

**PRŮVODCE OBOREM
MARKETING AT RETAIL
GUIDE THROUGH
THE MARKETING
AT RETAIL INDUSTRY
2015**



Tradiční vrcholné setkání profesionálů oboru in-store komunikace s mezinárodní účastí. Celodenní program nabídne mezinárodní konferenci, soutěž o nejlepší komunikační projekty v prodejních místech a gala večer.

POP AI DAY 2015

26. 11. 2015

Kongresové centrum U Hájků
Na Poříčí 42, Praha 1



**POP AI
AWARDS**

POP AI fórum 2015

Mezinárodní konference o zásadních trendech a potenciálu místa prodeje



**POP AI
FORUM**

POP AI AWARDS 2015

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 POP AI.



**POP AI
STUDENT
AWARD**

POP AI STUDENT AWARD 2015

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

Gala večer

- Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POP AI AWARDS 2015 a POP AI STUDENT AWARD 2015
- Degustace vín • Raut, hudba

GENERÁLNÍ PARTNER

Freeboard
Feel FREE to show up!

HLAVNÍ PARTNEŘI



PARTNEŘI

Akce je pořádána ve spolupráci s Kongresovým centrem U Hájků



ODBOBNÍ PARTNEŘI



Tato publikace, kterou vydává asociace POP AI 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 asociací POP AI CE a které jsou uznávány jako seriózní a důvěryhodní profesionálové reprezentující standard kvality oboru.

The purpose of this brochure published by POP AI 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 POP AI CE country office which are recognized as serious and credible experts representing the quality standards of the profession.

Obsah

- 6 Česká in-store komunikace je ve formě
Czech In-store Communication Is in Good Shape
- 8 Co lze letos očekávat v in-store?
What Can Be Expected in In-store This Year?
- 11 Čistý objem trhu reklamy v místě prodeje je odhadován na 5,8 miliardy Kč
The Net Volume of the In-store Advertising Market Is Estimated at CZK 5.8 Billion
- 14 Význam Digital Signage v marketingové komunikaci stále roste
The Importance of Digital Signage in Marketing Communication Keeps Growing
- 16 POP komunikace očima zadavatelů
POP Communication through the Eyes of Advertisers
- 19 POPAI AWARDS
Nová řešení pro účinnou komunikaci v místě prodeje
New Solutions for Effective Communication at the Point of Sale
- 25 POPAI STUDENT AWARD
POPAI představila nejlepší studentské návrhy projektů in-store komunikace
POPAI Presented the Best Student Designs of the In-store Communication Projects
- 28 O POPAI CENTRAL EUROPE
- 30 Klub zadavatelů POPAI CE
- 52 Významné projekty POPAI CE
Significant POPAI CE projects
- 54 Členové POPAI CENTRAL EUROPE
POPAI CENTRAL EUROPE members

Vážení přátelé, kolegové, marketéři,

do rukou se Vám dostává další vydání publikace, „Průvodce oborem marketing at retail“ který každoročně vydává středoevropská pobočka světové asociace POPAI s cílem seznámit odbornou veřejnost s nejnovějšími trendy ze světa in-store komunikace, s novými projekty POPAI CE a také s předními společnostmi, které působí v našem oboru.

POP AI CE vstupuje již do patnáctého roku svého působení ve sféře marketingové komunikace v místě prodeje. Jsme rádi, že Vám v rámci tohoto jubilejního ročníku můžeme letošní publikaci představit v novém vizuálním stylu, který byl vytvořen v rámci modernizace strategie POPAI CE a s definicí nové vize, mise i hodnot naší značky.

POP AI CE se za dobu své existence stala uznávanou vzdělávací, informační a komunikační platformou pro všechny profesionály, kterých se týká marketing v místě prodeje a velmi nás těší stálý zájem významných subjektů o zapojení do aktivit asociace. Důkazem toho je mimo jiné i posílení členské základny sekce Klubu zadavatelů POPAI CE o přední nadnárodní dodavatele značkových výrobků.

Z tuzemského i zahraničního trhu in-store komunikace přicházejí dobré zprávy. Se zlepšující se ekonomickou situací a se změnami ve sféře maloobchodu vzniká i další potenciál pro investice a inovativní koncepce v in-store s průnikem do e-commerce. Kombinace online a offline nakupování i nové interaktivní formy komunikace se zapojením tabletů, projekcí, chytrých telefonů apod. jsou zásadním trendem, který bude nadále výrazně ovlivňovat komunikaci v místě prodeje.

Pozitivní vývoj na trhu se promítá i v nárůstu nových důležitých projektů, jejichž iniciátorem je asociace POPAI CE a které realizuje v návaznosti na nové trendy v oboru a potřeby trhu.

Celoroční vzdělávací program Univerzita POPAI CE poskytuje jedinečnou příležitost získat mnoho potřebných informací o současném oboru in-store komunikace z hlediska všech

jeho významných oblastí. Zároveň umožňuje exkluzivně sdílet poznatky a zkušenosti formou příkladů a případových studií účinných in-store řešení, které inspirují a napomáhají zadavatelům reklamy lépe se orientovat při jejich rozhodování o dalších strategiích v místě prodeje.

POP AI CE dlouhodobě klade mimořádný důraz na zkoumání účinnosti marketingových komunikačních nástrojů, analýzy trhu a průzkumy nákupního chování spotřebitelů. Potřeba komplexního lokálního průzkumu, který nabídne vyčerpávající pohled na nakupování českých zákazníků a na potenciál prodejních míst, vedla k zahájení průzkumového projektu Shopper Engagement Study Czech Republic 2015. Tento společný projekt POPAI CENTRAL EUROPE a výzkumné agentury Ipsos je unikátní svým rozsahem a detailností analýz s možností vyhodnocení všech podstatných vlivů na nákupní rozhodování „v jeden“ moment a napříč produktovými kategoriemi a maloobchodními formáty.

Pro budoucnost našeho oboru považujeme za zásadní také rozvíjení vztahů s novou generací odborníků. Proto se POPAI CE systematicky zaměřuje na projekty spolupráce se zástupci a studenty vysokých škol, jejichž zaměřením je obor marketingu, reklamní grafiky a designu. Díky těmto aktivitám je problematika in-store komunikace a shopper marketingu zapojována do výuky vedle ostatních formátů marketingové komunikace a umožňuje tak lépe připravit do pracovní praxe naše budoucí kolegy. Své schopnosti mohou studenti již tradičně poměřit s ostatními v několika kategoriích soutěže POPAI Student Award.

Věříme, že dobré vztahy a férové jednání v oboru pomáhají zlepšovat komunikaci v místě prodeje. Dobré vztahy a skvělá spolupráce stojí rovněž za dlouhodobě úspěšným působením naší asociace. A za tento společný úspěch patří našim kolegům, členům asociace, partnerům a dalším spolupracujícím subjektům naše poděkování.

Rada POPAI CE

Dear friends, colleagues, marketers,

You are now opening a new issue of the publication “Guide to Marketing at Retail”, which is issued annually by the Central European branch of the international POPAI association with the target of providing the professional public with information about the latest trends from the world of in-store communication and new projects of POPAI CE as well as leading companies engaged in our line of business.

POP AI CE is entering the fifteenth year of its involvement in the sphere of marketing communication at a point of sale. We are delighted that in this round anniversary year we can present this year’s publication in a new visual style, which was created within the POPAI CE strategy modernization and with the definition of a new vision, mission as well as values of our brand.

Within the period of its existence POPAI CE has become a respected educational, information and communication platform for all professionals connected with the point-of-sale marketing and we are very pleased about the continuous interest shown by important entities in getting involved in the activities of the association. This is also reflected by leading multi-national suppliers of brand products becoming members of the POPAI CE Club of Advertisers.

The domestic as well as foreign markets of in-store communication are sending out good messages. The improving economy and changes in the retail sector create new opportunities for investment and innovative concepts focusing on the in-store with the overlap to e-commerce. A combination of on-line and off-line shopping along with new interactive communication forms integrating tablets, projections, smart phones etc. represent a principal trend, which will continue to significantly influence communication at a point of sale.

Favourable market development reflects itself in the growing number of new important projects initiated by the POPAI CE association and implemented in connection with the new trends in the sector and in compliance with market needs.

The all-year-round educational programme POPAI CE University provides a unique opportunity to gain a plethora of necessary information about the current field of in-store communication from the point of view

of all of its important areas. Simultaneously, it enables the exclusive sharing of knowledge and experience in the form of examples and case studies of effective in-store solutions, which inspire and assist advertisers in getting a better insight for their decisions on subsequent strategies at a point of sale.

In the long term POPAI CE has placed special emphasis on examining the efficiency of marketing communication tools, market analyses and surveys of consumer shopping behaviour. The necessity of a complex local survey, which will offer an exhausting view of shopping habits of Czech customers and the potential of points of sale, has led to the commencement of the research project under the title – Shopper Engagement Study Czech Republic 2015. This joint project of POPAI CENTRAL EUROPE and the Ipsos research agency is unique as to its extent and the level of detail in the analyses and provides the possibility of appraising all of the significant factors influencing a shopping decision at “one” moment and across product categories and retail formats.

Having in mind the future of our line of business we consider it to be of cardinal importance to build relationships with the new generation of specialists. For this reason POPAI CE systematically concentrates on cooperation projects with representatives and students from universities and colleges, where disciplines such as marketing, specialist graphic art and design are taught. Thanks to these activities the topics of in-store communication and shopper marketing are integrated in the curriculum beside other formats of marketing communication making our future colleagues better prepared for the real world of work experience. Every year as is already the tradition, students can compare their skills with others in several categories of the POPAI Student Award competition.

We believe that good relationships and fair practice in our line of business help to improve communication at a point of sale. Good relationships and excellent cooperation are also imperative contributing factors to the long-term successful existence of our association. And for this joint success, our colleagues, association members, partners and other cooperating entities deserve our acknowledgement.

POP AI CE Board

Česká in-store komunikace je ve formě

Od roku 2008 si in-store trh kvůli ekonomickým otřesům prošel výraznou konsolidací a redukcí. Výběrová řízení byla náročnější, měli jsme méně prostředků i prostoru pro rizika. Museli jsme se naučit dělat projekty levněji a efektivněji. Některé firmy trh opustily a zároveň vznikly takové, které se v nových podmínkách dokázaly zorientovat.

Toto období bylo pro celý obor ozdravné a ekonomická situace se konečně zlepšuje. Tuzemský maloobchod prochází výrazným evolučním krokem s fokusem na měnění se zákazníka a související poptávku po lepších nákupních zážitcích. Obojí s sebou nese potenciál pro investice, inovace a odvážnější projekty nejen v oblasti POP komunikace.

V centru pozornosti: spokojený zákazník

Přístup orientovaný na zákazníka začíná být u nás konečně standardem. Možnost nakupovat na internetu výrazně ovlivňuje trh. Obchodníci musejí přemýšlet, jak udržet loajalitu zákazníků a "ubránit" kamenné prodejny před e-shopy. Proto se snaží, aby návštěva obchodu byla pro zákazníka příjemným zážitkem. Prvky, které pracují s atmosférou prodejního prostředí, postupně zapojuje většina velkých maloobchodních hráčů.

S atmosférou souvisí nejen vzhled prodejen ale i přístup a role prodavačů. Cílem většiny maloobchodníků je prodejny co nejvíce zlidštit. Samotní zákazníci se z hypermarketů přesouvají do menších prodejen. Není divu. Nemají čas trávit dlouhé hodiny mezi nepřehlednými regály. A paradoxně stále méně stojí o velký výběr. Chtějí se rychle a snadno zorientovat, rozhodnout a nakoupit to, co potřebují. A to v dobré kvalitě. Jasně hovoří i konkrétní příklady - kdy třeba významný americký retailer o 30 % redukoval portfolio svých produktů a jeho tržby vzrostly o 15 %.

Význam shopper marketingu vzrůstá. Stále se objevují nové přístupy, které se postupně učíme ap-



Daniel Jesenský
Prezident asociace POPAI CE

likovat. To vše přináší nový potenciál pro POP média a celý obor in-store komunikace.

Díky POPAI Awards víme, že Češi POP umí

Český, ale i slovenský POP trh je z hlediska designu, kvality i shoppercentrického pojetí na špičkové úrovni. Exponáty přihlášené na lokální soutěž POPAI Awards obdivují zástupci a porotci z vyspělých zahraničních trhů a také v kategorii zaměřené na studenty byly k vidění kvalitní a kreativní projekty.

Za úrovní naší práce stojí i to, jak turbulentní je lokální trh. Zatímco na západ od našich hranic je situace dlouhodobě stabilnější a klidnější, u nás si nemůžeme dovolit nechat se ukolébat. Na tradičních trzích vidíme v masovém retailu hlavně klasická, primárně dočasná POP média, často ve standardním a bezchybném provedení i exekuci na prodejní ploše. U nás musíme stále inovovat, abychom zákazníkům zaujali na našem extrémně saturovaném, fragmentovaném a dynamickém trhu. V samotné exekuci máme před sebou ještě mnoho příležitostí.

Z offline do online... a zase zpátky

Prozákaznický přístup a snaha zpříjemnit nakupování nás může vést oběma směry - z online do offline a naopak. Například e-shopy Zoot nebo Zásilkovna.cz ve velkém mění výdejny na prodejny a inovují je. Zoot staví na atmosféře na internetu i mimo něj. Na svých výdejních například zapojuje návštěvníky do aktivit, které mají druhým dělat radost. V prodejnách Zásilkovny se v jednom prostoru potkají čtyři navzájem si nekonkurující e-shopy, které budou v přímém prodeji nabízet ty nejprodávavější produkty.

Současně se rozrůstá online prodej FMCG sortimentu. Nejlépe je to vidět na vzrůstajícím významu online nákupů v Tesco. Začátkem září pak byl ve spolupráci nejen s Makrem spuštěn projekt Rohlík.cz zaměřený na rychlý dovoz potravin až do domu. Jeho tvůrci operují se stejnými principy jako obchod-

níci v kamenných prodejnách. Snaží se zákazníkům maximálně ušetřit čas, a to nejen dovozem nákupu, ale také zpřehledněním výběru na internetu. I zde pracují s příběhy a atmosférou. Dodávají například tematické balíčky - třeba ve svatomartinském balíčku je kachna, zelí a víno. Vše korunují principem 100% spokojenosti zákazníků s produkty i službami.

Budoucnost vítá důvěryhodné značky

Věřím výzkumům, které opakovaně potvrzují, že budoucnost značek a obchodníků spočívá v budování důvěryhodnosti, kvalitě služeb a autentických vztazích se zákazníky. Náš trh je turbulentní a dravý, dlouhodobě nás ovlivňuje přebytek nabídky nad poptávkou. Kvantita nabízených produktů často vítězí nad jejich kvalitou. Trh je zdecimovaný několikaletou cenovou válkou, více věcí často najdeme ve slevě než za běžnou cenu a inovace často bývají produktem marketingové setrvačnosti než přínos lepší hodnoty pro zákazníka.

Na tradičních trzích je na pozadí férovější přístup. Zákazník je přesvědčován dlouhodobě na základě kvalitních služeb a vztahu s prodejcem. Pochopili, že konkurenční boj není možné vést akcemi bez invence a bez ohledu na dlouhodobé budování loajalitu zákazníků. A mnohem systematictěji než u nás kontinuálně monitorují stav a vyhledávají příležitosti s pomocí výzkumu. Jdeme proto v jejich stopách. Abychom mohli rozumět tomu, jak český trh funguje a kam směřuje, potřebujeme i my kvalitní a komplexní lokální výzkum. Proto naše asociace ve spolupráci s výzkumnou agenturou Ipsos přináší projekt „Shopper Engagement Study“. Studie nabídne komplexní pohled na nakupování českých zákazníků a na potenciál pro tvorbu ještě lepších, moderních a shoppercentrických míst prodeje a in-store aktivit. Silnými aktuálními tématy jsou také věrnostní systémy, geomarketingové aktivity, personifikace, targeting, customizace.

Věřím, že nás čeká období renesance POP a in-store marketingu. Změny v maloobchodu přinášejí nové výzvy, možnosti a potřeby. A my můžeme být jejich součástí a pozvednout kvalitu zážitků našich zákazníků. Přejí nám, ať se to daří co nejlépe.

Czech In-store Communication Is in Good Shape

Since 2008 due to the economic turbulence the in-store market has undergone a significant consolidation and reduction. Tender procedures were more demanding; we had fewer finances and a smaller risk margin. We had to learn to carry out projects cheaper and more efficiently. This period contributed to the improvement of the entire sector and the economic situation finally started to pick up. The domestic retail trade is undergoing a striking evolutionary step focusing on a changing customer and the relating demand for better shopping experiences. Both of these bring about opportunities for investment, innovation and more daring projects not just within the POP communication area.

The centre of the focus is a satisfied customer. Finally, a customer-oriented approach is starting to become standard in our country. The possibility of on-line shopping has significantly influenced the market. Retailers have to consider how to retain customer loyalty and "defend" their brick-and-mortar stores against e-shops. Therefore, they try to make a customer's visit to a store a pleasant experience.

A pro-customer approach and the attempt to make shopping enjoyable can lead us in two directions - from on-line to off-line and vice-versa. For example the Zoot and Zásilkovna.cz e-shops are changing goods collection points into shops on a large scale and innovating them. Concurrently, on-line sales of the ranges of FMCG are increasing.

The future of brands and retailers lies in building their credibility, the quality of services and genuine relations with customers.



Co lze letos očekávat v in-store?

Pohled zahraničních marketingových odborníků na některé z významných fenoménů, které budou v letošním roce charakteristické pro svět komunikace v prodejních místech.

Tradiční prodejní místa zůstávají dominantní i v době prudkého rozmachu e-commerce

E-commerce stále představuje významný růstový potenciál, ale jeho tempo růstu by se mělo v blízké budoucnosti zmírnit. Jestliže dynamičnost on-line prodeje vedla v určité době k domněnce, že virtuální trh bude mít přednost před fyzickými prodejny, tato eventualita je dnes již těžko představitelná. Tradiční místo prodeje zůstává dominantní, spotřebitelé oceňují návrat k tradičním hodnotám prodejen, jako jsou služby, blízkost, odborné poradenství, péče o zákazníka a další. Dnešní prodejna je propojena online a její zákazník je stále více technologicky zdatný a připojen k online zařízením.

Posílení synergií mezi internetem a prodejnou

Omnichannel strategie v maloobchodě se zaměřují na posílení synergií mezi internetem a prodejnou. Jde o propojení web-to-store pro přesměrování obrovské publiky z webu do fyzických prodejen. Audit, který provedli odborníci z agentury Precepta

v 50 prodejnách předních francouzských maloobchodních společností, ukázal, že 9 z 10 společností využilo alespoň jedno z digitálních zařízení pro účely geolokace, online ověření dostupnosti zboží v prodejně, pro způsob nákupu click & collect (nákup po internetu a vyzvednutí zboží v prodejně), upřesnění schůzky po internetu s poradcem v místě prodeje ...

Digitalizované koncepce v prodejních místech umožňují fyzickým prodejnám využívat některé ze silných stránek webu, které jsou považovány za skutečný přínos pro spotřebitele. Jde o možnost získat velké množství informací on-line díky novým aplikacím pro chytré telefony, přístup ke kompletní nabídce obchodní společnosti prostřednictvím interaktivních terminálů, ale také o možnost výměny názorů spotřebitelů díky integraci sociálních médií v prodejně. Tato zařízení dodávají prodejně novou dimenzi.

Kombinace fyzické a digitální sféry přináší zákazníkům nové nákupní zážitky v prodejnách. Obchodní společnosti nabízejí zákazníkům optimalizaci nákup-

ní trasy v prodejně podle jejich nákupního seznamu (vnitřní geolokace), snížení doby čekání u pokladny díky samoobslužným pokladnám a bezkontaktní formě placení.

V souvislosti s urychlováním inovací v oblasti in-store mobilních technologií je očekávána například další implementace beacons – digitálních majáků, které jsou instalovány v různých místech prodejního místa, jako jsou regály, signs nebo displeje s produkty. Ty mohou komunikovat s uživateli mobilních zařízení pomocí signálů s nízkou spotřebou energie



What Can Be Expected in In-store This Year?

The view of foreign marketing experts on some of the important phenomena, which will be characteristic for the world of communication at points of sale this year.

Traditional points of sale remain dominant even in the period of the rapid growth of e-commerce.

Consumers appreciate the return to traditional values of stores, such as services, proximity, technical advice, customer care and others. A present-day store is connected on-line and its customers are increasingly computer literate and connected to on-line devices.

Omni-channel strategies in retail focus on strengthening the synergies between the internet and a store.

Digitalized concepts in the points of sale allow physical stores to make use of some of the

Bluetooth, zasílat cílené zprávy, poskytovat různé call-to-action impulsy atd. Maloobchodníci se tímto způsobem stále více snaží personalizovat zážitky zákazníků při nakupování v prodejně a konkurovat tak on-line prodejcům.

Data jsou mnohem důležitější než kdy jindy

S dalším vývojem technologií budeme svědky stále širšího inovačního sběru dat, který umožní získat hlubší poznatky o zákaznících a zvýšit úspěšnost aktivit. Obchodníci budou moci využívat pokročilé

strong points of the web, which are considered to be a real benefit for consumers. This concerns the possibility of obtaining a vast amount of information on-line thanks to new smart phone applications and having access to the full range of goods and services offered by a retailer via interactive terminals, but also the possibility of exchanging consumer opinions with others owing to social media integration in the store.

Data are much more important than ever before.

Hand in hand with the further development of technologies we will witness ever widening innovative data collection which will enable the gaining of deeper knowledge of customers and increasing the success rate of activities.

The content of communication and strategies is becoming ever more personalised.

Customers expect a more personalised approach in communication. Both in the retail shop and in front of the monitor they ask for consultation services, individual care and personalised offers matching the history of their purchases, their wishes and preferences.

The future of in-store will concentrate more on emotions and the level of customer experiences.

Modern technologies offer customers a larger degree of independence, which subsequently forces businesses to pay greater attention to customer experiences. In compliance with this trend the importance of short-term shops – the so-called pop-up stores – is on the rise.



analytické údaje o nakupujících, což bude pro ně velkým přínosem při hledání řešení, jak lépe řídit zásoby, zvýšit příjmy a zlepšit marže vytvořením vhodných produktových sortimentů pro prodejny na základě místní poptávky zákazníků, atributů prodejny a preferencí jednotlivých produktů. Rozšířená analytická data budou také hrát stále důležitější roli při návrhu a vývoji nových výrobků, při počátečním rozhodování o stanovení cen a při předpovídání poptávky.

Obsah komunikace a strategií se stává stále personalizovanějším

Základní očekávají v komunikaci personalizovaný přístup. V místě prodeje i před monitorem požadují poradenské služby, individuální péči, personalizované nabídky podle historie jejich nákupů, podle jejich přání, preferencí. Každý zákazník chce být jedinečný. Hyper personalizace a real-time marketing jsou pojmy, které budou značkami velmi využívány. Značky budou činit další kroky pro vytvoření optimální komunikace se zákazníky na osobní úrovni. Vytvořit a udržovat personalizovaný vztah s klientem bez ohledu na typ nákupních a komunikačních kanálů se stává reálnou potřebou a nezbytností.

Prodávče bude v rámci těchto nových změn hrát novou roli prvořadého významu. Je třeba přehodnotit úlohu a kompetence prodávčů s cílem vytvořit z prodejny místo vztahů a služeb s výraznou přítomností lidského faktoru, kde se budou zákazníci cítit uznávaní a preferováni více než jinde. Zákazníci očekávají od prodávče hodně: chtějí odborníka,

poradce, který zná své výrobky, individuální nabídku a doporučení... Ty maloobchodní společnosti, které budou schopny motivovat a vyškolit personál v souladu s budoucí rolí prodávče, vyniknou a odliší se.

Budoucnost v in-store bude více o emocích a úrovni zákaznických zážitků

Moderní technologie nabízejí zákazníkům větší samostatnost a to nutí obchodní společnosti, aby mnohem více pracovaly se zážitky zákazníků. V souladu s tímto trendem roste význam krátkodobých prodejen neboli pop-up stores.

Pop-up stores jsou využívány jako jedinečný marketingový nástroj, jehož záměrem je nabídnout něco unikátního a exkluzivního, vyprávět skutečný příběh značky či nového produktu, vytvořit rozruch a strhnout spotřebitele v zájmu o výrobek nebo značku. Prodejny sázejí na výrazné prvky a moment překvapení. Pop-up stores jsou zřizovány často v předvánočním a vánočním období. Jsou umístěny v dopravních zónách, v zónách transitu, a tak se nabízejí zákazníkům přímo při jejich cestě.

