

**PRŮVODCE OBOREM
MARKETING AT RETAIL
GUIDE THROUGH
THE MARKETING
AT RETAIL INDUSTRY
2016**



POPAI CENTRAL EUROPE je středoevropskou pobočkou světové asociace POPAI. Jsme nezisková organizace, jejímž posláním je podpora marketingu v místě prodeje.

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 oprostuje od lokální slepoty.
- Jednat fér a otevřeně sdílet poznatky a zkušenosti.

ČLENOVÉ VEDENÍ POPAI CE

Zdeněk Sobota,
Prezident POPAI CE

Daniel Jesenský
Viceprezident POPAI CE

Petr Šimek
Garant Klubu zadavatelů POPAI CE

Viera Černá
Garant sekce Reklamní předměty POPAI CE

Jan Slavík
Garant sekce Digitální komunikace POPAI CE

Andrea Vozníková
Členka rady POPAI CE

Martin Hasilík
Člen rady POPAI CE

Radomír Klofáč
Člen rady POPAI CE

Monika Hrubalová
Členka rady POPAI CE

POPAI CENTRAL EUROPE is the Central European branch of the world association POPAI. We are a nonprofit organization, our mission is to promote the marketing at retail industry.

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 POPAI CE

Zdeněk Sobota
President POPAI CE

Daniel Jesenský
Vicepresident POPAI CE

Petr Šimek
Guarantor of Advertisers' Club POPAI CE

Viera Černá
Guarantor of section for Promotional items POPAI CE

Jan Slavík
Guarantor of section for Digital communication POPAI CE

Andrea Vozníková
Board member POPAI CE

Martin Hasilík
Board member POPAI CE

Radomír Klofáč
Board member POPAI CE

Monika Hrubalová
Board member POPAI CE

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

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

Obsah

- 6 2015 & 2016:
Výzkum, remodelingy, digitalizace a nový vztah se zákazníkem
Research, Remodelling, Digitization and New Customer Relationship
- 8 Jak se nakupuje v Česku?
What is Shopping Like in the Czech Republic?
Shopper Engagement Study Czech Republic
- 11 Jaké novinky v oblasti podpory prodeje prostřednictvím AV technologií nás čekají
What Innovations to Expect in Sales Support via AV Technologies
- 12 Úspěšný a trendy reklamní předmět nebo dárek
Successful and Trendy Promotional Item or Gift
- 16 Retail Trends 2016
Retail Trends 2016
- 16 Zpátky ke kořenům retailu v (r)evoluční éře
Back to the Retail Roots in the (R)evolutionary Era
- 19 Kdo uspěl v prestižní soutěži POPAI AWARDS?
Who Was Successful at the Prestigious POPAI Awards Competition?
- 23 Nejlepší studentské návrhy projektů in-store
komunikace soutěže POPAI STUDENT AWARD
Best Student Designs of the In-store Communication Projects
within the POPAI STUDENT AWARD Competition
- 25 Významné projekty POPAI CE
Significant POPAI CE projects
- 26 Členové POPAI CENTRAL EUROPE
POPAI CENTRAL EUROPE members
- 27 Hlavní výhody členství v POPAI CE
Make the most of POPAI CE membership

Vážení přátelé, kolegové, marketéři,

jsme rádi, že Vám opět můžeme nabídnout nové vydání úspěšné publikace, „Průvodce oborem marketing at retail“, které přináší aktuální pohled na současné dění a významné trendy ve sféře in-store marketingové komunikace, informace o nových projektech středoevropské pobočky POPAI a také o předních společnostech, které v našem oboru působí.

POP AI CE vstoupila do dalšího, již šestnáctého roku svého působení na poli marketingové komunikace v místě prodeje s mnoha dobrými zprávami. Jsme potěšeni, že jsme mohli v POPAI přivítat 12 nových členů a v současnosti máme 80 členů, kteří patří k významným subjektům z různých oblastí našeho oboru. Stálý zájem o spolupráci s POPAI CE je důkazem toho, že je naše asociace oceňovanou a uznávanou platformou, která významně přispívá k podpoře místa prodeje, podpoře aktivit členů a dalších subjektů působících v našem oboru.

K posílení členské základy POPAI CE došlo mimo jiné díky vzájemné dohodě s oborovou asociací A3DR o sloučení do jedné asociace POPAI CE. V důsledku tohoto spojení POPAI CE rozšiřuje program také o nové projekty, které podporují oblast 3D reklamy jako důležitou část oboru marketingové komunikace a podpory prodeje.

Příznivý vývoj a optimistické vyhlídky naší ekonomiky mají pozitivní dopad na trh in-store komunikace, což potvrzuje poslední meziroční nárůst investic do reklamy v místě prodeje o 7 %, vysoká kvalita nových kreativních a technologicky vyspělých projektů v in-store a v neposlední řadě i úspěchy českých in-store realizací v mezinárodních oborových soutěžích.

Komplexní odborný program POPAI CE je v návaznosti na nové fenomény a potřeby na našem trhu aktualizován a rozšiřován o akce a projekty, které zdůrazňují nové koncepce a přístupy v in-store, jež se orientují na péči o zákazníka s cílem nabídnout mu lepší nákupní zážitky, posílit jeho spokojenost a loajalitu.

Potřeba pochopit chování zákazníků od přípravy na nákup až po nákupní rozhodnutí a realizaci nákupu na našem trhu vedla POPAI CE k realizaci průzkumového projektu Shopper Engagement Study Czech Republic, který byl uskutečněn ve spolupráci s výzkumnou agenturou Ipsos a světovou asociací POPAI Global. Jde o dosud nejrozsáhlejší průzkum nakupování českých zákazníků v prodejnách maloobchodních značek provozujících supermarkety a hypermarkety, který přináší celou řadu prakticky aplikovatelných výstupů a implementačních doporučení pro optimalizaci a zefektivnění in-store komunikačních strategií pro značkové výrobce, maloobchodníky, agentury a dodavatele in-store řešení.

POPAI CE se těší dobrému jménu a značnému zájmu odborné veřejnosti nejen u nás, i v rámci celosvětové sítě POPAI je uznávána jako vysoce profesionálně fungující pobočka a jedna z nejdynamičtěji se rozvíjejících poboček světové POPAI.

Za úspěšným dlouhodobým fungováním naší asociace stojí společná práce kolegů, partnerů, dobré vztahy i skvělá atmosféra na našich akcích. Proto chceme poděkovat všem, kteří svými aktivitami nebo jen svou přítomností přispívají k tomuto úspěchu a pomáhají zlepšovat obor komunikace v místě prodeje.

Rada POPAI CE

Dear friends, colleagues, marketers,

We are happy to be able to once again offer you a new issue of the successful publication “Guide to Marketing at Retail”, which brings the current view of the latest developments and major trends from the world of in-store communication, information about new projects of POPAI Central Europe as well as leading companies engaged in our line of business.

POPAI CE has entered the sixteenth year of its involvement in the sphere of marketing communication at a point of sale with a lot of good news. We are pleased that we could welcome 12 new POPAI members, now giving us a total of 80 members, ranking among major entities from various areas of our industry. The continuous interest in cooperating with POPAI CE demonstrates the fact that our association is a well-respected and recognized platform significantly contributing to point-of-sale marketing and promotion of activities of the members as well as others operating in our industry.

The POPAI CE membership has experienced a significant enlargement partially also due to a mutual agreement with the A3DR association (engaged in the similar field) about their merger into one organization – POPAI CE. As a result of this unification process POPAI CE has extended its programme with new projects that support 3D advertising as an essential part of the marketing communication and sales promotion sector.

The favourable development and an optimistic outlook for our economy have had a positive impact on the in-store communication market, evidenced by the latest 7% year-on-year increase in investments in promotion and advertising at point of sale, the high quality of new resourceful and technologically advanced in-store projects, and last but not least, the success of Czech in-store creations in international professional competitions.

In response to new phenomena and the needs generated by our market the all-embracing specialised programme of POPAI CE is subject to updating and expanding with events and projects that emphasize new concepts and in-store approaches, focusing on customer care aimed at offering customers better shopping experience as well as enhancing their satisfaction and loyalty.

Inspired by the need to understand customer behaviour, beginning with getting ready for shopping, through to making a shopping decision and the actual purchase, POPAI CE embarked on the implementation of the research project in our market titled Shopper Engagement Study Czech Republic, carried out in collaboration with the Ipsos research agency and the international POPAI Global association. This so far largest ever survey of Czech customer shopping habits in retail brand stores operating supermarkets and hypermarkets has brought a wide range of outputs that can quite simply be put into practice, along with implementation recommendations for optimization and streamlining of in-store communication strategies for brand manufacturers, retailers, agencies and in-store solution suppliers.

POPAI CE enjoys a good reputation and the considerable interest of the industry professionals not only in our country. In addition, within the global POPAI network it is acknowledged as highly professional and one of the most dynamically developing branches of the international POPAI.

The long-term successful existence of our association comes predominantly from the good team work of colleagues, partners, first-class relations as well as the great atmosphere at our events. Therefore, we wish to express our thanks to all of those who contribute to these achievements and help to improve the point-of-sale communication sector, whether by their activities or simply by their presence.

POP AI CE Board

2015 & 2016: Výzkum, remodelingy, digitalizace a nový vztah se zákazníkem

Rok 2015 přinesl po hubenějších letech výrazné navýšení investic nejen do in-store komunikace. Díky tomu konečně vidíme více strategických a kreativních realizací a remodelingů, v jejichž centru pozornosti je především snaha o lepší nákupní zážitek a prodejní kulturu. Vzhledem k optimistické kondici lokální ekonomiky má i náš obor pozitivní vyhlídky do dalších období.

Jsmo ve významném evolučním období českého retailu

Velká část maloobchodního trhu modernizuje svá prostředí i prodejní strategii. Proběhl repositioning a související remodelingy prodejen Lidl a Penny, remodelingy prodejen Albert po akvizici konkurenta SPAR a také úpravy některých prodejen Tesco. K modernizaci přístupu k zákazníkům dochází i v lékárenském prostředí, například u značek Benu nebo Dr. Max. Podobně ve sportovním segmentu v Hervisu, v drogeriích Teta a DM Drogerie, v elektronice své prodejny mění Datart. Cílem je vždy vylepšit zákaznickým pocit z nákupu, posílit vztah a jejich věrnost především s pomocí někdy více, někdy méně komplexní atmosférické prostředí.

S věrností souvisí i stabilizace věrnostních programů a vysoká míra využívání zákaznických karet, které například v supermarketech vlastní 66 %, v hypermarketech 59 % zákazníků a jsou jimi využívány vždy nebo často v 95 %. To postupně vytváří skvělý základ pro silící fenomén personalizované komunikace.

Během této pozitivní evoluční vlny se daří také in-store komunikaci, o čem například svědčí nejen poslední meziroční nárůst investic do produkce o 7 %, ale i to, že poprvé uspěly české exponáty na globálních POPAI Awards v Las Vegas, nebo že cenu Effie za nejefektivnější projekty v marketingové komunikaci poprvé získala i POP realizace.

Dnešní zákazník je informovaný a náročný

Do situace na trhu nadále výrazně zasahuje online prostředí, rozvoj e-shopů a zásilkových služeb. Kamenné

Daniel Jesenský
Vice prezident POPAI CE



prodejny se evidentně pod tlakem on-line probouzejí ve snaze odolat odlivu odbytu. Nehrozí už jen přechod k jiné značce přes ulici, ale silným konkurentem je on-line nákup odkudkoli. Více než kdy dříve musí být nákupní zážitky příjemné a investice času zákazníků do návštěvy prodejen neustále obhajované. S tím souvisí důraz na poctivost, obliba domáckosti a význam osobního přístupu.

