů marketingové komunikace.

Již několik let probíhají pravidelné přednášky zástupců POPAI CE na Vysoké škole ekonomické v Praze, Fakultě mezinárodních vztahů, katedrách Komerčních komunikací a Obchodního podnikání a Fakultě

podnikohospodářské, katedře Marketingu. Zároveň v minulosti proběhly iniciační přednášky například na Vysoké škole ekonomie a managementu Praha, Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně, Mendelově univerzitě v Brně, Vysoké škole báňské v Ostravě nebo na Vysoké škole Cyrila a Metoda v Trnavě.

V loňském roce byly zahájeny přednášky na téma „POP - In-store marketingová komunikace“, které byly zařazeny do výukového programu na Fakultě sociálních věd (Katedra marketingové komunikace a public relations) Univerzity Karlovy v Pra-

ze. Jedná se ve střední Evropě o historicky první ucelený předmět na toto téma, který se skládá z dvanácti výukových modulů včetně terénního výzkumu a závěrečné atestace. Výukové moduly zahrnují např. základní teoretické souvislosti a východiska marketingové komunikace v místě prodeje, principy práce s reklamou v místě prodeje, způsoby a metody vyhodnocování efektivit, vývojové trendy v in store komunikaci, základy digitální a smyslové komunikace v místě prodeje a další. Tento předmět se setkal s velkým zájmem studentů

a první ročník byl studenty vyhodnocen jako druhý nejlepší předmět na katedře.

Studenti oborů souvisejících s komunikací v místě prodeje tak mají jedinečnou příležitost získat základní teoretické a praktické znalosti in-store komunikace od odborníků s dlouholetými zkušenostmi. Výukový program významně zvyšuje povědomí studentů o marketingu v prodejních místech a připravuje do pracovní praxe budoucí odborníky v této oblasti marketingové komunikace, která na trhu průběžně potvrzuje svou důležitost a dynamicky se rozvíjí.

Součástí úspěšného programu spolupráce se školami je již tradiční soutěž POPAI STUDENT AWARD, kterou POPAI CE pořádá již 8 let pro studenty vysokých i středních škol se specializací na grafický design a marketingovou komunikaci. Studenti soutěží o nejlepší návrhy projektů v místě prodeje dle reálných zadání (briefů) od konkrétních zadavatelů – partnerů soutěže. Jde o 3D designérské a grafické 2D návrhy POP materiálů a také návrhy komplexní podlinkové komunikační kampaně se zaměřením na POP média.

Projekty v oblasti dárkových a propagačních předmětů

Asociace POPAI CE podporuje oblast dárkových a propagačních předmětů jako významnou součást oboru marketingové komunikace a podpory prodeje.

V rámci programu, který je zaměřen na tuto sféru, asociace pořádá vzdělávací akce, jejichž cílem je představit nové projekty dnešního trhu s dárkovými a propagačními předměty u nás a informovat o potenciálu a možných směrech dalšího vývoje na tomto trhu.

Součástí programu jsou nové postřehy a inspirace ze soutěže o nejlepší reklamní a dárkové předměty Hvězda 3D reklamy, prezentace zajímavých realizací a novinek v oblasti dárkových předmětů, které fungují a mají v marketingové komunikaci slibnou budoucnost, případové studie úspěšných projektů a kampaní podpory prodeje, které zahrnují dárkové a propagační předměty.

Semináře jsou organizovány ve spolupráci s asociací A3DR.

K významným projektům patří také průzkum POPAI CE, který detailně analyzoval trh reklamních a dárkových předmětů. Průzkum zkoumal potenciál růstu v určitých dárkových předmětech, prodej reklamních předmětů z hlediska základního členění (katalogové zboží, zboží na zakázku), zastoupení druhů reklamních předmětů ve firmních rozpočtech, efektivitu jednotlivých typů dárkových předmětů a jejich působení na spotřebitele, význam obalu i význam značky při výběru dárkového předmětu.

Program pro oblast digitální a multimediální komunikace

Program sekce pro digitální a multimediální komunikaci POPAI CE zahrnuje projekty, které zviditelňují a popularizují celý obor digital signage, zvyšují znalosti o oboru a přispívají k lepší komunikaci mezi dodavateli a zadavateli digitálních médií.

Zákazník dnes využívá v nákupním procesu několik prodejních kanálů. Neváhá využít v prodejně svůj smartphone, aby si porovnal ceny výrobků, přichází do obchodu, aby si vyzkoušel výrobky před tím, než je nakoupí přes internet a nechá si je dovézt domů. Objevují se nové pojmy, které charakterizují nové způsoby spotřebitelského chování a přístupy v kontextu postupující digitalizace prodejních míst a interakce mezi e-commerce a klasickými prodejními sítěmi.

Program sekce proto rozšiřuje komunikaci o tomto oboru s ohledem na nové formy digitální komunikace, nová komunikační média, mobilní marketing, prodejní strategie napříč prodejními kanály s využitím nových technologií, nestandardní a individuálně přizpůsobená řešení, projekty s přidanou hodnotou.

Akce sekce podporují nejen komunikační média v tradičním místě prodeje,

ale i v dalších místech s vysokou koncentrací lidí, kde dochází ke kontaktu se zákazníkem.

Problematika digitální komunikace je celoročně zařazována do odborných akcí asociace POPAI CE. Téma digitálních médií a trendů v tomto oboru je součástí kontinuálního školicího programu POPAI CE a rovněž je mu věnována pozornost v programu mezinárodní konference POPAI fórum.

POP AI CE průběžně monitoruje tuzemské i mezinárodní akce, které se dotýkají oboru digitální komunikace a informuje o nich a o dalších akcích z oblasti marketingu a komunikace v tištěné a elektronické publikaci „Kalendář akcí oboru marketing at-retail“.

Významnou aktivitou je také začlenění projektů digitální komunikace do oborové soutěže POPAI AWARDS, kde v samostatné soutěžní sekci soutěží nové realizace o nejlepší digitální a multimediální projekt.

KLUB ZADAVATELŮ

Klub zadavatelů v rámci asociace POPAI CE nabízí oborovou platformu všem, kteří chtějí být v kontaktu s trendy a inovacemi v retailu.

Hlavním posláním je sdílet zkušenosti z oboru a získávat užitečné informace pro jeho rozvoj, jako jsou například globální průzkumy trhu a zákaznického chování, case study, technologické novinky i strategické impulsy v retailu.

Klub zadavatelů vytváří oborovou komunitu, která spojuje zadavatele reklamy s jejími realizátory, tedy s výzkumnými a reklamními agenturami, výrobci POP/POS a retailovými specialisty.

V rámci celoročního programu Klub připravuje interaktivní neformální setkání na bázi networkingu i konkrétní praktické ukázky aplikace novinek v oboru.

Proč být v Klubu zadavatelů

Nové informace a konkrétní poznatky z celého spektra oboru marketing at retail:

- případové studie úspěšných i neúspěšných projektů v reálném prostředí
- návody pro efektivnější komunikaci v místě prodeje
- trendy a potenciál trhu, chování zákazníků
- vývoj POP, digitálních médií a prostředků podpory prodeje
- měření efektivity nástrojů in-store komunikace
- nové trendy marketing at-retail
- senzorický marketing
- efektivní spolupráce zadavatelů s řetězci

Networking

- příležitosti pro neformální setkání a navázání vztahů
- diskuzní fóra a kulaté stoly
- interaktivní formy aktivit
- výměna zkušeností

Zlepšení strategie prostřednictvím průzkumů

- možnost zapojit značku do zákaznických průzkumů POPAI CE
- přednostní získání výsledků průzkumů nákupního chování
- sledování účinnosti různých komunikačních nástrojů
- vyhodnocení prodejních výkonností in-store kampaní
- využitelnosti typů in-store prostředků v maloobchodních řetězcích atd.

Spolupráce se zástupci a studenty středních a vysokých škol

- workshopy se zaměřením na BTL
- soutěž POPAI STUDENT AWARD

Sdílení zkušeností a názorů v rámci celosvětové sítě poboček POPAI

- přístup do světové sítě zadavatelů reklamy



Využití všech produktů a služeb, které asociace POPAI nabízí: **celoroční medializace člena zdarma, bezplatná účast na všech akcích POPAI CE, pravidelný informační servis a další.**

Budweiser Budvar

Budějovický Budvar, n.p.

Adresa společnosti:

K. Světlé 512/4
České Budějovice 3
370 04 České Budějovice

Kontaktní osoba:

Josef Kroulík

Telefon:

+420 387 705 199

E-mail:

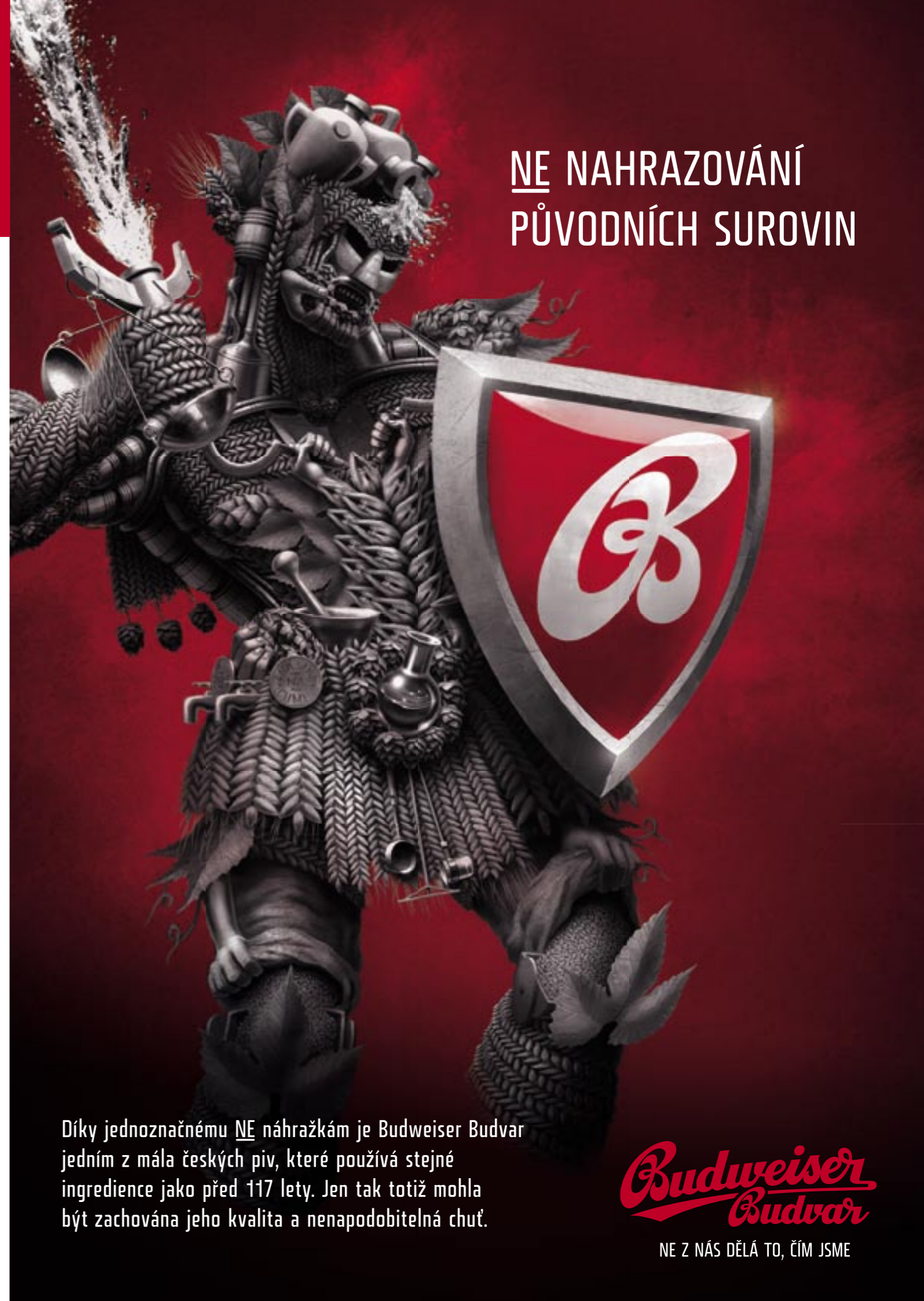
josef.kroulik@budvar.cz

Webové stránky:

www.budvar.cz

Charakteristika společnosti:

Pivovar Budějovický Budvar, n. p. je dlouhodobě jedním z nejúspěšnějších potravinářských podniků v České republice. Téměř polovinu produkce vyváží do více než 60 zemí všech světadílů. V roce 2013 zaznamenal Budějovický Budvar nejvyšší výstav ve 118ti leté historii pivovaru - 1 424 000 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 *Hellenic* Passion for Excellence

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

Adresa společnosti: Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9 - Kyje

Kontaktní osoba: Jiří Beran

Telefon: +420 602 176 209

E-mail: jiri.beran@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, prodejcem 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, Coca-Cola Vanilla, 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;
- 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



ČESKÁ POJIŠŤOVNA

Pomáháme vám jít dál

Česká pojišťovna

Adresa společnosti: Spálená 75/16, 113 04 Praha 1

Kontaktní osoby pro marketing:

Vít Štumper

tel.: 727 891 091

e-mail: vit.stumper@ceskapojistovna.cz

Martin Moláček

tel.: 725 102 597

e-mail: martin.molacek@ceskapojistovna.cz

Webové stránky: www.ceskapojistovna.cz

Charakteristika společnosti:

Česká pojišťovna je univerzální pojišťovnou s dlouholetou a bohatou tradicí v životním i neživotním pojištění. Od znovuzavedení konkurenčního prostředí v roce 1991 je největší pojišťovnou v České republice s aktuálním tržním podílem 25,3 %.