„Chcete-li vytvořit trvalé pouto se spotřebiteli, zákaznická zkušenost v prodejně musí být nad rámec pouhé promoční akce a musí zahrnovat více služeb, informací a trvalých zážitků.

Může jít o prostor pro odpočinek a relax nebo dětské koutky, zábavné aktivity v prodejnách, ale i poprodejní servis s opravami. Díky digitálním technologiím může být místo prodeje propojeno s odborníky, které zodpoví odborné, technické dotazy. Nebo prostě jde jen o to umožnit zákazníkovi, aby se volně dotýkal výrobků a zkoušel je. Je třeba, aby se spotřebitelé těšili na návštěvu prodejny a užili si ji,“ zdůrazňují zástupci francouzské pobočky POPAI.



Daniela Krofiánová
General Manager POPAI CE

Fotky: Archiv Daniely Krofiánové

Čistý objem trhu reklamy v místě prodeje je odhadován na 5,8 miliardy Kč.

Asociace reklamy v místě prodeje POPAI ve spolupráci s mediální agenturou OMD Czech zveřejňuje výsledky projektu monitoringu reklamy v místě prodeje již čtvrtým rokem. K dispozici jsou tak v ČR informace o objemu investic do výroby reklamy v místě prodeje za roky 2010 - 2013 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. Úkolem 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.

První úrovní sběru dat jsou deklarované čisté (Net Net) finanční

objemy členů asociace POPAI, realizované za kalendářní roky 2010 až 2013 bez DPH. Jelikož tato citlivá data mají důvěrnou povahu, jejich sběru a agregování se jako nezávislý subjekt ujalo výzkumné oddělení OMD Research mediální agentury OMD Czech. Do této úrovně monitoringu bylo nakonec zařazeno celkem 16 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 sledované období čtyř let (případně jejich následnické firmy). Tyto subjekty deklarují v roce 2013 objem 1,398 miliardy Kč realizovaných v POS. To je nižší hodnota než v roce 2012 právě z důvodu menšího množství subjektů zařazeného do monitoringu za rok 2013. 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 v 2013 popsáno 62 subjektů a doplněno odhadem odborníků z oboru.

V případech, 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 za rok 2013 odhaduje na 15 %, což činilo 0,752 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 2013 v České republice tvořil 5,76 miliardy Kč. V roce 2013 zaznamenal trh další 7% nárůst.

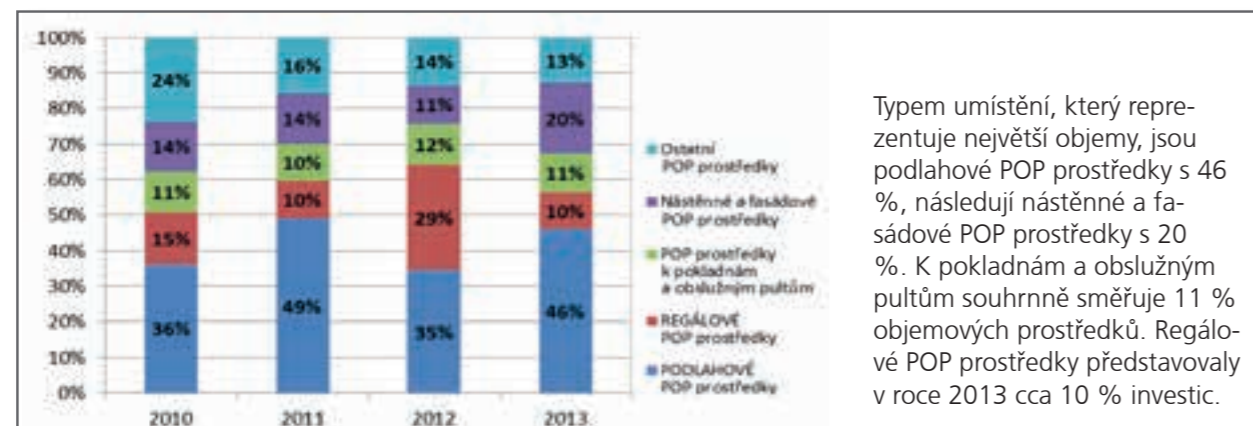
Úroveň monitoringu (Net Net v mld. Kč bez DPH)	2010	2011	2012	2013
1. Deklarované obraty POPAI (sběr OMD)	1,309 mld. Kč	1,373 mld. Kč	1,446 mld. Kč	1,398 mld. Kč
2. SMB, SOHO, Obchodní rejstřík + veřejné zdroje, odhad	2,982 mld. Kč	3,000 mld. Kč	3,028 mld. Kč	3,615 mld. Kč
3. Dovoz ze zahraničí	0,858 mld. Kč	0,875 mld. Kč	0,895 mld. Kč	0,752 mld. Kč
Celkem 1. + 2. + 3.	5,149 mld. Kč	5,247 mld. Kč	5,368 mld. Kč	5,764 mld. Kč

Struktura reklamy na místě prodeje

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

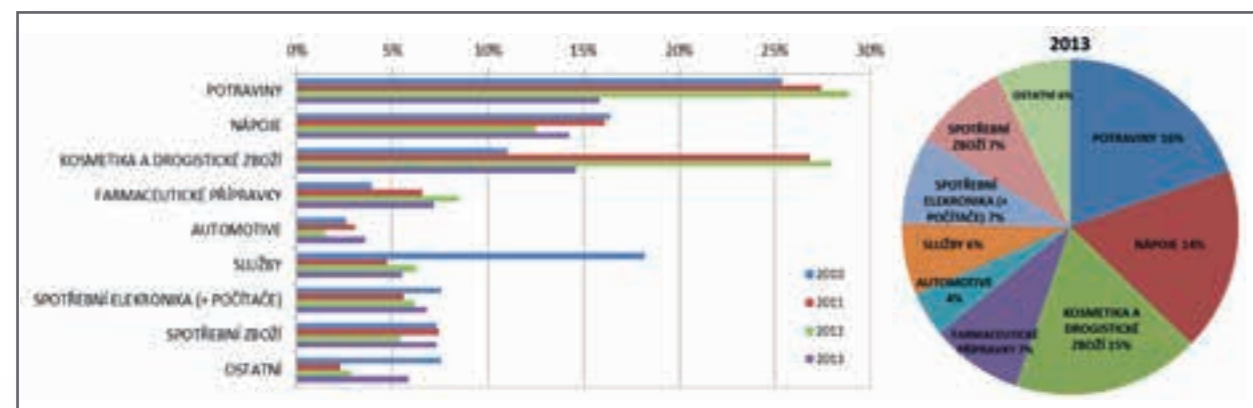
Typ nosiče:

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



Produktové kategorie

Dalším pohledem jsou produktové kategorie, pro které byly POP nosiče využity. Nejčastější produktovou kategorií jsou podle očekávání potraviny s 16 % finančního objemu. Následuje kosmetika (15 %) a nápoje (14 %). Kategorie potravin, kosmetiky a farmaceutických přípravků v roce 2013 zaznamenaly pokles. Naopak vzrostly kategorie nápojů, spotřebního zboží a automotive.



The Net Volume of the In-store Advertising Market Is Estimated at CZK 5.8 Billion.

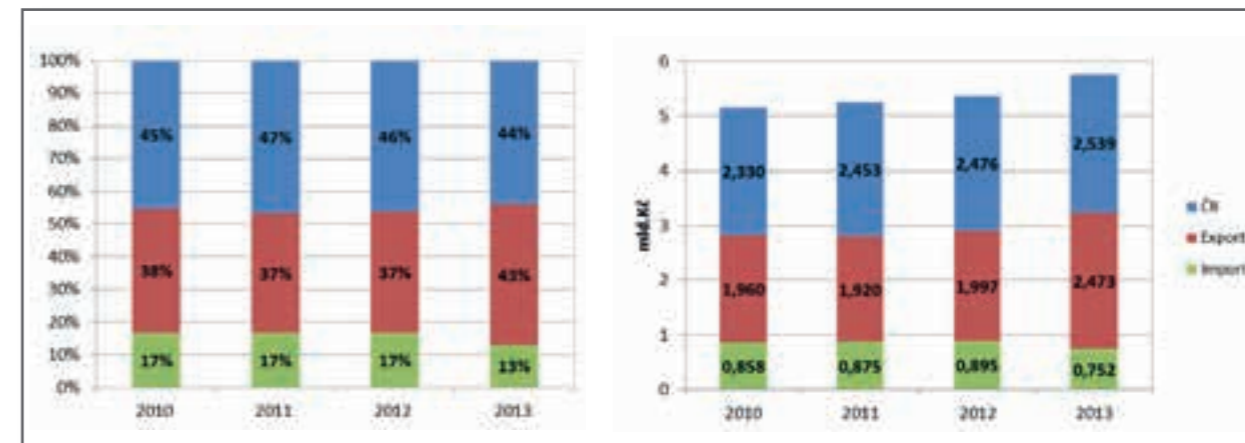
The POPAI CENTRAL EUROPE Association in cooperation with the OMD Czech media agency has been publishing the results of the point-of-sale advertising monitoring project for the fourth consecutive year. Subsequently, the Czech Republic has at its disposal not only the information about the volume of investments into the production of marketing at the point of purchase in the years

2010–2013 but also information about their structure. In 2013 the market recorded another increase of 7%. As to its investment volume the POS market has already overtaken the declining print market, which according to estimates of media agencies ranged between 4–5 billion in 2013.

2010–2013 but also information about their structure. In 2013 the market recorded another increase of 7%. As to its investment volume the POS market has already overtaken the declining print market, which according to estimates of media agencies ranged between 4–5 billion in 2013.

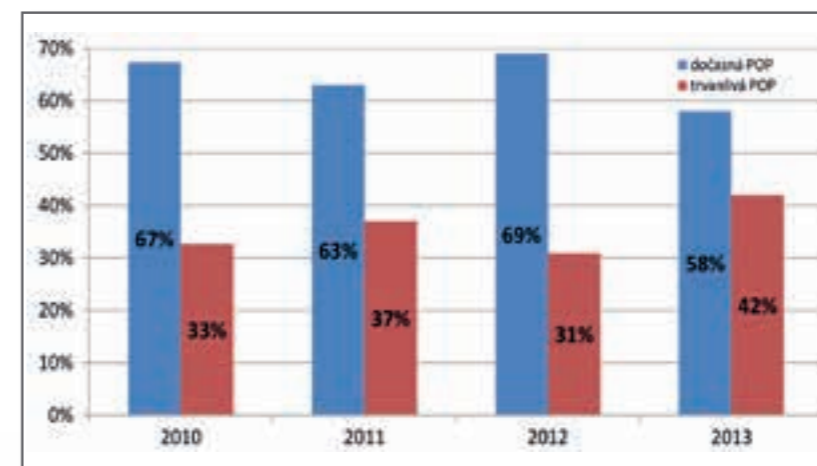
Cílový trh

Přínosné informace uzavírá určení destinace, tedy cílového trhu. Převládá tuzemský trh, pro který je určeno 44 % tradičních POP prostředků. Tento poměr je v posledních letech vcelku stabilní, v roce 2013 však narostl podíl exportu na úkor importu.



Produkce permanentních a dočasných POP nosičů

Dalším zajímavým údajem, který vyplývá z projektu monitoringu, je podíl trvalých nosičů POP, který tvoří 5 %. Oproti minulým letům došlo k mírnému poklesu jejich podílu.



Závěr:

Celkový objem trhu produkce reklamy v místě prodeje za rok 2013 v České republice tvořil 5,76 miliardy Kč, což je o 7 % více než v předcházejícím roce. Objemem investic POS trh již předstihl klesající tiskový trh, který se podle odhadů mediálních agentur pohyboval v roce 2013 mezi 4–5 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.

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

As to the type of placement representing the biggest volumes, the order is as follows: first position is held by POP floor displays at 46%, followed by POP wall displays at 20%. A total of 11% of the financial volume was directed to check-outs and serving counters and the shelf

POP items recorded approx. 10 % investment in 2013.

Another aspect to explore is the product categories, for which POP stands were used. As expected, the most frequently occurring product category is food, representing 16% of the financial

volume, followed by cosmetic products (15%) and drinks (14%). The categories of food, cosmetics and pharmaceutical products experienced a decline in 2013. On the other hand an increase was recorded in the category of drinks, consumer goods and automotive.



Význam Digital Signage v marketingové komunikaci stále roste

Oblast Digital Signage získává stále větší důležitost v marketingové komunikaci a marketingovém mixu, jak ukazuje poslední průzkum Out-of-home Video Advertising Bureau Europe (OVAB). Point of Sale, který známe ze současných konceptů obchodních míst, se dynamicky rozrůstá na Point of Information. Informace jsou zkrátka všude.

Mnoho veletrhů a výstav se v současné informační době spíše zmenšuje, ovšem nedávno skončený veletrh systémových integrátorů a audio-vizuální techniky ISE 2015 (Integrated Systems Europe) v Amsterdamu ukázal, že patří mezi ty, kterých se to netýká. Důvodem může být právě expozice Digital Signage, která zabírala již druhou největší plochu veletrhu.

Trendy v oblasti Digital Signage pro rok 2015 lze shrnout do několika klíčových slov: integrace, řešení, snižování vstupů a standardy. Pojdme se na tyto pojmy podívat trochu podrobněji.

Lze předpokládat, že péče o Digital Signage bude stále častěji přecházet z IT oddělení do marketingu

jako plnohodnotná (podstatná) část marketingového komunikačního mixu. Tento směr klade důraz na komplexnost a jednoduchost softwaru pro ovládání Digital Signage.

Integrace do marketingového mixu však není jedinou integrací. Dodavatelé řešení čelí potřebě propojit digitální komunikaci se stávajícími systémy a využít informací v existujících databázích. Úspěšnost komunikace prostřednictvím nástrojů Digital Signage lze doložit tím, že 95 % všech Digital Signage sítí (včetně těch v retailových řetězcích) se v roce 2014 rozšiřovalo. (Toto číslo platí pro západní Evropu. Z našeho regionu tyto údaje nejsou k dispozici).

The Importance of Digital Signage in Marketing Communication Keeps Growing

The area of Digital Signage is gaining greater significance in marketing communication and the marketing mix, as shown by the latest survey of the Out-of-home Video Advertising Bureau Europe (OVAB). Points of Sale, which we know from the current concept of retail outlets, are dynamically expanding to also become Points of Information. Simply, information is everywhere.

In the current information era many fairs and exhibitions tend to slim down, however the recently ended fair of system integrators and audio-visual equipment – ISE 2015 (Integrated Systems Europe) in Amsterdam has shown that this trend does not apply to it. The reason might just be the Digital Signage exposition, which occupied the second largest area in the grounds of the fair.

Trends in the area of Digital Signage for 2015 can be summed up in a few key words: integration, solution, input cost cutting and standardization.



Jednotlivá řešení najdeme téměř v každé oblasti in-store komunikace. Stále populárnější jsou však centralizované systémy pracující s různými typy zobrazovacích panelů. Centralizace se ale neprojevuje jen u displejů, ale i u emočního Digital Signage. Snahou je zapojit všechny smysly člověka přímo v místě prodeje.

Zajímavou oblastí jsou také řešení, která propojují běžné LCD a LED displeje s energeticky méně náročnými prvky, jako jsou E-Ink displeje. V retailu tento trend zastupují ESL (Electronic Shelf Labels) nebo nové displeje pro povinné zobrazení informací o složení potravin.

Zcela v souladu s růstem potenciálu Digital Signage komunikace jde snižování cen vstupů, zejména pak hardwaru. Vysoce svítivé lehké LED panely, které již dohnaly svým rozlišením LCD displeje, lze snadno pověsit do výlohy. Stávají se tak dnes standardem řady retailových prodejen. Doplnují je LCD s rozlišením 4K, případně 3D displeje bez nutnosti použít 3D brýle.

V neposlední řadě bude zajímavé sledovat, jak se podaří zavést standardy do Digital Signage komunikace. Cílem standardizace by mělo být sjednocení metodologie měření dopadu, formátů obsahu,

analytických nástrojů a parametrů technických zařízení. Tlak na standardizaci vychází zejména z potřeb marketingových oddělení vyhodnocovat a srovnávat efektivitu kampaní.

Digital Signage již není technologií zítřka a pro provedená řešení ani nemusíme chodit za hranice ČR. Výzvou pro retail bude využití současných informací a vytvoření chytrých interaktivních Digital Signage sítí, které budou personalizovat komunikaci ke každému zákazníkovi.

Tomáš Posker
Vedoucí inovací,
Ki-Wi Digital



Michal Krkoška
Manažer pro klíčové zákazníky,
Ki-Wi Digital

POP komunikace očima zadavatelů

Longitudinální průzkum POPAI CE a OMD

POP AI CE realizovala ve spolupráci s agenturou OMD další ročník pravidelného průzkumu, který dlouhodobě analyzuje postoje zadavatelů reklamy k prostředkům in-store komunikace.

Monitoring postojů zadavatelů provádí asociace POPAI CE již od roku 2003 včetně meziročních srovnání výsledků. Mapování postojů probíhá formou on-line dotazování CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) s využitím nástroje Snapshots, který je exkluzivním systémem OMD.

Cílem výzkumu bylo monitorovat situaci na trhu za rok 2014 s výhledem do 2015 očima zadavatelů reklamy, zjistit, jak zadavatelé vnímají POP reklamu jako komunikační kanál, jak posuzují jednotlivé formy komunikace v místě prodeje a jak tyto prostředky využívají ve srovnání s jinými mediaty.

Projekt se rovněž zabýval postoji zadavatelů k vyhodnocování efektivity POP komunikace, identifikací faktorů, které přispívají k rozhodnutí o zařazení POP do

kampaně i rolí přímých výrobců a agentur při realizaci in-store projektů.

Tohoto ročníku průzkumu se zúčastnilo 60 zadavatelů reklamy z různých segmentů trhu. Vzorek respondentů zahrnoval zástupce z oblasti rychloobrátkového zboží, ale také ze sektoru elektroniky, oblečení, obuvi, farmaceutických výrobků, hraček, telekomunikačních služeb, automobilového trhu a dalších. Průzkum podpořily partnerské společnosti Authentica, MORIS design, Nestlé Česko, REDA a Unilever ČR a zároveň oborová Asociace českých reklamních agentur (AČRA).

Jak jsou in-storeové prostředky využívány?

Reklama v místě prodeje je dle výsledků průzkumu součástí komunikačního mediamixu firem

pro 90 % dotázaných. Pro 75 % respondentů má tato reklama nezastupitelné místo a využívají ji pravidelně. Výsledky ankety ukázaly pozitivní posun z hlediska nasazení POP ve srovnání s předchozím průzkumem v roce 2011, kdy nezastupitelné místo reklamy v rámci mediamixu firmy potvrdilo 69 % respondentů.

Zadavatelé reklamy vnímají POP komunikaci jako třetí nejdůležitější komunikační nástroj. Na první příčce se umístila televizní následovaná letáky. Na čtvrté po POP komunikaci skončil internet a za ním PR. V mediamixu firem účastníci se tohoto výzkumného projektu nejvíce překvapivě roste význam televize, až poté internetu, POP reklamy a letáků.

O nasazení POP reklamy u zadavatelů reklamy nejčastěji rozhoduje Brand Manager nebo Marketing Manager následovaný Sales Managerem. Na třetí příčce se umístil Trade Marketing Manager. Meziročně v tomto ohledu posílil vliv především Sales Managerů a top managementu.

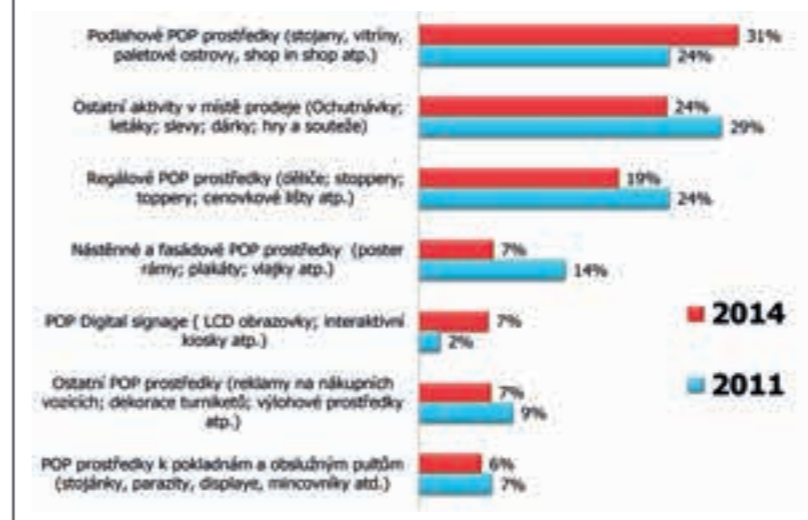
Vývoj investic do in-store komunikace v rámci reklamních rozpočtů

Podle deklarací by dotazovaní zástupci zadavatelů do POP komunikace rádi investovali více, než je tomu nyní.

Podíl reálných investic z celého reklamního rozpočtu do in-store komunikace v roce 2014 představuje dle odpovědí respondentů

Podíl jednotlivých in-store formátů

Uvedte, prosím, procentuální část z celého in-store rozpočtu pro rok 2013, kterou jste investovali do jednotlivých (in-store) formátů? N (2014) = 54, N(2011) = 69



27 %, zatímco v roce 2015 by zadavatelé považovali za efektivní investovat do této formy komunikace 33 % z reklamního rozpočtu. Hodnoty v podstatě kopírují předchozí ročník.

V rozpočtu, který byl určen pro investice do různých in-store formátů, investovali zadavatelé v roce 2014 nejvíce do podlahových prostředků (31 %) kde došlo k nárůstu oproti roku 2011 (24 %), do různých aktivit v místě prodeje, jako jsou ochutnávky, letáky, dárky, soutěže apod. (24 %), kde naopak došlo k poklesu oproti 2011 (29 %) a do regalových POP prostředků (19 %), které také o 5 % poklesly.

Nejčastěji využívané formy in-store komunikace a jejich vnímaná účinnost

Za nejdůležitější a zároveň za nejefektivnější a nejčastěji využívanou formu komunikace v místě prodeje považují zadavatele reklamu v letáčích. Mezi nejdůležitějšími pak nejlépe bodují ještě dočasné podlaho-

vé prostředky, slevy a kupóny a regalové prostředky. U skutečně využívaných POP prostředků první dvě místa skončila stejně jako v žebříčku důležitosti, na třetím místě se však umístily ochutnávky a předváděcí akce následované paletovými ostrovy, dekoracemi a bránami.

Jako nejefektivnější respondenti vnímají ostatní aktivity v místě

prodeje (letáky, slevy, kupony) spolu s podlahovými a regalovými POS prostředky.

Stále více zadavatelů si uvědomuje důležitost vyhodnocování efektivity POP kampaní. V roce 2011 považovalo měření efektivity za zcela důležité 57 % dotazovaných, v roce 2014 to deklarovalo již 67 % dotázaných. V roce 2009 to bylo jen 32%.

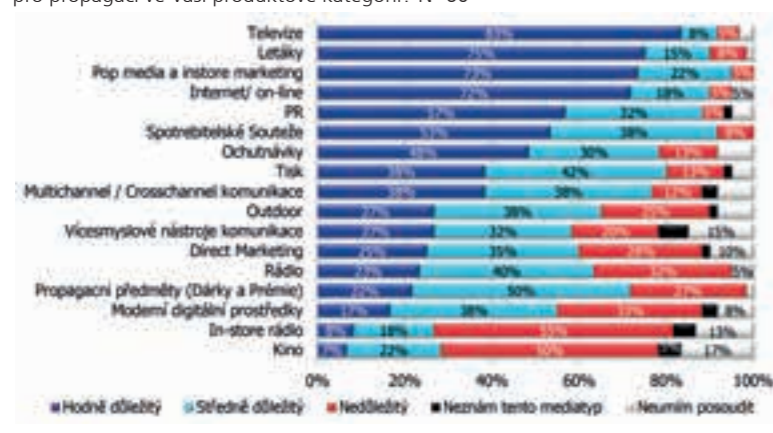
Firmy sice deklarují velkou důležitost měření efektivity POP reklamy, ale reálně ho provádějí v menší míře. I zde však byl zaznamenán výrazný nárůst. V roce 2014 potvrdilo 52 % respondentů, že vyhodnocují efektivitu reklamy v místě prodeje. V roce 2011 tuto skutečnost uvedlo jen 35 % respondentů.