Trh se definitivně pohnul vpřed s vědomím, že mocný zákazník se v novém kontextu mění a kdo bude stát, může skončit v zapomnění. Jeho opravdová spokojenost je proto na prvním místě. Není snadné ji získat, protože dnešní zákazník je i díky internetu informovaný a nezávislý a chce jak dobrou cenu, tak i kvalitu a hodnotu. Už zákazník nelze manipulovat, ale je třeba více se přizpůsobovat jejich potřebám, touhám a preferencím a to nejen na segmentové, ale postupně na individuální bázi. Cokoli zkomunikovat je dnes jednoduché, ale vyniknout a uspět je v přesaturované současnosti, kde nabídka výrazně převyšuje poptávku, čím dál obtížnější.

Do situace totiž začaly silně vstupovat mladší ročníky náročné generace Y, takzvaných „milleniánů“ nebo „iGen“, narozených v letech 1980–2000, kteří postupně drží v rukou nejvíce peněženek. Touží po jednoduchosti, transparentnosti a spolehlivosti. Mají rádi fair značky, přátelské a společensky odpovědné. Nepodléhají už tolik nákupním a spotřebním zvykům s kořeny v před a těsně po revoluční době. Jsou rozenými kritiky manipulace. A také mají respekt k vlastnímu času. Nechtějí už bloudit mezi regály. Raději se spokojí s menším výběrem výměnou za rychlou orientaci v dobře namixované nabídce produktů, ze kterých nehrozí zklamání.

Personalizace: Big Brother nebo spokojenost z relevance?

Zákazníci ocení personalizované služby, které jim pomohou se rozhodnout, ušetřit čas a nakupování si více užít. Navíc v enormní záplavě marketingových informací skutečně potřebujeme získat ty pro nás relevantní. Stále silícím trendem je proto personalizace a prediktivní mo-

deling na základě kombinací personálních, behaviorálních a transakčních dat v reálném čase, které dávají díky penetraci smartphonů a tabletů nové možnosti v tvorbě 5p mixu a komunikace se zákazníkem. Například mobilní operátoři dnes dokáží sledovat, kde se nachází náš mobil, kde brouzdáme na internetu, na co se díváme v TV, co sdílíme na sociálních sítích atp. a s pomocí pokročilých algoritmů předvídat naše chování a potřeby. Třeba pak lidem často se pohybujícím na horách a sledujícím zimní sporty doručí v blízkosti sportovního obchodu na míru vytvořenou akční nabídku na specifické lyžařské vybavení.

Na cestě za relevancí a individualizací do hry zároveň intenzivně vstupují technologie rozpoznávání obličejů nebo objektů. Zatím se využívají především v marketingovém výzkumu a gamingu, ale brzy budou běžné i v komunikaci nejen v místě prodeje.

Digitálně, online, chytře

Co se ještě neprodává ve velkém na internetu, to brzy bude. Rozvíjí se mimo jiné koncepty BOPIS („buy online, pick up in store“) a BORIS („buy online, return in store“). Mnoho věcí si můžeme vybrat online a přijít si prohlédnout do showroomu, kde se teprve rozhodneme, zda koupíme a zaplatíme. Cestujeme zkrátka z online prostředí do offline a zpět a omnichannel začíná být přirozenou samozřejmostí.

Kromě toho dochází k postupné „onlineizaci“ a „smartizaci“ běžných věcí, jako jsou chytré vozíky a regály, POP média nebo ramínka. Trendem jsou „phygital objects“, tedy fyzické objekty sloužící jako portál do on-line prostředí. A tak i do in-store marketingu postupně postupuje jeden z nejsilnějších konceptů budoucnosti - Internet věcí (IoT).

Práce s Big daty v rámci více a více „matematického“ marketingu za pomoci inteligentních informačních systémů přestává být jen tématem odborných diskuzí. Zároveň vše, co se tvoří, čím dál častěji čelí důrazu na efektivitu a přímou ROI.

Shopper-centrismus je samozřejmostí

Zatímco ještě před několika lety shoppermarketing a zkoumání procesu nakupování hledaly své místo na slunci, dnes jsou nepostradatelným standardem napříč trhem. Využíváme v nich pokročilých výzkumných metod včetně aplikované biometrie a většina aktivit na prodejních plochách se více či méně tvoří na základě obecných i specifických znalostí nákupního chování. Nositeli znalostí nejsou již jen maloobchodníci a značkoví výrobci, ale i dodavatelé in-store projektů. I naše asociace na tomto poli přispěla největším výzkumem nakupování v ČR „Shopper Engagement Study CZ“, který byl ve spolupráci s POPAI Global a výzkumné agentury Ipsos v prosinci 2015 zdárně dokončen. Z výsledků vyplynula velmi zajímavá data

s enormním praktickým potenciálem. Pozitivní zprávou je například zjištění, že hlavním spouštěčem impulzních nákupů není sleva, nebo že 87 % dnešních nákupních rozhodnutí probíhá až v místě prodeje. To svědčí o velmi impulzivním chování českého zákazníka, velké schopnosti prodejních prostředí jeho nakupování ovlivňovat a plynoucím významu in-store aktivit.

Věříme, že bohaté výstupy této syndikované studie nám všem budou dlouhodobě pomáhat k účinnějším POP realizacím a především přispívat ke zlepšování našich míst prodeje. Přeji nám všem k tomu dostatek rozumu, odvahy, vytrvalosti a dobrých nápadů, abychom v neopakovatelném evolučním věku odvedli takovou práci, jejíž výsledky nás zase na dlouho budou při nakupování naplňovat radostí.

2015 & 2016: Research, Remodelling, Digitization and New Customer Relationship

After several lean years, 2015 brought a significant increase regarding investment not only in in-store communication. Thanks to this we can finally see more strategic and creative work along with remodelling, focusing mainly on facilitating a better shopping experience and sales culture. Given the positive condition of the local economy, our sector can enjoy an optimistic outlook for future periods. A large part of the retail market is modernizing their environments as well as sales strategy. More than ever before the shopping experience must be pleasant and genuine customer satisfaction is at the forefront. Unfortunately, it is not easy to gain this satisfaction, because today's customer is well-informed and independent largely due to the internet and therefore expects not only a good price but also quality and value. Customers will appreciate personalized services aimed at helping them decide, save time as well as make shopping a pleasurable event. What is not sold through the internet on a large scale at the moment soon will be. The present days are also witnessing the development of the concepts such as BOPIS ("buy online, pick up in store") and BORIS ("buy online, return in store"). It is possible to choose various items online and then pop into a showroom to view them in reality, and only then decide whether to buy them. To put it simply, we are travelling from an online to offline environment and back and the omni-channel is starting to become a natural part of life.

JAK SE NAKUPUJE V ČESKU?

SHOPPER ENGAGEMENT STUDY CZECH REPUBLIC

POP AI CE a výzkumná agentura Ipsos zveřejňují vybrané výstupy unikátního 360° výzkumu nakupování v českých hypermarketech a supermarketech.



institut a Katedra informačních technologií VŠE Praha.

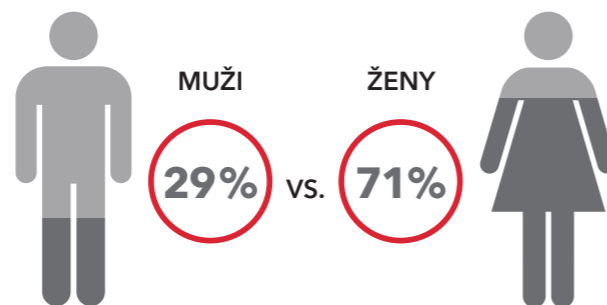
Jako základní metodologie byly využity rozhovory v prodejních bezprostředně před a po nákupu, stejně jako display audit a analýza výsledného nákupního košíku. Díky již realizovaným průzkumům v USA a v Maďarsku tento průzkum nabízí i některá srovnání napříč trhy.

Celkový vzorek tvořilo 3 255 nakupujících. V rámci průzkumu bylo analyzováno 34 112 produktů a více jak 1 300 POP médií. Průzkum proběhl v rámci celé České republiky ve dvanácti prodejních supermarketových a hypermarketových maloobchodních řetězců TESCO, Albert, Globus a Billa.

Na následujících řádcích Vám přinášíme některé vybrané obecné výstupy na agregované úrovni jako základní přehled údajů o lokálním nakupování.

Kdo jsou současní nakupující zákazníci?

Z průzkumu vyplynulo, že mezi hlavními nakupujícími pro domácnost převažovaly ženy (71 %) oproti mužům (29 %).



Z celkového vzorku nakupujících bylo 32 % ve věkové skupině 18 až 34 let, 39 % ve věku 35 - 54 let a 29 % 55 let a více. Z hlediska rodinného stavu byla nejvíce zastoupena kategorie vdaných/ženatých nakupujících (52 %). Pokud jde o počet členů v domácnosti, nejvíce zastoupena byla dvoučlenná domácnost (37 %). V profilu dosaženého vzdělání mělo 54 % respondentů střední vzdělání s maturitou a 21 % vysokoškolské vzdělání. U 50 % respondentů činil čistý měsíční příjem domácnosti 20 000 - 40 000 Kč.

V obou maloobchodních formátech převažovali nakupující bez doprovodu s vyšším podílem spotřebitelů, kteří nakupovali sami v supermarketech (78 %) než v hyper-

marketech (60 %). Dle průzkumu v hypermarketech mnohem častěji nakupují páry a skupiny (26 %) ve srovnání se supermarketem (13 %), což je dáno odlišným charakterem nakupování v super a hypermarketech.

Jaké jsou nákupní zvyklosti českých spotřebitelů?

Průzkum zjistil, že 31 % nakupujících využilo při nákupu předem připravený nákupní seznam v písemné podobě a dalších 31 % se při nákupu opíralo o seznam zboží ve své paměti. Větší nákupy realizované v hypermarketech, které představují větší útratu a nižší frekvenci nakupování, vytvářejí větší potřebu nákupního seznamu. 36 % dotázaných si nepřipravilo žádný nákupní seznam. Pokud jde o nákupní seznamy v digitální formě, v současnosti se používají v českých supermarketech a hypermarketech velmi zřídka (2 %).

Letáky mají výrazný vliv při plánování koupě konkrétního zboží a také ve fázi před nákupem dominují oproti jiným mediátypům. Vždy nebo většinou leták využívá 34 % nakupujících. Větší objem nákupních košíků v hypermarketech vyvolává větší zájem o čtení letáků z důvodu vyhledávání zboží v promocích při plánování nákupu.

Aktivní využití mobilních telefonů při nakupování má postupně větší význam. Výrazněji se však tento obecný trend zatím v hypermarketech a supermarketech neprojevuje. Přes výraznou a kontinuálně narůstající penetraci chytrých telefonů u nás je k účelům týkajících se nakupování využívá v hypermarketech 6 % nakupujících a v supermarketech jen 3 %. V maďarských hypermarketech je to však již 16 %, v USA 15 %. Existuje tedy velký potenciál pro lokální maloobchodníky i marketéry zaměřit se na

oblast in-store digital a nabídnout zákazníkům smysluplné důvody, proč by měli s nimi na prodejních plochách vstoupit přes mobilní telefony v aktivnější digitální kontakt.

63 % nakupujících mělo věrnostní kartu prodejny, ve které probíhal jejich nákup. Pokud jde o frekvenci používání věrnostních karet, bylo zjištěno, že celkem 69 % respondentů používá věrnostní kartu vždy, když nakupují. To potvrzuje nárůst hodnoty a významu věrnostních programů v masovém maloobchodu.