Česká pojišťovna je lídrem trhu, v hodnocení světové agentury Standard & Poor's dosahuje ratingu A-, který potvrzuje finanční stabilitu společnosti. Česká pojišťovna poskytuje individuální životní a neživotní pojištění a také pojištění pro malé, střední i velké klienty v oblasti průmyslových a podnikatelských rizik. Celkem 3900 zaměstnanců a 5600 obchodních zástupců poskytuje klientům každý den kvalitní služby na více než 4500 obchodních místech po celé ČR.

Česká pojišťovna je součástí skupiny Generali, jednoho z největších poskytovatelů pojištění v Evropě a největší evropské životní pojišťovny s předepsaným pojistným ve výši 70 miliard eur (v roce 2012). S 80 tisíci zaměstnanci po celém světě a se 65 miliony klientů ve více než 60 zemích zaujímá skupina Generali vedoucí postavení na trzích západní Evropy. Stále významnější pozici získává v Asii a v regionu střední a východní Evropy, ve kterém je jedním z předních poskytovatelů pojištění prostřednictvím holdingové společnosti GPH.



Česká pojišťovna je lídrem trhu pojištění v České republice s největší pobočkovou sítí. Proto lpíme na reprezentativním označení celé sítě. V minulém roce jsme začali celorepublikový rebranding pobočkové sítě s použitím odlehčených materiálů a LED technologií.

V tomto roce chceme novou podobu poboček podpořit navigačním totemem, který bude sloužit k navigaci klientů na pobočky. Je konstruován tak, aby byl v dané lokalitě dostatečně výrazný, ale aby zároveň splňoval všechny podmínky městských municipalit a nabízel i možnost odpočinku. Brzy by se měl objevit ve větších městech Čech a Moravy.



ČESKÁ POJIŠŤOVNA

Pomáháme vám jít dál

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





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



NESPRESSO

NESCAFÉ



PURINA



Nestlé
PROFESSIONAL



Nestlé
WHOLE GRAIN
Cereals



Nestlé
Dolce Gusto

Caro

NestléHealthScience



SPAR



SPAR Česká obchodní společnost s.r.o.

Adresa společnosti: Nákupní 389/1, 102 00 Praha 10

Kontaktní osoba: Ing. Martina Studnička Malcová, Vedoucí oddělení marketingu

Telefon: +420 - 234 670 111

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. SPAR ČOS provozuje v České republice 48 obchodů, z toho je 35 hypermarketů INTERSPAR a 13 supermarketů SPAR, ve kterých pracuje přes 4 500 zaměstnanců.

Filozofií společnosti SPAR ČOS je nabízet svým zákazníkům široký sortiment kvalitních a čerstvých produktů, a to jak v hypermarketech INTERSPAR, tak i v supermarketech SPAR.

Společnost SPAR ČOS rovněž dbá na vzdělávání svých zaměstnanců. To proto, aby jejich prostřednictvím byl zákazník dokonale informován. Samozřejmostí je proto pravidelné školení zaměstnanců, na které se společnost SPAR ČOS zaměřuje.

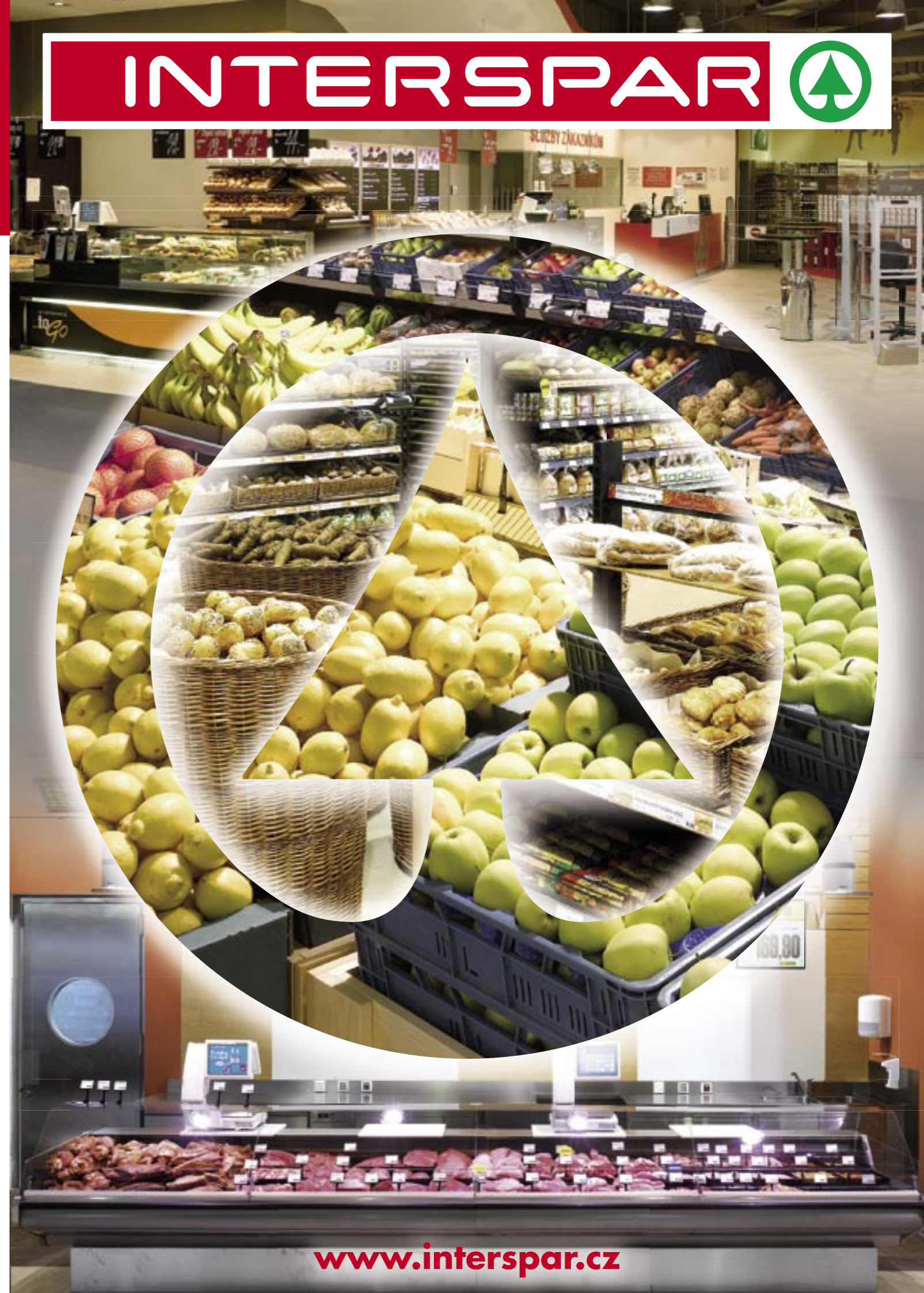
Kromě konvenčních výrobků má SPAR v nabídce 24 privátních značek, které širokému spektru zákazníků nabízejí více než 1000 potravinářských i nepotravinářských výrobků. Privátní značky však zaujímají největší podíl v čerstvém segmentu, tedy v sortimentu pečiva z vlastní pekárny, mléčných výrobků a masa.

Prodejny nabízejí rovněž výrobky vlastních privátních značek. U privátních značek SPAR nejde primárně o nízkou cenu, ale především o uspokojení širokých a často specifických potřeb zákazníků. Ti velmi oceňují ucelené řady výrobků určené pro konkrétní potřeby

Zastoupené jsou zde výrobky privátní značky Spar Natur*pur nabízející chutné, kvalitní a především zdravé potraviny, které odpovídají všem zásadám bio. Zákazníci zde naleznou také značku Spar Vital, jež zahrnuje nejen zdravé a chutné, ale i nutričně bohaté a vyvážené výrobky. Značka SPAR Free From nabízí výrobky určené celiakům a osobám s nesnášenlivostí laktózy. Novinkou mezi privátními značkami je SPAR Veggie, která nabízí pokrmy nejen pro vegetariány, ale i pro všechny ty, kteří si čas od času v rámci zdravého životního stylu dopřejí bezmasý den. Stejně jako ostatní specializované řady, i značka SPAR Veggie je vytvořena ve spolupráci s odborníky, v tomto případě Evropskou vegetariánskou unií, která garantuje její kvalitu a to, že výrobky skutečně neobsahují maso.

Značka SPAR Premium je skutečně značkou prvotřídní kvality. Více než polovinu výrobků této značky tvoří ryze české produkty od tuzemských dodavatelů. Značka SPAR Premium vznikla díky dlouhodobé spolupráci s nejlepšími dodavateli z České republiky i zahraničí a představuje výběr nejchutnějších a nejkvalitnějších potravin, které mohou prodejny SPAR ČOS nabídnout.

Již pátým rokem se mohou zákazníci prodejen SPAR a INTERSPAR setkat se značkou S BUDGET. Řada S-BUDGET dnes díky své rostoucí popularitě nabízí na 260 produktů a zahrnuje čerstvé a trvanlivé potraviny, nápoje, drogistické zboží, PET food, ale také textil či doplňky do kuchyně nebo domácnost.





Unilever

UNILEVER ČR, spol. s r.o.

Adresa společnosti: Rohanské nábřeží 670/17
186 00 Praha 8

Infolinka Unilever: 844 222 844

E-mail: infolinka@unilever.com

Webové stránky: www.unilever.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost Unilever nabízí ve více než 190 zemích 11 kategorií obsahujících 400 značek potravin, výrobků pro péči o domácnost a výrobků pro osobní péči. Nejúspěšnějších 15 značek dosahuje obrát vícen než 1 miliardu ročně. Dokáže proto oslovit takové množství lidí jako žádná jiná společnost. V roce 2013 tato společnost, která zaměstnává více než 173 000 lidí po celém světě, dosáhla obrátu 49,8 miliardy eur. Její výrobky používají každý den dvě miliardy lidí.

V listopadu 2010 byl představen Unilever Sustainable Living Plan (Unilever Plán Udržitelného Rozvoje), který si klade za cíl pomoci více jak jedné miliardě lidí zlepšit jejich zdraví, hygienické podmínky a životní úroveň, využívat 100 % zemědělských surovin z udržitelných zdrojů a zmírnit dopad na životní prostředí do roku 2020 o celou polovinu. Společnost Unilever se již 13. rok v řadě drží v čele žebříčku Dow Jones Sustainability Index v kategorii potravin. Tento index částečně vychází z hospodaření, sociálních závazků, vlivu na životní prostředí a výsledků společnosti.

Společnost Unilever byla založena před 120 lety a svou českou pobočku zřídila v roce 1991. Unilever ČR, spol. s r. o. – s hlavním sídlem v Praze – je součástí regionu Central and Eastern Europe spolu s dalšími 17 pobočkami. UNILEVER ČR, spol. s r. o. má 350 zaměstnanců.





3M Česko spol. s r.o.

V Parku 2343/24, 148 00 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Kamil Koláček
tel.: +420 725 800 329
e-mail: kkolacek@mmm.com
www.3m.cz/grafickareseni



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: David Lesch
tel.: +420 261 260 218
e-mail: david.lesch@avmedia.cz
www.avmedia.cz



Česká pojišťovna, a.s.

Spálená 75/16, 113 04 Praha 1, Czech Republic
kontaktní osoba: Martin Moláček
tel.: +420 725 102 597
e-mail: martin.molacek@ceskapojistovna.cz
www.ceskapojistovna.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



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



Budějovický Budvar, n.p.

K. Světlé 512/4, 370 04 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



DAGO, s.r.o.

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



Aktivační agentury AKA

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



ATS Display Sp. z o.o

ul. Boryszewska 22c, 05-462 Wiązowna
Poland
tel.: +48 227 804 730
e-mail: info@atsdisplay.com
www.atsdisplay.com



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

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9 – Kyje, Czech Republic
kontaktní osoba: Jiří Beran
tel.: +420 602 176 209
e-mail: jiri.beran@cchellenic.com
www.coca-cola.cz



DEKOR s. r.o.

Hradištská 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.

Sokolovská 100/94, 186 00 Praha 8 – Karlín, 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



ČERMÁK DESIGN s.r.o.

Na Zatlance 3, 150 00 Praha 5, Czech Republic
kontaktní osoba: Petr Čermák
tel.: +420 603 832 419
e-mail: cermak@cermak-design.cz
www.cermak-design.cz



Eclipse Print a.s.

U Nákladového nádraží 3149/6, 130 00 Praha 3, Czech Republic
kontaktní osoba: Obchodní oddělení
tel.: +420 283 012 555
e-mail: praha@eclipse-print.com
www.eclipse-print.com



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



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.
Hraničná 18, 821 05 Bratislava, Slovakia
kontaktní osoba: Vojtěch Motl
e-mail: info.sk@hl-display.com
tel.: +421 908 730 555
www.hl-display.sk



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



Feel **FREE** to show up!