Jaké jsou argumenty zadavatelů pro zapojení POP do kampaní?

Hlavním argumentem zadavatelů pro zařazení většího podílu POP do komunikačního rozpočtu je prokazatelný efekt POP na jejich značku. Mezi dalšími významnými důvody pro širší zapojení POP je dobře vyargumentovaná strategie komunikace v místě prodeje,

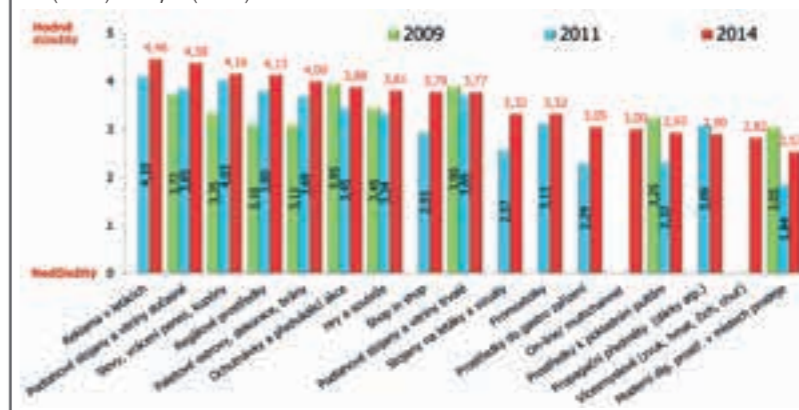
Důležitost komunikačních kanálů

Odhodnoťte, prosím, důležitost následujících forem komunikace (médií) pro propagaci ve Vaší produktové kategorii? N=60



Důležitost forem POS / srovnání s předchozími vlnami

Odhodnoťte, prosím, důležitost následujících forem reklamy v místě prodeje (POS) pro propagaci produktové kategorie, ve které Vaše firma působí? N (2014) = 58, N (2011) = 69



POP Communication through the Eyes of Advertisers

POP AI CE and OMD Longitudinal Survey

POP AI CE in cooperation with the OMD Agency has once more carried out the regular annual survey, which analyses the attitudes of advertisers towards in-store communication displays.

The monitoring of advertisers' attitudes has been conducted by the POP AI CE association since 2003 including a comparison of results between the individual years. Attitude mapping takes place in the form of the on-line CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) applying the Snapshots tool, which is an exclusive system of OMD.

The objective of the survey was to monitor the situation in the

market in 2014 with the outlook for 2015 as seen by advertisers and to establish how advertisers perceive the POP advertising as a communication channel, how they view individual communication forms at the points of sale and how they use these tools compared with other media-types.

In addition, the project dealt with the attitudes of advertisers towards the evaluation of the POP communication efficiency, identification of factors, contributing to the decision on including POP material in the campaign as well as the role of direct manufacturers and agencies in the

implementation of the in-store projects.

This year's survey was participated in by 60 advertisers from various market segments. The sample of respondents included not only representatives from the field of fast moving consumer goods, but also from the sector of electronics, clothing, footwear, pharmaceutical products, toys, telecommunication services, the automobile market and others.

The survey was supported by the partner companies – Authentica, MORIS design, Nestlé Česko, REDA and Unilever ČR as well as the Association of Czech Advertising Agencies (ACAA).



POP AI AWARDS

Nová řešení pro účinnou komunikaci v místě prodeje

Pozitivní emoce a zážitky a jejich zásadní význam při komunikaci se zákazníkem v in-store patřily k hlavním tématům programu minulého ročníku akce POP AI day, kterou uspořádala v závěru listopadu 2014 asociace POP AI CE. O tom se mohli přesvědčit i návštěvníci expozice oborové soutěže POP AI AWARDS, která představila jedinečné ukázky nových způsobů a inovativních forem komunikace ve všech hlavních segmentech trhu.

Soutěž POP AI AWARDS je vrcholnou událostí oboru marketingové in-store komunikace pro tvůrce i zadavatele realizací v místech prodeje. V tomto ročníku soutěžilo celkem 75 realizací v 16 soutěžních kategoriích.

Do soutěže byly zařazeny POP materiály, podpůrné propagační předměty (3D), prostředky pro vybavení

obchodů, nástroje světelné komunikace, informační a orientační systémy, inovativní digitální a multimediační projekty a interaktivní komunikační prostředky integrované in-store projekty.

Soutěž vyvrcholila gala večerem, na kterém byly vyhlášeny výsledky soutěže a předána ocenění vítězům.

POP AI AWARDS

New Solutions for Effective Communication at the Point of Sale

Positive emotions and experiences and their fundamental importance for in-store customer communication were one of the main topics of the programme of last year's POP AI day event, which was organised by the POP AI CE association at the end of November 2014. These trends were witnessed also by visitors to the exposition of the POP AI AWARDS marketing competition which presented rare demonstrations of new methods and innovative forms of communication in all main market segments.

The POP AI AWARDS competition is a top event in the marketing in-store communication sector

both for creators and advertisers at the points of sale. This year a total of 75 exhibits competed in 16 categories.

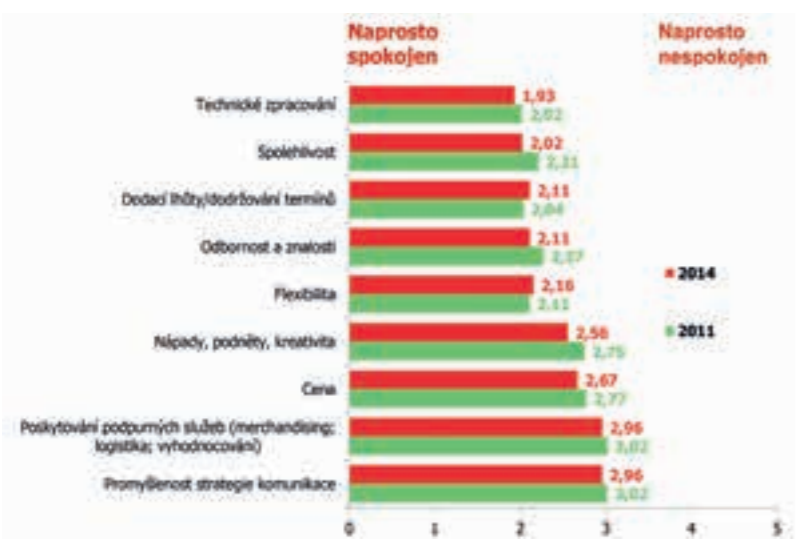
The competition entries included POP materials, (3D) supporting promotional items, retail equipment articles, lighting communication tools, information and orientation systems, innovative digital and multi-media projects as well as interactive communication means and integrated in-store projects.

The event climaxed in a gala evening where the competition results were declared and awards presented to the winners.

Spokojenost s přímým výrobcem

srovnání 2014 vs. 2011

Pokuste se ohodnotit míru Vaší spokojenosti se službami přímého výrobce v následujících oblastech; N (2014) = 45, N (2011) = 56



studie, které dokazují účinnost reklamy v místě prodeje a odstranění bariér ze strany maloobcho-

du – jiná cenová politika, poplatky a intenzivnější komunikace se zadavateli.

Role přímých výrobců POP a agentur při spolupráci se zadavateli

Nejspokojenější jsou zadavatelé při spolupráci s přímým výrobcem POP s technickým zpracováním, spolehlivostí a dodacími termíny. Uváděnými nedostatky, které se dle zadavatelů objevují při spolupráci s přímými výrobci POP, jsou vysoká cena, nekomplexnost a nedostatek kreativních námětů.

Jako hlavní vnímané benefity při spolupráci s agenturami zadavatelé oceňují zejména zkušenosti, komplexní přístup, kreativitu a úsporu času. Nedostatky agentur v tomto směru jsou vnímána vysoká cena, zdlouhavé procesy a neobornost.

Daniel Jesenský,
Prezident POP AI CE
Daniela Krofiánová,
General Manager POP AI CE

Vítězné projekty POPAI AWARDS 2014

Nejúspěšnějším projektem celé soutěže byl Endcup Milka, který do soutěže přihlásila společnost Mondelez Czech Republic s.r.o. a realizovala společnost DAGO s.r.o.



Tento exponát se stal absolutním vítězem soutěže a zároveň získal nejvyšší ocenění za kreativitu a materiálovou a technickou inovaci. Současně byl projekt oceněn jako vítěz kategorie Potraviny. Nové regálové čelo Milka je praktickou ukázkou multisenzorické komunikace na prodejní ploše. Jednoduchá konstrukce za použití přírodního dekoru dřeva a funkčních 3D prvků, které přímo odkazují na tradici a esenci značky Milka, nenásilně zapadá do prostoru nové generace prodejny Tesco. Použité nasvícení a plyšová 3D kravička Milka přitahují pozornost zákazníků a vybízejí je k dotyku a k pohlazení. Zároveň zajišťují výraznou vizibilitu v prostoru prodejny. Pohybové čidlo při příchodu zákazníka aktivuje zvukovou stopu a kravičku rozbučí. Tyto prvky pozitivně působí na emoce zákazníků, přispívají ke skvělému vnímání značky i interakci s produkty.



Kartonový stojan Studentská pečť od společnosti Authentica s.r.o. byl v soutěži vyhodnocen jako nejlepší POP materiál na bázi papíru.

Požadavkem klienta, kterým je společnost Nestlé Česko s.r.o., bylo vytvořit atraktivní stojan jako součást podpory prodeje značky STUDENTSKÁ PEČEŤ. Dalším požadavkem bylo použití pouze kartonu. Kreativním a konstrukčním výsledkem je čtyřpolicový stojan v barvách značky STUDENTSKÁ PEČEŤ s celkovým dojmem rozbalené nakousnuté čokolády. Celý stojan vytváří dostatek prostoru pro marketingové sdělení. Stojan z každého úhlu upoutává pozornost pozorovatele. Netradiční 3D vzhled nakousnuté čokolády dodává stojanu velkou atraktivitu a originalitu. Nosnost stojanu optimálně vyhovuje zatížení a převozu stojanu naplněného zbožím až na místo prodeje. Stojan je určen pro řetězce i tradiční trh v České republice a na Slovensku.

Cena POPAI AWARD DIGITAL byla udělena digitálnímu a mobilnímu marketingovému nástroji MATRIX.

Tento speciálně vyvinutý marketingový nástroj pro digitální komunikaci byl postavený na základě Mobile-SYSTEMu pro společnost L'Oréal. MATRIX je určen primárně pro podporu kadeřníků a salonů této značky. Autorem projektu je společnost monit s.r.o. Cílem projektu bylo lépe spolupracovat s kadeřníky a nabídnout další možnosti, které konkurence nenabízí, a to včetně např. rezervačního systému pro každý salon, automatického rozesílání pozvánek a celkové správy salonu. Tento nástroj předbíhá dobu a své konkurenty i tím, že jej není nutné instalovat a přesto lze využívat všech výhod běžných instalovaných aplikací včetně OFF-line práce. V jednom řešení zahrnuje B2B a B2C nástroje a dokáže v digitálním prostředí analyzovat data z prodejní sítě, vyhodnocovat úspěšnost kampaní z pohledu zadavatele i salonů/kadeřníků a hlavně velmi významně zdokonalit spolupráci značky se salony/kadeřníky a jejich zákazníky v oblasti digitálních technologií.



Display Sládkova limonáda, který v soutěži představila společnost Authentica, s.r.o., se stal nejúspěšnějším projektem v kategorii Nealkoholické nápoje.

Přáním klienta Pivovary Staropramen bylo vytvořit stojan, který bude v souladu s vystavovaným produktem a podpoří prodejnost nealkoholického pivního speciálu. Stejně jako je unikátní a přírodou inspirovaný produkt, jenž je bez umělých barviv a konzervantů, tak i stojan byl vyvíjen v souladu s přírodou. Dřevěné bedýnky jsou vhodně doplněny kartónovými doplňky a slámákem, což kupujícího přenáší do dlouhých teplých dnů pozdního léta, které jsou provoněny obilím a daleko od ruchu velkoměst. Díky podpoře prodeje v televizní kampani a netradičnímu pojetí POP materiálů, které byly produktu ušity na míru, se během 6 měsíců po uvedení stojanu na trh prodej zvýšil o celou čtvrtinu.



Vítězství v kategorii Alkoholické nápoje si odnesl stojan Fernet Stock od společnosti DAGO s.r.o.

Při vytváření grafického návrhu permanentního stojanu Fernet Stock byl kladen důraz na exkluzivitu v souladu s přáním společnosti Stock Plzeň – Božkov s.r.o., kdy stojan je umístěn v prostorách prémiových prodejen Letiště Václava Havla. Zároveň byly respektovány požadavky na maximální prostorové možnosti prodejny, rozpočet a kombinaci vystavení dvou prémiových značek Fernetu. Hlavním požadavkem nebylo vyrobit stojan s co největší kapacitou, ale efektivně využít oba motivy brandu, které by upoutaly na prodejně pozornost konečného zákazníka. Tvůrce stojanu tak snoubil jednoduché technické řešení s důrazem na detaily zpracování.





V kategorii Tabák patřila vítězná cena projektu Check out unit, jehož tvůrcem je společnost STORY DESIGN, a.s.

Při výrobě prodejního stojanu byla použita kombinace kovu, plastu a prosvětlení LED. Tato in-store realizace byla umístěna nad pokladny obchodních řetězců pro prodej cigaretových značek společnosti Philip Morris ČR.

Display Boudoir od společnosti Authentica, s.r.o., který slouží k prezentaci francouzské kosmetické značky Lollipop, byl nejvíce oceněn v kategorii Drogerie, kosmetika.

Stojan stejně tak jako prezentovaná značka je velmi specifický a velmi ženský. Svým designem a provedením evokuje uvolněnou a útulnou atmosféru ženského budoáru.

Díky svým hravým prvkům a vyváženosti barev vzbuzuje zvědavost a chuť si přípravky okamžitě vyzkoušet a koupit. Tento soliterní kus nábytku příjemně kontrastuje se svým okolím a výborně upoutává pozornost v parfumeriích a prodejnách s luxusní kosmetikou.



V kategorii Produkty pro děti zvítězil projekt LEGO® CHIMA™ podpora uvedení novinek na český trh, který do soutěže přihlásila společnost LEGO Trading s.r.o.

Virtual Pop Up show room je unikátním kompaktním řešením pro výlohy prodejců hraček. Jeho hlavní úlohou je přilákat pozornost kolemjdoucích a přivést je k návštěvě obchodu. Ledové kostky LEGO® mají za úkol vytrhnout návštěvníky prodejny z rutiny nakupování iluzí efektu rozpouštějící se ledové kostky, ze které teče voda na podlahu. LEGO® portál unikátním designem přitahuje pozornost u vstupu do prodejny a má vybídnout kolemjdoucí ke vstupu, upozornit vstupující na novinku v portfoliu a upoutat jejich pozornost.

Display POSM Shaver 2014 pro novou řadu holicích strojků Philips Series 9000 má v zákazníkovi evokovat vesmír a budoucnost holení.

Tvůrce tohoto vítězného exponátu v kategorii Elektronika, kterým je společnost Authentica, s.r.o., při výběru materiálu zvolil černý akrylát. Ten svým leskem na první pohled upoutává pozornost a celkově působí luxusním dojmem. Holicí strojček byl umístěn na vyvýšený čirý akrylátový puk s mléčným podstavcem, aby v kontrastu s černým materiálem dominoval celému displeji. Kolem mléčného puku je vyobrazena osa, která znázorňuje přesnost a dokonalost holení. LED osvětlení odhaluje tajemnou krásu POP prostředku, který byl využit pro síť elektroprodejen.



Projekt Rodenstock Competence Center, který v soutěži představila firma DEKOR, spol. s r. o., se stal vítězem v kategorii Osobní potřeby a příslušenství.

Úkolem byl vývoj atraktivního systému prezentace čoček a obrub fy Rodenstock na jednom místě a jednotným způsobem. Na trhu jsou ukázky čoček a prezentace obrub zpravidla od sebe oddělené, fa Rodenstock nabízí jako jedna z mála firem toto řešení v jednom. Systém stojanů má přivést zákazníky k vlastnímu vyzkoušení obrub a skel a má vysvětlovat jejich vlastnosti a výhody, pro optiky práce se systémem má být snadná. Systém je modulární, všechny elementy se dají libovolně kombinovat, jednoduchá výměna elementů je zajištěna magnety bez potřeby mechanického zajištění. Jde o globální projekt pro prodejny oční optiky s distribucí do celého světa.



Pro oblíbený a silný brand Jägermeister realizovala společnost DAGO s.r.o. permanentní světelná čela Jägermeister, kterým dominují světelné LED-diodové prvky.

Tato realizace určená pro hypermarkety Tesco zvítězila v kategorii Světelná komunikace, orientační a informační systémy. Důraz byl kladen na speciálně vyvinuté plexi evokující námrazu a čistě prosvětlené linie 2 m vysoké lahve. Celkový dojem dotváří instalovaná mraznička se zařízením na podávání chlazeného nápoje přímo v prodejně při promoakcích. Stojan je kompletně prosvětlen a barvy je díky RGB LED technologiím možné s ohledem na případné změny brandu měnit.

Netradičně pojatý Shop in Shop Becherovka od společnosti DAGO s.r.o. se stal vítězem v kategorii Vybavení interiérů obchodů.



Tento projekt byl vytvořen na základě zadání od společnosti Jan Becher pro prodejnu Aelia Praha na Letišti Václava Havla. Celý koncept projektu vychází ze spojení tradiční české značky a prostoru letiště, kde společnost DAGO vytvořila atmosféru české tradice, kterou propojila s příležitostí zakoupit ryze český dárek nebo upomínku na dovolenou či služební cestu. Designové pojetí Shop in Shopu s využitím kvalitních materiálů a moderních prvků laděných do barevného kódu klienta upoutává pozornost kupujících a láká je, aby si kousek Česka odvezli s sebou domů. Kombinace dřeva, nerez a originálních vizuálů Jan Becher v kombinaci se světelnými prvky a elektronickou prezentací značky na velikých LCD monitorech nenásilnou formou posiluje povědomí o značce a její viditelnost.

Nové prezentační vybavení Nivea Promo od DAGO s.r.o. nejvíce zaujalo v kategorii Prostředky pro služby podpory prodeje.

Toto nové technické řešení je založeno na speciální hliníkové konstrukci. Hlavní výhodou je rychlost sestavení, variabilita brandu, rebrandování a celková váha, která je pouhým zlomkem ve srovnání s dosud známými výstavními systémy. Systém navíc umožňuje tři různé velikostní alternativy vystavení dle prostorových možností jednotlivých míst, promoakcí, snadné rebrandování stánku neodborným personálem a sestavení stánku bez odborné přípravy. Tato promoaplikace klientovi nabízí přehlednost celého prostoru, poutavý design lákající potenciální zákazníky k interakci s promovnými produkty.





Při příležitosti 140. výročí od založení pivovaru Velkopopovický kozel vytvořila společnost REDA a.s. dřevěné krabičky, které jsou určené k uložení speciální série korkových a kovových podtáček za účelem propagace značky piva Kozel.

Tomuto setu propagačních předmětů byla udělena první cena v kategorii Reklamní dárky v místě prodeje. Pivovar chtěl touto cestou připomenout svým příznivcům dlouholetou tradici a historii a navíc se jim více přiblížit. Z toho důvodu byly zvoleny podtáčky jako nejčastěji viditelné a využívané předměty v restauracích či pivnicích. Sběratelská krabička v celkovém nákladu necelých 300 ks je určena pro různé velikosti a typy podtáček, které byly při příležitosti výročí pivovaru vydány. Korkové podtáčky s potiskem a kovové podtáčky s historickými motivy byly vyrobeny v nákladech 10 000 kusů v několika sériích a distribuovány do celého světa.



Nový limitovaný stojan na Fernet, který pro prodejní síť Tesco vyvinula společnost DAGO s.r.o., se stal nejlepším exponátem v kategorii Prototypy, vzorky.

I nepermanentní stojany nemusí vypadat jako pouhá krabice, ale mohou unikátním pojetím prezentovat prémiové produkty. To potvrzuje tento stojan, který se odlišuje unikátními prvky celkového designu. 3D prvky, prémiový produkt, atypické řešení, to vše jsou faktory, které podtrhují jedinečnost tohoto POP projektu. Důležitým faktorem při realizaci byl důraz na dodržení prémiovosti vzhledu a zvýraznění vystaveného produktu.



Nejúspěšnějším projektem v kategorii Integrované in store kampaně byla kampaň zaměřená na uvedení nového cideru Kingswood v OFF Trade. Tento projekt v soutěži představila společnost Plzeňský Prazdroj, a.s.

Cider Kingswood byl uveden na trh v roce 2013 pouze jako čepovaný v limitovaných ON Tra de provozovnách. Cílem pro rok 2014 bylo celoplošné uvedení lahvé varianty také v OFF Trade a budování celé kategorie cider. Při uvedení značky Kingswood do OFF Trade spolupracoval zadavatel úzce s řetězcem Tesco. Řetězec měl nejširší sortiment v kategorii a zároveň profil nakupujícího v Tescu, který nejvíce odpovídal cílové skupině cideru Kingswood – spíše mladší nakupující z vyšší socio-ekonomické skupiny. V rámci exkluzivního uvedení produktu v řetězci Tesco se kampaň zaměřila na oslovení nakupujících, kteří běžně do pивní sekce nechodí. Kingswood byl prezentován uvedením v každém letáku formou image okna. V in-store prezentaci byly využity paletové

kartonové stojany nebo jejich kombinace s vystavením palety, která byla doplněna stojanem. Úkolem stojanu bylo jasně nakupujícím odkomunikovat, co cider Kingswood je – osvěžující alkoholický nápoj výhradně z jablek. Hlavní sdělení „WELCOME TO KINGSWOOD OSVĚŽUJÍCÍ CIDER“ i vizuální podoba POP úzce navazuje na ATL komunikaci značky. Vzhledem k zacílení produktu na nakupující, kteří nechodí do pивní sekce, bylo klíčové umístění v rámci cesty nakupujících obchodem – v hlavní uličce v blízkosti sekce ovoce. Po exkluzivním uvedení následovala podpora na zbylé části trhu, kde byl stále jako hlavní formát POP využíván stojan a dále plakáty, krčkovky na lahve a rámečky do lednic. V rámci podpory u 2 zákazníků (Tesco a Albert) bylo využito inovativní řešení pro zvýšení vizibility v pивní sekci - shelf stopery s generátorem jablečné vůně.

Kingswood se stal leadrem trhu v kategorii cider s tržním podílem 45,4 % (CYTD Sep 2014) a je tak hlavním faktorem meziročního silného růstu celé kategorie o 593 % (CYTD Sep 2014). Plánované prodeje byly překročeny o 21 % a v případě exkluzivního uvedení v řetězci Tesco o 27 %. Již po 4 týdnech prodeje v řetězci Tesco překročily opakované nákupy cideru Kingswood cíl a dosáhly 10,9 %. Distribuční cíle byly překročeny více než dvojnásobně, a to především díky silnější distribuci na tradičním trhu.

Daniela Krofiánová



POP AI STUDENT AWARD

POP AI představila nejlepší studentské návrhy projektů in-store komunikace

Asociace POP AI CENTRAL EUROPE vyhlásila výsledky již osmého ročníku soutěže POP AI STUDENT AWARD, která každoročně zviditelňuje studentské návrhy projektů komunikace v místě prodeje. Autory projektů jsou studenti vysokých a středních škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci.

Studenti soutěžili o nejlepší návrhy projektů in-store komunikace na základě pěti briefů od konkrétních zadavatelů. V tomto ročníku soutěže studenti prezentovali kromě návrhů POP materiálů nově také návrhy komplexní podlinkové komunikační kampaně v místě prodeje se zaměřením na POP média. Soutěž za dobu své existence trvale zaznamenává nárůst počtu soutěžních prací i jejich kvality. Tento rok bylo do soutěže zařazeno 59 soutěžních prací.



Soutěž POP AI STUDENT AWARD 2014 podpořily formou partnerství společnosti **Budějovický Budvar n. p., Nestlé Česko, s.r.o. a Shell Czech Republic a.s.**

POP AI Presented the Best Student Designs of the In-store Communication Projects

The POP AI CENTRAL EUROPE association announced the results of the eighth year of the POP AI STUDENT AWARD competition, which every year highlights student designs of point-of-sale communication projects. The creators of these projects are students from universities and secondary schools specialised in below-the-line marketing communication.