Z průzkumu vyplynulo, že průměrná délka nákupu je 25,7 minut. Průměrný nákup trvá pochopitelně mnohem déle v hypermarketu (28 min) než v supermarketu (14,5 min). Nejvíce času při nákupu stráví žena, kterou doprovází partner nebo přátelé (34 min). Nejrychleji nakoupí muž nakupující sám (21,6 min).

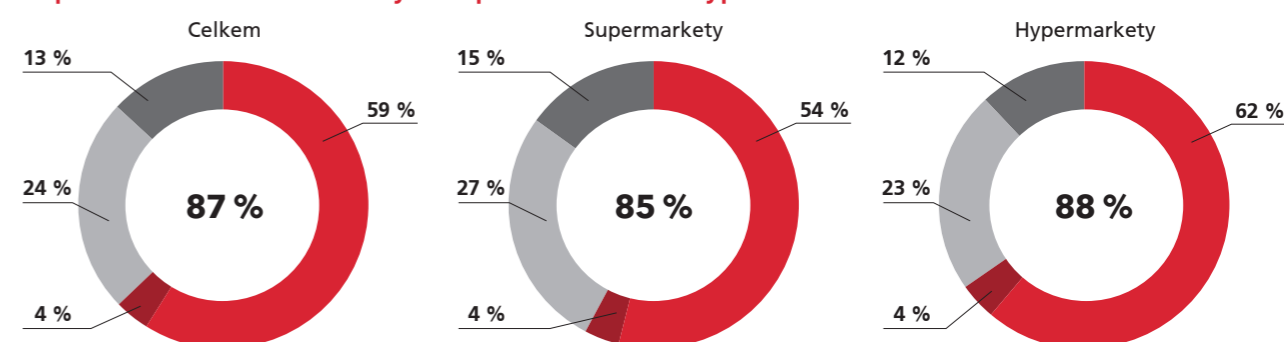
Míra nákupního rozhodnutí v místě prodeje

Výsledky průzkumu potvrzují v České republice vysokou míru nákupního rozhodnutí v místě prodeje, a to celkem 87 %. Možnost ovlivňovat české zákazníky přímo v prodejních místech je tedy velmi vysoká. Pro tuto míru je ve výzkumu využit ukazatel In-store Decision rate a je součtem položek v košíku, které byly plánovány jen obecně na úrovni produktové kategorie, těch vůbec neplánovaných a přesto zakoupených a zároveň těch naplánovaných na úrovni značky, ale nahrazených v košíku jinou značkou nebo produktem. Jednotlivé hodnoty těchto impulzních kategorií nákupních rozhodnutí jsou uvedeny v obrázku níže.

Přestože zákazníci hypermarketů více plánují před nákupem, ve skutečnosti nakupují produkty impulzivněji než zákazníci supermarketů. Vyšší míra rozhodování

Míra impulzního nákupního rozhodování v místě prodeje

Impulzní rozhodování v českých supermarketech a hypermarketech



Plně neplánovaný nákup

Nákupy, které nebyly uvedeny v přednákupním rozhovorech a byly provedeny impulzivně.

Náhrada značky či produktu oproti plánu

Spotřebitel v přednákupním rozhovoru plánoval nákup výrobku konkrétní značky, ale ve skutečnosti koupil jiný výrobek nebo značku.

Plánovaný a uskutečněný nákup druhů zboží obecně

Spotřebitel v přednákupním rozhovoru plánoval nákup určitého druhu zboží, aniž by uvedl konkrétní značku.

Plánovaný a uskutečněný nákup konkrétní značky výrobku

Spotřebitel v přednákupním rozhovoru plánoval nákup konkrétní produktové kategorie a značky.

v prodejním kanálu hypermarketů je podpořena faktem, že zákazníci mají tendenci zde uskutečňovat větší nákupy, takže jsou při nákupu více otevření hedonizmu než zákazníci v supermarketech. Po vstupu do prodejny jsou proto více ovlivněni rozmanitou nabídkou a výrobky v akcích, které by se mohly „hodit“.

Nejvíce respondentů (39 %) uvedlo, že hlavním důvodem, proč zboží impulzně zakoupili, bylo připomenutí potřeby výrobku, kterou si v prodejně uvědomili. Promoční akce, vizibilita produktu v regále nebo na displeji, stejně jako jasný a atraktivní obal a promoční akce patří k dalším klíčovými impulzům, které ovlivňují spotřebitele, aby daný produkt vložil do nákupního košíku.

Znalost míry výskytu typů impulzního nákupu na úrovni produktových kategorií a zároveň vlivů na jejich aktivaci je jedním z klíčových vstupů pro tvorbu obsahu komunikace a volbu jejího umístění v rámci prodejních ploch.

Průzkum rovněž specifikoval % plánovaných značek / kategorií zboží, jejichž nákup nebyl uskutečněn. Výsledky ukázaly, že v supermarketu nebylo uskutečněno 14 % plánovaných nákupů značky či kategorie, v hypermarketu to bylo 16 %. Muži oproti ženám častěji neuskuteční plánovaný nákup.

Odkud zákazníci nakoupili?

Hypermarkety díky větším prodejním prostorům nabízejí více příležitostí pro sekundární umístění. Výzkumem bylo zjištěno, že 35 % výrobků v hypermarketech bylo nakoupeno ze sekundárního vystavení, zatímco v supermarketech bylo ze sekundárního vystavení zakoupeno 19 % výrobků. Dle výsledků využívají sekundární vystavení při nákupu více muži (30 % nakoupených výrobků), kteří mu dávají častěji přednost před časově náročnější nabídkou v produktových sekcích a také starší lidé 55+ (31 %).

V obou prodejních kanálech zákazníci nakoupili výrobky převážně z domácího regálu patřícího produktové kategorii. V supermarketech se nákup z domácího regálu uskutečnil u 81 % zakoupených výrobků, v hypermarketech u 65 % výrobků.

Display lift index - vliv POP médií na prodej

V rámci průzkumu bylo zjišťováno, jak využití POP médií pro prezentaci výrobků ovlivnilo navýšení prodeje prezentovaného zboží. To je prezentováno formou Display Lift Indexu, který ukazuje, do jaké míry ve sledovaných produktových kategoriích došlo k navýšení prodeje podporovaných značek díky podpoře POP komunikací.

Dle zjištění průzkumu navyšují POP média v supermarketech prodej podporovaného sortimentu v průměru o 30 %, v hypermarketech dokonce o 60 %. Pokud jde o prodej jednotlivých kategorií výrobků, v supermarketech POP média navýšila nejvíce prodej slaných snacků, sušenek a oplatek, dále také prodej kategorie čisticích prostředků a kategorie koření. V hypermarketech došlo díky POP materiálům k nejvýraznějšímu navýšení prodeje čokolád, kategorie jogurtů, deodorantů a kategorie piva.

Detailní výsledky průzkumu jsou skvělou příležitostí pro všechny společnosti, které chtějí lépe porozumět modernímu trhu, hlouběji poznat českého zákazníka a vlivy na jeho nákupní rozhodování v různých produktových kategoriích v rámci specifických sledovaných maloobchodních formátů.

Pokud Vás zajímají další informace týkající se detailních výsledků průzkumu, bude nám potěšením Vám poskytnout podrobnosti o typech výstupů a podmínkách získání jak těchto agregovaných, tak především výsledků na úrovni jednotlivých produktových kategorií, které nabízejí významný praktický a implementační potenciál.

Daniel Jesenský,
Viceprezident POPAI CE

Daniela Krofiánová,
General manager, POPAI CE

WHAT IS SHOPPING LIKE IN THE CZECH REPUBLIC? SHOPPER ENGAGEMENT STUDY CZECH REPUBLIC

POP AI CE and the Ipsos research agency published selected outputs of a unique 360° shopping research in Czech hypermarkets and supermarkets. The exceptional survey project "Shopper Engagement Study Czech Republic" offers a comprehensive view of Czech customer shopping habits in retail brand stores operating supermarkets and hypermarkets within our territory. The project is an adaptation of the successful global POPAI research and was conducted with the active support of the POPAI Global association. The total sample consisted of 3,255 shoppers. The research analysed 34,112 products and more than 1,300 POP media and took place throughout the Czech Republic in twelve stores of supermarket and hypermarket retail chains, namely Tesco, Albert, Globus and Billa.

The results revealed very interesting data with enormous practical potential. The good news is, for example, the finding that 87% of today's purchase decisions take place at the point of sale, which indicates very impulsive behaviour of Czech customers as well as the great ability of retail environments to influence their shopping habits by employing in-store activities.



Jaké novinky v oblasti podpory prodeje prostřednictvím AV technologií nás čekají



Petr Adamík
Business Development Manager
Ki-Wi Digital s.r.o.

Amsterdamský veletrh Integrated Systems Europe (ISE) je vitrínou technologií, které slouží ke zlepšení zážitku koncového uživatele. Pro retail marketing je zajímavý minimálně ze dvou důvodů. Za prvé, jsou zde prezentovány nové audiovizuální technologie, které se nejprve dostanou ke spotřebitelům a pokud budou úspěšné, tak i do maloobchodních řetězců. Za druhé, návštěvníci si udělají představu o tom, jaké audiovizuální technologie získávají v retailu větší prostor.

Na veletrhu ISE se prezentovala celá plejáda firem řadou zajímavých a mnohdy i užitečných novinek. Zaměříme se na ty technologie, které nás zaujaly nejvíce a které by se brzy mohly objevit i v retailu.

V první řadě to jsou dotykové senzory za výlohou: návštěvník se dotkne výlohy a senzory předají signál počítači umístěnému až 15 cm od ní. Díky tomu si návštěvník snadno může prohlédnout celý katalog výrobků nebo provést celý nákup, aniž by musel vstoupit do obchodu. Přitom se senzory snadno instalují, jsou citlivé na dotyk a neměly by stát o mnoho více než dotykové fólie.

Další zajímavou novinkou jsou úzké transparentní OLED displeje, které slouží k efektní prezentaci do výlohy obchodu. Můžete na nich promítat libovolný digitální obsah a zároveň máte jistotu, že na rozdíl od fólií se zpětnou projekcí necloní výhled do prodejny.

Potěšilo nás, že se na veletrhu objevili i výrobci 10" a 15" počítačů Windows „All-in-one“, u nichž je veškerý hardware zabudovaný do monitoru, takže zabírají málo místa. Na trhu zatím nemají velkou konkurenci.

Velkou radost nám udělaly novinky v oblasti stabilních robustních technologií schopných rozpoznat věk a pohlaví nakupujících. Díky nim budete schopni přesněji analyzovat, kdo navštěvuje váš obchod, a přizpůsobit tomu nabídku. Ještě donedávna byla tato technologie jako paní Colombová: všichni o ní mluvili, ale nikdo ji neviděl (funkční). Pravdou je, že jsme se o její vývoj kdysi pokoušeli i my v Ki-Wi Digital, ale nakonec jsme se ho rozhodli přenechat povolanějším.

Nevíme, zda to je pouze módní výstřelek nebo trend, nicméně každý druhý výrobce displejů začíná vyrábět LCD monitory s vestavěným čipem. Takto implementovaný systém ovládá základní funkce: přehrávání obrázků, videí a surfování na internetu. Vyhovovat může pouze nenáročným klientům, kteří chtějí ušetřit za externí PC a nepotře-

bují na displejích zobrazovat PowerPoint či PDF prezentace a TV vysílání.

Na letošním ISE zabralo odvětví digital signage (systém digitálních zobrazovacích zařízení ve veřejně přístupných prostorách) celý pavilon a odvětví audiovizuálních technologií dokonce dva. Z veletrhu jsme nabyli dojmu, že LCD či OLED displeje, dotykové monitory a tablety, videostěny, transparentní displeje, digital signage software, systémy pro rozpoznávání pohlaví a věku a další podobné technologie se v retailu zabydlují dobře, často a úspěšně. Veškerý hardware je rok od roku tenčí a výkonnější.