FREEBOARD EUROPE s.r.o.
Pod Krejčárkem 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 ČR, s.r.o.
Družicová 991/21, 161 00 Praha 6 – Ruzyně, Czech Republic
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
Havlíčkova 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



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



GAIA GROUP SE
Velvarská 1649/13, 160 00 Praha 6, Czech Republic
kontaktní osoba: Aleš Štibinger
tel.: +420 721 844 889
e-mail: ales.stibinger@gaiagroup.cz
www.gaiagroup.cz



Heineken Česká republika, a.s.
U Pivovaru 1, 270 53 Krušovice, Czech Republic
kontaktní osoba: Iva Špírková
tel.: +420 724 013 351
e-mail: iva.spirkova@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



McCoy & Partner, s.r.o.
Prokopská 296/8, 118 00 Praha 1, Czech Republic
kontaktní osoba: Zuzana Kress
tel.: +420 267 915 816
e-mail: agentura@mccoy-partner.com
www.mccoy-partner.com



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



HL Display Česká republika, s.r.o. NOVÉ LOGO!!
Zelený pruh 95/97, 140 00 Praha 4 Braník, Czech Republic
kontaktní osoba: Vojtěch Motl
tel.: +420 241 442 591
e-mail: vojtech.motl@hl-display.com
www.hl-display.cz



Ki-Wi Digital s.r.o.
Kubánské náměstí 11, 101 00 Praha 10, Czech Republic
kontaktní osoba: Jan Slavík
tel.: +420 602 220 899
e-mail: jan.slavik@ki-wi.cz
www.ki-wi.cz



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



MKPR, o. s.
Smetanovo nábřeží 995/6, 110 01 Praha 1, Czech Republic
kontaktní osoba: Jakub Havránek
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: Juraj Michajlov
tel.: +420 261 322 467
e-mail: Juraj.Michajlov@CZ.nestle.com
www.nestle.cz



QUIX s.r.o.
Černokostecká 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



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: Zdeněk Kubena
tel.: +420 222 077 201
e-mail: zdenek.kubena@omnicommediagroup.com
www.omb.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



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: Michaela Löblová
tel.: +420 261 198 801
e-mail: loblova@posmedia.cz
www.posmedia.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



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



PROST - orientační systémy s.r.o.
Dlážděná 7, 552 11 Velichovky, Czech Republic
kontaktní osoba: Karel Brendl
tel.: +420 491 880 161
e-mail: prost@prost.cz
www.prost.cz



REX spol. s r.o.
Bubenská 20, 175 00 Praha 7, Czech Republic
kontaktní osoba: Vlastimil Král
tel.: +420 233 374 021, 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



STI Česko s.r.o.

Žitná 218/19, 408 01 Rumburk
Czech Republic
kontaktní osoba: Martin Prokop
tel.: +420 731 616 786
e-mail: martin.prokop@sti-group.com
www.sti-group.com



STORY DESIGN, a.s.

Moravská 949, 570 01 Litomyšl
Czech Republic
kontaktní osoba: Ladislav Lána
tel.: +420 724 340 753
e-mail: ladislav.lana@story-design.cz
www.story-design.cz



**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



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



UNILEVER ČR, spol. s r.o.

Rohanské nábřeží 670/17, 186 00 Praha 8
Czech Republic
kontaktní osoba: Martina Janebová
tel.: +420 224 071 111
e-mail: Martina.Janebova@unilever.com
www.unilever.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



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
www.storemedia.eu



up brand activation, s.r.o.

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

Čestní členové

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

Spolupracující subjekty

ADDURRE s.r.o.
Asociace 3D reklamy
Asociace českých reklamních agentur
a marketingové komunikace - AČRA
Česká marketingová společnost
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, Czech Republic

Kontaktní osoba: Kamil Koláček

Telefon: +420 725 800 329

E-mail: kkolacek@mmm.com

Webové stránky: www.3M.cz/grafickareseni

Charakteristika společnosti:

Společnost 3M je globální společností s více než stoletou historií a více než 50 tisíci produkty, mezi které patří i materiály pro reklamu a design, konkrétně:

- Fólie pro řezanou reklamu
- Fólie pro světelnou reklamu – translucenční materiály, efektivně využívají zdroj světla
- Fólie pro digitální tisk a sitotisk
- Fólie pro polep automobilů
- Designové materiály s efekty dřeva, kovu, laku a dalších (více než 500 vzorů)
- Okenní dekorativní a reklamní fólie
- Perforované okenní fólie – one way vision
- Fólie pro podlahovou grafiku
- Reflexní materiály
- Chemie a příslušenství pro aplikátory

Přidaná hodnota:

- Proověřená výkonnost materiálů
- Komfortní a rychlá aplikace
- Lokální technická podpora - Application development centre v České republice
- Ekologické materiály – bez PVC, ftalátů, šetřící zdroje
- Zázemí mezinárodní společnosti – sdílení projektů, řešení, znalostí
- Investice do R&D
- Certifikace a systém záruk - Matched component system - přebírání zodpovědnosti za certifikované konvertory



Rozjasněte svou komunikaci

Grafické fólie, které šetří náklady světelné reklamy optimalizací LED zdrojů

3M™ Envision™ translucenční a difúzní fólie

Nastává průlom v oblasti světelné reklamy. 3M™ Envision™ translucenční fólie a 3M™ Envision™ difúzní fólie v kombinaci s LED osvětlením rozjasní vaši komunikaci v místě prodeje. Živé a jasné světelné reklamy lze dosáhnout s menším počtem LED zdrojů, což podstatně snižuje náklady. Jasná světelná reklama bez přesvětlených míst – ekologické řešení, s pozitivním dopadem na výkon.

Žádejte 3M™ Envision™ translucenční a difúzní fólie u našich distributorů, navštivte www.3M.cz/grafickareseni

3M™ Envision™ translucenční fólie řady 3730

3M™ Envision™ potisknutelné translucenční fólie IJ3730-50, IJ3730-60

3M™ Envision™ difúzní fólie 3735-50, 3735-60



Aktivační agentury AKA

Adresa společnosti:

Opatovická 4/1659
110 00 Praha 1 – Nové Město
e-mail: aka@aka.cz
tel.: +420 224 934 518

Kontaktní osoba:

David Čermák

Telefon:

+420 603 76 98 50

E-mail:

david.cermak@momentumww.com

Webové stránky:

www.aktivacniagentury.cz

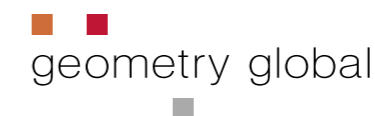
Charakteristika společnosti:

Marketingová aktivace využívá všechny relevantní komunikační nástroje s cílem stimulovat reakci cílových skupin. Aktivace tedy zahrnuje stimulaci:

- Projevení zájmu
- Vyzkoušení
- Nákupu
- Loajálního chování
- Šíření goodwill značky a produktu

Nejnovější trendy v aktivačním marketingu?

www.aktivacniagentury.cz





ADLER Czech, a.s.

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

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 ADLER:

- **KVALITA PRODUKTŮ**
produkty nesou pečeť kvality Oeko-Tex Standard 100
- **ŠÍŘE PRODUKTOVÉHO PORTFOLIA**
nabídku pro Vás neustále rozšiřujeme a inovujeme – aktuálně nabízíme až 3.500 položek
- **BRANDING ZBOŽÍ**
textil umíme dále zhodnocovat potiskem, výšivkou a dalšími technologiemi
- **ZAKÁZKOVÁ VÝROBA**
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 do vybraných destinací od 1 ks do 24 h od objednání
- **MEZINÁRODNÍ PŮSOBNOST**
dodáváme do 13 zemí EU – nově působíme na trhu v Chorvatsku

Doplňující informace:

Jsme součástí projektu PODNIKÁME BEZ KORUPCE a ZELENÁ FIRMA.



OBLEČEME I VAŠI FIRMU

ADLER® značkový reklamní textil www.adler.info



ALEX FOX Central Europe, s.r.o.

Adresa společnosti: Sokolovská 100/94, 186 00 Praha 8

Kontaktní osoba: Martin Mrázek – general manager

Telefon: +420 472 767 777

E-mail: info@alexfox.cz

Webové stránky: www.alexfox.cz

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, střihů, 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.



KVALITNÍ
reklamní textil



Alexfox
trčka
Polokošile
Fleece
novinky

kvalita mikiny
široký výběr
čepice
reklamní textil
životnost
moderní trendy
Polokošile
široký výběr
kvalita
výhodné ceny



ASTRON print, s.r.o.

Adresa společnosti: Green Park, Veselská 699, 199 00 Praha 9 – Letňany

Kontaktní osoba: Jan Hodek

Telefon: +420 606 667 620

E-mail: jhodek@astron.cz

Webové stránky: www.astron.cz

Charakteristika společnosti:

ASTRON print je digitální tiskárna, která disponuje nejširší nabídkou tiskových technologií a služeb. Zabýváme se především potiskem všech typů médií, ale také jejich následným zpracováním do podoby různých finálních produktů (POS/POP, bannerů, billboardů, látkových panelů, vlajek či řezané grafiky pro polepy automobilů i ploch). Používáme moderní zařízení, u nichž jde vysoká výrobní kapacita ruku v ruce s nejvyšší dosažitelnou kvalitou tisku. ASTRON print je součástí polygrafické skupiny ASTRON group, do níž dále patří: ASTRON studio – disponuje desetibarvou ofsetovou tiskárnou do formátu B1 s kompletním dokončovacím zpracováním – vazbou V1 a V2 PUR. Pomocí sitotiskového stroje nabízí rovněž zúšlechťení tisku, jako je lakování, parciální lakování či reliéfní lakování. ASTRON studio poskytuje také veškeré předtiskové služby: standardní DTP i automatizované zpracování dat včetně zkušenosti s databázovým publikováním, řízením rozsáhlých projektů, se zpracováním velkého množství dat a s certifikací dat; služby naší kreativní a BTL agentury zahrnují tvořivé zpracování tiskovin, přípravu CI, volnou grafiku, ilustrace. MEDIAFORCE – je vydavatelství zájmových a hobby magazínů, specialista na vydávání firemních magazínů, určených pro různé segmenty zákaznického trhu (B2B, B2C, B2E). Máme kompletní redakční zázemí (tvorba textů, editace, korektury). Vydavatelská část DTP se specializuje výhradně na časopisy. V oblasti hobby magazínů se zaměřuje na vydávání specializovaných časopisů moderní doby, např. periodika o luxusním zboží či motoristické tituly pod značkou Motohouse.

Technologie:

3x Turbojet TJ 8350, 2x Fotoba XL TJ-OL, Durst Rho 500R, Durst 750HS, Durst Rhotex 322, HP Scitex XLJet 1500 + 1300, Forström TDW 20, Spühl Virtu RS25/48, Spühl Virtu RS35/36, 3x Kongsberg i-XL, iGen 150, Xerox DC 5000, DC 8000, Komori Lithrone LS-1040P, Sakurai MS 102A II, Natgraph M110.

Další doplňující informace:

Společnost ASTRON print, s.r.o., má zaveden systém řízení kvality ISO 9001:2009 a environmentálního řízení ISO 14001:2005, včetně certifikátů FSC a PEFC.

Vystoupejte k NEJVYŠŠÍ KVALITĚ tisku

NEJNOVĚJŠÍ TEXTILNÍ PRŮMYSLOVÁ TISKÁRNA. PRVNÍ A JEDINÁ INSTALACE V ČR.

POTISK TEXTILU A VLAJKOVINY v šíři role 320 cm

Tiskárna textilu **Durst Rhotex 322**,

- nejkvalitnější sublimační tiskárna látek s rozlišením 1200 dpi,
- ideální volba pro potisk látek luxusního vzhledu do podsvětlených rámců,
- produkty se snadno dopravují, lze je opakovaně instalovat a čistí se praním,
- na míru vyrábíme i kvalitní hliníkové rámy osazené LED diodami.

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 retailu, logistiky, obalového průmyslu a HoReCA segmentu). První aktivitou společnosti bylo před 21 lety uvedení měsíčníku Zboží&Prodej, zaměřeného na obchod s rychloobrátkovým zbožím, na český trh. Nabídku časopisů postupně doplnily v roce 2011 Tovar&Predaj, dvoměsíčník věnovaný trhu rychloobrátkového zboží na Slovensku, a o rok později časopis PHM Plus, určený provozovatelům čerpacích stanic. 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. Od roku 2011 provází program také půldenní konference Innovation Village.

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 loňského roku byla 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.

Letos své portfolio rozšíří o dva projekty zaměřené na podporu lékáren na českém trhu: dvoměsíčník Pharma Profit a stejnojmenný kongres.

Projekty v roce 2014

15.–16. 1. a 4.–5. 6. (ČR),
19.–20. 3 a 8.–9. 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 SAMOŠKU hostí Ostrava, Košice, Praha a Levice.

10. 4.

ČERPAČKA

Kongres pro majitele a provozovatele čerpacích stanic

Cílem celodenní konference je přinášet informace a inspiraci, jak **úspěšně provozovat čerpací stanice**, včetně prodejny, a navýšit tak její zisk. Potkejte na 200 majitelů nezávislých benzinek, provozovatelů franchis sítě čerpacích stanic i zástupce jejich centrální.

24. 4. (ČR), 12. 6. (SR)

Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka 2014

Marketingový program, který oceňuje inovace na trhu FMCG

Do poloviny února probíhá registrace do **14. ročníku** marketingového programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** a také do 3. ročníku programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** na Slovensku. Slavnostní vyhlášení výsledků programu v ČR proběhne v pražském **Hotelu Ambassador – Zlatá Husa** 24. 4., v Bratislavě pak 12. 6. v hotelu **DoubleTree by Hilton**.

24. 4.

Innovation Village

Inovace v FMCG, obalech a marketingu

Slavnostnímu vyhlášení výsledků marketingového programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** bude v ČR předcházet **půldenní konference** věnovaná inovacím v FMCG, obalech a marketingu. Představte 200 zástupcům marketingových a obchodních oddělení dodavatelů FMCG své produkty a služby. S vaší prezentací se seznámí také **všech zhruba 500 účastníků** galavečera.

15. 5. a 11. 9.

Retail Masters Day

Golfový turnaj mistrů českého retailu

V květnu se uskuteční už 10. 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 získajte **nové kontakty** v retailu!

19. 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.

22. 10.

Kongres Pharma Profit

Kongres pro majitele a odborný personál lékáren

První ročník celodenní konference určené jak **majitelům lékáren**, tak **odbornému personálu**. Jejím cílem je přinášet informace a inspiraci, **jak najít recept na ziskovou lékárnu**.

Každý měsíc

Zboží&Prodej

Časopis pro obchod s rychloobrátkovým a spotřebním zbožím v ČR

Časopis Zboží&Prodej vychází v **ověrovaném** 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!

Každé dva měsíce

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.

Každé dva měsíce

PHM Plus

Časopis pro čerpací stanice

Dvoměsíčník PHM Plus určený provozovatelům čerpacích stanic se nezabývá pouze pohonnými hmotami, ale především **dalšími produkty a službami**, které benzinové pumpy nabízejí.