Students competed for the best designs of in-store communication projects based on five briefs from specific clients. In this year's competition students presented not only POP materials but newly also proposals of a complex below-the-line communication campaign at the point of sale focusing on the POP media.

Within the period of its existence the competition has recorded a permanent increase in the number of entries as well as their quality. This year a total of 59 were competing in the event.

The POP AI STUDENT AWARD 2014 competition was supported in the form of a partnership by the companies - Budějovický Budvar n. p., Nestlé Česko, s.r.o. and Shell Czech Republic a.s.



Zadáním Budějovického Budvaru bylo zpracovat design setu pro vnitřní a venkovního označení provozoven s tankovým pivem značky Budweiser Budvar. Hlavními záměry setu bylo poskytnout spotřebiteli před vstupem do dané provozovny (restaurace, pivnice atp.) i uvnitř dané provozovny jasnou a srozumitelnou informaci, že se zde čepuje pivo z tanku.

V kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé s.r.o. Česko - značka NESCAFÉ bylo požadovaným typem POP permanentní umístění parazitu pro vystavení jednorčecových balení produktů NESCAFÉ v regále v rámci tzv. svačkových zón (bagety, nápoje, snacky) v obchodních řetězcích. Další variantou navrhovaného řešení bylo parazitní vystavení k „pokladnímu pásu“ nebo v dosahu pokladní jako podpora aktivního prodeje.

Zadání v kategorii designu POP materiálu pro značku ORION společnosti Nestlé Česko s. r. o. se zaměřilo na dočasné druhotné vystavení v místě prodeje, které podporuje vizibilitu čokoládových tyčinek ORION. Cílem bylo navrhnout předplněný ¼ paletový stojan z kartonu určený k umístění na zem, ke stěně či k regálu, který zajistí svým novým konstrukčním řešením i designem pozornost stávajících i nových spotřebitelů. V dnešní době jsou to především zaměstnaní lidé bez zbytečné-

ho času navíc, a proto by měl stojan zaujmout již z dálky, aby poutal lidmi neplánovanou pozornost na prodejní ploše.

Cílem briefu společnosti Shell Czech Republic bylo vypracovat návrh na podporu prezentace odměn věrnostního programu Shell ClubSmart na prodejních čerpacích stanic Shell. Záměrem je, aby si zákazník prostřednictvím POP materiálu všiml nové kolekce dárků a odměn a aby ho nabídka oslovila natolik, že se rozhodne svoje body za dárek vyměnit a nebo, pokud není členem klubu, aby ho motivovaly k členství v klubu. Brief zahrnoval dva typy návrhů. Na větší prodejně jde o návrh samostatně stojícího 3D stojanu a na menší prodejně je třeba počítat s obrandováním existující promo gondoly.

Požadavkem briefu společnosti Nestlé Česko v kategorii návrhu komplexní podlinkové komunikační kampaně bylo navrhnout komunikační kampaň pro vybraný produkt „Maggi Nápad Štavnaté kuře s tymiánem“ na hypermarketech a supermarketech Albert. Účelem kampaně byla celková podpora prodeje včetně in store vizibility daného produktu. Hlavním poselstvím projektu je odbourání bariéry nákupu dehydratovaného jídla komunikací benefitů, které dehydratované výrobky přinášejí v rámci podpory prodeje.



Galerie úspěšných studentských prací

V kategoriích s návrhy POP materiálů nejlépe uspěli studenti z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně.



Soutěžní práce „Oboustranný stojan Shell“, jehož autorkou je Beáta Madajová, získala nejvyšší ocenění v kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Shell.



V soutěži byla rovněž udělena zvláštní ocenění. Cenu za kreativitu získala Katarína Ganobčíková z Technické univerzity vo Zvolene za návrh „Parazitní stojan pro NESCAFÉ mixy“. Cena sympatie byla předána Anně Langrové ze Střední umělecké školy v Ostravě za návrh „Kanystr“.

Jako nejlepší v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko – značka Nescafé“ byl vyhodnocen návrh „Čas na kávu - parazitní prodejní stojan pro Nescafé“ od Filipa Močičky.



Vítězem v kategorii „Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko – značka Orion“ se stal návrh „MaBAJA Palm Tree“ od Nikolý Mrázkové.



Práce „Marketingová strategie - Maggi nápad Štavnaté kuře s tymiánem“ zvítězila v kategorii In-store komunikační kampaně dle briefu společnosti Nestlé Česko – značka Maggi. Autory vítězného návrhu jsou Martina Chumanová, Daniela Tomanová a Nguyen Viet Hung z Fakulty Mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze.

Dle rozhodnutí odborné poroty nebyl oceněn žádný z návrhů v kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Budějovický Budvar.

Další ročník soutěže POPAI STUDENT AWARD 2015 se uskuteční v období leden – listopad 2015. Studentům opět nabídne možnost soutěžit v kategoriích o nejlepší design POP materiálu, grafický 2D návrh či nejlepší návrh In-store komunikační kampaně dle zadaného briefu od konkrétních partnerů - zadavatelů reklamy.

Daniela Krofiánová, General Manager POPAI CE

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

Naše vize

Věříme, že dobré vztahy v oboru pomáhají zlepšovat komunikaci v místě prodeje.

Naše mise

Vytváříme aktivní komunikační platformu pro vzdělávání, sdílení a rozvoj oboru in-store marketing.

Jaké používáme nástroje

- Konference, semináře, workshopy, diskuzní fóra.
- Výzkum místa prodeje a jeho definice.
- Soutěže, networking a medializaci.

Naše hodnoty

- V inovacích vidíme příležitost jak rozvíjet náš obor.
- Celosvětový nadhled oproštuje od lokální slepoty.
- Jednat fér a otevřeně sdílet poznatky a zkušenosti.

ČLENOVÉ VEDENÍ POP AI CE 2014 - 2015

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

POP AI CENTRAL EUROPE is the Central European branch of the international association POP AI. It represents the marketing at retail industry and works for professionals within this sector. 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 program of activities.

Our Vision

We believe that good relationships help to improve the communication at the point of sale.

Our Mission

We create an active communication platform for learning, sharing and developing the in-store marketing industry.

Our Tools

- Conferences, seminars, workshops, and discussion forums.
- Research of the point of sale and its definition.
- Networking and publicity.

Our Values

- We see innovation as an opportunity to develop our industry.
- We believe a global perspective surpasses a local blindness.
- We act fairly and openly share knowledge and experience.

BOARD MEMBERS POP AI CE 2014 - 2015

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



KLUB ZADAVATELŮ

Klub zadavatelů POPAI CE

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
- využitelnost 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.



Členové Klubu zadavatelů

AHOLD Czech Republic, a.s.
www.albert.cz

Budějovický Budvar, n. p.
www.budvar.cz
www.budejovickybudvar.cz

Coca-Cola HBC Česká republika, s. r. o.
www.coca-cola.cz

Česká pojišťovna
www.ceskapojistovna.cz

Heineken Česká republika, a.s.
www.heinekenceskarepublika.cz

MARS Czech, s.r.o.
www.mars.com/czech

Nestlé Česko, s.r.o.
www.nestle.cz

Philip Morris ČR a.s.
www.pmi.com

Plzeňský Prazdroj, a.s.
www.prazdroj.cz

UNILEVER ČR, spol. s r.o.
www.unilever.cz

Albert je síť supermarketů a hypermarketů, kterou provozuje společnost AHOLD Czech Republic, jeden z největších maloobchodních zaměstnavatelů v České republice.

Na českém trhu působí společnost Ahold už více než 20 let. První supermarket se jmenoval Mana a byl otevřen v Jihlavě v roce 1991. V roce 1999 již Euronova provozovala hypermarkety Hypernova a supermarketů Mana, které se později přejmenovaly na dnešní Albert. Původní obchodní jméno společnosti Euronova se v roce 2000 změnilo na AHOLD Czech Republic. Roku 2005 Ahold upevnil své postavení na českém trhu převzetím 57 prodejen společnosti Julius Meinl. V roce 2009 došlo k přejmenování všech prodejen na Albert supermarket a Albert hypermarket. V roce 2014 byla prodejní síť Ahold rozšířena nákupem 49 prodejen řetězce SPAR ČOS.

V tuto chvíli je v Česku 335 prodejen Albert, z toho 243 supermarketů a 92 hypermarketů, a také 23 čerpacích stanic. V roce 2011 byl odstartován projekt ONE, díky kterému došlo k optimalizaci prodejní plochy vybraných hypermarketů. V rámci tohoto projektu došlo k redukci nepotravinového sortimentu a namísto toho je postupně rozšiřován segment suchých potravin a čerstvého sortimentu. Nejviditelnější změnou nového konceptu ONE jsou uzavíratelné chladicí boxy, nový design prodejen a široká nabídka ovoce a zeleniny v podobě otevřeného tržiště.



VYHRÁLI JSME NÁRODNÍ CENU KVALITY!



**Budějovický
Budvar**

NÁRODNÍ PODNIK

Budějovický Budvar, Národní podnik

Adresa společnosti: Karolíny Světlé 512/4
370 04 České Budějovice 3
Doručovací číslo 37021

Kontaktní osoba: Ing. Vlasta Vlasáková

Telefon: +420 387 705 266

E-mail: vlasta.vlasakova@budvar.cz

Webové stránky: www.budvar.cz
www.budejovickybudvar.cz

Charakteristika společnosti:

Pivovar Budějovický Budvar, n.p. dodnes pokračuje v tradici vaření originálního budějovického piva, označovaného již od středověku jako "Budweiser Bier". Letos oslaví 120. výročí od svého založení. Přes obrovský nárůst objemu výroby během posledních 25 let vaří veškeré pivo tradičním českým postupem a výhradně z českých surovin. Tím mimo jiné přispívá i ke stabilizaci zemědělské prvovýroby.

Budějovický Budvar, n. p. je dnes moderním a ekonomicky stabilním podnikem. V roce 2014 uvařil 1,46 mil. hl piva, což bylo nejvíce v historii podniku. Na české produkci piva se Budějovický Budvar podílí asi 8% a je tak čtvrtým největším českým výrobcem. Budějovický Budvar patří mezi hlavní reprezentanty České republiky ve světě. Na celkovém českém exportu piva se podílí z více než 20%. Nejdůležitějšími exportními trhy jsou Německo, Slovensko, Spojené království, Polsko a Rakousko. Ve třech strategicky nejdůležitějších zemích založil Budějovický Budvar dceřiné společnosti.

Klíčovou značkou pivovaru je značka Budweiser Budvar. Vlajkovým produktem je prémiový světlý ležák Budweiser Budvar B:ORIGINAL, který se vyvážá do 70 zemí. Druhou značkou, určenou primárně pro tuzemský trh, je značka Pardál. V posledních letech pivovar intenzivně rozšiřuje nabídku svých produktů. Od roku 2013 uvedl na trh 4 druhy piva v sudech a také míchaný nápoj z piva PardáLOVO bezové. Zcela unikátním produktem pak je speciální pivo B:CRYO, které se vyrábí patentově chráněným postupem pomocí kryokoncentrace od podzimu 2014. Budějovický Budvar je od roku 2012 výhradním dovozcem cideru dánské značky Somersby do České republiky.



NE ZKRÁCENÍ 90 DNŮ LEŽENÍ

Díky nekompromisnímu **NE** urychlování výroby je Budweiser Budvar jediným českým pivem, které leží unikátních 90 dní. Jen tímto způsobem totiž může být dosaženo jeho čisté, zakulacené a plné chuti.

**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: Petr Filipec

Telefon: +420 602 468 031

E-mail: petr.filipec@cchellenic.com

Webové stránky: www.coca-cola.cz

Charakteristika společnosti

Společnost Coca-Cola HBC Česká republika působí na českém trhu od roku 1991 a je členem skupiny Coca-Cola Hellenic, operující v 28 zemích Evropy, Asie a Afriky.

Je výrobcem, prodejcem a distributorem značkových nealkoholických nápojů společnosti The Coca-Cola Company. V České republice provozujeme jeden výrobní závod a 10 distribučních a obchodních center, jejichž prostřednictvím zásobujeme zhruba 40 000 zákazníků.

Zaměstnáváme téměř 900 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, Cappy Pulpy a Cappy Junior, balené vody Bonaqua, sportovní nápoj Powerade, energetické nápoje Burn;
- 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 ve více než 60 variantách a příchutích.



Pojďme
jíst společně



Česká pojišťovna a.s.

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

Kontaktní osoby: Vít Štumper
Telefon: +420 727 891 091
E-mail: vit.stumper@ceskapojistovna.cz

Martin Moláček
Telefon: +420 725 102 597
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 23,9 % (k 31.12.2014).

Česká pojišťovna poskytuje individuální životní a neživotní pojištění a také pojištění pro malé, střední i velké klienty v oblasti průmyslových a podnikatelských rizik. V současnosti spravuje na 8 milionů pojistných smluv.

Česká pojišťovna je součástí skupiny Generali, jednoho z největších poskytovatelů pojištění v Evropě a největší evropské životní pojišťovny s předepsaným pojistným převyšujícím 70 miliard eur (v roce 2014). S 78 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 GCEE.

UPOZORNIT ZÁKAZNÍKA JIŽ NESTAČÍ.

Pomůžeme vám snížit
rizika plynoucí z nového
Občanského zákoníku.



**NEPOUŽÍVAT
K OHŘEVU
VODY!**



POJIŠŤOVACÍ SERVIS PRO PODNIKATELE



- Seznámíme vás s riziky nových změn v Občanském zákoníku
- Vysvětlíme vám změny v pojištění odpovědnosti podnikatelů
- Nastavíme vám smlouvu tak, aby vás chránila proti všem novým rizikům podnikání

www.ceskapojistovna.cz ➤ infolinka 841 114 114





Heineken Česká republika, a.s.

Adresa společnosti: U Pivovaru 1, 270 53 Krušovice

Kontaktní osoba: Martina Jurková

Telefon: +420 724 525 869

E-mail: martina.jurkova@heineken.com

Webové stránky: www.heinekenceskarepublika.cz

Charakteristika společnosti:

HEINEKEN je třetí největší pivovarnickou skupinou na světě a evropskou jedničkou mezi výrobci piva. Skupina HEINEKEN zaměstnává přibližně 56 tisíc lidí ve více než 70 zemích po celém světě. Ve 125 pivovarech ročně produkuje přes 120 milionů hektolitrů těch nejlepších piv.

Do portfolia skupiny patří více než 200 mezinárodních, regionálních, lokálních a speciálních značek piva a cidrů. Mezi neznámější patří: Heineken (Nizozemsko), Amstel (Nizozemsko), Foster's (Velká Británie), Cruzcampo (Španělsko), Tiger (Asie), Zywiec (Polsko), Birra Moretti (Itálie), Sagres (Portugalsko), Ohta (Rusko), Murphy's (Irsko), Star (Nigérie) a další.

Všechny tyto značky se ve svých zemích řadí k těm nejprodávanějším.

HEINEKEN v České republice

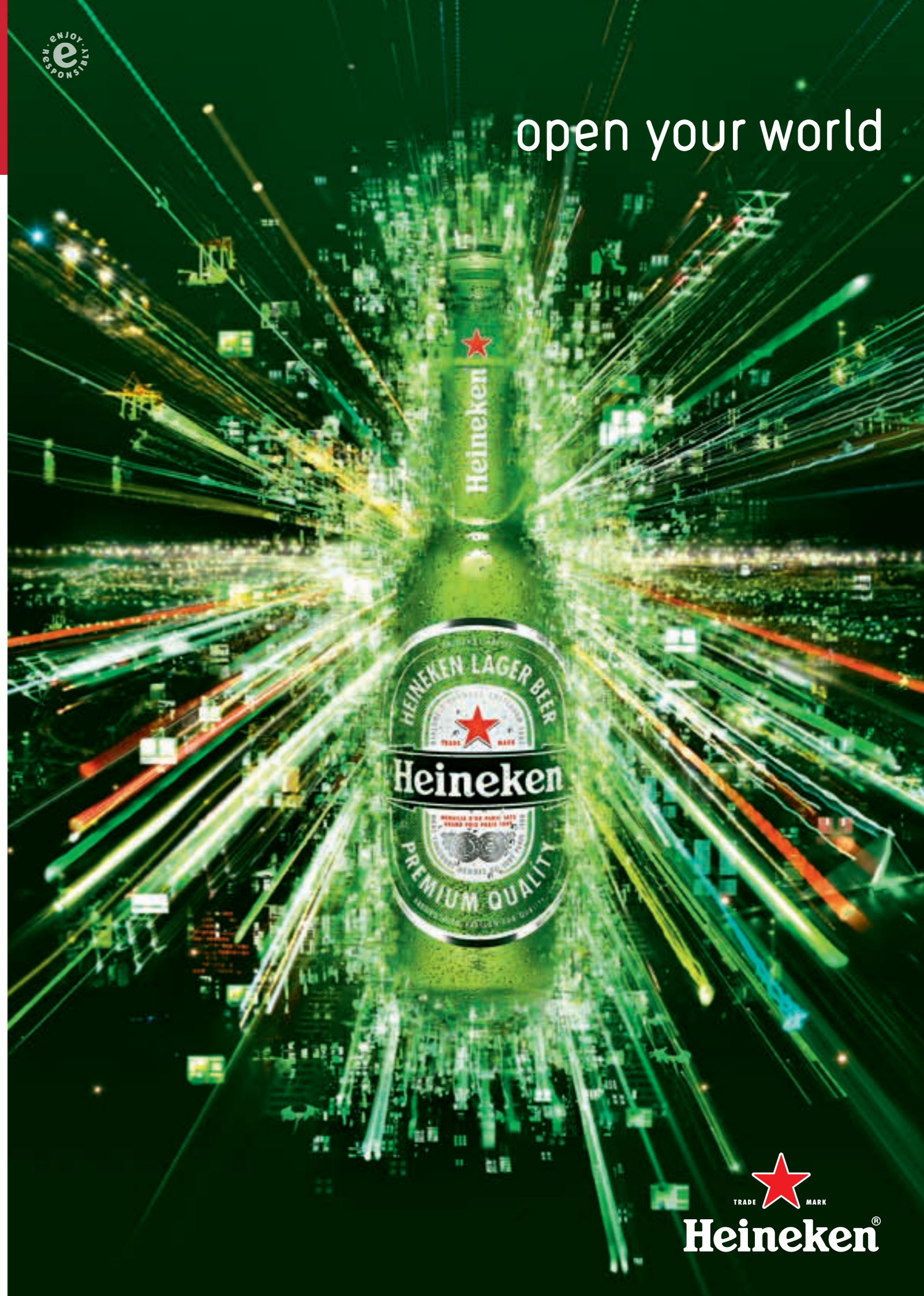
Společnost HEINEKEN vlastní v České republice tři tuzemské pivovary:

- od roku 2003 pivovar Starobrnno v Brně,
- od roku 2007 Královský pivovar Krušovice ve středních Čechách
- a od roku 2008 pivovar Velké Březno v severních Čechách.

V současnosti je HEINEKEN Česká republika třetím nejvýznamnějším hráčem na domácím trhu s pivem. A v exportu se rovněž řadí mezi nejdůležitější vývozce.

Do jeho portfolia patří značky Heineken, Krušovice, Zlatopramen, Starobrnno, Březňák, Desperados, Zlatopramen Radlery, nealkoholický Zlatopramen NA, Hostan a regionální značky Dačický a Louny. Řada z nich pravidelně vyhrává ceny na různých domácích i zahraničních degustačních soutěžích.

open your world



MARS

Mars Czech s.r.o.

Michelská 1552/58
140 00 Praha 4, Česká republika
(od května 2014)

Telefon

+420 227 024 500

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.

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

Společnost Mars je globálně rozdělena do šesti obchodních segmentů:

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





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.

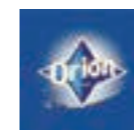
Celosvětové portfolio výrobků Nestlé je velmi široké – patří sem káva NESCAFÉ, polévky a bujóny MAGGI, mléčné výrobky, cukrovinky, balená voda, zmrzlina, klinická výživa či dětská výživa NESTLÉ i strava pro domácí zvířata PURINA, taky cukrovinky a čokolády ORION, BON PARI, JOJO

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).



Good Food, Good Life



NESPRESSO



NESCAFÉ





PHILIP MORRIS ČR

Philip Morris ČR a.s.

Sídlo společnosti: Karlovo náměstí 10, 120 00 - Praha 2

Telefon: +420 266 702 111

Fax: +420 266 702 333

E-mail: philipmorris.cz@pmi.com

Webové stránky: www.pmi.com/cs_cz/pages/homepage.aspx

Charakteristika společnosti:

Philip Morris ČR a.s., společnost ve skupině Philip Morris International Inc. (PMI), je největším výrobcem a prodejcem tabákových výrobků v České republice. Společnost je kótována na Burze cenných papírů Praha.

Historie působení společnosti Philip Morris International v České republice sahá do roku 1987, kdy Československý tabákový průmysl, předchůdce státního Tabáku a.s., započal s licenční výrobou cigaret značky Marlboro.

V roce 1992 získala společnost PMI většinový podíl ve státem vlastněné společnosti Tabák,a.s., která od roku 2000 nese jméno Philip Morris ČR a.s.

Továrna společnosti v Kutné Hoře je jediným závodem pro výrobu cigaret a tabákových výrobků v České republice. Její provoz je od roku 1992 neustále modernizován a rozšiřován. V roce 2010 společnost do její modernizace investovala 750 mil. korun.

Philip Morris ČR a.s. nabízí dospělým zákazníkům oblíbené mezinárodní a domácí značky cigaret, jako jsou Marlboro, L&M, Chesterfield, Red & White, Philip Morris, Petra či Sparta. Ke konci roku 2014 zahrnovalo naše portfolio v České republice 9 značek v 67 variantách.

Philip Morris ČR a.s. vlastní 99% obchodní podíl v dceřiné společnosti Philip Morris Slovakia s.r.o., která je registrovaná ve Slovenské republice.

Philip Morris ČR a.s. zaměstnává více než 1200 lidí.



PHILIP MORRIS ČR



Plzeňský Prazdroj

Plzeňský Prazdroj, a.s.

Kontaktní osoba: Karel Kraus

Adresa společnosti: Plzeň, U Prazdroje 7, PSČ 30497

Telefon: +420 377 061 111

E-mail: info@prazdroj.cz

Webové stránky: www.prazdroj.cz

Charakteristika společnosti:

Plzeňský Prazdroj založili a postavili společnými silami právováreční měšťané města Plzně v roce 1842. V tehdejší Měšťanském pivovaru Plzni byla uvařena první várka spodně kvašeného ležáku, který následně dobyl celý svět pod jménem Pilsner Urquell, a který dal název celému jednomu druhu piv – Pils.

Plzeňský Prazdroj je významným výrobcem a exportérem českého piva, které vaří ve čtyřech pivovarech, v Plzeňském Prazdroji a Gambrinusu v Plzni, v Radegastu v Nošovicích a pivovaru Velké Popovice ve středních Čechách. Plzeňský Prazdroj vyváží pivo do více než padesáti zemí po celém světě.

Plzeňský Prazdroj, a. s., je členem SABMiller plc., jedné z největších pivovarnických společností na světě s aktivitami na šesti kontinentech.

TEN PRAVÝ ORIGINÁL

Už od roku 1842





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 13 značek dosahuje obrát více než 1 miliardu eur ročně. Dokáže proto oslovit takové množství lidí jako žádná jiná společnost. V roce 2014 tato společnost, která zaměstnává více než 172 000 lidí po celém světě, dosáhla obrátu 48,4 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 několik let drží v čele žebříčku Dow Jones Sustainability Index. Tento index částečně vychází z hospodaření, sociálních závazků, vlivu na životní prostředí a výsledků společnosti.

Společnost Unilever byla založena v roce 1930 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.



Významné projekty POPAI CE

V rámci POPAI CENTRAL EUROPE funguje několik pracovních skupin, z nichž každá je zaměřena na určitý okruh činností asociace: medializace POPAI 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.