Poslední veletrh ISE navštívilo přes 68 tisíc lidí. Už se těšíme se na příští ročník. A pokud bude větší než letošní, místo jednodenního maratonu absolvujeme dvoudenní.

What Innovations to Expect in Sales Support via AV Technologies

The Amsterdam trade fair – Integrated Systems Europe (ISE) is a showcase for technologies aimed at improving the end user's experience. In terms of retail marketing it is interesting for at least two reasons. Firstly, the fair presents new audio-visual technologies, which are yet to find their way to consumers and if proven successful, will march on to retail chains. Secondly, visitors will be able to get an idea of which audio-visual technologies are gaining greater importance in retail. The ISE fair saw presentations of a whole range of companies introducing various interesting and often very useful innovations. First and foremost, was the touch sensors inserted behind a shop window: a visitor will touch the shop window and the sensors will transmit a signal to a computer placed 15 cm away from it. Another interesting innovation, slim transparent OLED displays are used to create an efficient presentation in a shop window. We were highly delighted with the innovations in the field of stable robust technologies capable of identifying the age and sex of shoppers. Thanks to these, you will be able to analyse with greater accuracy who comes into your store and thus adapt your range of products and services accordingly.

Úspěšný a trendy reklamní předmět nebo dárek

Každá firma se svou nabídkou služeb a zboží snaží odlišit od konkurence. S tím úzce souvisí také tvorba marketingové podpory, jejíž neoddělitelnou součástí je i 3D reklama. Ta v současné době zabírá stále významnější pozici v marketingovém mixu. Těžkou otázkou může být, jak najít a vybrat ten správný reklamní předmět, který bude fungovat, jak si představujeme.

Originalita

Originální dárek, který nikdo nemá, se hledá opravdu těžko a je mnohdy spojen s vysokými náklady a velkým množstvím. Nemusíte hledat za každou cenu nový předmět, zaměřte se na barvy dávků, grafiku potisku nebo materiál. Zapojte do dárku svoji kreativitu. Vtipnost je také originalita, na to nezapomínejte. Až 96 % lidí tvrdí, že reklamní předměty zlepšují povědomí o firmě, která jim je darovala. Pokud bude tento předmět navíc originální, je úspěch 100%.

Přidaná hodnota a dlouhodobé využití

Abychom obdarovaného potěšili, je dobré vědět, co ho baví nebo zajímá a také tomu výběr přizpůsobit. Zamys-

Viera Černá
garant sekce
Reklamní předměty POPAI CE



lete se nad tím, co by obdarovaného potěšilo, co si ponechá a bude to každý den používat, nebo co mu příjemný volný čas. Z průzkumů vyplývá, že více než 70 % lidí si reklamní předmět ponechá a 54 % jej má v práci. USB disk si 91 % obdarovaných ponechá, protože je užitečný. Tím se zvyšuje účinnost předmětů, protože je obdarovaní mají každý den na očích a používají jej. Dlouhodobá využitelnost jde ruku v ruce s kvalitním zpracováním reklamních předmětů a vhodným potiskem.

Společenská odpovědnost

Stále více firem se ubírá cestou ochrany životního prostředí a společenské odpovědnosti. Ochrana životního prostředí nebo podpora neziskových organizací se dá propojit i s reklamními předměty. V sortimentu najdete například ekologicky šetrné bloky, tužky nebo tašky. Je možné využít i předměty od neziskových organizací nebo jít cestou upcycling předmětů, které přeměňují nepotřebné předměty v nové materiály či produkty. Ekologicky šetrné nebo ručně vyráběné předměty na míru pomohou i potěší.

Skoro 80 % lidí si ponechá reklamní předmět, který získali. Pokud předmět obsahuje alespoň některé z uvedených vlastností, nemůžete s jeho výběrem šlápnout vedle.

Successful and Trendy Promotional Item or Gift

Each company aims to distinguish itself from its competitors through the offered range of products and services. This endeavour is closely linked to marketing support development and its integral part – the 3D advertising which currently holds an increasingly important position in the marketing mix. A difficult matter to solve could be the question of how to find and choose the right promotional souvenirs that will work in the way we envisage. First of all, such an item should definitely have some endearing qualities, such as originality, humour, added value and long-term usability. Besides, an ever more significant issue is social responsibility, when made-to-measure eco-friendly or handmade items can provide help as well as pleasure.

Retail Trends 2016

Petr Šimek
garant sekce
Klub zadavatelů POPAI CE

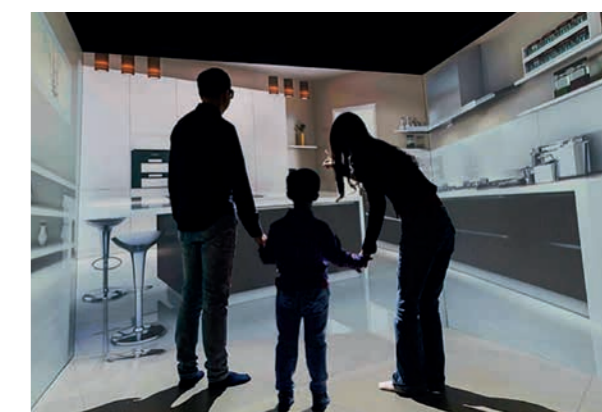


Big Box Retail vs. Amazon

Od roku 2008 se RETAIL změnil k nepoznání. Přispěla k tomu jak právě krize, která donutila zákazníky o věcech více přemýšlet a nekupovat vše co jim obchodníci nabízejí, ale také internet, který zásadně změnil jejich uvažování. Už nemusíme vyjždět za města do obchodních zón jednou za měsíc a nakupovat do zásoby, protože to samé jsme schopni udělat z pohodlí našeho domu, po internetu. Služby jako Tesco nebo Rohlík nám vše jednoduše dovezou. Garance kvality, kdy můžeme nevyhovující zboží okamžitě vrátit bortí jednu z důležitých bariér při nakupování na online. Na tu nejdůležitější, zadávání osobních údajů a informací o platebních kartách, jsme si již zvykli a pouze čas ukáže, kdy budeme veškeré operace provádět přes mobilní telefon.

Obchodníci musí vytvářet pro nakupující takové prostředí, které jim umožňuje bezproblémově, rychle a kvalitně nakoupit. A to hlavně z pohledu kamenných obchodů a zvyšování jejich kvality. Podívejme se například na Lidl, nový koncept Aholdu nebo rozšiřování sekcí potravin u Marks & Spencer. Příjemně vyladěné místo prodeje pomáhá prodávat, protože šťastní zákazníci prostě nakupují více. Prodejny, které vzbuzují klidný, pořádaný a přátelský dojem, mají lepší prodejní výsledky. Design nejenže vyjadřuje značku a určuje podobu prodejny, ale slouží také pro nastavení jednotné komunikační linky a orientace na místě. Jediným luxusem dnešní doby je čas, kterým nechce nikdo zbytečně plýtvat. Proto je příjemná a přehledná prodejna skvělou investicí pro vytvoření vztahu se zákazníky. A stejně je tomu i u internetových obchodů. Produkty jako Zásilkovna, již zmiňovaný Rohlík nebo Zoot.

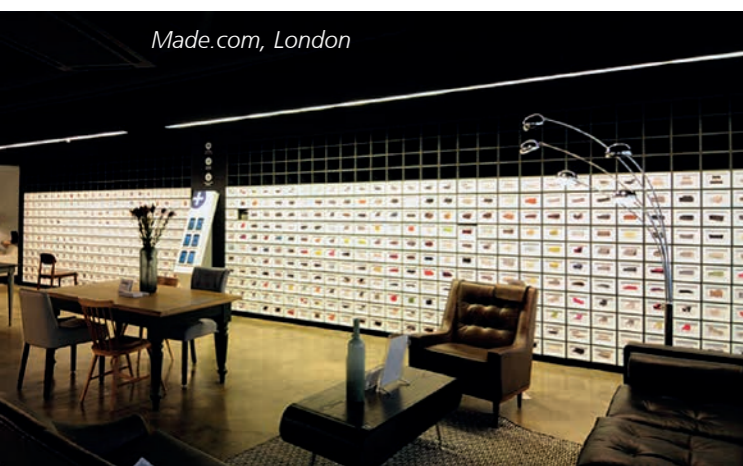
Nákup na internetu s možností expresního doručení nebo vyzkoušení si zboží na lokální pobočce jsou jasným východiskem, kam se RETAIL posouvá. Ona digitální éra, která se snažila dostat vše do pixelů, na digitální zrcadla nebo do aplikací telefonů. ztrácí na síle. Zákazník si přeci jenom chce věci „osahat“, vyzkoušet a být mnoho z nich má na Facebooku více přátel, než kdy mohlo v životě potkat, interakce s prodejcem, využívání všech pěti smyslů, retail experience, tedy zážitek, který si může zákazník odnést, vytváří pouto, které definuje co si koupí a co ne. Lidé potřebují používat lidské smysly a mluvit s jinými lidmi. Už nevidíme na každé benzinové pumpě digitální obrazovku, design prodejen se posouvá do příjemnějších a lidských tónů, internetové obchody otevírají kamenné pobočky, a to včetně Amazonu. Jsme lidé, ne stroje. Digitální nástroje ano, ale jen pokud mají v kontextu retailu smysl.