Každé dva měsíce

Pharma Profit

Časopis pro ziskový byznys lékáren

Portfolio časopisů zaměřených na retail nově doplňuje **dvoměsíčník** oslovující jak majitele lékáren, tak odborný personál, tedy všechny ty, kteří rozhodují o nákupu lékárenského sortimentu. Pro distribuci využíváme více než **2800 ověřených kontaktů** na lékárny v celé ČR.

Říjen (ČR), listopad (SR)

TOP 30 českého a slovenského obchodu

Žebříček obchodních firem

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

Kontakt:

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



because
we KNOW
HOW
to display! **ATSDisplay**™
design development production

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 creative team focused on design, development and production of POS materials - going from a great idea and a unique design, through development to a finished product. We have a professional design studio, a prototype workshop and an extensive machine park, but more importantly, we are qualified and competent Team that have wide experience in creating POS products.

Although we are in Poland we operate globally. It does not matter if our equipment is needed in Southern Europe, Eastern Europe or Eurasia. There are no barriers and limits for us.

Our products are appreciated by Customers from many countries for already 13 years.

... because we KNOW HOW to display!



because
we KNOW
HOW
to display! **ATS**

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

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. Naším cílem je nabídnout klientům nejlepší servis, tedy od prvních konzultačních hodin, vhodného řešení designu, využití vhodných materiálů až po realizaci a sestavení na místě prodeje a tím naplnit jejich očekávání a představy. Authentica je členem asociace POPAI CE.



Reference:

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

<https://www.facebook.com/authentica.s.r.o>



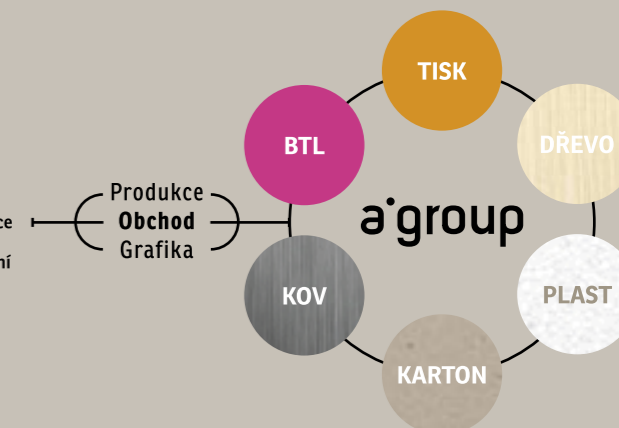
design & kreativa
» karton » dřevo » plast » kov



» podlahové stojany » pultové stojany » světelné panely/světélky » shop in shop
» vybavení prodejen » dekorace a instalace dekorací

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

- design & vývoj
- vzorování
- grafické služby
- výroba & kompletace
- balení
- logistika
- instalace & montáž
- technické zajištění akcí
- deinstalace & uskladnění





AV MEDIA
k o m u n i k a c e o b r a z e m

AV MEDIA, a.s.

Adresa společnosti: Pražská 63, 102 00 Praha, CZ

Kontaktní osoba: Ing. Petr Barcal – Generální ředitel, člen představenstva

Telefon: +420 261 260 218

E-mail: praha@avmedia.cz

Webové stránky: www.avmedia.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost AV MEDIA byla založena v roce 1992 a v současnosti je leaderem na poli prezentační, projekční a audiovizuální techniky v České republice. Portfolio služeb zahrnuje prodej a pronájem prezentační techniky, systémovou audiovizuální integraci a další služby, které poskytuje na nejvyšší technické úrovni.

S produkty naší společnosti se setkáte v konferenčních a zasedacích místnostech, na dispečerských pracovištích s nepřetržitým provozem, v učebnách a školících místnostech, u speciálních simulačních a 3D aplikací, v kinosálech, v muzejních expozicích, na veletrzích a na mnoha dalších místech.

Naše společnost v ČR zastupuje značky AMX, CUE, Epson, Christie, Mitsubishi, Panasonic, Planar, Projecta, Projectiondesign, SMART Technologies a další.

Společnost AV MEDIA je členem profesních organizací: Asociace systémové AV integrace (ASAVI), InfoComm International, Custom Electronic Design & Installation Association (CEDIA), AV Global Alliance a Prague Convention Bureau.



GLANCE MEDIA

Adresa společnosti: V Chotejně 700/7, 102 00 Praha 10

Kontaktní osoba: Ondřej Kreidl

Telefon: +420 272 090 220

E-mail: Ondrej.Kreidl@glancemedia.cz

Webové stránky: www.glancemedia.cz

Charakteristika společnosti:

GLANCE MEDIA je dceřiná společnost AV MEDIA, a.s.

Jsme servisní organizace s vlastním SW vývojem úzce specializovaná na centrálně řízené audiovizuální systémy. Do této skupiny patří všechny systémy, které zobrazují uživatelem požadovaný multimediální program na jakémkoliv digitální videozobrazovače (monitory LCD a PDP, projektor LCD, DLP atd.). Pojmem „program“ se rozumí předem definované pásmo (tzn. libovolně nastavitelný časový úsek), složené z video spotů, obrázků a textů. Systém je možné řídit, konfigurovat a spravovat z jediného libovolného místa. Aby toto bylo možné, všechny komponenty systému musí být připojeny k internetu (WAN).

V současné době jsou všechny naše systémy „offline“. Program se vyrábí v centrále, prostřednictvím internetu se přenese na místa určení a teprve pak se spustí na požadovaných zobrazovačích. Naše systémy jsou postavené na počítačích s platformou IBM, operačním systémem Microsoft a video formátu Windows Media Video (wmv). Systémy nejsou limitovány ani počtem zobrazovačů ani počtem centrálních pracovišť. Na trhu nevystupujeme pouze jako továrna na software, ale také jako partner pro začínající i zkušené provozovatele systémů. Služby nastavujeme individuálně, dle specifických potřeb klienta.

Digitální zobrazovací systémy pro reklamu a informace



Vizualizace

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



Odbavování

- stovky playlistů týdně do více jak 400 lokalit
- webové aplikace na řízení reklamních kampaní



- profesionální procesní management



Realizace

- profesionální projektový management
- fyzická instalace systému



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



Podpora

- vzdálená servisní správa
- profesionální analýza závad



Reference: • CineXpress, s.r.o. • GECO, a.s. • Dynamix Media, s.r.o. • Czech Public Media, s.r.o. • Sapeli, a.s. • PIAF, a.s.

čermák design

ČERMÁK DESIGN, s.r.o.

Adresa společnosti: Na Zatlance 3, 150 00 Praha 5

Kontaktní osoba: Ing. arch. Petr Čermák

Telefon: +420 603 832 419

E-mail: info@cermak-design.cz

Webové stránky: www.cermak-design.cz

Charakteristika společnosti:

Jsmo společnost s více než desetiletým působením v oboru interiéru, výstavnictví a podpory prodeje s realizacemi v řadě evropských zemí. Současně nabízíme několik unikátních prezentačních systémů a technologických postupů, které jsme si sami vyvinuli. Jejich aplikací dosahujeme zcela nových technických možností a kvalit. Stálá a spokojená klientela i získaná prestižní mezinárodní ocenění jsou dokladem kvality naší práce.

Reference

Samsung, Heineken, Citybank, Bayer, Ideal standard a mnoho dalších.

prodejny Rynek
návrh a realizace



komerční interiéry

výstavní stánky

prezentační stánky

podpora prodeje



řeznictví Novák
redesign 70-ti provozoven



výstavní stánek Crocodile
Paříž, Francie



prezentační stánek Ideal Standard
obchodní centra ČR a SK



designové vitríny Heineken
hudební klub Mecca, Praha

DAGO

DAGO s.r.o.

Adresa společnosti:

Komenského 1020
267 51 Zdice

Kontaktní osoby:

Martin Vorel
Executive director
martin.vorel@dago.cz

Marek Končítik
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:

Full servis v P.O.P. komunikaci - vzdělávání, návrh komunikační strategie, návrh designu, vývoj a testování, revize umístitelnosti, kusová i sériová výroba, implementace a komplexní logistické služby, merchandising a údržba.

Jsme certifikováni dle norem ISO:9001:2008 a ISO:100006:2003.

Naše mise: rychlost a důvěra, znalosti a efektivita.



DAGO 20 let s Vámi

p.o.p. design production fullservice



Rozumíme nákupnímu rozhodování Vytváříme lepší místa prodeje Pomáháme lépe prodat

Jsme fullservisová POP komunikační agentura s vlastní výrobou založená v roce 1993. Pracujeme aktivně s přibližně stovkou klientů z oblasti FMCG, elektroniky, farmacie, finančních služeb a dalších oblastí. Do projektů našich klientů aplikujeme, v rámci našeho konceptu CIS – Complex In-store Solution, sofistikované teoreticko-praktické know how vycházející ze znalosti působení POP komunikace na nákupní chování zákazníků. Využitím tohoto přístupu dosahujeme při tvorbě POP médií nejen tradiční líbivosti a technické funkčnosti, ale především jejich maximální účinnosti a efektivitu. Zároveň tak vytváříme prostředí ze kterého zákazník odchází spokojen díky tomu co zažije, ve kterém neztrácí čas hledáním, ve kterém se cítí inspirován a obohacen. Snažíme se přinášet lidem příjemné nákupní zážitky, které vytváří dlouhodobé vazby a férovým způsobem zlepšují obchodní výsledky našich klientů.

Nabízíme fullservisové zpracování projektu – od analýzy vhodného řešení a strategického plánování, přes funkční designérské návrhy, konstrukční řešení, testování a sériovou výrobu až po dopravu, implementaci na prodejní plochu, repasi nebo likvidaci. Našimi klíčovými hodnotami jsou RYCHLOST - DŮVĚRA – ZNALOSTI – EFEKTIVITA. Díky vlastnímu výrobnímu zázemí jsme schopni monitorovat celý proces vývoje a výroby POP médií a tak spolehlivě zajistit jeho kvalitu. Zpracováváme pokročilými technologiemi veškeré druhy plastů, dřeva a kovů.



DAGO s.r.o.
Komenského 1020, Zdice, CZ-267 51
Tel: +420 311 533 390



DEKOR s.r.o.

Adresa společnosti: Hradištská 849, 68708 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. Poskytujeme komplexní servis se specializací na permanentní stojany vyšší kvalitativní úrovně při zachování výhodných cenových relací a špičkového designu (design, technický inženýring, kalkulace, vzorování, sériová výroba, další služby jako skladování, dodávky just-in-time, instalace, údržba, likvidace stojanů atd). Díky velmi úzké spolupráci s italskými designéry nabízí kreativní a atraktivní design dle nejpřísnějších měřítek.

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 výrobních inovacích z celého světa.

Novinkou v nabídce je produktová řada POS Light, která představuje produkty s různými světelnými efekty včetně 3D efektu a animace. Unikátní technické řešení nasvícení do hrany s využitím LED zdrojů umožňují ultra-tenký design produktů a zároveň velmi nízkou spotřebu elektrické energie. Výroba je realizována v ČR na našich výrobních zařízeních.

Reference:

- AKZO NOBEL ■ ALINGHI ■ ATOMIC ■ BACARDI ■ BETTY BARCLAY ■ BLOCKBUSTER
- BOLLÉ ■ BOSCH ■ CAMPINGAZ ■ CHEVROLET ■ CITROËN ■ 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

FULL P.O.S. SERVICE

P.O.S. DISPLAYS

SHOP - IN - SHOP

IN-STORE COMMUNICATION

VISUAL MERCHANDISING

EN ISO 9001:2009
EN ISO 14001:2005

LED LIGHTBOXY
NOVÉ GENERACE

www.crystalpicturelight.com
www.crystalsignlight.com

patentované technologie



L'ORÉAL

PORSCHE DESIGN



RODENSTOCK



PARKER



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:

300 pracovníků v nepřetržitých provozech v České republice, Polsku, Slovinsku a Maďarsku.

POS produkty (stojany) zpracováváme od úvodní myšlenky až po distribuci, vše vlastními pracovníky, na vlastních strojích a ve vlastních halách.

Na popřávkách/zakázkách začínáme pracovat ihned – máme dostatečně kapacitní konstrukční a kalkulační oddělení. Veškerý potřebný materiál a komponenty máme skladem, vyrábíme hned po zadání. I zakázky většího rozsahu zpracováváme v krátkých termínech. Jsme efektivní, základním výrobním formátem je rozměr 130x185 cm.

Všechny naše provozy jsou vybaveny kompletně a identicky pro standardní výrobu stojanů na bázi vlnitých lepenky: ofsetový tisk – tepelná laminace – UV i parciální lak – kaširování – výsek (vlastní výroba raznic) – lepení – kompletace – balení. Pro nižší a střední náklady využíváme i digitální technologie – UV tiskové stroje a řezací plotry.

Máme kompletní zázemí pro výrobu permanentních stojanů na bázi plastů, dřeva a kovu – pily, frézy, laser, kovoobrábění, všechny typy svařování, ohýbání atd.

Vedle stojanové POS produkce vyrábíme širokou škálu dalších produktů z oblasti grafické komunikace – exteriérovou velkoplošnou reklamu, interiérové dekorace, plakáty, samolepky, vlajky a mnoho dalšího.

Své zákazníky respektujeme

my vyrábíme stojany.

od první myšlenky až po distribuci na místo určení sami, svými pracovníky na svých strojích

nauvihneme řešení dle vašich potřeb

zkonstruuujeme design a připravíme 3D vizualizace

vymodelujeme reálné prototypy včetně grafiky

vyzkoušíme nosnost stojanů, provedeme transportní testy

vytiskneme ofsetem, digitálně nebo sítotiskem

zúšlechťíme lakem, UV lakem, parciálním lakem, laminací

vyrábíme nakaširujeme, vysekáme, vyřezeme, vyfrézujeme, vylaserujeme, slepíme, sestavíme

naplníme vašimi výrobky

zabalíme pro bezpečnou přepravu

uskladníme v našem logistickém centru

nozešleme do skladů nebo až na finální místa

eclipse.

www.eclipse-print.com/pos



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 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 smělym představám, co všechno s nimi chcete vytvořit – řekněte nám o nich, umíme je splnit.