**POP AI
UNIVERSITY**

K významným projektům POPAI CE patří:

- Kontinuální vzdělávací program - Univerzita POPAI
- Průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace a analýzy POP trhu
- POPAI DAY
Mezinárodní soutěž POPAI AWARDS o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech
Konference POPAI fórum mezinárodní účasti o současných výzvách, potenciálu a budoucnosti místa prodeje
- Soutěž POPAI STUDENT AWARD o nejlepší studentské návrhy komunikačních projektů v prodejních místech
- Klub zadavatelů
Oborová platforma spojuje zadavatele reklamy s jejími realizátory a retailovými zástupci a nabízí celoroční program všem, kteří chtějí být v kontaktu s trendy a inovacemi v retailu.
- Program pro oblast digitální a multimediální komunikace
- Projekty v oblasti dárkových a propagačních předmětů
- Celoroční informační servis pro členy POPAI CE
- Průvodce oborem marketing at retail
- Projekt Podporujeme český design
- Mapa marketingových komunikací
- Kalendář tuzemských a zahraničních akcí v oblasti marketingu a retailu



**POP AI
AWARDS**



**POP AI
FORUM**



**POP AI
STUDENT
AWARD**



**KLUB
ZADAVATELŮ**

Significant POPAI CE projects

Several groups operate within the scope of POPAI CENTRAL EUROPE, of which each is focused on a certain area of the association's operations: promotion of POPAI 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.



**POP AI
UNIVERSITY**

The major POPAI CE projects are as follows:

- Continuous education programme - POPAI University
- Research on the effectiveness of marketing communication tools and POP market analyses
- POPAI DAY
International POPAI AWARDS contest for the best at-retail communication and advertising media
POP AI forum – international conference on current challenges, potentials and future of the points of sale
- POPAI STUDENT AWARD contest for the best student designs of in-store communication projects
- Advertisers' club - industry platform connecting advertisers with retail representatives and POP producers, a year-round program on trends and innovations in retail
- Programme for the field of digital and multimedia communications
- Projects in the field of gift and promotional items
- Year-round information service for POPAI CE members
- Guide through the marketing at retail industry
- Project: We support the Czech design
- Map of Marketing Communications
- Calendar of domestic and foreign events within the field of marketing and retail



**POP AI
AWARDS**



**POP AI
FORUM**



**POP AI
STUDENT
AWARD**



**KLUB
ZADAVATELŮ**



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



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



ADLER Czech, a.s.

Nový svět 199, 400 07 Ústí nad Labem, Czech Republic
kontaktní osoba: Martina Weberová
tel.: +420 475 240 546
e-mail: martina.weberova@adler.info
www.adler.info



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



AHOLD Czech Republic, a.s.

Radlická 520/117
158 00 Praha, Czech Republic
Zelená linka: +420 800 402 402
e-mail: info@ahold.cz
www.albert.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



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



Budějovický Budvar, n. p.

K. Světlé 512/4, 370 04 České Budějovice, Czech Republic
kontaktní osoba: Vlasta Vlasáková
tel.: +420 387 705 266
e-mail: vlasta.vlasakova@budvar.cz
www.budvar.cz • www.budejovickybudvar.cz



ALEX FOX Central Europe s.r.o.

Sokolovská 100/94, 186 00 Praha 8 – Karlín, Czech Republic
kontaktní osoba: Martin Mrázek
tel.: +420 221 771 300
e-mail: info@alexfox.cz
www.alexfox.cz



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

Českobrodská 1329, 198 21 Praha 9 – Kyje, Czech Republic
kontaktní osoba: Petr Filipec
tel.: +420 602 468 031
e-mail: petr.filipec@cchellenic.com
www.coca-cola.cz



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



ČERMÁK DESIGN s.r.o.

K Verneráku 490/ 31, 148 00 Praha 4 – Kunratice, Czech Republic
kontaktní osoba: Petr Čermák
tel.: +420 603 832 419
e-mail: cermak@cermak-design.cz
www.cermak-design.cz



ATOZ Marketing Services, spol. s r.o.

Holečkova 29, 150 00 Praha 5, Czech Republic
kontaktní osoba: Jana Lysáková
tel.: +420 246 007 204
e-mail: jana.lysakova@atoz.cz
www.atoz.cz



Česká pojišťovna

Na Pankráci 123, 140 21 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Martin Moláček
tel.: +420 224 557 316
e-mail: Martin.molacek@ceskapojistovna.cz
www.ceskapojistovna.cz



DAGO, s.r.o.

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



HANTON - svetelné reklamy s.r.o.

ul. Dr. Pantočku 335, Tovarníky, 955 01 Topoľčany, Slovakia
kontaktní osoba: Peter Hanton
tel.: +421 385 321 330, mobil +421 902 955 203
e-mail: peter.hanton@hanton.eu
www.hanton.eu



DEKOR, spol. 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



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



Eclipse Print a.s.

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



Heineken Česká republika, a.s.

U Pivovaru 1, 270 53 Krušovice, Czech Republic
kontaktní osoba: Martina Jurková
tel.: +420 724 525 869
e-mail: martina.jurkova@heineken.com
www.heinekenceskarepublika.cz



Ferratt International Czech, s.r.o.

Vlastibořská 2828/6, 193 00 Praha 20 - Horní Počernice, Czech Republic
kontaktní osoba: Filip Červinka
tel.: +420 226 238 700
e-mail: info@ferratt.com
www.ferratt.com



HL Display Česká republika, s.r.o.

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



Feel FREE to show up!

FREEBOARD EUROPE s.r.o.

Pod Krejčárkem 975/2, 130 00 Praha 3, Czech Republic
kontaktní osoba: Tomáš Březina
tel.: +420 723 444 404
e-mail: brezina@freeboard.cz
www.freeboard.cz



HL Display Slovensko, s.r.o.

Hraničná 18, 821 05 Bratislava, Slovakia
kontaktní osoba: Vojtěch Motl
e-mail: info.sk@hl-display.com
tel.: +421 911 447 474
www.hl-display.sk



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



Horma - drátěný program

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



Global Marketing s.r.o.

Podkovářská 674/2, 198 00 Praha 9, Czech Republic
kontaktní osoba: Michal Bařina
tel.: +420 602 111 108
e-mail: globalmarketing@globalmarketing.cz
www.globalmarketing.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



Jansen Display s.r.o.

Přestanov 5, 403 17, Czech Republic
kontaktní osoba: Jiří Hubka
e-mail: info@jansen-display.cz
tel.: +420 224 817 477
www.jansen-display.cz



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



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



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



MARS Czech, s.r.o.

Michelská 1552/58, 14100 Praha, Michle
Czech Republic
tel.: +420 317 760 111
e-mail: mars.contact@lion.cz
www.mars.com/czech



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



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



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



McCoy & Partner, s.r.o.

Americká 579/17, 120 00 Praha 2, Vinohrady, Czech Republic
kontaktní osoba: Magdalena Boukhemisová
tel.: +420 733 140 033
e-mail: agentura@mccoy-partner.com
www.mccoy-partner.com



OMD Czech a.s.

Lomnického 1705/9, 140 00 Praha 4, Czech Republic
kontaktní osoba: Marcel Náhlovský
tel.: +420 222 077 201
e-mail: info@omd.cz
www.omd.cz



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

Hollarovo náměstí 11, 130 00 Praha 3, Czech Republic
kontaktní osoba: Tomáš Kotrč
tel.: +420 225 291 111
e-mail: gr@abf.cz
www.abf.cz



Philip Morris ČR a.s.

Karlovo náměstí 10, 120 00 Praha 2
Czech Republic
tel.: +420 266 702 111
e-mail: philipmorris.cz@pmi.com
www.pmi.com



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



Plzeňský Prazdroj, a.s.

U Prazdroje 7, 304 97 Plzeň, Czech Republic
kontaktní osoba: Karel Kraus
tel.: +420 377 061 111
e-mail: info@prazdroj.cz
www.prazdroj.cz



POS Media Czech Republic s.r.o.

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



PROST - orientální 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



Sprint Trading s.r.o.

Koksární 10, 702 00 Ostrava – Přívoz, Czech Republic
kontaktní osoba: Monika Zezulková
tel.: +420 597 317 800
e-mail: monika.zezulkova@sprint-trading.cz
www.sprint-trading.eu



QUIX s.r.o.

Areál Green Square/Budova Q
Černokostelecká 2247, 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



SRP s.r.o.

Řehořova 26, 618 00 Brno, Czech Republic
kontaktní osoba: Erik Urbánek
tel.: +420 603 421 445
e-mail: erik.urbanek@srp-reklama.cz
www.srp-reklama.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



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



REX spol. s r.o.

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



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



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



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: krausova@storemedia.eu
www.storemedia.eu



ROSS CZ s.r.o.,

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



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



UNILEVER ČR, spol. s r.o.

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



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



Ústav marketingových komunikací FMK UTB ve Zlíně

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



WELLEN a.s.

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



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.
- Bukovská Blanka, Ing.
- Hrubalová Monika
- Charvát Michal
- Janoušek Jiří
- Juračka Zdeněk, Ing.
- Kaňovský Ivo, Bc.
- Krejčí Richard, Ing.
- Novák Jaroslav, Ing.
- Mikeš Jiří, Ing.
- Pavlata Libor
- Sochor Václav, Mgr.
- Štádler Míchal, Ing.
- Vysekalová Jitka, doc.,PhDr., Ph.D

SPOLUPRACUJÍCÍ SUBJEKTY

- 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, Praha 4

Kontaktní osoba: Kamil Koláček

Telefon: +420 725 800 329

E-mail: kkolacek@mmm.com

Webové stránky: www.3m.cz

Charakteristika společnosti:

3M je přední globální technologická společnost se sídlem v St. Paul v USA. Již déle než 100 let vyvíjíme inovativní výrobky a řešení pro průmysl, energetiku a telekomunikace, bezpečnost a zabezpečení, zdravotnictví, kancelář a domácnost. Diversifikované portfolio 3M zahrnuje přes 50 tisíc výrobků.

Všechny výrobky spojuje jedna vlastnost – v daném odvětví představují inovativní řešení, které kromě důmyslnosti a efektivity podporuje udržitelnost, bezpečnost a zdraví lidí. Výrobky 3M jsou nabízeny například pod značkami Scotch™, Post-it®, 3M™ Spofaplast®, FUTURO™, VHB™, Dual Lock™, Scotch-Brite™, Trizact™, Cubitron™, Bumpon™, 3M™ Novoc™, Dyneon™, Thinsulate™, Ceradyne®, Peltor™, Speedglas™ a dalšími.

3M Česko, spol. s r.o. se řadí se mezi nejvýznamnější partnery českého průmyslu, zdravotnictví, školství, vědy. Aktuálně jí patří 65. místo v žebříčku „Českých 100 nejlepších“ občanského sdružení Comenius. Síla a obliba značky 3M byla potvrzena získáním ocenění Business Superbrands 2014 v České republice. V každé oblasti naší činnosti navazujeme na 100 let působení 3M v oblasti inovací. V Praze třetím rokem působí Inovační centrum 3M (Application Development Lab / ADL) pro vývoj a testování zákaznických aplikací. Více informací o společnosti 3M a našem nasazení pro inovace je k dispozici na portálech 3M.cz a 3Minovace.cz.



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

Telefon: +420 224 934 518

E-mail: aka@aka.cz

Webové stránky: www.aktivacniagentury.cz

Kontaktní osoba: David Čermák

Telefon: +420 603 769 850

E-mail: david.cermak@momentumwww.com

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, Czech Republic

Kontaktní osoba: Ing. Martina Weberová

Telefon: +420 475 240 546

E-mail: martina.weberova@adler.info

Webové stránky: www.adler.info

Charakteristika společnosti:

Společnost ADLER Czech a.s. je lídrem na trhu značkového reklamního textilu v České republice, kde poskytuje unikátní know-how již od roku 2000. V současné době působí ve 13 evropských zemích.

PROČ právě ADLER:

- **KVALITA PRODUKTŮ**
Produkty nesou pečeť kvality Oeko-Tex Standard 100.
- **ŠÍŘE PRODUKTOVÉHO PORTFOLIA**
Produktové portfolio je neustále rozšiřováno. Dnes nabízíme více než 3800 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, plně automatizovaný sklad v Ostravě má denně k dispozici více než 5.000.000 kusů reklamního textilu.
Díky vysoké automatizaci skladu dokážeme vyskladnit více než 80tis ks produktů denně.
- **RYCHLOST DODÁNÍ**
Dokážeme pro Vás zajistit dodávky do vybraných destinací od 1 ks do 24 h od objednání.
- **MEZINÁRODNÍ PŮSOBNOST**
Dlouhodobě dodáváme do 13 evropských zemí, nově pak do Itálie, Francie a Španělska.

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: +420 221 771 300

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, stříhů, labelů či barev. Naši poradci jsou připraveni Vás krok po kroku provést celým procesem.

Pro koho to děláme?

Každý klient je pro nás výjimečný. Ať odebíráte po kusech, či po kamionech nebo kontejnerech setkáte se u nás kdykoliv s ochotou, úsměvem a snahou společně najít řešení šité doslova na míru Vašim 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
značka Polokošile
kvalita široký výběr
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. V nových, velkých prostorách jabloneckého závodu instalujeme od dubna 2015 další technologie, které nám v našem strojovém portfoliu chyběly – kašír, UV lakování desek a lepenek, výsekové, lepící centrum a výrobu světelných rámců pro textilní aplikace. K tomu přibudou i technologie vyzkoušené - UV tisk – v novém formátu, kvalitě a tiskové rychlosti.

ASTRON print je součástí polygrafické skupiny ASTRON group, do níž dále patří: ASTRON studio, které disponuje desetibarvou ofsetovou tiskárnou do formátu B1 s kompletním dokončovacím zpracováním – vazbou V1 a V2 PUR.

Pomocí sitotiskového stroje nabízí rovněž zušlechtnění 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:

Durst Rho 500R, Durst 750HS, Durst P10/250, Durst Rhotex 322, 3x Turbojet TJ 8350, 2x Fotoba XL TJ-OL, 4x HP Latex 360, 2x HP Latex L26000, Forsstrom TDW 20, Spühl Virtu RS25/48, Spühl Virtu RS35/36, 3x Kongsberg i-XL, Xerox IJP2000, Xerox iGen 150, Xerox DC 5000 a 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.

Textilní aplikace v rámech

nejvyšší kvalita, efektní vzhled, snadná manipulace a výměna motivů.

▶ ŘEŽEME

V naší specializované dílně připravíme luxusní hliníkové rámy v libovolných formátech, vhodných k zavěšení na stěně nebo jako stojany v interiérech.

▼ ŠIJEME

Pro snadné uchycení v rámech textilní aplikace šitím olemujeme silikonovou páskou. Montáž nebo výměnu aplikace s novým motivem tak zvládne každý laik.

▲ TISKNEME

Textil potiskujeme na nejlepším stroji současnosti Durst Rhotex 322. Ekologický, sublimační tisk s vysokým rozlišením, zaručuje vysokou odolnost a špičkovou kvalitu.

◀ SVÍTÍME

Pro zvýšení atraktivity opatřujeme rámy světelnými pásy led diod, které lze (po připojení k síti) rozsvěcet dle potřeby.

ATOZ RETAIL

Adresa společnosti: Holečkova 29, 150 00 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, obalového průmyslu, HoReCA segmentu, farmacie a logistiky). První aktivitou společnosti bylo v roce 1993 uvedení měsíčníku **Zboží&Prodej**, zaměřeného na obchod s rychloobrátkovým zbožím, na český trh. Nabídku časopisů doplnil v roce 2011 **Tovar&Predaj**, dvoměsíčník věnovaný trhu rychloobrátkového zboží na Slovensku. 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. Letos ve spojitosti s programem Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka poprvé přicházíme také s projektem **Důvěryhodné značky**, který oceňuje značky na českém trhu FMCG a OTC.

V roce 2005 poprvé proběhlo letní společenské setkání **Retail Business Mixer**, v roce 2008 následoval 1. kongres na podporu tradičního maloobchodního trhu **Samoška**. O rok později se uskutečnil první golfový turnaj **Retail Masters Day** a v roce 2013 první ročník konference určené majitelům, nájemcům 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**.

Loni své portfolio rozšířil o dva projekty zaměřené na podporu lékáren na českém trhu: dvoměsíčník **Pharma Profit** a stejnojmenný kongres.

Projekty v roce 2015

**21.–22. 1. a 3.–4. 6. (ČR),
18.–19. 3. a 14.–15. 10. (SR)**

SAMOŠKA

Kongres pro tradiční trh

Cílem kongresu 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 Olomouc, Košice, Praha a Žilina.

24. 3. a 7. 10.

Kongres Pharma Profit

Kongres pro majitele a odborný personál lékáren

Celodenní kongres určený jak **majitelům lékáren**, tak **odbornému personálu**. Jeho cílem je přinášet informace a inspiraci, **jak najít recept na ziskovou lékárnu**.

23. 4. (ČR), 11. 6. (SR)

Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka 2015

Marketingový program, který oceňuje inovace na trhu FMCG

Do poloviny února probíhá registrace do **15. ročníku** marketingového programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** a také do 4. ročníku programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** na Slovensku. Slavnostní vyhlášení výsledků programu v ČR proběhne v pražském **Divadle Hybernia** 23. 4., v Bratislavě pak 11. 6. v hotelu **DoubleTree by Hilton**.

14. 5.

ČERPAČKA

Kongres pro majitele, nájemce a provozovatele čerpacích stanic

Cílem celodenního kongresu 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 sítí čerpacích stanic i zástupce jejich centrální.

18. 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 400 osob z managementu, marketingu a obchodu řetězců, maloobchodních sítí, velkoobchodů i dodavatelů zboží a služeb pro retail.

10. 9.

Retail Masters Day

Sportovní den mistrů českého retailu

12. Retail Masters Day bude mít letos novou podobu. Tradiční golfový turnaj se mění na sportovní den, během něhož dostanou příležitost utkat se i příznivci jiných sportů. Vše se odehraje na pražské Zbraslavi a v blízkém Radotíně. Získejte **nové kontakty** v neformální atmosféře sportovního dne!

5. 11.

Důvěryhodné značky

Aktuální průzkumy ukazují, že dvě třetiny českých spotřebitelů při nákupu upřednostřují značky, jimž důvěřují. Proto jsme spustili marketingový program, který na základě rozsáhlého průzkumu oceňuje značky, kterým čeští spotřebitelé v kategoriích FMCG a OTC důvěřují nejvíce.

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 z moderního i tradičního retailu!

Letos časopis přichází se čtyřmi speciálními přílohami věnovanými specifickým oblastem maloobchodu: **čerpacím stanicím** (březen), **vietnamským prodejnám** (květen), **e-shopům** (září) a **nákupním centřům** (říjen).

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

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.

Listopad–prosinec

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



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. In our own, professional design studio, a prototype workshop and an extensive machinery park we create and produce sophisticated and innovative solutions. However, the most important criterion that distinguishes us is the fact that we are qualified and competent Team that have wide experience in creating POS materials.

Most of our Customers are in constant cooperation with us – it's because they "never change a winning team"! Our products have been appreciated by both Clients and Juries in number of Industry Awards from many countries for 14 years already

... because we KNOW HOW to display!



WE ARE SPECIALISTS
IN POS INDUSTRY
WE DELIVER ALL STAGES
OF POS CREATION
FROM A CREATIVE DESIGN
TO A FINISHED PRODUCT



ATSODISPLAY.COM



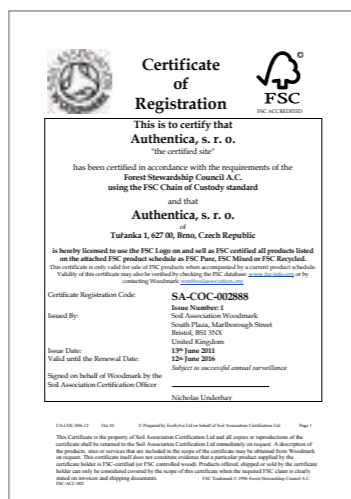
authentica®

POP & POS SOLUTIONS

Adresa společnosti / Lazaretní 7, CZ-615 00 Brno
Kontaktní osoba / Martin Hasilík
Telefon / +420 548 21 79 91
E-mail / authentica@authentica.cz
Web / 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 – 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-Plamolive / Coty
Dermacol / Dr. Oetker / GSK / Hartmann-Rico / Heineken
Henkel / Johnson & Johnson / JTI / Kimberly-Clark / KMV
Kofola / Novartis / L'Oreal / Nestlé / Orange / Perfetti Van Melle
Pfanner / Samsung / SaraLee / Sharp / Sony / Staropramen
T-Mobile / Unilever / Wrigley



**3X ZLATO PRO AUTHENTICU!
SUPERSTAR 2014**

HAUTE PARFUMERIE
Speciální cena / nejlepší technické provedení
Cena / nejlepší stojan malosérie

LOLLIPOPS
Cena / nejlepší dřevěný stojan



**VÍTĚZOVÉ KATEGORIÍ
POP AI 2014**

4x po sobě jsme vyhráli
v kategorii Nejlepší POP
z materiálu na bázi papíru
na POPAI CE AWARDS.





AV MEDIA, a.s.

Adresa společnosti: Pražská 63, 102 00 Praha, CZ

Kontaktní osoba: Ing. David Lesch – Generální ředitel

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. Prostřednictvím návrhů a realizací řešení pro sdílení obrazu a zvuku přinášíme svým zákazníkům inspiraci, užitek i radost. Poskytujeme profesionální služby od projektového návrhu řešení až po zaškolení a následný servis a vždy sledujeme nejnovější trendy, které pak přinášíme do ČR jako první.

AV technika a další produkty společnosti jsou využívány v konferenčních a zasedacích místnostech, na dispečerských pracovištích s nepřetržitým provozem, v učebnách a školicích místnostech, u speciálních simulačních a 3D aplikací, v kinosálech, v muzejních expozicích, na veletrzích a na mnoha dalších místech. Našimi zákazníky jsou školy, vysoké školy, kulturní instituce, firmy, veřejná správa, hotely i domácnosti.

Vedle realizací řešení zajišťujeme i pronájem a obsluhu špičkové audiovizuální techniky pro širokou škálu různorodých akcí, od firemních školení přes korporátní kongresy, společenské akce a veletržní expozice až po venkovní projekci na budovy.

Jsme členem renomovaných profesních organizací: InfoComm International, AV Alliance, Global Presence Alliance, Custom Electronic Design & Installation Association (CEDIA), Asociace systémové AV integrace (ASAVI), Prague Convention Bureau, American Chamber of Commerce, Canadian Chamber of Commerce.



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, projektory LCD, DLP atd.). Pojmeme „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 přenesou 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

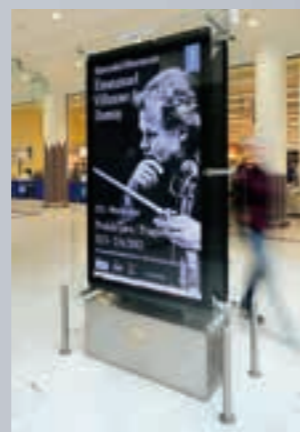


- profesionální procesní management



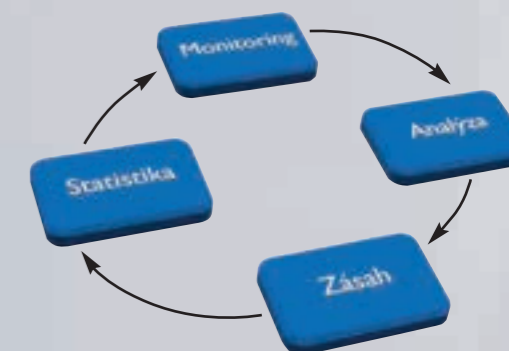
Realizace

- profesionální projektový management
- fyzická instalace systému



Podpora

- vzdálená servisní správa
- profesionální analýza závad



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

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: K Verneráku 490/ 31, 148 00 Praha 4 – Kunratice

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:

Navrhujeme a realizujeme ty nejláznivější nápady.
Čím víc to vypadá, že to nepůjde, tím víc nás to baví!
Milujeme výzvy, nebojíme se jich a co chceme, to dokážeme.
Stačí být pořádně zapálený pro věc. :)

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

Telefon: +420 311 533 390

E-mail: dago@dago.cz

Webové stránky: www.dago.cz

Kontaktní osoby: Martin Vorel
Executive director
martin.vorel@dago.cz

Marek Končítik
Sales and marketing director
marek.koncitik@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.