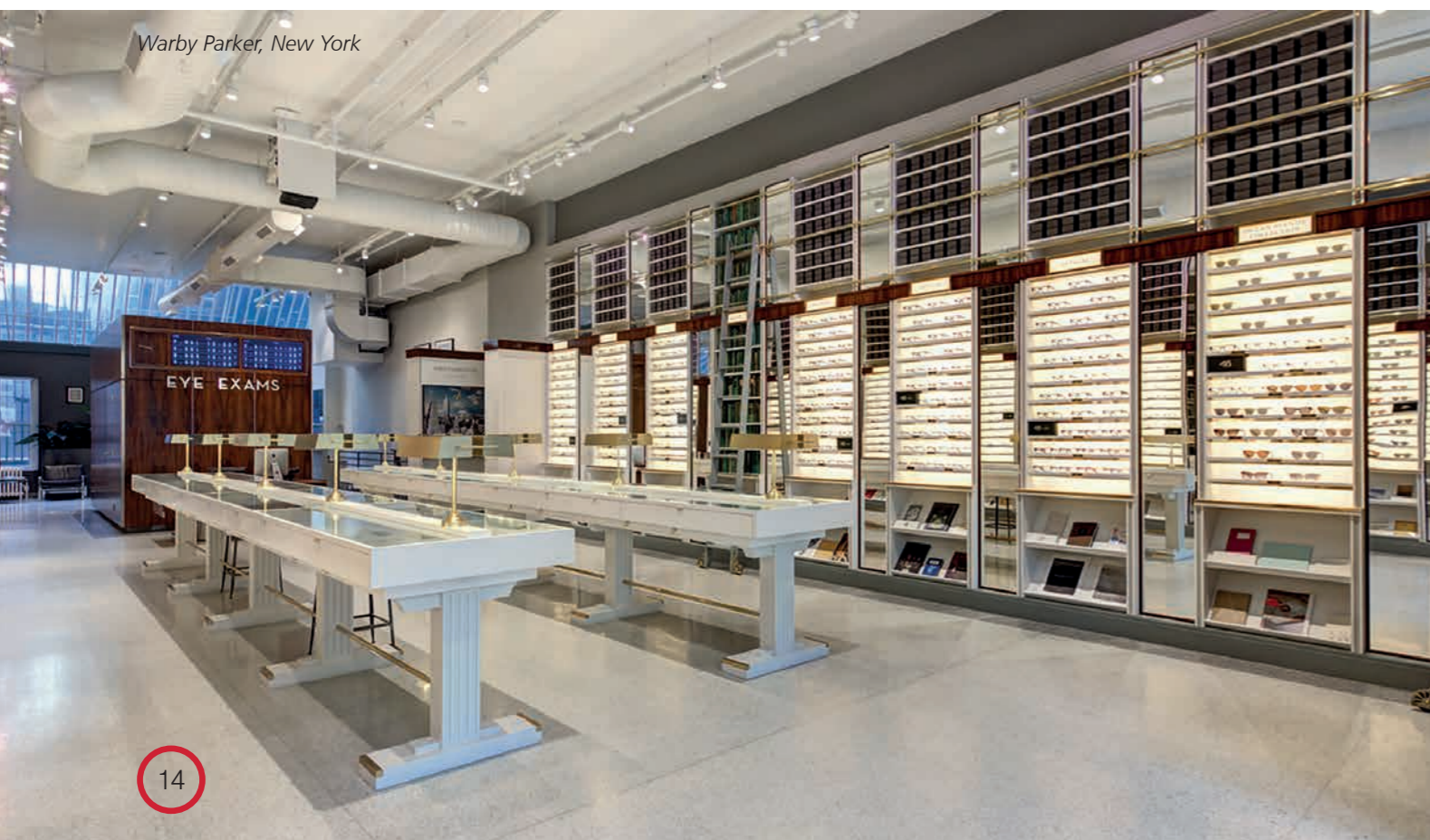
Vivid, China



McDonald's, London



Made.com, London



Warby Parker, New York

Mají pomoci zákazníkům zjednodušit rozhodování, přinést informace nebo - jsou-li zároveň produkty - zprostředkovat osobní zkušenost. Nadužívání digitálních touchpointů může mít zcela obrácený účinek.

Existuje teorie PHD, která definuje retail jako kombinaci fyzického světa, digitálního světa a světa lidí. Pouze jejich ideální kombinace dokáže zákazníky správně uspokojit. Retailový proces v tomto ohledu nenaplňuje pouze kamenný obchod, ale i digitální prodejní kanál a to je směr, kterým by se měli retaileři ubírat. Omnichannel, nebo chcete-li propojení veškerých prodejních kanálů, je aktuálně „MUST“. Dokonce existuje i studie, která zkoumá způsob orientace na internetu a nachází velmi podobné aspekty jako na prodejní ploše. Všichni chceme nakupovat rychle a příjemně.

RETAIL přebírá i další celospolečenské trendy a tím se snaží přiblížovat se zákazníkům. Lokální marketing nebo community se začínají probouzet i u nás. Praha není Brno. Brno není Plzeň. Centrum není vilová čtvrť ani sídliště. Ideální formát značky vždy respektuje prostředí a lidi, kteří zde žijí, jejich běžný život a potřeby. Nový trend velí uzpůsobovat jednotlivé prodejny na míru lokaci. Prodejna se pak stává jakýmsi komunitním centrem, které kolem sebe sdružuje zákazníky vyznávající stejné hodnoty jako značka. Nebo personifikace. Už nechceme mít to, co mají ostatní a ani Apple už nedělá jenom jednu velikost.



McCafe, Sydney

Tím nejdůležitějším, co se v RETAILu aktuálně děje, je tlak na vytváření přidané hodnoty, vymaňování se z obyčejnosti a schopnost nabídnout něco, co jinde nemají. Naše Maso v Dlouhé, Tiger na Václaváku nebo Papele ve Vojtěšské. Značky, které opravdu mají co říct, produkty, které není jednoduché napodobit, RETAIL, který není jenom prostor plný regálů.

V neposlední řadě je potřeba zmínit personál, protože špatný personál je horší než němý sluha. Zákazník je na prvním místě a dialog s ním je důležitější než kdy předtím. Tématem doby je personalizace místo průměrování, více vztahu nejen se značkou, ale také s prodejním týmem. Zážitek v RETAILu je totiž základním diferenciatorem mezi jednotlivými retailery. Na roli prodejce je kladen stále větší důraz. Lidé jsou prostě klíč. Ať už za pultem nebo před ním.



Microsoft Digital Eatery, Berlin

Retail Trends 2016

Since 2008 RETAIL has changed beyond recognition. This situation was partially contributed to by the world recession that forced consumers to apply more thought to their purchases and not just to buy everything they were offered by retailers, and in addition to a large degree it was down to the internet which has fundamentally altered their way of thinking. No longer do we have to head for shopping centres on the edge of town once a month and stock up because now we can do exactly the same thing over the internet from the comfort of our home. The quality guarantee enabling us to return unsatisfactory goods straight away has taken away one of the major barriers to online shopping. We have slowly grown accustomed to the most off-putting feature, which is the necessity of entering one's personal data and credit card information and it is only a matter of time before we start making all transactions via a mobile phone.

Retailers must create for shoppers an environment, allowing them to do their shopping seamlessly, quickly and efficiently. A point of sale evoking pleasant feelings helps to sell because quite simply, happy customers tend to buy more.

E-shopping with an option of express delivery or trying out the goods at a local branch are clear pointers to which way RETAIL is moving. Digital tools are designed to help customers to make their decisions more easily, provide them with information or – if they are also products – to convey personal experience. There is a PHD theory defining retail as a combination of the physical world, digital world and the human world. Only their ideal combination can manage to satisfy customers in a proper and correct manner. In addition, retail follows other general social trends thereby trying to get closer to customers. Local marketing and communities are also slowly awaking in our country. The most significant phenomena currently occurring in retail encompass the pressure on generating an added value, breaking away from the ordinary and the ability to offer something that others do not have.

Zpátky ke kořenům retailu v (r)evoluční éře



POP AI FORUM

Jak vypadá dnes a mohl by vypadat zítra současný retail z pohledu klíčových prvků, které hrají roli v jeho existenci a úspěchu při interakci a komunikaci se zákazníkem?

Mezinárodní konference POPAI FORUM, kterou v závěru roku 2015 uspořádala střeoevropská pobočka POPAI, se věnovala základním elementům, které jsou nezbytné pro dobré fungování retailu, lepší zákaznickou zkušenost a přispívají k upevnění vztahu se zákazníky v in-store.

Jak zdůraznil Michal Štádler, CEO společnosti datasapiens a.s., který konferenci moderoval, pro vytvoření jedinečného nákupního zážitku jsou zásadní skvělí zaměstnanci na prodejní ploše, kvalita zákaznických služeb a koncepty péče o zákazníka, sortiment a dostupnost zboží na regálech, význam sortimentu z pohledu značky i zákaznicka, otázka cenové politiky a promoci, nákupní prostředí, atmosféra, prorodinný přístup.

Stále důležitější je znalost a využití dat pro pochopení zákaznické báze a komunikace se zákazníky s cílem budování dlouhodobé loajality zákazníka.

Pro úspěšnou komunikaci se zákazníkem je klíčová role komunikačních prostředků a integrovaného komunikačního mixu v retailu, kombinace všech prodejních kanálů do optimálního mixu.

Skutečná orientace na zákazníka a upřímná a opravdová snaha o spokojenost zákazníka musí být realitou a nikoliv jen pouhými slovy.



Daniela Krofiánová
General Manager POPAI CE

Spokojený zaměstnanec = spokojený zákazník

„Rád bych otevřel provokativní téma o tom, že zákazník není na prvním místě, ale zaměstnanec,“ uvedl Karel Foltýn, Head of Human Resources CEE, Amazon, jehož prezentace se zaměřila na otázku zaměstnanců jako klíčového prvku komunikace značky.

Zaměstnanec musí být nedílnou součástí zákaznické zkušenosti.

Není rozhodující, co firma dělá, ale jak to dělá - důležitá je firemní kultura, zaměstnanci a jaké klima se vytváří v organizaci.

Americký autor Shawn Achor poukazuje ve své knize „Before Happiness“ na to, že podle průzkumu pouze 25 % našeho úspěchu v práci závisí na našich technických dovednostech a na našem intelektu. Zbývajících 75 % úspěchu závisí na pozitivním přístupu, emoční inteligenci, na tom, jak se člověk chová, jaké má hodnoty a jak využívá emoce.

Klíčové je vytvořit ve firmě prostředí, aby zaměstnanec byl ve firmě na prvním místě. Velmi důležité je vybudování důvěry mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem, dosažení rovnováhy mezi tím, co děláme a jak to děláme, nadšení zaměstnanců, pokud jde o práci pro váš tým a vaši značku, osobní víze.

Pro úspěch do budoucna je zásadní, jakým způsobem je prodáván produkt (úroveň služeb, péče o zákazníka), jakým způsobem probíhá interakce mezi firmou a zákazníkem reprezentovanou naším zaměstnancem. Hodnota, která vzniká z interakce mezi zaměstnancem a zákazníkem, odlišuje následně produkty, které zákazník nakupuje.

„Zaměstnanec je čím dál tím důležitější v dnešním konkurenčním boji a bez zaměstnance není spokojený zákazník,“ uzavřel Karel Foltýn.

Jak zajistit, abychom měli na regálech opravdu jen to zboží, které naše zákazníky zajímá?

Dostupnost zboží a optimální sortiment jsou klíčovými stavebními kameny zákaznické spokojenosti.

Podle Vojtěcha Bukače, Senior Customer Team Leadera z Unileveru existují dvě cesty: nabídnout zákazníkovi to, co

opravdu očekává a splním jeho nákupní misi, nebo se pokusím změnit jeho zvyklosti, nabídnu mu něco jiného, překvapím ho.

Abychom dokázali porozumět tomu, co nakupující očekává, je nutno pracovat s různými druhy dat. Jde především o retailová - tvrdá data a dále ad-hoc shopperová data. Tato data získáváme ze studií nákupních zvyklostí, popisů shopping misí, nákupní segmentace spotřebitelů, asistovaných nákupů, virtuálních obchodů atd.

Je třeba nezapomínat na to, že zákazník má svou vlastní mentalitu, působí na něho spousta vnějších vlivů a přichází do prodejny s určitou náladou. Má také určitý časový i finanční limit pro realizaci nákupu.

Je nutno počítat i s tím, že nakupující má naučenou mentální mapu obchodů, kde nakupuje a dává přednost nákupu v dané prodejně, například při cestě domů. Je třeba pracovat s mentalitou spotřebitele, který chce být příjemně překvapován a nacházet v prodejně něco, co nečeká.

Spotřebitele ovlivňuje rovněž prostředí prodejny a personál. Nepříjemný personál odradí nakupujícího od další návštěvy prodejny.

„Pokud je vytvořeno prémiové nákupní prostředí včetně personálu, působí pozitivně na dojmy a pocity nakupujícího, který se právě díky tomuto lepšímu pocitu do prodejny bude rád vracet,“ potvrdil Vojtěch Bukač.

Častou strategií pro získání zákazníka jsou na českém trhu slevy. Česká republika a Slovensko jsou na špičce, pokud jde o množství promoci v Evropě. Stále zlevňování má však za následek, že zákazníci požadují stále větší slevy, a proto výrobci musí snižovat náklady, což vede také ke snižování kvality výrobků bez inovací.

Jak z toho ven? Univerzální návod neexistuje. V praxi Unileveru se osvědčila cesta premiumizace, která znamená přechod k nabídce vyšší kvality a vyšší ceny. Jde o dlouhodobou strategii, která má v Čechách a na Slovensku budoucnost.

Další cestou je personifikace nabídky pro zákazníky, která však nefunguje dlouhodobě a personifikovanou nabídku je třeba inovovat.