Společně to dokážeme, děkujeme!



MOBILNÍ PREZENTAČNÍ SYSTÉMY




MARKETHING!


SMELL!


HEAR!


SEE!

WWW.GAIAGROUP.CZ

Pracujeme s principy smyslového marketingu, v našem portfoliu služeb najdete vše, co můžete využít pro marketingovou komunikaci Vaší značky a komunikaci v místě prodeje. Poradíme, jak plně využít smyslový potenciál značky nebo místa.



Víte, jak má vonět Vaše značka nebo místo, kde prodáváte své produkty či služby? Vhodně zvolená vůně vytváří příjemné prostředí, kam se lidé rádi vracejí, a vyvolává pozitivní emoce. S výběrem vůně Vám rádi pomůžeme, nebo ji pro Vás vytvoříme.

Hudba přináší příjemné požitky stejně jako dobré jídlo nebo krásný kus nábytku. My Vám z našeho katalogu vybereme ten správný mix hudby, který vytvoří příjemnou kulisu pro Vaše zákazníky, odliší Vás od konkurence a bude v souladu s Vaší značkou.



Tvoříme vizuální obsah. Máte obrazovku nebo displej, ale nevíte si rady jak zabezpečit kvalitní a relevantní obsah? Vyberte si z našeho katalogu! Můžete využít základní nabídku nebo si nechat vytvořit obsah dle Vašich představ. Službu Easy TV poskytujeme na klíč včetně hardware a software.

Hanton®

HANTON – svetelné reklamy s.r.o.

Adresa spoločnosti: Dr. Pantočku 335, 95501 Topoľčany

Kontaktná osoba: Peter Hanton

Telefon: +421 902 955 203

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

E-mail: 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, lakernícku 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

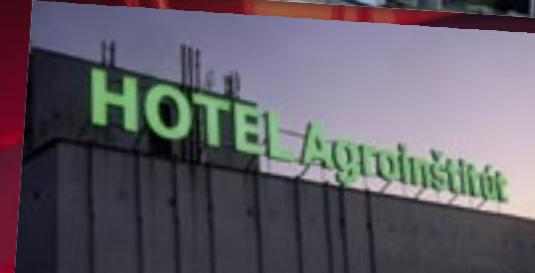
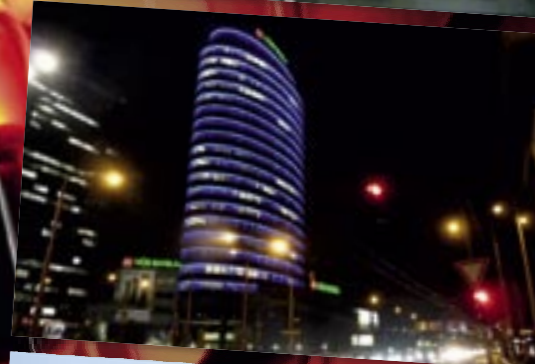
HB reavis

Poštová banka

www.hanton.eu

Hanton®

SVETELNÁ A NESVETELNÁ REKLAMA





HL Display Česká Republika, s.r.o.

Adresa: Zelený Pruh 95/97, 147 00 Praha 4 Braník
Telefon: +420 241 442 591
E-mail: sales.praha@hl-display.com
Webové stránky: www.hl-display.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost HL Display Česká republika, s.r.o. vznikla v roce 1996 jako součást švédské korporátní skupiny HL Display AB, která se pohybuje na trhu již od roku 1954. Přímo operujeme v 30 zemích a v 16 dalších jsou naše výrobky zastoupeny distributory, vyrábíme v 8 našich továrnách po světě a zaměstnáváme více než 950 zaměstnanců. Nabízíme řešení pro in-store komunikaci, POP digital signage a merchandising. Naše 50-ti leté zkušenosti v těchto oblastech nám pomáhají vytvářet a zdokonalovat prvotřídní sortiment výrobků a řešení, která respektují jak stanovený koncept prodejního prostoru, tak specifické požadavky jednotlivých výrobních kategorií.

HL Display Slovensko, s.r.o.

Adresa: Hraničná 18, 821 05 Bratislava
Telefón: +421 2 4920 6031
E-mail: info.sk@hl-display.com
Webové stránky: www.hl-display.sk

Charakteristika spoločnosti:

Spoločnosť HL Display Slovensko, s.r.o. vznikla v roku 2002 ako súčasť švédskej korporátnej skupiny HL Display AB, ktorá sa pohybuje na trhu už od roku 1954. Priamo operujeme v 30 krajinách a v 16 ďalších sú naše výrobky zastúpené distribútormi, vyrábame v 8 našich továrňach po celom svete a zamestnávame viac ako 950 zamestnancov. Prinášame riešenia pre in-store komunikáciu a merchandising. Naše 50-ročné skúsenosti v týchto oblastiach nám pomáhajú vytvárať a zdokonaľovať prvotriedny sortiment výrobkov a riešení, ktoré rešpektujú stanovený koncept predajného priestoru, ako aj špecifické požiadavky jednotlivých výrobných kategórií.



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



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

přebalíme vás ...a každý si vás všimne!



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 tiskovin do požadované lokality.

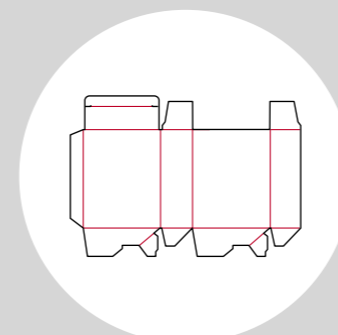
Mezi naše výrobky patří mj: katalogy, manuály, návody, brožury, letáky, kaširované stojany a šanony, poutače, stojánky, krabičky, obaly, luány, wobler, wrapy, skládačky, mapy, pohlednice, časopisy, periodika, stolní a nástěnné kalendáře, sešity, diáře, dopisní obálky s potiskem, puzzle, pexesa a samolepky.

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.

Další doplňující informace:

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!



konstrukce



design



hotový obal



www.hrg.cz

Název společnosti: **Ki-Wi Digital s.r.o.**
 Adresa společnosti: **Kubánské náměstí 11, 101 00 Praha 10**
 Kontaktní osoba: **Ing. Jan Slavík**
 Telefon: **+420 602 220 899**
 E-mail: **info@ki-wi.cz**
 Odkaz na webové stránky: **www.ki-wi.cz**

Ki-Wi Digital je IT společnost vyvíjející unikátní Digital Signage software pro vzdálené ovládání, plánování obsahu a řízení displejů, tabletů a interaktivních kiosků určených pro široké spektrum zákazníků především z oblasti retailu, reklamních agentur, průmyslových podniků, měst a obcí.

Mezi zákazníky Ki-Wi Digital patří Nestlé Česko, Foxconn CZ, Česká Pojišťovna, Electro World, Tescoma, ZOO Praha, a další.



Ki-Wi SERVER

systém pro vzdálenou správu obsahu a řízení tabletů, displejů, infokiosků



Ki-Wi PLAYER

komplexní aplikace pro přehrávání digitálního obsahu na obrazovkách



Ki-Wi KIOSK

aplikace pro internetové kiosky a digitální úřední desky



Ki-Wi ACTIVECATALOG

dotyková aplikace pro prezentaci produktů sloužící i jako konfigurátor



Ki-Wi NAVISYSTEM

aplikace pro navigaci v hotelech, nákupních centrech i městech



Ki-Wi EYEMETRICS

kamerový software pro spouštění obsahu na základě rozpoznání pohybu a věku zákazníka

SmartMate

Interaktivní
prodejní asistent



SmartMate je digitální dotykový prodejní asistent, který pomáhá udržet zákazníky v obchodech. SmartMate umožňuje propojení e-shopu s kamennou prodejnou. Přináší do prodejny výhody internetu v podobě třídění, vyhledávání a porovnávání vybraných produktů, přiřazování recenzí a ohlasů. Pomáhá zjednodušit výběr, rychleji se rozhodnout a rozšiřuje nabízený sortiment při zachování velikosti skladových a prodejních prostor.

Hlavní výhody SmartMate řešení



PRODUKTOVÝ KATALOG -
PODPORA UP SALE, CROSS SALE
A POROVNÁVÁNÍ ZBOŽÍ



ONLINE INTERAKCE -
VZDÁLENÁ AKTUALIZACE OBSAHU
A MONITORING, PROPOJENÍ S E-SHOPEM,
MOBILNÍMI APLIKACEMI A NFC.

PRODUKTOVÝ RÁDCE
A KONFIGURÁTOR - POSKYTUJE
PODROBNÉ INFORMACE
O PRODUKTU, JEHO SPECIFIKACI
A RŮZNÉ VARIANTY



KOMPLETNÍ SORTIMENT -
NABÍZÍ ZBOŽÍ ZE VŠECH
PRODEJEN A DOSTUPNÝCH
SKLADOVÝCH ZÁSOB



SmartMate

- 23" LED dotykový display
- 1920 x 1080 (Full HD)
- LAN, Wi-Fi

Upevnění: Na stěnu, na stojanu



... for your store

MBG, spol. s r.o.

Adresa společnosti: Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh

Kontaktní osoba: Stanislav Doleček Bc., Executive manager - Shops Equipment Division

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.

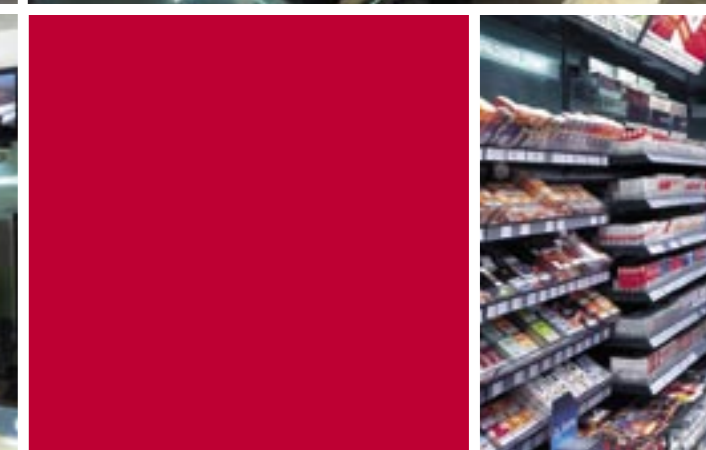
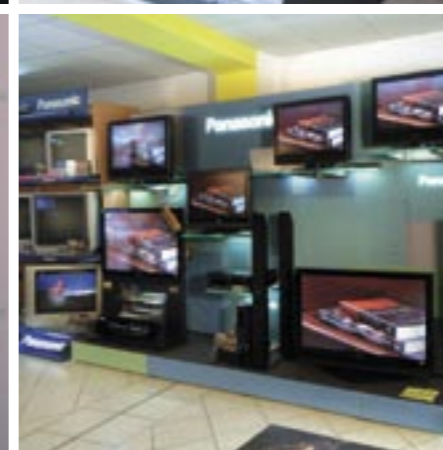
Svým zákazníkům společnost nabízí

- 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.

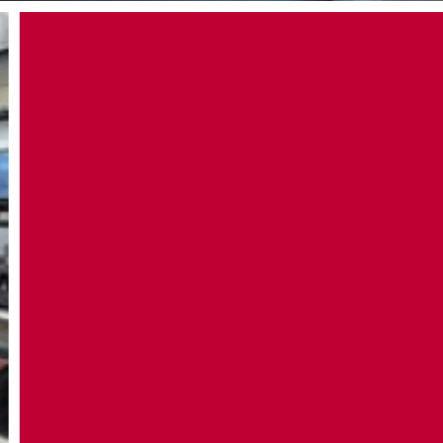
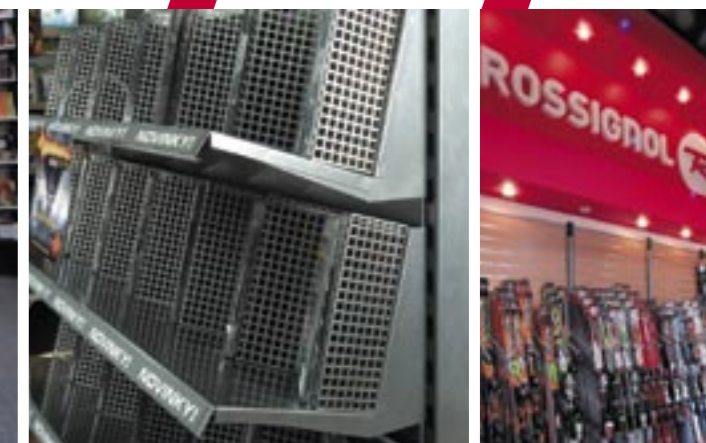
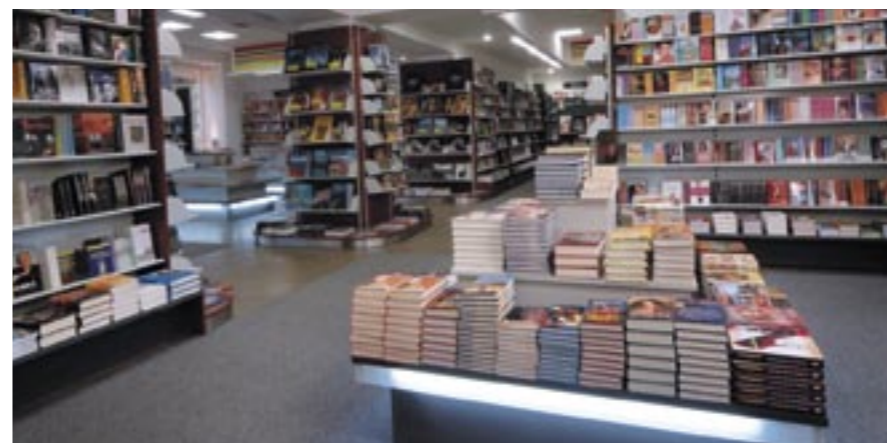
Reference:

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 hodiněk Planeo Quick Time ČR ■ **Panasonic** - prezentační stojany na televizory a elektroniku ČR, SK ■ **CORIAL** - síť prodejen hodiněk 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+





O značky našich klientů pečujeme s láskou a nasazením, protože jen jejich důkladná znalost a neustálá snaha o pochopení koncových zákazníků nám umožňuje uspět. Každý, i ten sebemenší projekt bereme osobně. Jsme partnerem a tvůrcem komunikace, chceme se podílet nejen na realizaci kampaní, ale být u jejich zrodu. Nabízíme nejen zkušenosti, ale také kreativitu a neotřelé nápady. S námi nepromarníte čas ani investice v konceptech, které nefungují. Poradíme Vám, jak být efektivní. Pro naše klienty pracujeme dlouhodobě – podstatný tak není úspěch jedné zakázky, ale vzájemně dobře fungující partnerství. Vyznáváme pravidlo: Spokojený klient nemá důvod hledat jiného dodavatele.