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

Společnost DEKOR, spol. s r.o. působí v oboru in-store komunikace již 24 let. Poskytujeme komplexní servis se specializací na vybavení značkových obchodů a výrobu permanentních stojanů vyšší kvalitativní úrovně při zachování výhodných cenových relací a špičkového designu. Komplexnost služeb zahrnuje projektové fáze jako design, technický inženýring, kalkulace, vzorování, sériová výroba a další doprovodné 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 In-store Communication), která sdružuje 18 významných firem z POP oboru. Je také aktivním členem profesní asociace POPAI CENTRAL EUROPE. Členství v těchto dvou významných organizacích umožňuje neustálý přísun informací o aktuálních POP trendech, novinkách a výrobních inovacích z celého světa.

Speciální nabídkou 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 ■ COTY ■ COCA & COLA ■ ADAM OPEL ■ 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 ■

shop-in-shop



L'OREAL



OPEL

LED lightbox



BACARDI



SWAROVSKI



MV AGUSTA



V&B

interiéry značkových prodejen



SAMSUNG



ICEBREAKER



RALPH LAUREN



ATLANTIQUE TELECOM

POS displays



PORSCHE DESIGN



RODENSTOCK



AUDI



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 poptávkách/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 vlnité 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

navrhujeme 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



Ferratt International Czech, s.r.o.

Adresa společnosti: Vlastibořská 2828/6, hala III, 93 00 Praha 9 – Horní Počernice

Kontaktní osoba: Filip Červinka

Telefon: +420 226 238 700

E-mail: sales@ferratt.com

Webové stránky: www.ferratt.com

Charakteristika společnosti:

Společnost FERRATT INTERNATIONAL CZECH s. r. o. je přímým výrobcem POS a POP materiálů.

Svým zákazníkům poskytuje komplexní řešení pro prezentaci v místě prodeje. Díky špičkové technologické vybavenosti může nabídnout „in-house“ kompletní digitální i ofsetovou produkci včetně všech následných operací dokončení bez kooperací. Pod jednou střešou od návrhu designu, vývoje, vizualizace, grafiky, výroby, copackingu a distribuce, zákazníkovi nabízíme produkty na klíč.

Firemní politika Společnosti je založena na profesionálním přístupu a neustálé snaze být zákazníkovi blíž, informovat o nových produktech a službách, poskytnout kvalitní produkt za všech okolností.

Co nabízíme: prodejní displaye, obaly, brožury, billboardy, bannery atd. – POS/POP materiály

Tisk: ofsetový tisk, digitální tisk

Dokončovací práce: laminace, kaširování, výsek, lepení, ořez, falcování, perforace, vazba V1, vazba V2

Technologie: Man Roland 705 LV, Canon Océ Arizona 550 XT, Canon Océ Arizona 550 GT, Canon Océ Arizona White Horse, Fuji Inca Onset Q20 a R40, Fuji UV Star 5032, Xerox Color 1000, Xerox IJP 2000, Tymi Octans 126 S, Dingshung Aspire 1616, Bobst Brusse 1050 SE, Youngshin Giant 210S, Lamina Machine GI 2200, Kongsberg XP44 a XP44 Automat, Falcovací stroje AFC 746 F a AFC 566 F, vázací linka pro vazbu V1 a V2

Služby: design, konstrukce, tisk, elektronický portál pro správu zakázek, copacking, logistika

Reference: Ferrero Česká s. r. o., Tesco STORES ČR a. s., Globus ČR, k. s., Stock Plzeň-Božkov s. r. o., Walt Disney Hungary Ltd. , Mars Czech s. r. o., Karlovarské minerální vody a. s., Wrigley, s. r. o., S. C. Johnson s. r. o., Douwe Egberts Czech Republic s. r. o., Leifheit CZ a. s., Johnson & Johnson, s. r. o

Unikátní skladba technologií umožňuje realizaci velmi bohatého portfolia polygrafických výrobků ze širokého spektra materiálů, a to jak ve velkých sériích, tak v řádu několika kusů. To poskytuje klientům možnost zajistit výrobu různých druhů tiskovin a reklamních materiálů pod jednou střešou:

POS / POP

prodejní stojany, podlahové poutače, totemy, paletové dekorace, přemostění, reklamní brány, regálové lišty, regálové děliče, wobblery, stoppery, podavače, parazitní displeje, držáky letáků, barkety, pultové displeje, návleky na turnikety a bezpečnostní brány, závěsné dekorace, nástěnné panely

TISKOVINY

brožury, letáky, kupony, prezentace, katalogy, manuály, zákaznické karty, pozvánky, chlopňové desky, kalendáře, vizitky, ceníky, hlavičkové papíry, produktové listy, formuláře, prospekty

INTERIÉR A EXTERIÉR

obrazy, fotostěny, poutače, plakáty, interiérové polepy, podlahová grafika, billboardy, bigboardy, exteriérové polepy, plachty na fasády, potisk vlajek, řezaná grafika, plakáty do prosvětlovacích vitrín

OBALY A ETIKETY

spotřebitelské obaly, propagační balení, dárkové obaly, odnosná balení, přepravky, regálová balení, multipack, obalové etikety, propagační etikety, reklamní etikety, informační etikety



- ▶ NÁVRH
- ▶ DESIGN
- ▶ KONSTRUKCE
- ▶ VIZUALIZACE
- ▶ MAKETA
- ▶ GRAFICKÉ STUDIO
- ▶ ELEKTRONICKÝ PORTÁL PRO SPRÁVU ZAKÁZEK
- ▶ KOMPLETACE
- ▶ LOGISTIKA
- ▶ OFSETOVÝ TISK
- ▶ DIGITÁLNÍ TISK
- ▶ LAMINACE
- ▶ KAŠIROVÁNÍ
- ▶ VÝSEK
- ▶ LEPENÍ
- ▶ OŘEZ
- ▶ KNIHÁRNA
- ▶ FINALIZACE



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. Našími 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

SMYSLOVÝ MARKETING



GAIA GROUP SE

Adresa společnosti: Velvarská 13, Praha 6
Kontaktní osoba: Aleš Štibinger
E-mail: ales.stibinger@gaiagroup.cz
Webové stránky: www.gaiagroup.cz



easy AROMA



easy MUSIC



easy TV

GLOBAL MARKETING

Global Marketing s.r.o.

Adresa společnosti: Podkovářská 674/2, 190 00 Praha 9

Kontaktní osoba: Michal Bařina, jednatel společnosti

Telefon: +420 602 111 108

E-mail: barina@globalmarketing.cz

Webové stránky: www.globalmarketing.cz
www.globalcentrum.cz
www.dataonline.cz
www.leafletmonitoring.cz
www.promokalendar.cz
www.mediar.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost Global Marketing s.r.o. působí na českém trhu více jak 16 let, a do dnešního dne je v rukou výhradního českého vlastníka. Global v současnosti patří mezi leadry trhu v oblasti instovorých aktivit - merchandisingu, shelf monitoringu, monitoringu letáků i promo akcí. V posledních 2 letech firma výrazně investovala v oblastech sběru a zpracování dat. Začala pořádat i odborné semináře a konference. V březnu 2014 bylo otevřeno rozsáhlé vzdělávací a konferenční centrum.

Na podzim 2014 vstoupila firma do oblasti online médií, když se stala spolujednatelkou a investorem jednoho z neúspěšnějších marketingových médií, webu mediar.cz.

Zatím poslední oblastí zájmu společnosti Global Marketing je distribuce, instalace a servisování POP materiálů pro významné klienty v ČR, a to včetně komplexního online reportingu. Tento segment považuje firma za zajímavý i do budoucna a připravuje v jeho rámci na jaře 2015 nové projekty.



**ŠKOLÍCÍ
A VZDĚLÁVACÍ
PROSTORY**

www.globalcentrum.cz



**LEAFLET
MONITORING.COM**

**DATOVÁ
REVOLUCE**

www.leafletmonitoring.com

MÉDIÁŘ

WWW.MEDIAR.CZ



HANTON – svetelné reklamy s.r.o.

Adresa spoločnosti: Dr. Pantočku 335, 95501 Topolčany

Kontaktní osoba: Peter Hanton

Telefon: +421 902 955 203

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

Webové stránky: www.hanton.eu

Charakteristika spoločnosti:

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

Naša spoločnosť sa zaoberá výrobou svetelnej a nesvetelnej reklamy všetkých druhov, tvarov a variácií.

Od jednoduchej tlačenej grafiky až po komplexne riešenia svetelných imidžových log, označení prevádzok a podobne. Zabezpečujeme komplexný balík od návrhu cez výrobu až po montáž. Sme plne sobestační vo všetkých troch spomenutých krokoch. K dispozícii máme areál o rozlohe 10 000 m². Len výrobné priestory majú cez 2000 m². Disponujeme výrobnými technológiami ako sú fréza, vodný lúč, veľkoplošná UV tlač...

Taktiež máme vlastnú výrobu neónových trubíc, 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

Hanton[®]
SVETELNÁ A NESVETELNÁ REKLAMA





HL Display Česká Republika, s.r.o.

Adresa společnosti: 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 50ti 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 společnosti: Černyševského 10, Bratislava, 851 01

Telefon: +421 911 447 474

E-mail: info.sk@hl-display.com

Webové stránky: www.hl-display.sk

Charakteristika společnosti:

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



Zlatá koruna

Oskar

Firma rok

tel.: 573 338 280

e-mail: marketing@horma.cz



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

Adresa společnosti: Svitavská 1203, 57001 Litomyšl

Kontaktní osoba: Daniel Brýdl

Telefon: +420 602 202 580

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

Webové stránky: www.hrg.cz

Charakteristika společnosti:

Ofsetová archová tiskárna H.R.G. je posledním pokračovatelem nepřetržitě 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 ISO9001:2009, 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!



brožury propagační tiskoviny
katalogy letáky obaly
časopisy knihy manuály
kalendáře firemní tiskoviny
krabičky **návody**



www.hrg.cz



Jansen Display s. r. o.

Adresa společnosti: Přestanov 5, 403 17 Přestanov

Kontaktní osoba: Jiří Hubka

Telefon: +420 224 817 477

E-mail: info@jansen-display.cz

Webové stránky: www.jansen-display.cz

Charakteristika společnosti:

Vyrábíme a dodáváme plakátové rámy, A-stojany, vitríny, nástěnky, světelné poutače, stojany pro digital signage, stojánky na letáky, orientační systémy a mnoho dalších nosičů reklamní komunikace pro:

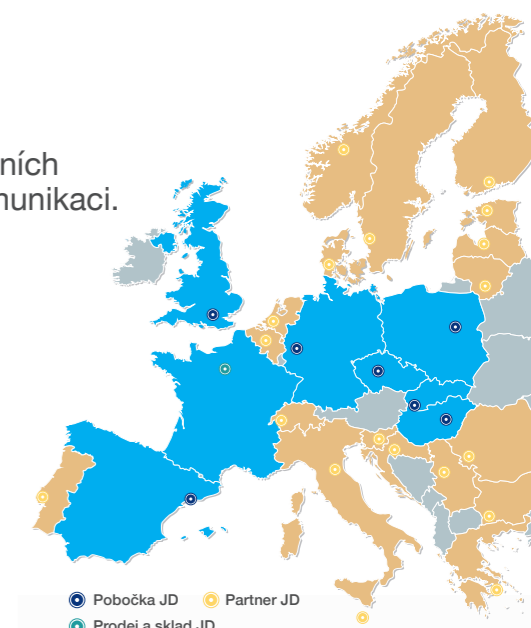
- Obchodní centra
- Prodej služeb - banky, telekomunikace, energie
- Značkové obchody / předváděcí centra
- Supermarkety
- Kamenné obchody
- HORECA - hotely, restaurace a kavárny
- Veřejné prostory (úřady / infocentra)
- Kanceláře a recepce obchodních prostor

Další doplňující informace:

Společnost Jansen Display působí na území celé Evropy.

STABILITA, SPOLEHLIVOST, KVALITA

- Vytváříme, vyrábíme a prostřednictvím sítě svých obchodních poboček prodáváme prvotřídní výrobky pro vizuální komunikaci.
- Odlišujeme se díky inovacím, nabídkou individualizovaných řešení, rychlostí dodávek a vynikajícím zákaznickým servisem!






Jsme páteří pro Váš obsah. Dostaneme jej kdykoliv kamkoliv.

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
Webové stránky:	www.ki-wi.cz


Poskytujeme Digital Signage software pro vzdálené ovládání a plánování obsahu a řízení displejů, tabletů a interaktivních kiosků.

KDO UŽÍVÁ NAŠE PRODUKTY

 <p>Maloobchodníci Pro interakci s nakupujícími a automatizaci věrnostních programů v místě prodeje.</p> 	 <p>Státní správa Pro interakci s občany a větší transparentnost zveřejňováním dokumentů.</p> 
 <p>Výrobní společnosti Pro interní komunikaci se svými zaměstnanci a jejich motivaci.</p> 	 <p>Reklamní agentury Pro účinnou indoorovou a outdoorovou reklamu.</p> 




Ki-Wi SERVER
systém pro vzdálenou správu obsahu a řízení tabletů, displejů, infokiosků



Ki-Wi PLAYER
aplikace pro přehrávání digitálního obsahu na obrazovkách



Ki-Wi KIOSK
aplikace pro internetové kiosky a digitální úřední desky



Ki-Wi NAVIMAP
aplikace pro navigaci v hotelech, nemocnicích, nákupních centrech i městech

Řešení pro maloobchod

Ovlivněte aktivně nákupní rozhodnutí zákazníků v místě prodeje.



Poskytněte zákazníkovi přístup k aktuálním informacím, například o nabízeném zboží, produktových novinkách, akčních nabídkách i slevách na vhodně umístěných displejích, tabletech a interaktivních kioskách. Usnadněte a automatizujte přístup zákazníka do věrnostního programu.

Získejte silný nástroj vizuální komunikace se zákazníkem v reálném čase v místě prodeje.

CO ŘEŠÍME



Podpora prodeje a cílená komunikace v reálném čase

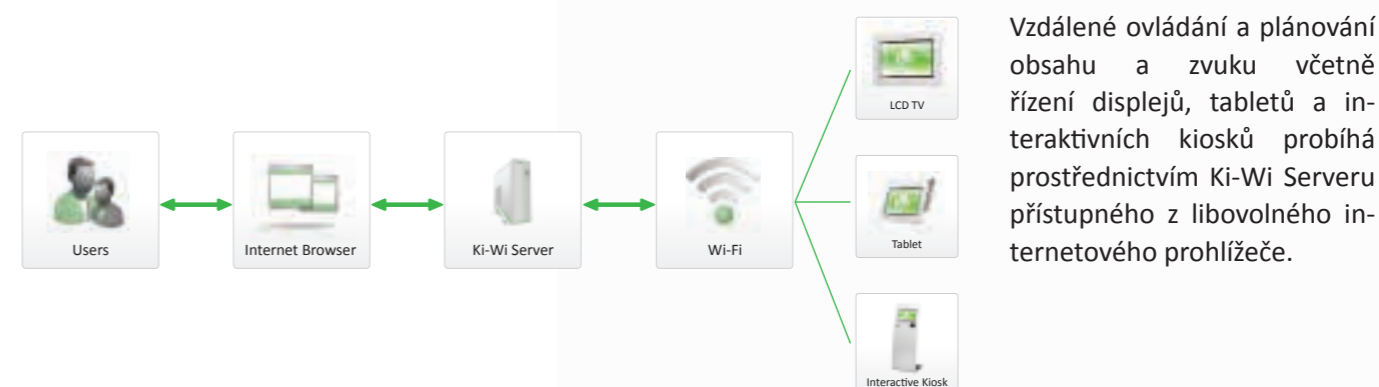
Produktová videa, návody i interaktivní katalog jsou účinným nástrojem podpory prodeje. Pokud je prostředí prodejny navíc doplněno lákavým obsahem na vhodně umístěných displejích a tabletech, zvukem i vůněmi, je zážitek z nakupování téměř kompletní.

Posílení věrnosti zákazníků

Péči o stávající zákazníky se věnuje téměř každá moderní obchodní společnost. Dnes jsou její nedílnou součástí i věrnostní programy. Naše interaktivní kiosky umožňují neustálý přístup do věrnostního programu načtením čárového kódu z členské karty i tisk vybraných slevových kupónů.



JAK TO FUNGUJE





... for your store

MBG, spol. s r.o.

Adresa společnosti: Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh

Kontaktní osoba: Stanislav Doleček Bc., Executive sales manager

Telefon: +420 583 401 311

E-mail: mbg@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.

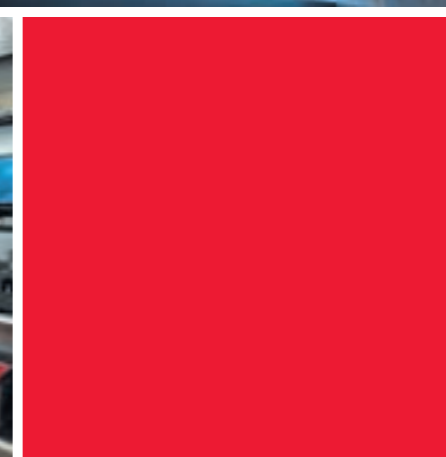
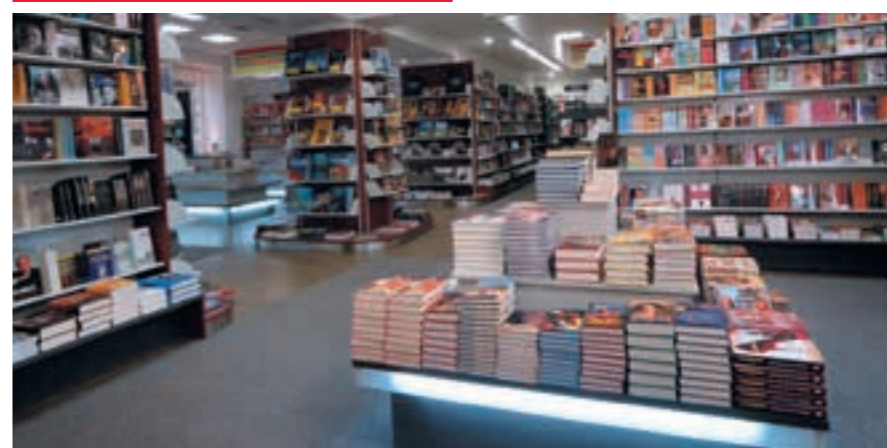
Svým zákazníkům společnost nabízí

- 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:

Eni - 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 TABÁK - 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





Nápad - to je základ všeho. Někdy přijde sám, skoro nečekaně, jindy se rodí urputně v dlouhých agenturních bitvách. Jednou je to jen stín, náznak čehosi, co teprve v dalším procesu dostane tvar a obsah, jindy nás napadne řešení rychle a komplexně. Jako v každém tvůrčím procesu, i ty nejgeniálnější nápady musíme umět rozpracovat do praktické podoby a také obhájit před klientem. Hrajeme si s nimi, provázíme je jejich marketingovým životem a někdy je i ztrácíme v boji s rozpočtem či legislativními omezeními. Ale nevzdáváme se. Další zadání, další přemýšlení, další čekání na ten správný nápad. Třeba právě pro vaši značku.

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

Adresa společnosti: Americká 579/17, 120 00 Praha 2, Vinohrady

Kontaktní osoba: Magdalena Boukhemisová

Telefon: 733 140 033

E-mail: magdalena.boukhemisova@mccoy-partner.com
agentura@mccoy-partner.com

Webové stránky: www.mccoy-partner.com

Charakteristika společnosti:

Pro naše klienty jsme partnerem. Nečekáme na zadání, ale snažíme se přicházet sami aktivně s novými nápady, jak zviditelnit značky našich klientů a oslovit jejich zákazníky. Nebojíme se nových cest, ale vždy pečlivě zvažujeme, co je pro kterou značku nejvhodnější a pro klienta nejefektivnější. Stavíme na vlastní kreativitě, dlouholeté zkušenosti, znalosti trhu a na respektu ke značkám, které reprezentujeme v Čechách i na Slovensku. Nic není nemožné, existuje-li dobrá vůle a nápady.

Měnící se podmínky vyžadují i neustálou změnu na straně agentury. Nabízíme stále širší spektrum služeb při zachování kvality, na kterou jsou naši klienti zvyklí. Vedle našich tradičně silných oborů, jako jsou integrované kampaně, sampling, spotřebitelské soutěže, road show, eventy, sales promotion a category management, nabízíme in-house také Public Relations a digitální služby, včetně správy sociálních sítí česky i slovensky. 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. Neslibujeme nemožné, ale hledáme cesty, jak splnit zadání klienta bez ohledu na komplikovanost úkolu. Přesvědčte se sami.

Reference:

Bel Sýry, Coca-Cola, Danone, GE Money Bank, Galerie Vaňkovka, Hamé, Jo-Jo, Monster, Jan Becher – Pernod Ricard, Nescafé Dolce Gusto, Nestlé, Nespresso, PPG, Pervetti Van Melle, Prestige Products, Sružení pro výstavbu silnic Praha,

Další doplňující informace:

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

zkoušenost

nasazení

flexibilita

kreativita



tradice



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

Adresa společnosti: Hollarovo nám. 11, 130 00 Praha 3

Kontaktní osoba: Tomáš Kotrč, MBA

Telefon: +420 225 291 111

E-mail: gr@abf.cz

Webové stránky: www.abf.cz

Charakteristika společnosti:

V roce 2014 se společnost M.I.P. Group, a.s. stala dalším členem skupiny SPGroup a.s. Zařadila se tak po bok společnosti ABF, a.s., provozovatele výstaviště PVA EXPO PRAHA v Letňanech. V čele obou společností na pozici generálního ředitele stanul Tomáš Kotrč MBA, dosavadní generální ředitel M.I.P. Group, a.s.

Klíčovou aktivitou společnosti M.I.P. Group, a.s. je dlouhodobě realizace tuzemských a zahraničních veletrhů, z nichž nejvýznamnějším je veletrh Reklama Polygraf. Mezi další hlavní aktivity společnosti patří organizování oficiálních účastí ČR na výstavách v zahraničí, zejména pro Českou centrálu cestovního ruchu a Ministerstvo průmyslu a obchodu, dále poskytuje služby v oblasti reklamy, V.I.P. servisu a mediálního servisu v zahraničí.

Mezinárodní charakter činnosti M.I.P. Group, a.s. tak rozšíří portfolio aktivit a služeb nabízených společností ABF, a.s. i směrem do zahraničí. Díky tomuto spojení získají obchodní partneři a klienti ojedinělý a komplexní servis.

Společnost ABF, a.s. patří již od počátku 90. let mezi klíčové organizátory veletrhů v České republice. Ve své hlavní oblasti podnikání, kterou je pořádání téměř čtyř desítek veletrhů ročně, zaujímá ABF, a.s. 1. místo v Praze a 2. místo v České republice. Bezesporu nejvýznamnějším veletrhem společnosti je největší stavební veletrh v Čechách FOR ARCH. ABF, a.s. je rovněž majitelem a provozovatelem výstavního areálu PVA EXPO PRAHA v Letňanech. Vystavovatelům, návštěvníkům i dalším organizátorům poskytuje nejkomfortnější veletržní a kongresové zázemí pro pořádání akcí v hlavním městě Praze.