V případě strategie cross selling, kdy je k určitému výrobku nabízeno související zboží nebo služby, není zatím ochota retailerů velká z hlediska vystavení a komunikace směrem ke spotřebiteli. Zde se teprve jeví příležitost k vybudování zvyku nakupujících.

Jak najít společnou řeč s retailerem, pokud jde o spolupráci v oblasti dostupnosti zboží a sortimentu? „Nutná je vůle obou stran a společná komunikace,“ říká Vojtěch Bukač. Osvědčuje se model společné spolupráce v průběhu celého roku, kdy je nezbytné nastavení dlouhodobých společných cílů, společně schválený postup, sdílení informací a vyhodnocování.



Back to the Retail Roots in the (R)evolutionary Era

What does retail look like today and what might it look like tomorrow from the point of view of the key elements that play a significant part in its existence and success in customer interaction and communication?

Organized by POPAI Central Europe at the end of 2015, the POPAI FORUM international conference focused on the basic elements which are essential for the good functioning of retail as well as better customer experience and contribute to strengthening the in-store relationship with customers. As emphasized by Michal Štádler, CEO of the datasapiens a.s. company, who hosted the conference, the creation of a unique shopping experience is conditioned by having excellent employees on the sales floor, the quality of customer services and concepts of customer care, by the range and availability of goods on the shelves, the importance of the products in terms of brand and customer, pricing policy issues and promotions along with the shopping environment and atmosphere and finally a pro-family approach. The knowledge and use of data for understanding the customer base is becoming increasingly important as well as customer communication aimed at building long-term customer loyalty.

The key factors for successful communication with customers include communication means and an integrated communication mix in the retail, combining all sales channels into the optimum mix. A real customer focus along with the sincere, genuine pursuit of customer satisfaction must be a reality and not just mere words.

Dokonalé služby zákazníkům jako elementární podstata značky v retailu

Společnost IKEA Česká republika se v oblasti péče o zákazníky zaměřuje na celé spektrum služeb pro zákazníky, a to nejen při nákupu, ale i před nákupem a po něm.

„V rámci služeb pro zákazníky a při komunikaci s nimi jsou stále více využívána digitální média. Pokud ale nefunguje základ a služba není dobře nastavená, žádné digitální technologie nepomohou,“ upozornil Ondřej Kraus, manažer oddělení služeb zákazníkům IKEA pro ČR, Maďarsko a Slovensko.

Nákup dnešního zákazníka začíná již doma, kdy si zákazník různými způsoby zjišťuje informace o daném produktu, hledá informace na internetu, získává reference z diskuzí na sociálních sítích atd. IKEA velmi dbá na transparentnost služeb a promýšlí do detailu, jaké informace zákazník pro svůj nákup může potřebovat. Je nezbytné, aby zákazník byl od počátku informován o ceně výrobku, jak může výrobek objednat, jak se může dostat do obchodního domu, aby doprava pro něj byla výhodná, jak zákazník dostane zboží do svého auta atd.

Čtyři obchodní domy IKEA v České republice navštíví ročně celkem 11 milionů návštěvníků a 5,6 milionů zákazníků, proto je nezbytné důkladně promýšlet to, co lidé potřebují. Velká pozornost je například věnována dostatečným odpočinkovým prostorům. Velmi populární

a velmi využívané jsou dětské koutky. Jde o součást image společnosti a zároveň tyto služby poskytují mnoha rodinám svobodu při nakupování.

„Největší výzvou je to, aby se v obchodním domě mohl každý člověk dostat tam, kam potřebuje a mohl si vyzkoušet, to co chce,“ zdůraznil Ondřej Kraus.

V obchodním domě musí být dostatečný počet dobře vyškolených zaměstnanců s potřebnými znalostmi pro dokonalou informovanost zákazníků. Efektivnímu využití informací dnes také pomáhají digitální aplikace - zákazníci se mohou napojit na online systém IKEA pro vyhledávání informací.

Nedílnou součástí konceptu IKEA jsou stravovací služby. V obchodním domě IKEA je největší restaurace v České republice co do počtu zákazníků a vydaných jídel. Celkem navštíví restaurace IKEA v ČR ročně více než 2 miliony lidí. Je důležité, aby skladba jídel a služby uspokojily každého z hlediska obsluhy, sortimentu, ceny, volného prostoru a míst k dispozici.

Pro společnost IKEA jsou velmi důležité cílové skupiny, jako jsou matky s dětmi, mladé páry začínající žít spolu v domácnosti, ale i starší věková skupina. Zkušenost potvrzuje, že to, co vyhovuje v rámci nákupu těmto skupinám, vyhovuje v podstatě i všem ostatním zákaznickým skupinám. Ve firmě probíhají pracovní workshopy, v rámci kterých je testována návštěva prodejny v roli matky s dvěma dětmi. V rámci těchto příležitostí je možné objevit další možnosti zlepšení služeb pro zákazníky. IKEA například nabízí aplikaci, která po zadání značky a typu vozidla ukáže, zda se do něho zakoupený výrobek vejde.

„IKEA se soustřeďuje na nastavení systémů podle toho, co je nejlepší pro zákazníky. Je důležité snažit se vidět firmu zevnitř a nikoliv zvenčí,“ uzavřel Ondřej Kraus.

Daniela Krofiánová
General Manager POPAI CE

Kdo uspěl v prestižní soutěži POPAI AWARDS?

Soutěž POPAI AWARDS, kterou každoročně pořádá střeoevropská pobočka POPAI, je již tradičně vnímána jako významná událost oboru in-store marketingu pro tvůrce i zadavatele realizací v místech prodeje. Soutěžní expozice je vždy jedinečnou příležitostí, kdy se zástupci odborné veřejnosti mohou seznámit s novými způsoby a formami komunikace se zákazníky v hlavních segmentech trhu a získat přehled o nejvýraznějších trendech na trhu in-store komunikace.

Minulý ročník soutěže, který proběhl na konci listopadu 2015 v Praze, byl hodnocen jako výjimečně silný s vysokou úrovní a s celou řadou atraktivních in-store realizací. V soutěži se představil rekordní počet exponátů - celkem 83 projektů. Do soutěže byly zařazeny POP materiály, podpůrně propagační předměty (3D), prostředky pro vybavení obchodů, nástroje světelné komunikace, inovativní a ekologicky šetrná in-store řešení, integrované in-store projekty



POP AI AWARDS

Who Was Successful at the Prestigious POPAI Awards Competition?

Annually organized by the POPAI Central Europe association, the POPAI Awards competition is traditionally seen as a significant in-store marketing event aimed both at creators and advertisers at points of sale. The competition exposition is always a unique opportunity for the industry representatives to learn more about new methods and forms of communication with customers in key market segments as well as getting an overview of the most distinctive trends in the in-store communication market. Last year's competition, which took place in Prague at the end of November 2015, was evaluated as exceptionally strong and of a very high level, introducing a wide range of attractive in-store creations. The competition presented a record number of exhibits – a total of 83 projects.

The competition entries comprised POP materials, (3D) supporting promotional items, retail equipment articles, lighting communication tools, innovative and environmentally friendly in-store solutions, integrated in-store projects and many others. The competition included a special POPAI AWARDS DIGITAL section presenting new digital and multi-media projects at points of sale as well as news from the world of digital media and interactive communication means – etc.



a další. Součástí soutěže byla rovněž soutěžní sekce POPAI AWARDS DIGITAL, ve které se prezentovaly nové digitální a multimediální projekty v prodejních místech, novinky z oblasti digitální médií, interaktivní komunikační prostředky apod.

Absolutní vítěz POPAI AWARDS
Cena za kreativitu POPAI AWARDS
Nejlepší materiálová a technická inovace POPAI AWARDS
Kategorie Prostředky podpory prodeje – roadshow
Pojízdný bar Loď Captain Morgan
Příhlašovatel: DAGO, s.r.o.
Zadavatel: STOCK Plzeň-Božkov s.r.o.



Nejúspěšnějším projektem celé soutěže byl pojezdny bar Loď Captain Morgan pro Stock Plzeň, který v soutěži představila společnosti DAGO a který získal celkem čtyři ocenění včetně absolutního vítězství v soutěži. Nový mobilní bar ve tvaru lodi je unikátním nástrojem pro velmi působivou prezentaci a prodej značky karibského rumu. Atmosféru vedle působivého vzhledu a skutečné řezbářské práce s důrazem na kvalitní materiály podporuje osvětlení a kvalitní ozvučení. Akcí se kromě dvou barmanů účastní také Captain Morgan v autentickém kostýmu. Jeho přítomnost je spolu s lodí také dobrou příležitostí pro konzumenty ke sdílení fotografií na sociálních sítích. Loď je vyrobena ze dřeva a obsahuje detaily jako reálné stožárky s plachtovými, vyřezávanou sochu na přídi nebo zdobenou záď se skleněnými okny. Mobilní bar je integrovaný na podvozku homologovanou na provoz po pozemních komunikacích a je určen pro použití na středních a menších akcích, kde značka podobný nástroj dosud scházela. Je mimo jiné vybaven speciální světelnou technikou, chladicím zařízením a výsuvnou markýzou nad manipulačním prostorem.



Nejlepší POP z materiálu na bázi papíru
Kategorie Prostředky podpory prodeje – in store
Kartonový jeep - 3D reklamní poutač
Příhlašovatel: PAKETO.ONE (G.N.P. spol. s r.o.)
Zadavatel: Paketo.cz

Kartonový jeep - 3D reklamní poutač, který do soutěže přihlásila firma PAKETO.ONE (G.N.P. spol. s r.o.), byl v soutěži vyhodnocen jako nejlepší POP materiál na bázi papíru. Exponát slouží jako brandová reklama na e-shop PAKETO.CZ s orientací na sortiment kartonových, dárkových krabic. Zmenšený model skutečného automobilu je celý vyrobený z kartonu - vlnité lepenky pouze za použití digitální UV tiskárny a řezacího plotteru. Model vyjadřuje jedinečnost a specializaci e-shopu, kde významná část sortimentu jsou výrobky z kartonu, vlnité lepenky, a také rozsáhlé možnosti materiálu jako takového. Výjimečností tohoto POS produktu je vyjádřena výjimečnost nabídky e-shopu, kdy v předvánočním prodeji jsou nabízeny nové kolekce dárkových a úložných krabic pocházející z vlastní vývojové dílny a vlastní výroby e-shopu. Osobní vozidlo bylo vybráno záměrně pro představení téměř neomezených možností prodeje a distribuce e-shopu. Pro POP materiál bylo zvoleno umístění do veřejných prostor nákupního centra.

Cena POPAI AWARD DIGITAL byla udělena projektu Interaktivní lednice od firmy RETAIL OF THE FUTURE. Ve skleněných dveřích standardní lednice je zabudovaný průhledný screen ovládaný mini PC s možností vzdálené správy. Lednici lze použít na přímý prodej produktů v retailu, zároveň na moderní a poutavou komunikaci a prezentaci značky. K interaktivní lednici lze připojit další HW jako je ozvučení (směrový zvuk neboli kameru).

Soutěž byla jednou ze součástí mezinárodní akce POPAI DAY, jejíž celodenní program nabídl kromě soutěže také skvělý konferenční program POPAI FÓRUM s podtitulem „Zpátky ke kořenům retailu v (r)evoluční éře“ a společenský večer s předáním cen vítězům soutěží POPAI AWARDS 21015 a POPAI STUDENT AWARD 2015.