Název společnosti: McCoy & Partner, spol. s r.o.

Adresa společnosti: Prokopská 8, 118 00 Praha 1

Kontaktní osoba: Zuzana Kress

Telefon: 777 625 777

E-mail: zuzana.kress@mccoy-partner.com
agentura@mccoy-partner.com

Webové stránky: www.mccoy-partner.com

Charakteristika společnosti:

Pro naše klienty jsme partnerem, který nečeká na zadání, ale snaží se přicházet sám s novými nápady, jak zviditelnit jejich značky a tradičně i netradičně oslovit zákazníky. Nebojíme se nových cest, ale vždy pečlivě zvažujeme, co je pro kterou značku nejvhodnější a pro klienta nejefektivnější. Stavíme na vlastní kreativitě a znalosti a respektu ke značkám, které reprezentujeme v Čechách i na Slovensku. Partnerský přístup a respekt k zájmům klienta považujeme za samozřejmost.

Pracujeme na sobě tak, abychom byli schopni nabídnout stále pestřejší portfolio služeb při zachování kvality, na kterou jsou naši klienti zvyklí. K našim tradičním silným oborům, jako jsou integrované kampaně, sampling, spotřebitelské soutěže, road show, eventy, sales promotion a category management, nabízíme nově také in-house Public Relations. Samozřejmostí je vlastní databáze promotérů a hostesek a logistika. Najdete nás v Praze a Banské Bystrici a také všude tam, kde nás naši klienti potřebují. Nebudeme vám slibovat zázraky, ale uděláme vše proto, abyste s naší prací byli spokojeni.

Reference:

Nestlé, Danone, Coca-Cola, Monster, PPG, Jan Becher – Pernod Ricard, Galerie Vaňkovka, Hamé, Nescafé Dolce Gusto, Bel Sýry, Perfetti Van Melle, Nespresso, Sdružení pro výstavbu silnic Praha

Další doplňující informace:

Jsme členem asociace POPAI CENTRAL EUROPE a členem sekce Aktivační agentury Asociace komunikačních agentur.

zkoušenost

nasazení

Kreativita

flexibilita

tradice





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 meditypy – 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, meditypy.

21. ročník veletrhu reklamy, médií, polygrafie a obalů

13.–15. 5. 2014

PVA EXPO Praha - Letňany

reklama
polygraf
2014



...aktuální vývoj
trendy
novinky...

...nechte se inspirovat – buďte u toho



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 nevhední 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 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 leaderům na trhu.

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

Nyní uvádíme na trh Mobile**SYSTEM** – jedná se o jedinečný nástroj pro všechny, kteří potřebují mít svou „firemní“ mobilní aplikaci (doplněk Vaší webové prezentace, průvodce na akcích, apod.). Mobile**SYSTEM** totiž funguje na všech mobilních zařízeních bez instalace a zahrnuje tvorbu, provoz i analýzy mobilních aplikací. Získejte informace o Vašich zákaznících a nabídněte jim hned, co hledají na www.mobilesystem.eu.

Reference:

The Coca-Cola company, Coca-Cola HBC, Emco, Illy, L'Oréal, Douwe Egberts, Centropen, OBI, Rossmann, Haribo, ŠkoFIN,...

MOBILE**SYSTEM**

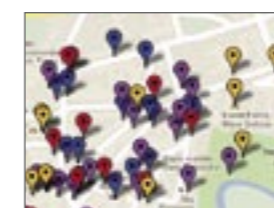
Jednoduchý modulární on-line systém obsahující editor pro samostatné vkládání obsahu, úpravu vzhledu a nastavení funkcionality

VAŠE MOBILNÍ APLIKACE SNADNO A RYCHLE

Úpravy a aktualizace během pár sekund

Prezentace společnosti - Komunikace s klienty

- rozlište své zákazníky podle zájmů (sledování používání aplikace)
- **tvorba a distribuce Newsletterů** součástí nástroje
- komunikujte s nimi ať jsou oni či vy kdekoli - **mobilní marketing**
- mobilní rezervační systém, e-shop, aukční systém
- jednoduše a přehledně



Navigace - okamžitá aktualizace

- umožníte svým zákazníkům snazší navigaci při eventech
- upozorníte na důležitá místa a zajímavosti
- zobrazíte vaše data zákazníkům v mapách
- ukažete nejbližší místo nákupu

Voucher - Slevové kupony - Check-in systém

- snížíte náklady na tvorbu, tisk a distribuci
- šířte svá data cíleně
- odměňte zákazníky při výročích
- autorizujte své klienty či zaměstnance
- **distribuuje snadno, levně a personalizovaně**



Systémová správa a analýzy dat - backend

- automatické statistiky úspěšnosti kampaní
- přehledné analýzy využívání systému zákazníky
- přímé propojení s mobile marketingem
- nástroje pro řízení a aktualizace aplikace
- **aplikace, která vám ukáže kde vyděláte**



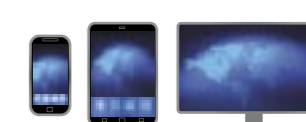
Celosvětově dostupný
a lokalizovaný



Nezávislý
na platformě



Automaticky rozpoznává
zařízení



www.MOBILE**SYSTEM**.eu

MOOD:CZECH REPUBLIC



Název společnosti
Mood Media Group CZ, s.r.o.

Adresa společnosti
Kodaňská 1441/46, 101 00 Praha 10

Kontaktní osoba
Eva Chudomelová
Country Manager CZ&SK

Telefon
T +42(0) 257 221 686 | M +42(0) 724 333 129

E-mail
info.cz@moodmedia.com

Webové stránky
www.moodmedia.cz

NA SILNÝCH ZÁŽITCÍCH ZÁLEŽÍ

Přemýšlíte jak využít a zlepšit atmosféru ve Vašem hotelu, obchodě, kavárně či salonu?

Navrhujeme a vytváříme dokonalé zážitky, které napomáhají prodeji a posilují věrnost značce. Mood:Czech Republic poskytuje řešení v maloobchodní 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. Podporujeme více než 800 maloobchodních řetězců, ve více než 40 zemích světa napříč Severní Amerikou, Evropou, Asií a Austrálií přes 40 let na trhu. Na českém trhu působíme více než 10 let.

REFERENCE

Vodafone | McDonald's | Accor | Marks&Spencer | Česká Spořitelna | Time Out | A3 Sport | Imperial Karlovy Vary | KFC | Mercure Casino | C&A | Douglas | Triumph | ČSOB | American Chance Casinos | Home & Cook | Fotolab | Levis | H&M | Puma | Tatum | Holmes Place | Renault | Barcelo Hotels | Orfa | Orea Hotels | Toni & Guy | Chateau Moely | Ecco | Pizzeria Grosseto | Air Bank | Amadeus Real |

SMYSLOVÝ MARKETING

Cílem smyslového marketingu je především využít smyslové vnímání, navodit při nakupování pozitivní zážitek a podílet se na vytváření emoční vazby na místo prodeje či značku. K těmto cílům vede cesta skrze zákaznickovy smysly, jeho ovládnutí přes zrak, čich, sluch, hmat a případně i chuť.

MOOD: BY DESIGN

MEDIA | INTERACTIVE | SENSORY | SYSTEMS | NETWORK | LAB

MUSIC



VISUAL



EXPERIENCE DESIGN

MORIS[®]

DESIGN

MORIS design s.r.o.

Adresa společnosti: Pod Stárkou 33, 140 00 Praha 4 - Michle

Kontaktní osoba: Lenka Peřinová

Telefon: +420 222 512 231

E-mail: moris@moris.cz

Webové stránky: www.moris.cz

Charakteristika společnosti:

MORIS design je předním výrobcem prostředků na podporu prodeje v České republice a největší firmou v tomto oboru v Praze. Na trhu působí od roku 1997. Specializuje se na realizaci komerčních interiérů na klíč – od analýzy prodejní situace a návrhu konceptu prodejního řešení, přes tvorbu designu až po výrobu a instalaci. Realizovány mohou být na přání zákazníků i stavební úpravy. Jeho klienty jsou významné české, ale i mezinárodní firmy. Prodejní stojany značky MORIS design lze najít ve 45 zemích světa včetně Asie a USA. MORIS design se zabývá také výrobou světelných reklam a dalších POP a POS materiálů.

MORIS design disponuje vlastními výrobními halami v Praze a na Moravě a zaměstnává 130 lidí. Pracuje se širokou škálou materiálů – např. se dřevem, plasty, sklem, kovy, kartonem, dibondem, plexi, LED osvětlením. Působí také na mezinárodní úrovni. Své pobočky má na Slovensku a ve Francii.

Jeho filosofií je nabídnout zákazníkovi více než čeká, další přidanou hodnotu, a být jeho profesionálním partnerem při hledání komplexních řešení.

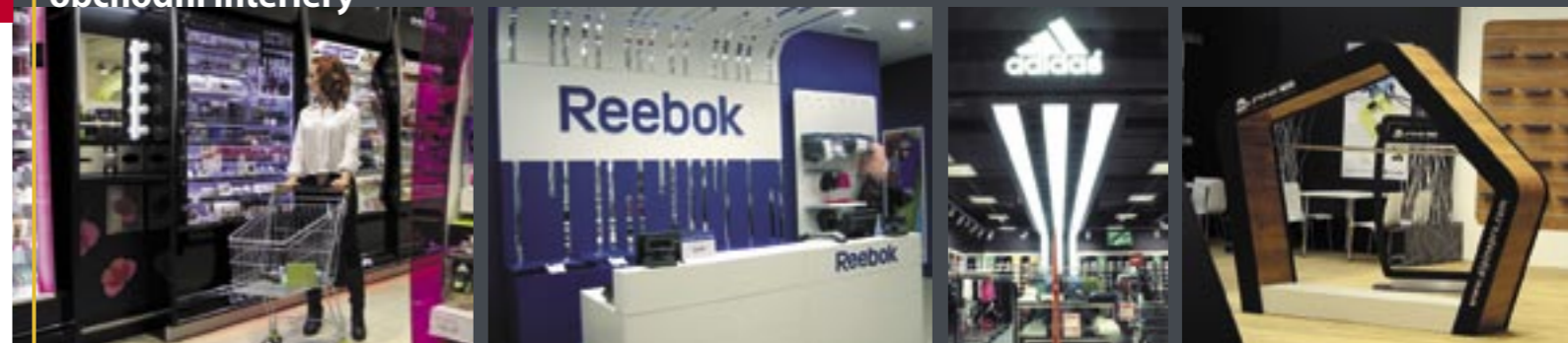
Reference:

ACI, Adidas, Alpine PRO, Bellinda, Bosch, Ecover Belgie, Crocodile, Elektroworld, Gabriella Salvette, GOODYEAR, Herbadent, Husky, ING, O2 Telefonica, L'Oreal, L'Occitane, Palace Cinemas, Palladium, Panasonic Energy Europe Belgie, Pivovary Staropramen, Pilsner Urquell, Reebok, T-Mobile, TETA drogerie, Uniqua, Zweibrüder Německo (značky Led Lenser a Letherman)

Další doplňující informace:

MORIS design je držitelem mnoha národních i mezinárodních ocenění, které za své realizace získává během posledních deseti let – POPAI Awards Paris, POPAI Awards Central Europe, Duhový paprsek, Zlatá koruna.

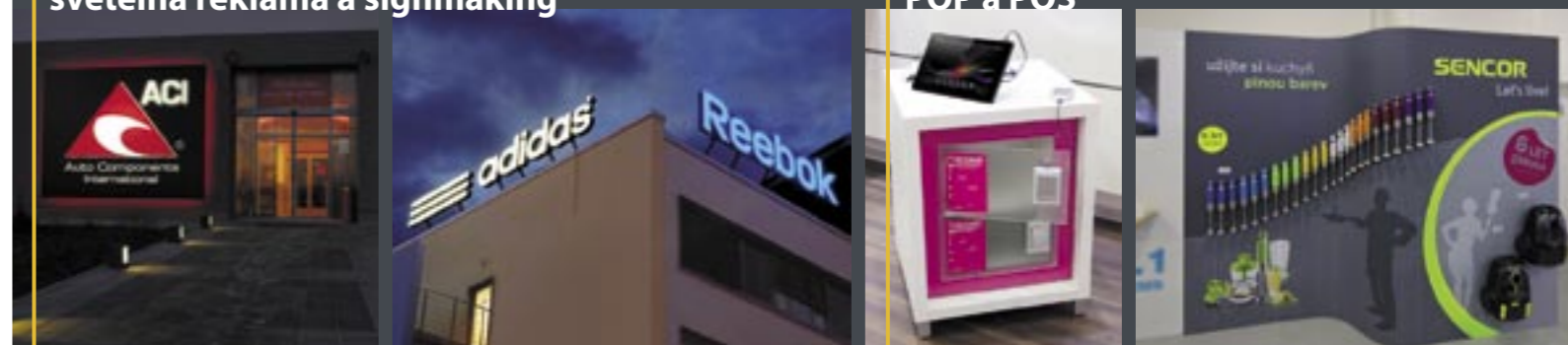
obchodní interiéry



prodejní stojany



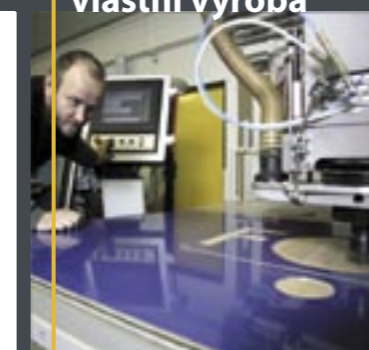
světelná reklama a signmaking



design



vlastní výroba



realizace staveb





OMD Czech, a.s.