REKLAMA POLYGRAF

22. MEZINÁRODNÍ VELETRH REKLAMY, MÉDIÍ, POLYGRAFIE A OBALŮ

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:

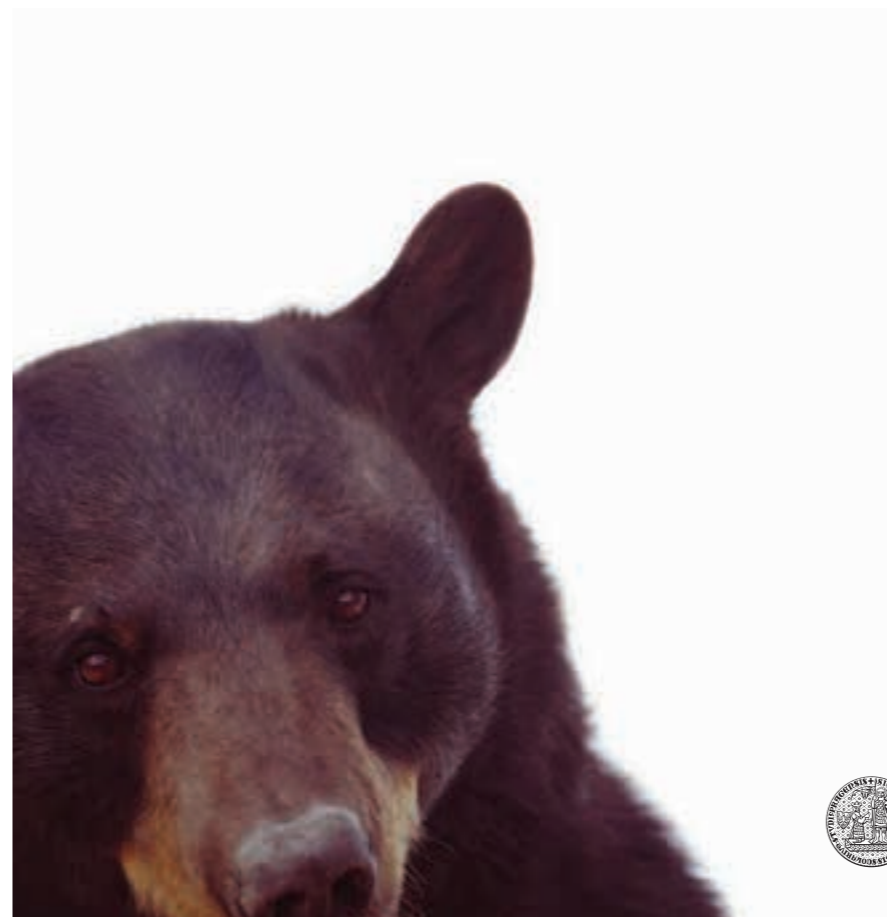
MKPR, o. s. je občanské sdružení studentů oboru Marketingová komunikace a public relations na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze. Vzniklo v březnu roku 2012. Cílem sdružení je vytvoření unikátní platformy, kde se aktivní studenti mohou podílet na aktivitách i mimo prostory univerzity. 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 nevhodnou 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, digitální řešení na míru (MobileSYSTEM), in-store a out-store eventů, kreativních kampaní, návrhů věrnostních programů. K dosahování výjimečných výsledků v oblasti kvality a rychlosti dodávaných dat ji napomáhá její mimořádná pozornost, nejlepší personální zajištění a využívání nejmodernějších softwarových nástrojů včetně hardwarového vybavení pro on-line sběr dat / komunikaci. Díky čemuž patří k leadrům na trhu.

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

Oceněné universální řešení MobileSYSTEM – jedná se o jedinečný nástroj pro všechny, kteří potřebují účinně a efektivně zajistit digitální prezentaci, komunikaci se svými zákazníky (B2C) či správu sítě partnerů (B2B). MobileSYSTEM funguje na všech mobilních zařízeních bez instalace a zahrnuje jednoduché tvoření, provoz i analýzy mobilních aplikací. V reálném čase získáte informace a ihned je využijete ve Váš prospěch. Neváhejte a kontaktujte nás ...

Reference:

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

MOBILESYSTEM

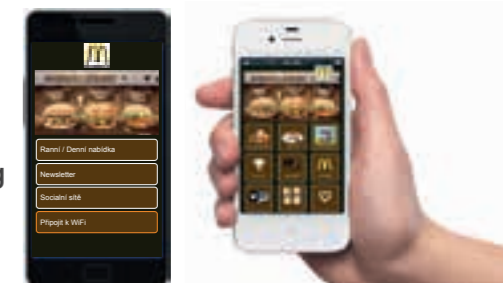
Jednoduchý modulární on-line systém obsahující editor pro samostatné vkládání obsahu, úpravu vzhledu a nastavení funkcionality

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 zákazníků 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



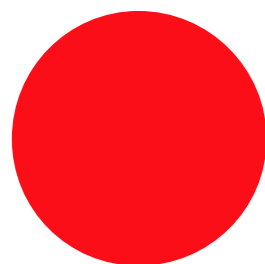
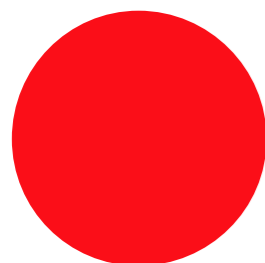
Nezávislý
na platformě



Automaticky rozpoznává
zařízení



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

Mood 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. Podporujeme více než 800 maloobchodních řetězců, ve více než 40 zemích světa napříč Severní Amerikou, Evropou, Asií a Austrálií přes 40 let. Na českém trhu působíme více než 10 let.

REFERENCE

T - Mobile | Vodafone | McDonald's | Marks&Spencer | Renault | Nissan | Nespresso | A3 Sport | H&M | C&A | Triumph | ČSOB | American Chance Casinos | Home & Cook | Fotolab | Sokolovna Průhonice | Puma | Tatum | Holmes Place | Barcelo Hotels | Orea Hotels | Accor |

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: Radomír Klofáč

Telefon: +420 222 512 231

E-mail: moris@moris.cz

Webové stránky: www.moris.cz

Charakteristika společnosti:

Naše portfolio je In-store design, POP&POS

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 prodejen na klíč – od analýzy prodejní situace a návrhu konceptu prodejního řešení, přes tvorbu designu až po výrobu a instalaci.

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 dvěma výrobními halami v Praze, jednou na Moravě a zaměstnává 130 lidí. Pracuje se širokou škálou materiálů – např. se dřevem, plasty, sklem, kovy, kartonem, dibondem, plexi, LED osvětlením. Své pobočky má na Slovensku a ve Francii.

Filozofií firmy je nabídnout zákazníkovi více než čeká, další přidanou hodnotu, a být jeho profesionálním partnerem při hledání komplexních řešení spojených s prodejem.

Novinkou v portfoliu firmy je řešení dodávek Osvětlení prodejen.

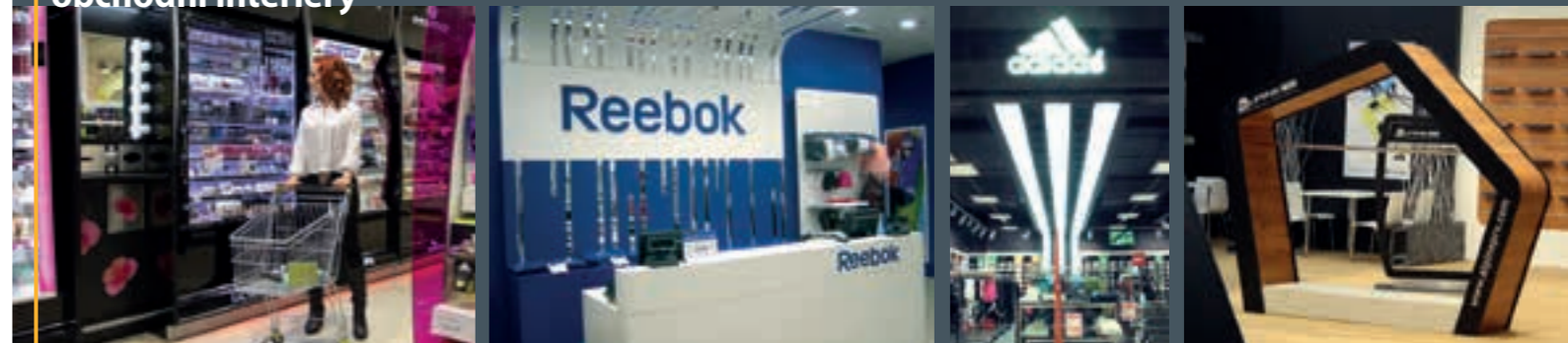
Reference:

ACI • Adidas • Alpine PRO • Bellinda • Bosch • Ecover Belgie • Crocodile • Elektroworld
Gabriella Salvette • GOODYEAR • Herbadent • Husky • ING • O2 Telefónica • 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 Leatherman)

Další doplňující informace

MORIS design je držitelem více než 30 národních i mezinárodních ocenění, jako je POPAI Awards Paris, POPAI Awards Central Europe, Duhový paprsek, Zlatá koruna.

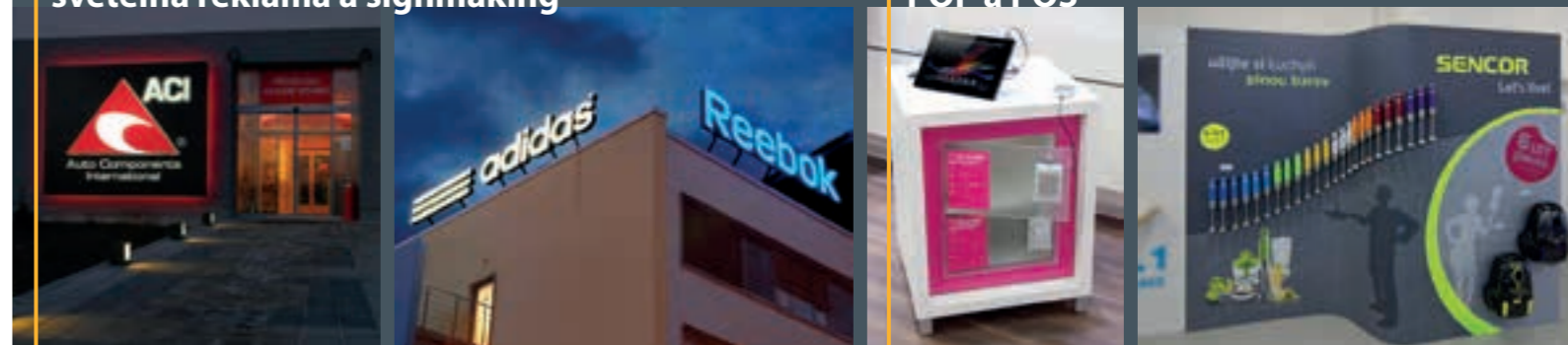
obchodní interiéry



prodejní stojany



světelná reklama a signmaking



POP a POS

design



vlastní výroba



realizace staveb





OMD Czech, a.s.

Adresa společnosti: Lomnického 1705/9, Praha 4

Kontaktní osoba: Marcel Náhlovský

Telefon: +420 222 077 201

E-mail: info@omd.cz

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 své 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 drží na předních pozicích mezi mediálními agenturami v realizovaném obrátu v médiích a v efektivitě nákupu.

Náš přístup

Nabízíme naše myšlení, náš přístup k řešení úkolů v oblasti marketingových komunikací. OMD Vision je proces, který pomáhá našim klientům (a nám) vyhrávat - dávat šach mat konkurenci. OMD Vision představuje mnohem více, než jen mediální plánování a nákup. Je to způsob myšlení, pracovní postupy, které vedou v tvorbě inovativních a efektivních řešení v marketingové mediální komunikaci. V rámci našich pracovních postupů využíváme výzkumnou jednotku OMD Research, která se zaměřuje na vyhodnocení komunikace, její efektivitu a ROI marketingových aktivit. 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 na www.omd.cz.



JSME
PŘIPRAVENI
PŘIJÍMAT
NOVÉ VÝZVY

MOBILE LOVE AFFAIR

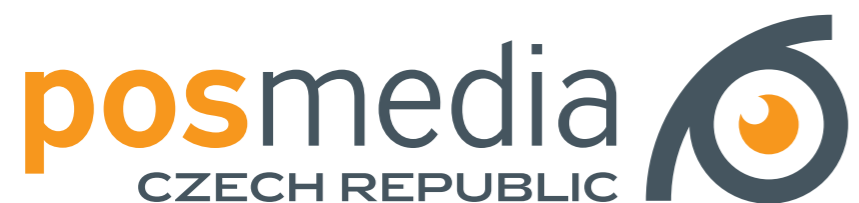
Studie zachycující nejnovější trendy v používání mobilních přístrojů při nákupním procesu – před, během a po nákupu.

FUTURE OF THE CZECH REPUBLIC

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

GLOBAL MEDIA AGENCY OF 2014 (ADWEEK)

Již po šesté 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

Kontaktní osoba: Žižalová Barbora

Telefon: +420 261 198 801

Fax: +420 261 261 101

E-mail: zizalova@posmedia.cz

Webové stránky: www.posmedia.cz

Charakteristika společnosti:

POS Media Czech Republic, s.r.o. je mediální společnost, která je na českém trhu aktivní od roku 1998. Naší specializací je reklama v místě prodeje - jak uvnitř nákupních prostor, tak v jeho blízkém okolí.

Jsme významným partnerem řetězců Ahold Czech Republic, a.s., Kaufland Česká republika, v.o.s., MAKRO Cash & Carry ČR, SPAR Česká obchodní společnost s. r. o., TESCO Stores ČR, a.s. Realizujeme reklamní kampaně prostřednictvím standardních POS materiálů a digitálních nosičů. Působíme také na středních i vysokých školách a v rámci čerpacích stanic Agip, Benzina a Lukoil.

Prostřednictvím divize POS Services nabízíme klientům služby promotion (in-store a outdoor), sampling, easy promotion, eventy, road show - to vše se stálým hosteskovým týmem, dále pak mystery shopping a služby merchandisingu.

Prostřednictvím divize POS Digital, která vznikla koncem roku 2014 nabízíme reklamu na digitálních panelech v největších nákupních centrech v České republice, na vysokých školách a další digitální reklamu na míru dle potřeb klientů.

Reference:

Řetezce

Ahold Czech Republic a.s. • TESCO Stores ČR • MAKRO Cash & Carry ČR
• Kaufland Česká republika, v.o.s

Klienti

Unilever Česká republika • PEPSICO • Procter&Gamble
a další významní zadavatelé reklamy v ČR.



Reklamní služby v místě prodeje a podpora kampaní



PROST - orientální systémy s.r.o.

Adresa společnosti: Dlážďená 7, 552 11 Velichovky

Kontaktní osoba: Markéta Vítková

Telefon: +420 491 880 161

E-mail: recepc@prost.cz

Webové stránky: www.prost.cz

Charakteristika společnosti:

Firma Prost byla založena v roce 1991 a její hlavní činností je výroba světelných reklam, nápisů, billboardů a pylonů všech velikostí, od náčrtů a představ zákazníka, po konečnou realizaci s montáží. Nedílnou součástí výroby, kterou se zabýváme, jsou také návrhy, výroba a montáže vnitřních i vnějších orientačních a informačních systémů, např. dveřní tabulky, hlavní a podlažní tabule, únikové označení budov, označení areálů, apod.

Dále se zabýváme designem velkých i malých dopravních prostředků, včetně výroby, zhotovujeme různé reklamní nosiče (desky, plachty, polepy atd.), jak formou polepu řezanou grafikou, tak i digitálním tiskem na velkoformátové tiskárně.

Během našich více než 24-ti let působení v oblasti světelných reklam a orientačních systémů v České republice a 15-ti let působení v mnoha zemích evropské unie si dovoluujeme tvrdit, že máme dostatek zkušeností, abychom uspokojili veškeré nároky na kvalitu, odbornost, profesionalitu a včasnost realizace i pro nejnáročnějšího zákazníka. Dokladem toho je mnoho zakázek, které jsme v historii naší firmy realizovali, a také trvalá a dlouhodobá spolupráce s mnoha úspěšnými českými a zahraničními firmami.

Další doplňující informace:

Našimi dlouhodobými obchodními partnery jsou obchodní řetězce Hornbach, Kaufland, OBI a jiné.

Namátkou uvádíme několik společností a firem, pro které jsme zakázky již realizovali. Jsou to např.: ČEZ, Der Spiegel, BMW, Sazka Arena a mnohé další.

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

Orientální 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





DEKORACE JSOU POUZE VRCHOLEM LEDOVCE

WWW.QUIX.CZ
WWW.EVENTSHOW.CZ

Adresa společnosti:

Černokostelecká 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-TECH-nologií, 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 multimedialní 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, OVB
Společenské party – Adidas, Isover, Iveco, Burza cenných papírů, Designblok, Sberbank
Festivaly – Camel, Benson&Hedges, Kofola
Galavečery – Nemovitost roku, AUTOBEST, Effie Awards, BMW Invest
Módní show – Top Secret, LIGA VÝJIMEČNÝCH, Natali Ruden
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, IKEA, Vodafone, Bacardi

REDA®

REDA a.s.

Adresa společnosti: Hvězdoslavova 55d, 627 00 Brno

Kontaktní osoba: Viera Černá, obchodní ředitelka B2C

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 vlastních potiskových technologií, dodávka předmětů bez potisku do 48 hodin, e-shop s více než 5000 položkami skladem, dárkové balení, vzorky k zapůjčení zdarma, to vše dělá ze společnosti REDA lídra na trhu s reklamními a dárkovými předměty.

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

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

REDA®

REKLAMNÍ A DÁRKOVÉ PŘEDMĚTY

Nabídka
kompletních
logistických služeb

Dodávka předmětů
bez potisku
do **48 hodin**

Více než
**10 potiskových
technologií**

**Dárkové
balení** dle Vašich
představ a přání



založení
společnosti

1991

1283 položek
v produktovém
katalogu Nabídka

1995

rozšíření výroby
v novém areálu
Hvězdoslavova

1998

vybudování nové
výrobní haly o rozloze
2700m²

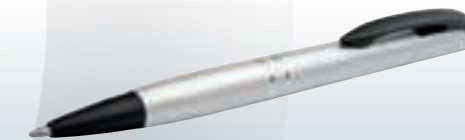
2007

vystavění
13 metrů vysokého
systémového skladu

2009

více než
5900 položek
v produktovém
katalogu Nabídka

2015



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



<http://eshop.reda.cz>

REX spol. s r.o.
Váš výrobce reklamy

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

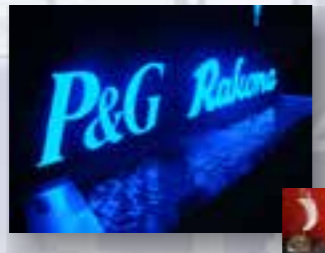
- ☐ světelných reklam
- ☐ výrobcem neonových trubíc
- ☐ velkoplošných reklam typu Signtech
- ☐ plastických písmen ve všech provedeních
- ☐ orientačních systémů
- ☐ totemů a pylonů
- ☐ reklamních poutačů a bannerů
- ☐ POP, POS

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 řadným členem asociací:



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 Sekce světelná reklama
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 Popel Awards 2009
kategorie : Orientační a Informační systémy
Poggenpohl



1.místo Popel Awards 2008
kategorie : Orientační a Informační systémy
Nový Smíchov



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



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



1. místo v soutěži "Duhový paprsek 2007"
sekce světelná reklama
Označení obchodu Clochouse Přílupy



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



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

Střešní reklamy



Velkoplošné reklamy

Světelné reklamy



Plastické písmo

LED aplikace



Neony

Totemy a orientační systémy



Interiérové reklamy

POP, prezentační stojany, klap rámy a poutače



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.
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



**Produkty na podporu predaja
a svetelná reklama**

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.

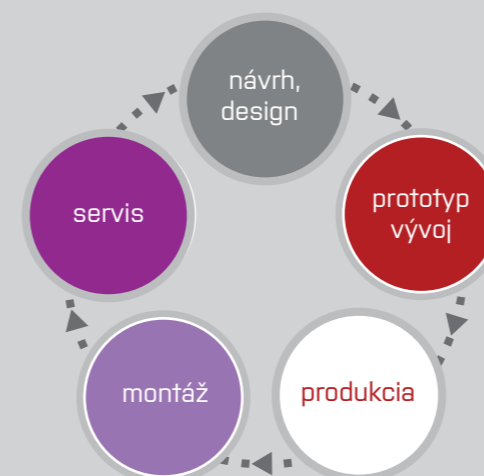
História firmy sa datuje od marca roku 1992, teda dnes je to už viac ako 23 rokov pôsobenia na slovenskom i zahraničnom trhu v oblasti výroby svetelnej i nesvetelnej reklamy. Prezentuje sa rozsiahlou výrobnou kapacitou, know-how v originálnom dizajne. Počas celého obdobia aktívnej činnosti sa firma sústreďuje pri výrobe produktov na maximálnu kvalitu, čo dokladá i certifikátom Systém manažérstva kvality ISO 9001:2008 vydané spoločnosťou SGS International Services EESV a Systém environmentálneho manažérstva ISO 14001:2004. 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 sietotlačie, vákuového lisovania, laserového rezania, frézovania, výrobou ťahaného neónu či digitálnou tlačou na doskový materiál a mnoho ďalších. Svetelné a nesvetelné reklamy, interiérové a exteriérové reklamy, regály, zásobníky, veľkoplošné reklamy, prezentačné stolíky, P.O.P. produkty a veľa ďalších výrobkov je tím spoločnosti Ross s.r.o. pripravený operatívne navrhnuť a vytvoriť tak čo najvhodnejšie riešenia pre klienta jednoducho tak, aby ho bolo vidno.

Reference: ADIDAS ČR s.r.o. • AEGON Životná poisťovňa, a.s. • Alpha medical a.s. • Ašot Haas • AUTO KELLY SLOVAKIA, s.r.o. • BENO – Ing. Vladimír Beňo • BCB s.r.o. • Berentzen Distillers CR spol. s r.o. • Citybank Europe plc. • COCA-COLA HBC Slovenská republika • Continental Matador Rubber, s.r.o. • Continental Matador Truck Tires, s.r.o. • CZECH BEVERAGE INDUSTRY COMPANY a.s. • David GmgH • DOXXbet, s.r.o. • Emil Krajčík, s.r.o. – 101 Drogerie • Eurocoin partners spol. s r.o. • FORTUNA SK, a.s. • Fortuna sázková kancelár, a.s. • GAS Familia, s.r.o. • Geco, s.r.o. • GGT a.s. Bratislava • Groupe SEB Slovakia s.r.o. • HEINEKEN ČR • Heineken Hungary • HEINEKEN Slovensko a.s. • Holba pivovar, a.s. • Holiday INN • Istropolitana D Arcy • Ján Becher – Karlovarská Becherovka a.s. • Japan Internationale Tobacco • JT INTERNATIONAL, spol. s r.o. • Julius Meinl Coffee Intl. • Kellys Bicycles • KIA Motors Slovakia s.r.o. • Kofola a. s. • K O F T, spol. s r. o. • KOH-I-NOOR • KONICA MINOLTA Slovakia spol. s r.o. • Maxi-Tip, a.s. • Metsa Tissue Slovakia s.r.o. • MIRAGE SHOPPING CENTER • NAY, a.s. • OMV Slovakia s.r.o. • Osram Slovakia a.s. • OTP Banka, a.s. • Panta Rhei s.r.o. • Pepsi Cola ČR s.r.o. • Philip Morris ČR a.s. • Philip Morris Slovakia s.r.o. • Pivovary Lobkowicz, a.s. • Pivovar Popper, s.r.o. • Pivovar Rampušák • Pivovar Steiger a.s. • Pivovar Zubr a.s. • Pivovary Topvar a.s. • Plzeňský Prazdroj a.s. • Porsche Slovakia, s.r.o. • Poštová banka, a.s. • PPG Deco Slovakia, s.r.o. • Prima Banka Slovensko a.s. • Program spol. s r.o. • Quicksilver Slovakia • PROGRES TK – Ing. Tibor Kysucký • Protetika a.s. • RUDOLF JELÍNEK a.s. • SAB Miller Brands Europe a.s. • SAMA Plus, s.r.o. • Segafredo Zanetti SR spol. s r.o. • Segafredo Zanetti Austria GmbH. • Slovenská sporiteľňa • Slovenská záručná a rozvojová banka, a.s. • ST Nicolaus TRADE a.s. • Staropraheň ČR • Staropraheň Slovakia s.r.o. • STRATEGIC s.r.o. • SUNPHARMA SLOVAKIA, s.r.o. • Topas • Váhostav SK, a.s. • VEREX ŽILINA, a.s. • ZVL Slovakia s.r.o. • ŽSR Zvolen.

Ďalší doplňujúce informácie:

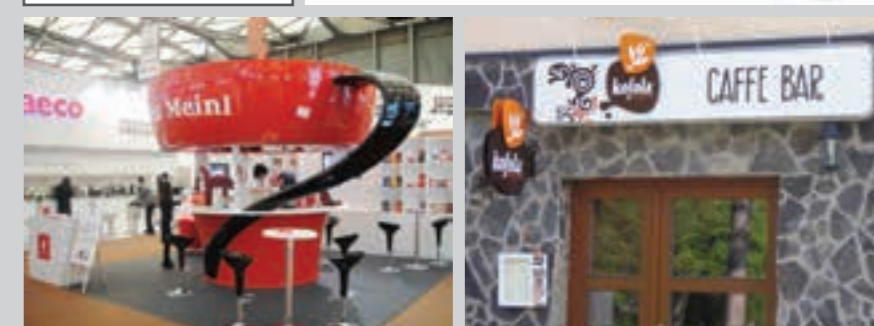
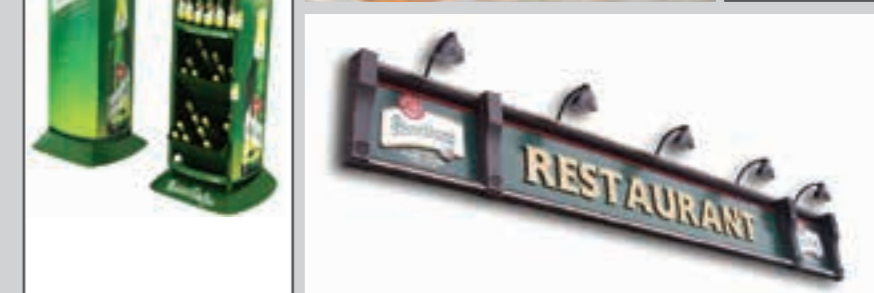
V rámci ČR obchodnú a servisnú činnosť zabezpečuje: ROSS CZ s.r.o., Husinecká 19, 130 00 Praha 3.