Vítězové kategorií POPAI AWARDS



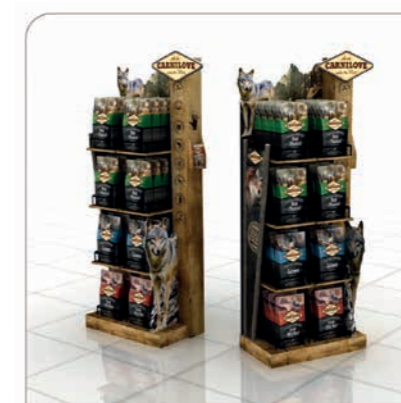
Kategorie Potraviny
STOJAN PREČLÍČKY
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Zadavatel: Intersnack a.s.



Kategorie Drogerie, kosmetika
STOJAN AXE BLACK PREMIUM
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Zadavatel: UNILEVER ČR, spol. s r.o.



Kategorie Nealkoholické nápoje
360 Stand
Příhlašovatel: ATS Display Sp. z o.o.
Zadavatel: Coca-Cola HBC Display Greece S.A.I.C.



Kategorie Domácí potřeby, bytové doplňky, hobby
Permanentní stojan Carnilove
Příhlašovatel: Dago, s.r.o.
Zadavatel: VAFO PRAHA, s.r.o.

Kategorie Elektronika
MODISYS - Modular Display System
Příhlašovatel: Cheil Czech, Cheil Germany
Zadavatel: Samsung Electronics

Kategorie Textil, sport, obuv a osobní potřeby
Výstavní stojan TUFO
Příhlašovatel: Horma – P.O.P. Displays
Zadavatel: TUFO - Tubeless bicycle tyres



Kategorie Alkoholické nápoje, tabák
Johnnie Walker – Smirnoff Display
Příhlašovatel: Willson & Brown Czech s.r.o.
Zadavatel: Diageo Polska sp. z o.o.



Kategorie Hračky
NERF střelnice
Příhlašovatel: Authentica, s.r.o.
Zadavatel: Hasbro (Schweiz) AG





Kategorie Světelná komunikace
NIKE svítící výloha/NIKE FLYKNIT
Přihlašovatel: WELLEN a.s.
Zadavatel: Nike Czech s.r.o.



Kategorie Vybavení interiérů obchodů
In Loco - koncept restaurací
Budějovického Budvaru
Přihlašovatel: STORY DESIGN, a.s.
Zadavatel:
Budějovický Budvar národní podnik



Kategorie
Reklamní dárky v místě prodeje
PF KARTA REDA 2015
Přihlašovatel: REDA a.s.
Zadavatel: REDA a.s.



Kategorie
Ostatní /prototypy, vzorky/
Pilsner Urquell Retro Display
Přihlašovatel:
Willson & Brown Czech s.r.o.
Zadavatel: Plzeňský Prazdroj, a. s.



Kategorie
Integrované in-store kampaně
S Florou proaktivně
proti cholesterolu
Přihlašovatel: up brand activation, s.r.o.
Zadavatel: UNILEVER ČR, spol. s r.o.



Kategorie
Prostředky podpory prodeje – Horeca
BUDWEISER BUDVAR
SADA PRODUKTŮ
Přihlašovatel: Authentica, s.r.o.
Zadavatel: Budějovický Budvar, n. p.



Kategorie Ekologie a příroda
Soubor interaktivních expozic města
Zruč nad Sázavou
Přihlašovatel: MORIS design s.r.o.
Zadavatel: Město Zruč nad Sázavou



Kategorie POPAI AWARDS DIGITAL
Interaktivní lednice
Přihlašovatel: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.,
Partner projektu:
FRIGID – SERVIS CHLAZENÍ, s.r.o.,
Antonín Svěcený
Zadavatel: RETAIL OF THE FUTURE, s.r.o.
a INTUITION MEDIA, s.r.o.

Nejlepší studentské návrhy projektů in-store komunikace soutěže POPAI STUDENT AWARD



POPAI STUDENT AWARD

Asociace POPAI CE ocenila již po deváté nejlepší studentské návrhy projektů v oblasti in-store komunikace. Vyhlášení výsledků devátého ročníku soutěže POPAI STUDENT AWARD proběhlo na konci listopadu 2015 v rámci slavnostního večera POPAI DAY 2015.

Studenti vysokých a středních škol se specializací na marketingovou podlinkovou komunikaci soutěžili o nejlepší návrhy projektů in-store komunikace na základě pěti briefů od konkrétních zadavatelů. V tomto ročníku soutěže byly prezentovány návrhy POP materiálů, grafické 2D návrhy a návrhy komplexní podlinkové komunikační kampaně v místě prodeje se zaměřením na POP média.

Partnery 9. ročníku soutěže byly společnosti
Budějovický Budvar, n.p. Nestlé Česko s.r.o. a Rémy Cointreau CZECH REPUBLIC.



RÉMY COINTREAU
Czech & Slovak Republics

POPAI STUDENT AWARD je součástí dlouhodobého programu asociace, jehož cílem je podporovat budoucí generaci odborníků oboru marketing at retail.

Jako nejlepší v kategorii 2D grafický design dle briefu společnosti RÉMY COINTREAU CZECH REPUBLIC byl vyhodnocen návrh „Vizuální styl Cinzano“ od Daniela Štěchy z Fakulty umění Ostravské univerzity. Autor návrhu vizuálního stylu se inspiroval italskými prvky. Nejvýraznější součástí vizuálního stylu je písková barva, která k Itálii patří a která je doplněna ilustracemi oblíbených italských drinků.

Best Student Designs of the In-store Communication Projects within the POPAI STUDENT AWARD Competition

For the ninth year running the POPAI CE Association chose the best student project designs in the field of in-store communication. The results of the ninth annual POPAI STUDENT AWARD competition were announced in late November 2015 at the POPAI DAY 2015 gala evening. Students attending universities and secondary schools specialised in below-the-line marketing communication competed for the best designs of in-store communication projects based on five briefs from specific clients. In this year's competition they presented POP material designs, as well as 2D graphic designs and also proposals for a complex below-the-line communication campaign at the point of sale focusing on the POP media. The POPAI STUDENT AWARD is part of a long-term programme of the association aimed at supporting the next generation of marketing at retail experts.





Vítěznou prací v kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko - značka DELI se stala práce „DELI podlahový stojan“ od Veroniky Tomašovičové z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně. POP materiál je navržen tak, aby upoutal pozornost zákazníků už z dálky a při pohledu na něj vyvolával chuť na čokoládu. Barevná grafika charakterizuje hravost barev a příchutě tyčinky DELI



Soutěžní návrh „POP stojan Granko“, jehož autorkou je Lucia Krivá z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně, získal nejvyšší ocenění v kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko - značka Granko. Autorka navrhla parazitní paletový stojan, který podporuje myšlenku snídání „Granko“.



V kategorii Design POP materiálu dle briefu společnosti Nestlé Česko - značka Maggi zvítězil návrh „POP Maggi“, jehož autorem je Branislav Glejtek z Fakulty multimediálních komunikací UTB ve Zlíně.



Práce „Kampaň Léto se Somersby pro rok 2016“ se umístila na prvním místě v kategorii In-store komunikační kampaně dle briefu společnosti Budějovický Budvar. Autory vítězného návrhu jsou Katharina Astorová, Helena Forštová, Kristýna Korcová, Radovan Sahánek, Jakub Smolka a Žaneta Svědíkova z Fakulty Mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze.

V soutěži byla rovněž udělena zvláštní ocenění.



Cenu za kreativitu získala Beata Madařová z UTB ve Zlíně za návrh „Podlahový stojan - Tradiční tekuté koření“. Pro zvýšení vizibility jsou součástí stojanu malkety lahvíček koření Maggi a potisk tradičního kuchyňského ubrusu, který symbolizuje tradici prezentovaného produktu.



Cena sympatie byla předána Monice Bartůškové ze Střední školy vizuální tvorby Hradec Králové za návrh „DELI - grafický návrh POP“. Stojan upoutává pozornost díky tvaru, který je inspirován tvarem tyčinky DELI a využitím výrazných barev, kdy poličky jsou laděny v barevných odstínech tyčinek.

Daniela Krofiánová



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 komunikaci, sekce pro oblast reklamních předmětů atd.

K významným projektům POPAI CE patří:

- Kontinuální vzdělávací program – Univerzita POPAI
- Průzkumy efektivity nástrojů marketingové komunikace, analýzy nákupního chování, monitoring POP trhu, analýzy postojů zadavatelů reklamy a maloobchodu k prostředkům in-store komunikace.
- POPAI DAY
Mezinárodní soutěž POPAI AWARDS o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech
Konference POPAI FÓRUM mezinárodní účastí 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 komunikace
- Program pro oblast reklamních předmětů
Soutěž Hvězda 3D reklamy
- 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

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

The major POPAI CE projects are as follows:

- Continuous education programme – POPAI University
- Research on the effectiveness of marketing communication tools, analysis of shopping behavior, monitoring of POP market, studies focused on retailers' and advertisers' attitudes towards POP.
- POPAI DAY
International POPAI AWARDS contest for the best at-retail communication and advertising media
POPAI 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 in the field of digital communication
- Programme in the field of gift and promotional items
Competition Star of 3 dimensional advertising
- 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

Členové POPAI CENTRAL EUROPE POPAI CENTRAL EUROPE members

- 3M Česko spol. s r.o.
- 3070, a.s.
- 94 MINUTES s.r.o.
- ADLER Czech, a.s.
- AHOLD Czech Republic, a.s.
- ALEX FOX Central Europe, s.r.o.
- ASTRON print, s.r.o.
- ATOZ Marketing Services, spol. s r.o.
- ATS Display Sp. z o.o.
- Authentica, s.r.o.
- AV MEDIA, a.s.
- Budějovický Budvar, n.p.
- Coca-Cola HBC Česká republika s.r.o.
- ČERMÁK DESIGN s.r.o.
- Česká pojišťovna
- Český národní podnik s.r.o. - MANUFAKTURA
- DAGO, s.r.o.
- DEKOR, spol. s r.o.
- Eclipse Print a.s.
- ExTech s.r.o.
- Ferratt International Czech, s.r.o.
- FREEBOARD EUROPE s.r.o.
- GAIA GROUP SE
- Global Marketing s.r.o.
- Globus ČR, k.s.
- G.N.P. spol. s r.o.
- H.R.G. spol. s r.o.
- HANTON světelné reklamy s.r.o.
- Heineken Česká republika, a.s.
- HL Display Česká republika, s.r.o.
- Horma - P.O.P. Displays
- Cheil Germany GmbH,
organizační složka (Czech Branch)
- Jansen Display s.r.o.
- Ki-Wi Digital s.r.o.
- KNOWINSTORE s.r.o.
- LOGIK, s.r.o.
- Mapa Spontex CE s.r.o.
- MARS Czech, s.r.o.
- MBG, spol. s r.o.
- Mondelez Czech Republic s.r.o.
- monit marketing research
- Mood Media Group CZ s.r.o.
- MORIS design s.r.o.
- Nestlé Česko, s.r.o.
- OMD Czech a.s.
- Philip Morris ČR a.s.
- Plzeňský Prazdroj, a.s.
- POS Media Czech Republic s.r.o.
- PRESCO GROUP, a.s.
- PROST - orientační systémy s.r.o.
- QUIX s.r.o.
- Quo s. r. o.
- Red Bull Česká republika s.r.o.
- REDA a.s.
- REX spol. s r.o.
- ROSS s.r.o.
- SÁRA, s.r.o.
- Sprint Trading s.r.o.
- SRP s.r.o.
- STI Česko s.r.o.
- Store Media, s.r.o.
- STORY DESIGN, a.s.
- UNILEVER ČR, spol. s r.o.
- up brand activation, s.r.o.
- Ústav marketingových komunikací FMK UTB ve Zlíně
- Vitana, a.s.
- WELLEN, a.s.
- Willson & Brown Czech s.r.o.