Adresa společnosti: Lomnického 1705/9, Praha 4

Kontaktní osoba: Jan Řehák

Telefon: +420 222 077 201

E-mail: info@omd.cz, 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 tituly Mediální agentura roku v ČR, Největší síťová mediální agentura dle hodnocení RECMA, a také Global Media Agency of the year 2013 (Adweek).

Náš přístup

Náš plánovací proces, OMD Vision, nabízí našim klientům naše myšlení a náš přístup k řešení úkolů v oblasti marketingových komunikací založený na dlouholetých a rozsáhlých zkušenostech mezinárodního zázemí agentury. Tento plánovací proces pomáhá našim klientům (a nám) vyhrávat - dávat šach mat konkurenci. OMD Vision však 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

JSME PŘIPRAVENI PŘIJÍMAT NOVÉ VÝZVY

OMD – největší síťová mediální agentura dle hodnocení RECMA.

MOBILE LOVE AFFAIR

Studie zachycující nejnovější trendy v používání mobilních přístrojů při nákupním procesu – před, během a po nákupu.

FUTURE OF THE CZECH REPUBLIC

Chcete vědět, jak se změní český spotřebitel během pěti let? My to víme...

GLOBAL MEDIA AGENCY OF 2013 (ADWEEK)

Již popáté jsme byli vybráni jako nejlepší síťová agentura roku napříč mediálním trhem a regiony.



POS Media Czech Republic, s.r.o.

Adresa společnosti:
Jihlavská 1276/17
140 00 Praha 4

Telefon:
+420 261 198 801

E-mail:
info@posmedia.cz

Webové stránky:
www.posmedia.cz

Kontaktní osoba:
David Voborník

Charakteristika společnosti:

POS Media Czech Republic s.r.o. je více jak 15 let lídrem na trhu in-store komunikace v České republice. Zajišťujeme reklamu v místě prodeje v hlavních řetězcích na českém trhu, jako jsou Tesco, Ahold, Makro a další. V portfoliu společnosti je více jak sto různých reklamních nosičů a řešení, kterými mohou zadavatelé efektivně ovlivnit nákupní rozhodnutí spotřebitelů a zvýšit tak své prodeje. POS Media Czech Republic s.r.o. je součástí POS Media Group, která působí ve 14 evropských zemích, například také v Polsku, Maďarsku, na Slovensku, na Ukrajině, v Turecku a na ruském trhu.

Reference

- Unilever
- Procter&Gamble
- Nestlé
- Kraft Foods
- Coca Cola
- Danone
- Heineken



POS Services Czech Republic, s.r.o.

Kontaktní osoba:
Radek Kounický

Charakteristika společnosti:

POS Services, s.r.o. je součástí mediální skupiny POS Media Group. Nabízí služby v místě prodeje, jako jsou například hosteskové akce na prodejních, merchandising, mystery shopping nebo výzkum. Může tak klientům nabídnout ucelené řešení a služby v nejdůležitějším místě, kde se odehrávají nákupní rozhodnutí spotřebitelů – v prodejnách.

Reference

- Telefónica O2
- Electrolux
- Tchibo
- Bongrain
- Lindt
- Boneco
- Tesco
- Kofola
- Henkel
- Stock
- Budějovický Budvar
- Povltavské mlékárny



Reklamní služby v místě prodeje a podpora kampaní

Název společnosti **PROST orientační systémy s.r.o.**
Adresa společnosti **Dlážděná 7, 552 11 Velichovky**
Telefon **+420 491 880 161**
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, výřezávací 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**.

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

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**



AQUALAND MORAVIA



QUIX s.r.o.

Adresa společnosti:

Černokostecká 2247
Areál Green Square /Budova Q
251 01 Říčany u Prahy

Telefon:

+420 608 258 688

E-mail:

info@quix.cz

Webové stránky:

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 originálně nahrazuje doposud běžné sdělovací prostředky a reklamní nosiče. Hlavní misí společnosti QUIX je osvobodit reklamu od všednosti a uplatněním těchto pokrokových vynálezů povznést 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 originální způsob prezentace, ať už se jedná o speciální projekční technologie na konference, netradiční poutače pro reklamní kampaně, atypické řešení prostoru a scény užitím inovativních a víceúčelových dekorací, interaktivní zábavu pro hosty či sugestivní multimediální program na akce.

QUIX se během více než desetiletého působení na českém reklamním trhu podepsal na celé řadě mimořádných projektů, a právě díky nim vešel ve známost jako HI-TECH ŽIVEL KREATIVNÍHO MARKETINGU.

Reference:

Konference – ING, CocaCola, Ahold, Telefónica O2, AVON

Společenské party – adidas, Isover, Iveco, Burza cenných papírů, Designblok

Veřejné akce – Highjump, Tanečník roku, Joyride

Galavečery – Nemovitost roku, AUTOBEST, EffieAwards, BMW Invest

Módní show – Top Secret, LIGA VÝJIMEČNÝCH

Grand openingy – Dolce & Gabbana

Uvádění produktů na trh – Porsche, Nike, Wrigley, Alpine Pro, Adidas, AXE

Promotion a distribuce – Pražská plynárenská, O2 Budoucnost přichází, Vodafone, Hyundai

Guerilla marketing – T-mobile, Ferrero – Pan Chládek, IKEA



REDA®

REDA a.s.

Adresa společnosti:

Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno

Kontaktní osoba:

Viera Černá, obchodní ředitelka

Telefon:

+420 548 131 111

Bezplatná linka:

800 13 13 13

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, e-shop s více než 5000 položkami skladem, dárkové balení, vzorky k zapůjčení zdarma. Můžete nás navštívit na našich obchodních odděleních v Brně, Praze, Ostravě, Plzni nebo Zlíně.

REDA®

info@reda.cz | 800 13 13 13 | www.reda.cz

REKLAMNÍ A DÁRKOVÉ PŘEDMĚTY



Více než
5000 položek
skladem

Dodávka předmětů
bez potisku
do **48 hodin**

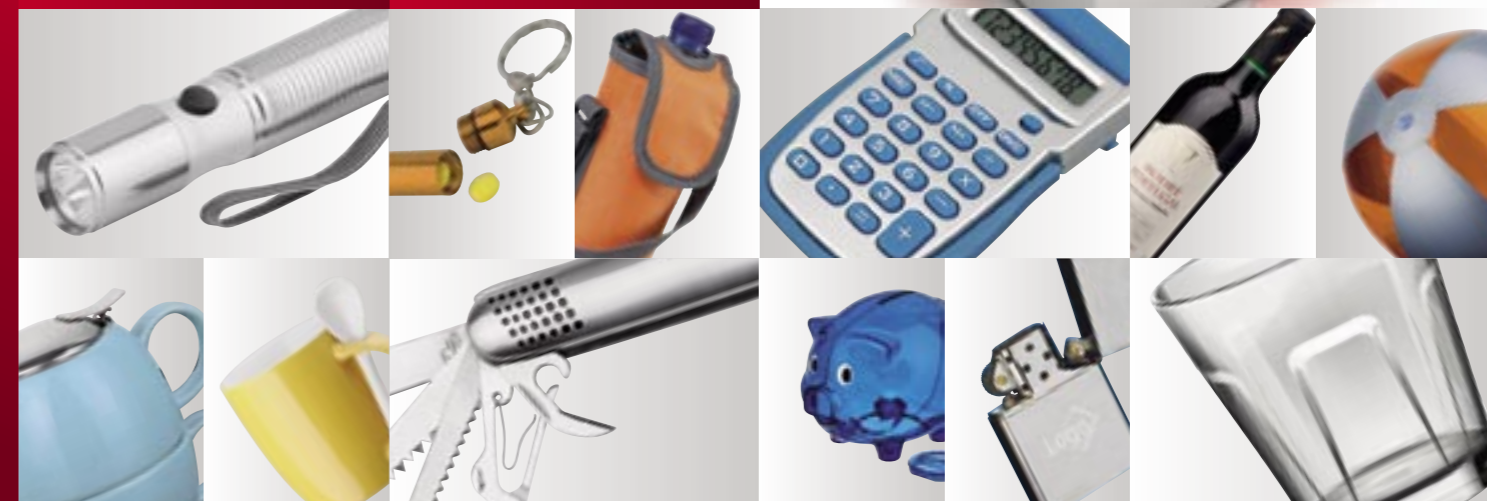
Více než
**10 potiskových
technologií**

**Dárkové
balení**



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

 <http://partner.reda.cz>





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 utracet 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

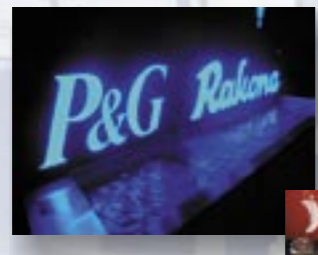
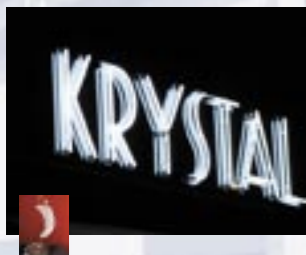


PRODUKCE & REALIZACE



VISION : POSSIBLE®

VISION : POSSIBLE®



Duhový paprsek 2013
Umístění na short listu Sekce světelná reklama
Krystal - restaurant

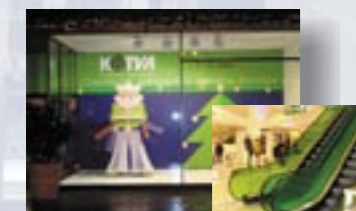
Duhový paprsek 2012 - vítěz kategorie světelná reklama
označení výrobního závodu v Rakovníku



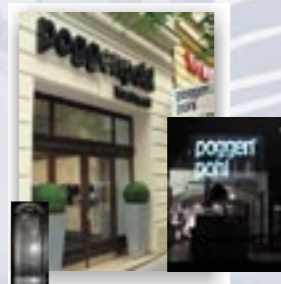
Duhový paprsek 2011
Umístění na short listu Sekce světelná reklama
Orion - dům světél



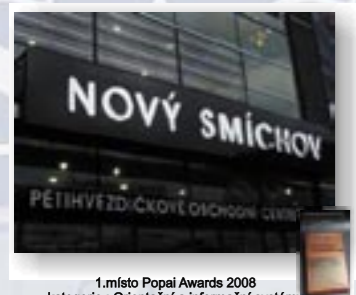
Cena časopisu Sign 2011
a umístění na short listu Duhový paprsek
Sekce POP/POS- EUROMASTER



Duhový paprsek 2010
Cena sdružení dodavatelů
a umístění na short listu Duhový paprsek
Sekce POP/POS- Kotva New Store



1.místo Popal Awards 2009
kategorie : Orientační a informační systémy
Poggenpohl



1.místo Popal Awards 2008
kategorie : Orientační a informační systémy
Nový Smíchov



1. místo v soutěži "Duhový paprsek 2006"
sekce světelná reklama
Manhattan - café restaurant

Obchodní oddělení: REX spol. s r. o., PRAHA 7, Bubenská 20
tel.: +420 233 374 021, +420 233 378 129
fax: +420 233 382 824
mob.: +420 733 728 633
e-mail: rex@rex-reklama.cz

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



REX spol. s r.o.

Váš výrobce reklamy

Společnost REX spol. s r.o. je již více jak 24 let přímým výrobcem

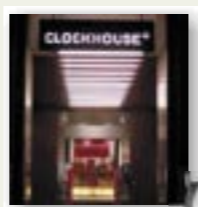
- ☐ světelných reklam
- ☐ výrobcem neonových trubíc
- ☐ velkoplošných reklam typu Signtech
- ☐ plastických písmen ve všech provedeních
- ☐ orientačních systémů
- ☐ totemů a pylonů
- ☐ reklamních poutačů a bannerů
- ☐ POP, POS

K výrobě používáme nejmodernější technologie na zpracování plexiskla, plastu, hliníku, nerez, MDF, polystyrenu. Nabízíme profesionální zpracování při výrobě, montáži a servis reklamních prvků. Za dobu našeho působení jsme získali řadu ocenění. Na této stránce naleznete ta, kterých si nejvíc vážíme.