**KOMPLEXNÁ PONUKA
PROCESOV A SLUŽIEB**

...A BUDE VÁS VIDNO!

bannery a bigboardy, polepy, markízy, terasy, totemy, pylóny, predajne na kľúč, LED displeje, špeciálne projekty, 3D plastické nápisy, boxy a výstrče, interiérová reklama, A-stojany, regály, citylighty, tabule a štíty, produktové sady prezentéry, displeje, plagátové systémy, wall wrapy, podlahové a pultové stojany



Sídlo spoločnosti:
ROSS s.r.o.
Hollého 205/52
015 01 Rajec

Kancelária Žilina:
ROSS s.r.o.
Ul. M. R. Štefánika 71
010 01 Žilina

ROSS CZ s.r.o.
Husinecká 19, 130 00
Praha 3
Česká republika



SÁRA 
••••• pomůžeme prodat.

SÁRA, s. r. o.

Adresa společnosti: SÍDLO SPOLEČNOSTI: Podnásepní 450/1a, 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 450/1a, 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. Členství v POPAI zaručuje svůj vysoký standard kvality zboží i služeb. Dnes má společnost 50 zaměstnanců a exportuje do řady zemí, v některých již má své zastoupení (Polsko, Maďarsko, Chorvatsko aj.).

Portfolio společnosti:

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

Jak Vám pomůžeme prodat?

- Navrhujeme a vyrobíme POS a reklamní stojany, promo poutače a navigace v atraktivním designu a perfektní kvalitě.
- Zvýrazníme právě Váš výrobek v místě prodeje.
- Realizujeme kompletní interiér Vašeho prodejního místa.

Výrobní technologie:

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

Služby:

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

Reference:

BAYER • Coca-Cola HBC • Mondelez • Nutricia • Philip Morris • Reckit Benckiser
O2 Czech Republic • O2 Slovakia • Unilever • Urgo Med Com • Wrigley a mnoho dalších.

Těšíme se na spolupráci s Vámi!

SÁRA 
••••• pomůžeme prodat.

promostol-
ky mincovníky držáky woblerů
tvarovatelné popisovače držáky poutačů supergrip
a cleargrip držáky cenovek, cenovky spojovací silony, řetízky,
pásy přísavky samolepící závěsná očka háčky a závěsy pultové zásob-
níky na letáky knihařské šroubky nýtky plastové kolíky display stripy
euro-ouška plakátové lišty držáky vlajek samolepící pásy a vý-
žáky cd posunovací okénka na kalendáře kapsy na letáky pultové
na letáky nástěnné zásobníky na letáky podlahové stojany na letáky
sobníky na letáky mincovníky kliprámy plakátové lišty a rámy pro výlohy
stojany s kliprámy prosvícené panely plastové rámečky distanční držáky
tyčové systémy uni systém distanční držáky pro uni systém lanka pro uni systém akrylátové nosiče osvětlení
reklamní stojany promostolky podlahové stojany vybavení regálů označení prodejních ploch držáky woblerů tvaro-
vatelné popisovače držáky poutačů supergrip a cleargrip držáky cenovek, cenovky regálové lišty přísavky samolepící
závěsná očka háčky a závěsy spojovací silony, pásy, řetízky plastové kolíky display stripy euro-ouška plakátové lišty
držáky vlajek samolepící pásy a výseky držáky cd posunovací okénka na kalendáře kapsy na letáky regálové lišty nástě-
nné zásobníky na letáky podlahové stojany na letáky venkovní zásobníky na letáky mincovníky kliprámy plakátové lišty a rámy
pro výlohy áčkové stojany stojany s kliprámy jetmaster plastové rámečky distanční držáky lankové systémy tyčové systémy
nka pro uni systém akrylátové nosiče osvětlení reklamní stojany promostolky
ejních ploch držáky woblerů tvarovatelné popisovače držáky poutačů supergrip
išty přísavky samolepící závěsná očka háčky a závěsy spojovací silony, pásy,
ka plakátové lišty držáky vlajek samolepící pásy a výseky držáky cd posunovací
zásobníky na letáky nástěnné zásobníky na letáky podlahové stojany na letáky
y plakátové lišty a rámy pro výlohy áčkové stojany stojany s kliprámy prosvícené
panely plastové rámečky distanční držáky lankové systémy tyčové systémy uni systém distanční držáky pro uni systém lanka
pro uni systém akrylátové nosiče osvětlení reklamní stojany promostolky podlahové stojany vybavení regálů označení prodej-
ních ploch držáky woblerů tvarovatelné popisovače držáky poutačů supergrip a cleargrip držáky cenovek, cenovky regálové
lišty přísavky samolepící závěsná očka háčky a závěsy spojovací silony, pásy, řetízky knihařské šroubky nýtky plastové
kolíky display stripy euro-ouška plakátové lišty držáky vlajek samolepící pásy a výseky držáky cd posunovací okénka
na kalendáře kapsy na letáky pultové zásobníky na letáky nástěnné zásobníky na letáky podlahové stojany na letáky
venkovní zásobníky na letáky mincovníky kliprámy plakátové lišty a rámy pro výlohy áčkové stojany stojany s kliprá-
my jetmaster plastové rámečky distanční držáky lankové systémy tyčové systémy uni systém distanční držáky
pro uni systém lanka pro uni systém akrylátové nosiče osvětlení reklamní stojany promostolky podlahové
stojany vybavení regálů označení prodejních ploch držáky woblerů tvarovatelné popisovače držáky
poutačů supergrip a cleargrip držáky cenovek, cenovky regálové lišty přísavky samolepící závěsná
očka háčky a závěsy spojovací silony, pásy, řetízky plastové kolíky display stripy euro-ouška
pultové zásobníky na letáky nástěnné zásobníky na letáky podlahové stojany na letáky
venkovní zásobníky na letáky mincovníky kliprámy plakátové lišty a rámy pro
výlohy áčkové stojany stojany s kliprámy prosvícené panely plastové
rámečky distanční držáky lankové systémy tyčové systémy
uni systém distanční držáky pro uni systém
lanka pro uni systém

...zeptejte se nás, jak Vám pomůžeme prodat!

www.sara.cz





Sprint Trading s.r.o.

Adresa společnosti: Head office: Koksární 10, 702 00 Ostrava – Přívoz
Branch office Praha: Netlucká 549/5a, 107 00 Praha 10 – Dubeč
Branch office Bratislava: Šustekova 20, 851 04 Bratislava

Kontaktní osoba: Tomáš Bezecný

E-mail: tomas.bezecny@sprint-trading.cz

Webové stránky: www.sprint-trading.eu

Charakteristika společnosti:

Pokryjeme veškeré Vaše potřeby v podlinkových i nadlinkových aktivitách.

Jsmo jedním z předních výrobců POP/POS řešení i reklamních předmětů. Investicemi do vlastního výrobního technologického centra jsme v oboru naprosto jedineční. Již více než 19 let se zaměřujeme na poskytování vysoce profesionálních služeb náročným zákazníkům.

V rámci našich šesti divízi získáte komplexní, ucelenou nabídku pod jednou střešou: výroba kartonových POP/POS prostředků, prezentačních systémů, vakuové tvarování, 3D reklamní předměty, velkoplošný a maloplošný tisk i textilní výroba.

Jako výrobci poskytujeme profesionální servis, inovaci, přímou komunikaci, kvalitu a konkurenční ceny.



Prague

Ostrava

Bratislava

Vienna

Shanghai



SRP s.r.o.

Adresa společnosti: Řehořova 26, 618 00, Brno

Kontaktní osoba: Erik Urbánek

Telefon: +420 603 421 445

E-mail: erik.urbanek@srp-reklama.cz

Webové stránky: www.srp-reklama.cz

Charakteristika společnosti

Společnost SRP se zabývá velkoformátovým a malonákladovým digitálním tiskem od roku 2002, kdy byla založena.

NAŠE POSLÁNÍ JE:

Umožnit našim zákazníkům využívat naše barevně přesné a dokonale ostré výtisky pro nejefektivnější propagaci svých produktů a služeb.

VIŠE:

Chceme patřit mezi nejmodernější, nejrychlejší a současně nejvyšší kvalitu poskytovatele digitálního velkoformátového tisku v našem městě, v české republice a v Evropě. Chceme, aby náš tým profesionálů, ukazoval a nabízel našim zákazníkům nová a lepší řešení pro jejich současné potřeby. Tím budeme posunovat hranice možností našich zákazníků neustále dopředu. Chceme být stále k dispozici, připraveni pro Vaše požadavky, 24 hodin denně, 7 dní v týdnu, vždy nablízku, ve vašem počítači, tabletu nebo telefonu v rámci našeho W2P systému.

ZAMĚŘENÍ:

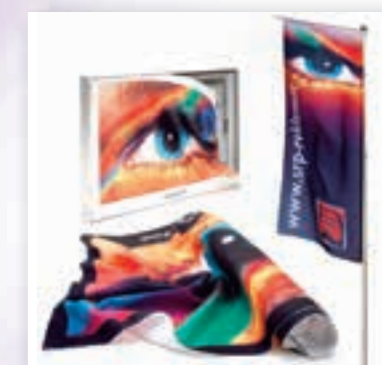
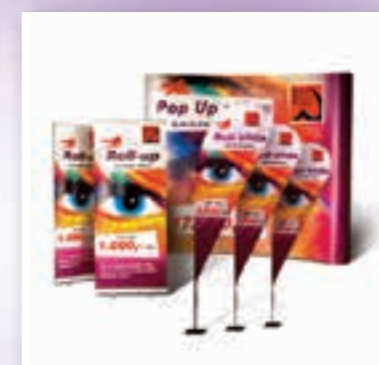
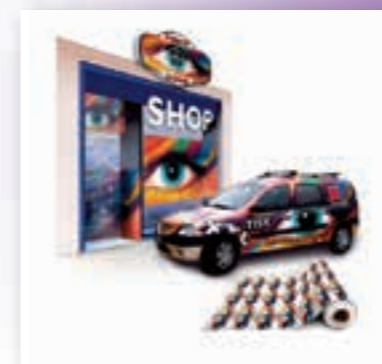
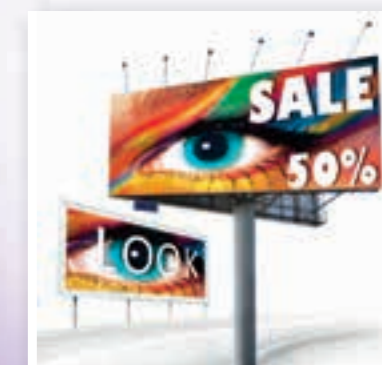
Naše tiskárna sleduje vývojové trendy v oboru a zaměřuje se nejen na tisk venkovní reklamy, ale i na tisk a kompletní dodávky lehkých prezentačních systémů, tisk grafiky pro veletrhy a výstavy, zejména textilních materiálů s konfekcí pro rámové a závěsné systémy, potisk textilních a deskových materiálů pro oblast interiérového designu a tisk POS materiálů pro in-store komunikaci.

STRATEGIE:

stále rozšiřujeme a modernizujeme naše technologické zázemí. To nám umožňuje zvolit vždy optimální tiskovou technologii, vhodnou pro realizaci Vašich zakázek.

Naše společnost je držitelem certifikace řízení kvality ISO 9001 a certifikace environmentální odpovědnosti ISO 14001. To nám pomáhá udržovat a zachovávat kvalitu a opakovatelnost procesů od zadání zakázky, přes procesy ve výrobě, včetně systémů kontroly a předání zakázky, aby se mohl náš zákazník na výsledek zakázky vždy spolehnout a aby odpovídal vždy přesně tomu, co si zákazník zadal.

Tiskneme pro POS, venkovní reklamu, výstavy a interiér



STI GROUP

STI Česko s.r.o.

Adresa společnosti: U Libeňského pivovaru 63/2, 18000 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 působí na trhu již od roku 1879, disponuje celkem 8 výrobními závody v různých evropských zemích. 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.



store media

Store Media, s.r.o.

Adresa společnosti: Záhorská 2, 811 04 Bratislava, SK

Kontaktní osoba: Henrich Sikela

Telefon: +421 903 614 800

E-mail: sikela@storemedia.eu

Webové stránky: www.storemedia.eu

Charakteristika společnosti:

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.

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 lidem
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, +420 724 340 753

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

Webové stránky: www.story-design.cz

Charakteristika společnosti:

STORY DESIGN, a.s. se řadí mezi přední evropské firmy ve svém oboru. Mezi naše hlavní činnosti patří design, výroba a instalace interiérů prodejních a komerčních prostor, design, vývoj a výroba prvků na podporu prodeje (světelné reklamy, prodejní stojany atd.). Zpracováváme návrhy a koncepce řešení prodejních míst, pomáháme zdůraznit značku klienta v místě prodeje a poskytujeme kompletní služby v realizaci komerčních interiérů (marketingová analýza, návrh a prezentace optimálního řešení, kompletní design manuál poboček či prodejen, výroba a prezentace vzorků, dovoz a instalace výrobků, skladování výrobků, záruční a pozáruční servis). V rámci dodávek interiérů nabízíme našim klientům možnost komplexního zaštitění dodávky, tedy kromě interiérových prvků samotných poskytujeme také tyto činnosti: zaměření objektu, vyřízení stavebního povolení, výběr subdodavatelů, koordinace a odpovědnost za subdodávky a stavební dozor. Díky mohutným investicím do moderních technologií na zpracování dřeva, kovu a plastů garantujeme vysokou kvalitu zpracování a flexibilitu dodávek. Certifikovaný systém jakosti nám spolu s celopodnikovým informačním a data management systémem a výkonným konstrukčním softwarem zaručují řízené a efektivní zpracování požadavků klienta. Klienti STORY DESIGN, a.s. také oceňují velmi silné zázemí firmy v oblasti vývoje a designu – bohaté zkušenosti designérů a konstruktérů, sledování nejnovějších trendů v oblasti designu, práce s novými materiály – to vše zaručuje originalitu navrhovaných interiérů i prvků na podporu prodeje. STORY DESIGN, a.s. otevřela pobočky v Rusku, Polsku a na Ukrajině a dále má obchodní zastoupení ve Francii, Německu a ve Velké Británii. Pracujeme s dlouhodobou vizí, rozvíjíme naše zaměstnance, věnujeme se dobročinným aktivitám.

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 • POŠTOVNÍ SPOŘITELNA • ERSTE • EQUA BANK • BANK PEKAO • UKRSOCBANK • **Pivovary:** PLZEŇSKÝ PRAZDROJ • BUDĚJOVICKÝ BUDVAR • BERNARD • HEINEKEN • LITOVEL • STAROBRNO • **Automotive:** ŠKODA AUTO • RENAULT • MAZDA • TATRA • **Další:** McDONALD'S • REEBOK • TCHIBO • MICROSOFT • L'ORÉAL • COTY • ČSA • ETA • O'NEILL

Další doplňující informace 220 zaměstnanců

Kontaktní osoby STORY DESIGN, a.s. mimo ČR

Rusko – Moskva • Jakub Tmej • e-mail: jakub.tmej@story-design.cz

Francie – Paříž • Salim Ben-Naoum • e-mail: sbennaoum@story-design.fr

Německo – Petr Malota • e-mail: petr.malota@story-design.cz

Ukrajina – Kyjev • Igor Zdorevskiy • e-mail: igor.zdorevskiy@story-design.cz

Velká Británie • Lukáš Brýdl • e-mail: lukas.brydl@story-design.cz

Polsko – Varšava • Ladislav Lána • e-mail: ladislav.lana@story-design.cz



Certifikáty ISO 9001 a ISO 14001



Story je náš příběh

STORY DESIGN

1995 - 2015



up brand activation, s. r. o.

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

Kontaktní osoba: Mojmír 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 génia 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

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně Fakulta multimediálních komunikací Ústav marketingových komunikací

Adresa společnosti: Štefánikova 2431, 760 01 Zlín

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

Telefon: +420 576 034 435

E-mail: ojuraskova@fmk.utb.cz

Webové stránky: 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.



přitahujeme pozornost **fmk.utb.cz**



WELLEN a.s.

Adresa společnosti: Třebohostická 3165/5a, 100 00 Praha 10

Kontaktní osoba: Petr Šimek

Telefon: +420281002750

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.



RETAIL
NENÍ
REKLAMA

RETAIL JE
MŮJ REVÍR

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

Charakteristika společnosti:

Společnost Willson & Brown, která byla založena v roce 1996, je největším středoevropským výrobcem a distributorem POS materiálů. Nabízí standardní i na míru šitá řešení podpory prodeje pro světové značky v celé Evropě.

Nabídka je založena na důkladném pochopení požadavků globálních značek na POS materiály. Společnost nabízí tzv. "one stop shop" servis, který zahrnuje kreativní design, inženýrství, výrobu prototypů, výrobu, montáž, logistiku a poprodejní servis.

Výrobní závod o rozloze 18 000 m² disponuje velkým množstvím vlastního výrobního zařízení. To společnosti umožňuje na jednom místě výrobu vstřikovaných plastů, výrobu nástrojů, vakuové tvářeni, tisk, zpracování plastů, dřeva, kovu a kartonu.

Spolu se zkušeným týmem 70 designérů, inženýrů, projektových manažerů a týmem zabývajícím se prototypy spolupracuje ruku v ruce tým technického vývoje tak, aby dodaly co nejvíce funkční a nákladově nejefektivnější řešení.

Takto špičkově vybavený výrobní závod v kombinaci s vysoce kvalifikovaným a zkušeným týmem designu a engineeringu pod jednou střechou ve Varšavě umožňuje společnosti poskytovat flexibilní, nákladově efektivní a unikátní služby klientům po celém světě.





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 ovládání 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

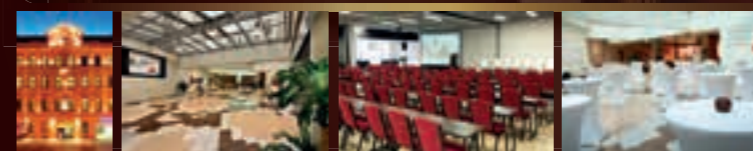
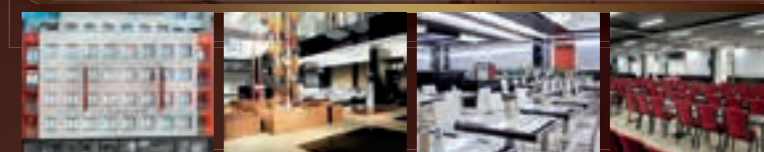


- City center location in Prague 1 district
- Walking distance to all historical sights
- Next to the Subway stations
Namesti Republiky and Florenc
- 14km from Prague International Airport
- Underground parking



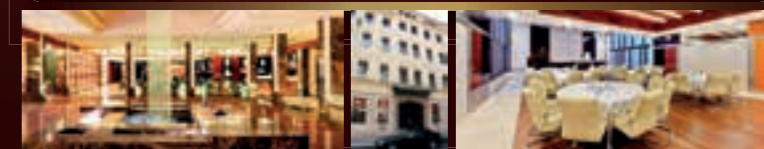
Na Poříčí 42, 110 00 Prague 1, CZ
Tel.: +420 226 295 111
reservation@hotel-grandior.cz
www.hotel-grandior.cz.

- 293 guest rooms total
254 Superior rooms
19 Deluxe rooms
20 Deluxe suites
- Conference center with 13 meeting rooms
515 participants, Theatre set up
300 participants, Classroom set up
- Free WiFi
- 2 hotel restaurants (420 seats) + Lobby bar



Na Florenci 29,
110 00 Prague 1, CZ
Tel.: +420 227 279 111
reservation@hotel-elephant.cz
www.hotel-elephant.cz

- 100 guest rooms total
80 Superior rooms
20 Deluxe rooms
- Conference center with 13 meeting rooms
515 participants, Theatre set up
300 participants, Classroom set up
- Free WiFi
- 2 hotel restaurants (420 seats) + Lobby bar



GRAND MAJESTIC PRAGUE

Truhlářská 16, 110 00 Prague 1, CZ
Tel.: +420 211 159 100
reservation@hotel-grandmajestic.cz
www.hotel-grandmajestic.cz

- 196 guest rooms total
190 Superior design rooms
6 Design Suites
- 7 meeting rooms
289 participants, Theatre set up
140 participants, Classroom set up
- Hotel restaurant (130 seats) + Lobby bar

HLAVNÍ VÝHODY ČLENSTVÍ V POPAI CE

Kontakty a komunikace

- Celoroční prezentace členských společností zdarma v prezentačních materiálech a brožurách POPAI, v rámci všech akcí POPAI CE i na partnerských akcích, na mezinárodní oborové akci POPAI DAY, na webu www.popai.cz v české i anglické verzi, v samostatné sekci „Novinky členů POPAI CE“, která je určena pro firemní aktuality členů atd.
- Networking - celoroční setkání členů asociace spojená s odborným programem (diskuze, workshopy, semináře, konference).

Poradenství a informace z oboru

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

Rozšíření odborných znalostí v oboru marketing at retail

- Účast zdarma na seminářích, workshopech, exkurzích, odborných setkáních a dalších akcích POPAI CE.
- Pravidelný monitoring odborných akcí (konferencí, seminářů, výstav) v ČR i v zahraničí a monitoring informací z odborných periodik z celého světa o trendech a novinkách z retailu a POP.
- Spolupráce se zástupci a studenty středních a vysokých škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci: soutěž POPAI STUDENT AWARD, zařazení předmětu in-store marketingové komunikace do výukového programu vysokých škol.

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 Paris AWARDS v Paříži.
- Zvýhodněná účast na odborných veletrzích v ČR.

Zlepšení Vaší strategie prostřednictvím průzkumu

Účast v průzkumových projektech POPAI CE a přednostní získání výsledků:

- průzkumů v oblasti měření efektivity POP, analýz spotřebitelského chování v in-store a vlivu na nákupní rozhodování,
- průzkumu, který analyzuje současný trh s dárkovými a propagačními předměty,
- průzkumů se zadavateli reklamy a zástupci maloobchodu o postojích k POP a o využitelnosti 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 společností.

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.
- Komunikace s odbornou veřejností prostřednictvím pravidelných newsletterů zasílaných na databázi kontaktů asociace v tuzemsku i v zahraničí.

Být součástí světové sítě POPAI

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

MAKE THE MOST OF POPAI CE MEMBERSHIP

Contacts and networking

- Year-round presentation of the POPAI CE companies free to members: presentation of the member companies within all seminars, workshops and the other POPAI CE events, company profiles within the Guide through the marketing at retail industry, 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 the POPAI AWARDS etc.
- Networking - year round member events with professional program (discussions, workshops, seminars, conferences).

Advice and Support

- POPAI expertise, know-how and cooperation for improving the POP efficiency
- Monitoring of industry information - surveys, textbooks, journals, professional publications in the field of marketing at retail.
- 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, conferences, professional meeting organized by POPAI CE, free to members.
- Regular monitoring of events focused on marketing at retail worldwide and monitoring of professional magazines from Czech republic and from abroad.
- POPAI STUDENT AWARD - 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.
- Preferential rates for entry to POPAI AWARDS and to POPAI Paris Awards.

Improve your Marketing Strategy through Research

- POP Effectiveness Measurement Studies.
- Analysis of consumer behavior and impact on purchasing decisions at the point of sale.
- Research with advertisers focused on the POP importance.
- Research with retailers focused on the use of POP tools at the retail chains.
- Analysis of the current market with gifts and promotional items

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

www.popai.cz

Daniela Krofiánová
dkrofianova@popai.cz
Tel: +420 775 989 853

Marcela Pazourková
mpazourkova@popai.cz
Tel: +420 608 257 701