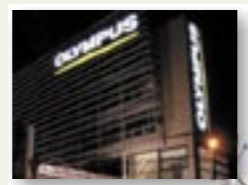
Společnost REX spol. s r.o. je řádným členem asociací:



Nominace - umístění na short listu v soutěži
"Duhový paprsek 2006" - sekce světelná reklama
La Fabrika - označení altoru. divadla



1. místo v soutěži "Duhový paprsek 2007"
sekce světelná reklama
Označení obchodu Clochhouse Přítkov



Nominace - umístění na short listu v soutěži
"Duhový paprsek 2004" - sekce světelná reklama
Olympus - označení centra Praha



1. místo v soutěži Cena Strategie 2002
sekce světelná reklama
označení obchodu Lady Moda

Sřesní reklamy



Velkoplošné reklamy

Světelné reklamy



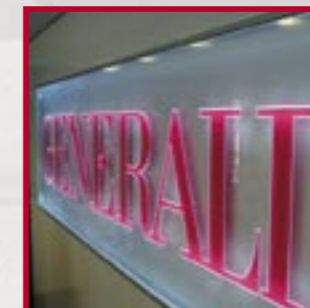
Plastické písmo

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, 603 443 841
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



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. Prezентuje 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 sieťotlača, vákuového lisovania, laserového rezania, frézovania, výrobou ťahaného 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. ■ AMSLICO AIG Life poisťovňa a.s. ■ Berentzen Distillers CZ spol. s r.o. ■ Castrol Slovensko, 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 ■ ENERGIZER Slovakia, spol. s r.o. ■ Eurocoin partners spol. s r.o. ■ GECO TABAK, s.r.o. ■ GGT a.s. Bratislava ■ Goodyear Dunlop Tires Slovakia, s.r.o. ■ 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 ■ Imagon ■ Ján Becher - Karlovarská Becherovka a.s. ■ Japan Internationale Tobacco ■ Julius Meinl Coffee Intl. ■ JT International spol. s r.o. ■ K Brewery Trade ■ Kellys Bicycles ■ KIA Motors Slovakia s.r.o. ■ Kofola a. s. ■ KOH-I-NOOR HARDTMUTH SLOVENSKO, a.s. ■ Kraft Foods European Business Services Centre, s.r.o. ■ MATADOR Slovensko s.r.o. ■ Metsä Tissue a.s. ■ MŠK Žilina, a.s. ■ Neon Elite ■ OMV Slovakia s.r.o. ■ Orange Slovensko, a.s. ■ OSRAM Slovakia, a.s. ■ OTP Banka, a.s. ■ Panasonic Slovakia, spol. s r.o. ■ Pepsi Cola Česká republika s.r.o. ■ Pivovar STEIGER a.s. ■ Pivovar Zubr a.s. ■ Pivovary Topvar a.s. ■ Plzeňský Prazdroj a.s. ■ PRIMA Banka Slovensko a.s. ■ Program spol.s.r.o. ■ ROBERT BOSCH, spol. s r.o. ■ Rodinný pivovar BERNARD a.s. ■ SAB Miller Brands Europe a.s. ■ Segafredo Zanetti Austria ■ SHELL Slovakia, s.r.o. ■ SONY SLOVAKIA, spol. s r.o. ■ Slovenská sporiteľňa ■ Slovenská záručná a rozvojová banka, a.s. ■ ST Nicolaus TRADE a.s. ■ Staroprameň Česká republika ■ Staroprameň Slovakia s.r.o. ■ Váhostav SK, a.s. ■ Wella Slovensko, s.r.o. ■ WHIRLPOOL SLOVAKIA spol. s r.o. ■ Škoda auto ■ ZIPP BRATISLAVA spol. s r.o. ■ Železnice Slovenskej republiky ■ 101 Drogerie s.r.o.

Ďalší doplňujúci informácie:

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.

Adresa společnosti: SÍDLA 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: vstříčko-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.

Reference: BAYER, Coca-Cola HBC, Mondelez, Nutricia, Philip Morris, Reckit Benckiser, Sara Lee, Telefónica O2, Unilever, Urgo Med Com, Wrigley a mnoho dalších.

Další doplňující informace:

Těšíme se na spolupráci s Vámi!



STI
Česko s.r.o.

STI Česko s.r.o.

Adresa společnosti: U Libeňského pivovaru 63/2, 180 00 Praha

Kontaktní osoba: Martin Prokop

Telefon: +420 731 616 786

E-mail: martin.prokop@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 přibližně polovina největších evropských výrobců spotřebního zboží / FMCG / a vedoucí zástupci prodejců a výrobců průmyslového zboží.

V České republice se firma STI Česko ve svém výrobním závodě v Rumburku zabývá především výrobou displejů a promočních obalů z kartonu a lepenky. Disponuje velkoformátovým offsetovým tiskovým strojem, kašírkou i několika výsekovými stroji. Firma je také vybavena několika lepicími stroji, může tedy nabídnout lepení stojanů i krabiček. V rámci svého servisu zajišťuje také kompletaci a dopravu k zákazníkům.

Kolektiv obchodních zástupců, konstruktérů a designérů je schopen zákazníkům navrhnout a představit adekvátní řešení jakéhokoliv zadání. Celá skupina STI je propojena datovou sítí, ze které mohou všichni vývojáři, designéři i ostatní techničtí pracovníci čerpat velké množství informací a technologických dat.

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



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, Rusku a dále má obchodní zastoupení ve Francii a Německu.

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 ■ LENOVO

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 BAN ■ BAWAK

Pivovary:

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

Další:

L'ORÉAL ■ COTY ■ ČSA ■ ETA ■ ŠKODA AUTO ■ REEBOK
■ TCHIBO ■ McDONALD ■ RENAULT ■ MAZDA
■ MICROSOFT ■ TATRA ■ O'NEILL

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

Ladislav Lána, e-mail: ladislav.lana@story-design.cz

Francie – Paříž

Jerome Keryell, e-mail: keryell@story-design.fr

Rusko – Moskva

Jakub Tmej, e-mail: jakub.tmej@story-design.cz

Německo

Sven Paracek, e-mail: paracek@story-design.cz

INTERIORS

OFFICE
SYSTEMS

Building
Brands
Instore

P.O.P.

DESIGN



Certifikáty ISO 9001 a ISO 14001



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

www.story-design.cz

**100%
STORY DESIGN**



POP AI Europe Awards



POP AI Europe Awards



POP AI Europe Awards



Zlatá koruna



Zlatá koruna
Absolutní vítěz



Zlatá koruna
Vítěz kategorie



Hvězda 3D reklamy



Duhový paprsek



POP AI Central
Europe Awards



POP AI Central
Europe Awards

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

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimedialních 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.



přítahujeme pozornost **www.fmk.utb.cz**



up brand activation, s. r. o.

Adresa společnosti: Porážka 206/4, 602 00 Brno, Czech Republic

Kontaktní osoba: Mojmir Špalek

Telefon: +420 603 411 812

E-mail: mojmir.spalek@upagency.cz

Webové stránky: www.upba.cz

Charakteristika společnosti:

Již od roku 2000 pomáháme svým klientům zvyšovat prodej a skvělých výsledků dosahujeme prostřednictvím zkušenostního branding. Zkušenost je sice nepřenosná, jak řekl francouzský spisovatel Anatole France, ale je zprostředkovatelná, jak dodáváme my. Při své práci používáme komplexní systém budování značky, postavený na moderních poznatcích neurologie, kognitivní psychologie, ale i velmi staré metodě českého géna Jana Ámose Komenského. Zákazníci našich klientů díky tomu získají zkušenost se značkou, což je následně vede k nákupům. Pro značku to znamená upevňování pozice na trhu, budování dlouhodobého a silného vztahu se zákazníky a vyšší prodeje. Děláme shopper marketing a výsledky našich klientů říkají, že ho děláme dobře.

Konkrétní nabídka služeb:

brand building + strategy planning + idea making + copywriting + graphic design
+ contests + on-line + packaging + merchandising + POS + field marketing
+ street marketing + event marketing + guerilla + promotion = upba shopper marketing

Kanceláře:

Praha | Brno.

Počet zaměstnanců: 25 (+ externisté a regionální týmy).

Primární působnost: CZ | SK. Rok založení: 2000.

Reference:

České i nadnárodní společnosti podnikající v Čechách na Slovensku, ale třeba i v Maďarsku a dalších zemích EU.

Více na www.upba.cz.

**Kde nic není,
udělali jsme
svou práci.**



brand building + strategy planning + idea making + copywriting + graphic design + contests + on-line + packaging
+ merchandising + POS + field marketing + street marketing + event marketing + guerilla + promotion
= upba shopper marketing

www.upba.cz



WELLEN a.s.

Adresa společnosti:

Třebostická 3165/5a, 100 00 Praha 10

Kontaktní osoba:

Petr Šimek

Telefon:

+420 281 002 750

E-mail:

info@wellen.cz

Webové stránky:

www.wellen.cz

Charakteristika společnosti:

Vytváříme komplexní retailová řešení s cílem, aby si spotřebitel odnesl ze setkání se značkou silný pozitivní zážitek.

Zaměřujeme se na konzistentní komunikaci značky a její naplnění v rámci prodejní plochy.

Nabízíme celkový servis od strategie až po finální instalaci.

Vše pod jednou střechou, s možností on-line projektového řízení a správy zakázky.



VĚŘÍME, ŽE KAŽDÝ ZÁKAZNÍK MÁ PRÁVO UŽÍT SI NAKUPOVÁNÍ

NA KAŽDÉM KROKU ZÁKAZNÍKOVY CESTY POMÁHÁME ZNAČKÁM SE UKÁZAT.



www.wellen.cz

WILLSON & BROWN

Willson & Brown Czech, s.r.o.

Adresa společnosti:

Belgická 20
120 00 Praha 2 - Vinohrady

Kontaktní osoba:

Jakub Teodorowski
Regional Sales Manager

Telefon:

+420 606 214 446

E-mail:

jakub.teodorowski@w-b.cz

Webové stránky:

www.w-b.cz

Charakteristika společnosti:

Naši společnost Willson & Brown tvoří tým angažovaných a kreativních lidí, jejichž zálibou je tvorba ambiciózních prodejních prostor. Charakterizuje nás individuální přístup ke klientům, dynamické aktivity a unikátní design. Překračujeme meze a vytváříme emoce. Naše práce je spojení kreativity a zkušeností. Víme, jak vytěžit nejlepší prvky značky a produktu tak, aby naše řešení vždy zaručovalo výjimečný zážitek.

Jsme firmou nabízející širokou paletu POS výrobků ve více než 30 zemích světa. Největší skupinu tvoří praktické plastové regály a regálové systémy, které jsou lehké, odolné a mají jednoduchou montáž. Druhou skupinou jsou systémy organizace prostoru na policích, čili takzvané „treje“. Nabízíme také řešení pro pulty a pokladní zónu, a to ve variabilním materiálovém a designovém provedení.

K tomuto účelu disponujeme širokým spektrem výrobních technologií, umožňujících využití kovů, kartonu, plastu, dřeva, skla a dalších materiálů.

Reference:

Telefónica O2, Samsung, Plzeňský Prazdroj, Coca Cola, Kraft Foods, Coty, Imperial Tabacco, Nestlé, Karlovarské minerální vody, Kozel, Pepsi, Boehringer Ingelheim, Unilever, Bayer, Canon, Beiersdorf, Johnson & Johnson

WILLSON & BROWN



www.willson-brown.com



Prague Conference Center U Hájků

Adresa společnosti: Na Poříčí 42, 110 00 Praha 1

Kontaktní osoba: Vítězslav Rada

Telefon: +420 725 815 216, +420 241 445 445

E-mail: vitezslav.rada@le-hotels.cz

Webové stránky: www.uhajku.cz

Charakteristika společnosti:

U HÁJKŮ, to je název osobitého konferenčního centra, zázemí k setkávání, práci i využití volného času. KC U HÁJKŮ nabízí každému klientovi netradiční konferenční prostory a zajistí mu profesionální služby v podobě špičkového technického vybavení, kvalitních cateringových služeb a nadstandardního ubytování ve čtyř nebo pěti hvězdičkovém hotelu.

Celková plocha 1500 m², dělitelná na 8 samostatných sálů a zasedacích místností v prvním patře a dalších 6 sálů v přízemí, je vybavena nejmodernější technologií a nabízí pořadatelům vysokou kvalitu zařízení pro pořádání různých typů akcí a setkání. Tyto prostory mohou být použity i odděleně (od 45 m² - 120 m²) nebo mohou být propojeny.

Plocha 1500 m², tvořící jeden velký multifunkční prostor rozsáhlého pražského konferenčního centra, má kapacitu až 500 míst při divadelním uspořádání. V přízemí potom dalších 400 m² konferenčních sálů. Předností KC U HÁJKŮ je špičková audiovizuální technika sálů - 16:9 širokoúhlé HI-END dataprojektory v plném HD rozlišení; plně automatizovaný bezdrátový systém ovládní všech funkcí konferenčních sálů na bázi dotykových panelů značky CRESTRON; profesionální ozvučení konferenčních sálů a celé pasáže, velkoplošná projekce.

Účastníkům konference nabízíme ubytování v Designhotelu Elephant a hotelu GrandioR, které jsou propojeny s Konferenčním Centrem U Hájků.

K dispozici je také parkování v podzemních garážích za poplatek.

Reference:

Allianz ■ Boiron ■ Czech Invest ■ Cisco ■ Deloitte ■ Exponet ■ Guarant ■ Intel ■ Kooperativa
■ McDonalds ■ Microsoft

KONFERENCEČNÍ CENTRUM U HÁJKŮ



Na poříčí 42, 110 00 Praha 1
Tel.: 725 815 216, 241 445 445
vitezslav.rada@le-hotels.cz
www.uhajku.cz



- 1000 míst ve 13 konferenčních sálech
- 515 míst v divadelním uspořádání
- WiFi zdarma
- Špičkové technické vybavení
- Kvalitní cateringové služby
- 100 parkovacích míst



Účastníkům konference nabízíme ubytování v Designhotelu Elephant a hotelu GrandioR Hotel Prague, které jsou propojeny s Konferenčním Centrem U Hájků.

www.le-hotels.cz

VŠE O INSTORE

MARKETINGU

V JEDNOM

KOŠIKU...



- Poznejte své zákazníky
- Ovládněte podlinku
- Mějte efektivní reklamu v místě prodeje
- Inspirujte se zahraničními kampaněmi
- Sledujte aktivity konkurence
- Získejte přehled o investicích do reklamy

www.mistoprodeje.cz



POP AI
THE GLOBAL ASSOCIATION FOR MARKETING AT RETAIL
CENTRAL EUROPE

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, odborná setkání, 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, konferencí a dalších akcích zaměřených na obor komunikace v místě prodeje, které organizuje asociace POPAI CE.
- 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: zařazení předmětu in-store komunikace do výuky, 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 AWARDS v Praze a v celoevropské POP soutěži POPAI AWARDS Paris.
- 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,
 - 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 atd.

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 zasláných 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 POPAI forum conference and 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 in Prague and to the POPAI Awards Paris.

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