Čestní členové Honorary members

- Boček Martin Ing.
- Brabec Pavel, Mgr.
- Bukovská Blanka, Ing.
- Hrubalová Monika
- Charvát Michal
- Juračka Zdeněk, Ing.
- Kaňovský Ivo, Bc
- Mikeš Jiří Ing.
- Novák Jaroslav, Ing.
- Pavlata Libor
- Sochor Václav, Mgr.
- Štádlér Michal, Ing.
- Vysekalová Jitka, doc., PhDr., PhD

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 „Aktuality“ 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, odborných veletrzích, seminářích a konferencích v rámci celosvětové sítě POPAI se slevou pro členy.
- Zvýhodněná účast v soutěžích POPAI AWARDS v Praze a v mezinárodních soutěžích POPAI GLOBAL AWARDS a POPAI AWARDS Paris.

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 společnosti.

Rozšíření informovanosti a znalosti POP oboru

- Pravidelná spolupráce s odbornými médii a medializace asociace POPAI CENTRAL EUROPE v odborných časopisech v Čechách a na Slovensku.
- 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“ encompassing current information on the member companies, media coverage of member companies at the venue of POPAI DAY etc.

- Networking - year round member events with professional program (discussions, workshops, seminars, conferences, networking party).

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 meetings 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.
- Cooperation with representatives and students of secondary schools and universities specialized in marketing communication: POPAI STUDENT AWARD - contest focused on supporting young talented creators, in-store communication as part of teaching programme.

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

- Discounts on shows, trade fairs, awards, conferences, seminars organized within the global POPAI network.
- Preferential rates for entry to POPAI AWARDS, POPAI GLOBAL AWARDS and to POPAI Awards Paris.

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.
- Monitoring of investment in the production of advertising at the point of sale in Czech Republic.

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.

Awareness and knowledge of the POP industry

- Regular cooperation with professional media and promotion of the POPAI CENTRAL EUROPE association within the professional journals in the Czech and Slovak Republic.
- Communication with the professional public through regular newsletters sent to the contact database.

Be Part of a Global Network

- Contacts and cooperation within the global POPAI network.

3M

3M Česko spol. s r.o.

Adresa společnosti: V Parku 2343/24, Praha 4

Kontaktní osoba: Jan Kováč

Telefon: +421 918 117 441

E-mail: jkovac@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™ Novac™, Dyneon™, Thinsulate™, Ceradyne®, Peltor™, Speedglas™ a dalšími.

3M Česko, spol. s r.o. se řadí se mezi nejvýznamnější partnery českého průmyslu, zdravotnictví, školství, vědy. V každé oblasti naší činnosti navazujeme na 100 let působení 3M v oblasti inovací. V Praze již čtvrtým 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. Více informací o grafických materiálech 3M naleznete na 3minovace.cz/folie.

3M Science.
Applied to Life.™



3M™ Envision™ Grafická fólie 48C Přirozeně univerzální.

**Grafická fólie 3M™ Envision™ 48C
je nejuniverzálnější fólií střední jakosti
bez PVC na trhu.**

- Přizpůsobivá: k použití v interiéru i exteriéru, na stěny, okna, podlahy, jako částečný polep vozidel a mnohem více
- Nejlepší ve své třídě
- 100% kompatibilita s tiskárnami
- Certifikace nehořlavosti
- Pevnější než vinyl a lépe snáší vyšší teploty
- Vysoce trvanlivá vůči poškrábání a UV záření
- Rychlá a snadná instalace, rychlejší odstranění
- Zelenější řešení bez PVC za přijatelnou cenu

thirtyseventy

Název spoločnosti: 3070, a.s.
 Adresa spoločnosti: Sliachska 1/d, 821 04 Bratislava, Slovenská republika
 Kontaktná osoba: Martin Ondreaš, COO, podpredseda predstavenstva
 Telefon: +421-911-384077
 e-mail: m.ondreas@30-70.net, info@30-70.net
 Odkaz na webové stránky: www.30-70.net

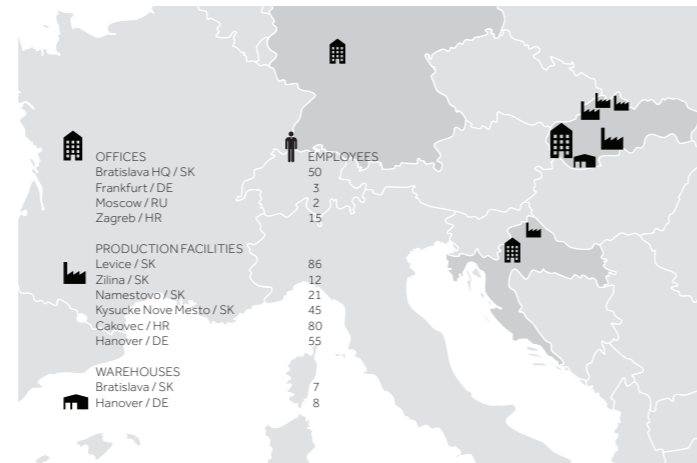
Charakteristika spoločnosti:

Thirtyseventy tvorí retailové koncepty, ktoré umožňujú značkám poskytnúť svojim klientom unikátny nákupný zážitok. Naše skúsenosti v oblasti budúcich trendov v retaili, inovačného manažmentu, dizajnu a interiérovej architektúry ako aj expertíza v oblasti fyzickej a digitálnej výroby a skúsenosti s medzinárodnými rolloutami nám umožňujú už dnes transformovať retailové pobočky našich klientov na pobočky budúcnosti. Naš medzinárodný tím expertov poskytuje služby pre klientov z viac ako 40 krajín celej Európy. Naše kompetencie potvrdzuje viac ako 6000 úspešne implementovaných shopper-marketing projektov v celej Európe. Pokrývame široké spektrum projektov: od jednoduchých in-store displayov cez implementáciu shop-in-shop riešení a rollout sériových projektov až po tvorbu digitálne podporených brandshopov budúcnosti.

Naše služby:

Manažment inovácií	Dizajn	Interiérová architektúra
Projektový manažment	Digitálna produkcia	Fyzická produkcia
Stavebné práce	Logistika & inštalácie	Servis & údržba

Naše lokality:



Referencie:



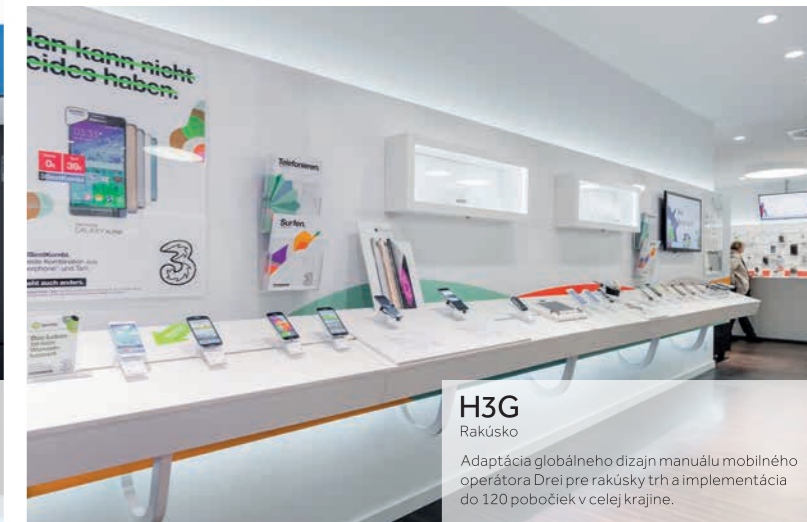
DHL HQ Innovation Center
Troisdorf, Nemecko

Komplexné dodanie interiérového a funkčného riešenia pre DHL inovačné centrum v Nemecku.



Electrolux katalogové riešenie

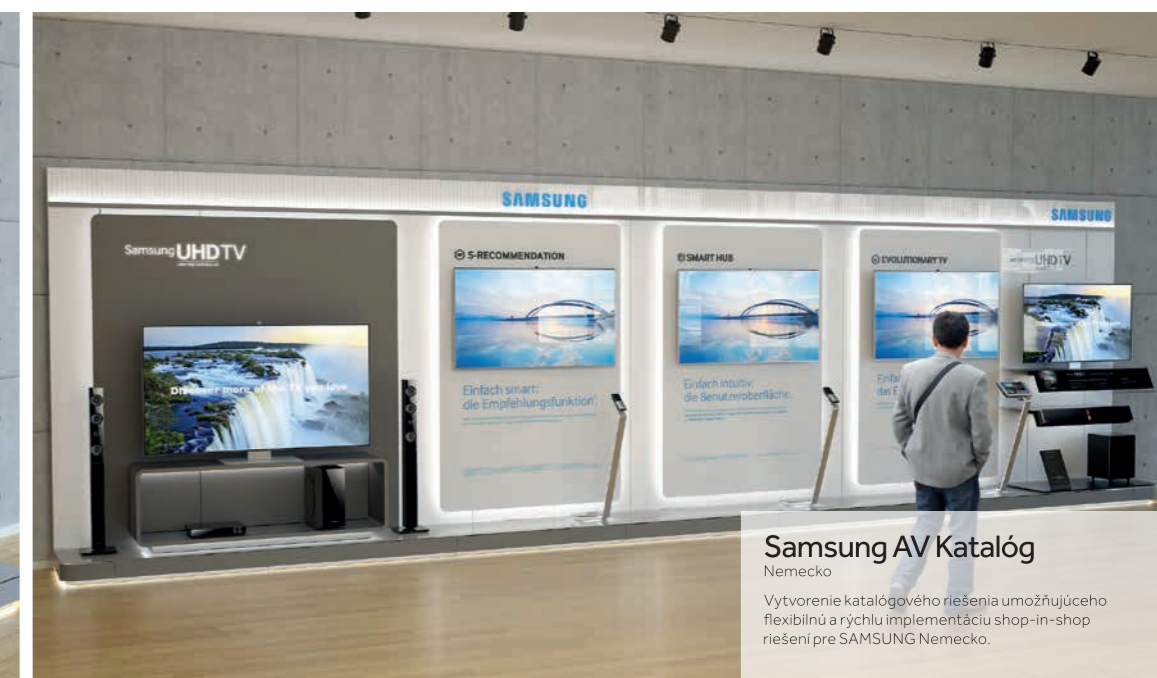
Tvorba ucelenej celoeurópskej retail-marketingovej stratégie pre značky skupiny ELECTROLUX group (ELECTROLUX, AEG, ZANUSSI)



H3G

Rakúsko

Adaptácia globálneho dizajn manuálu mobilného operátora Drei pre rakúsky trh a implementácia do 120 pobočiek v celej krajine.



Samsung AV Katalóg

Nemecko

Vytvorenie katalogového riešenia umožňujúceho flexibilnú a rýchlu implementáciu shop-in-shop riešení pre SAMSUNG Nemecko.

94MINUTES

ADVERTISING

94 Minutes s.r.o.

Adresa společnosti: Bohunická 81, Brno 619 00

Pobočka Praha: V Zápolí 7, Praha 4, 14100

Kontaktní osoba: Pavel Vláčil

Telefon: +420 602 738 398

E-mail: info@94minutes.cz

Webové stránky: www.94minutes.cz

Charakteristika společnosti:

94 Minutes je ryze česká společnost s vlastním vstupním kapitálem, která již více než 20 let poskytuje komplexní nabídku služeb v oblasti reklamy a marketingu. Naší specializací je výroba a prodej tradičních i originálních reklamních a dárkových předmětů a textilu včetně potisku.

Filosofii společnosti 94 Minutes je budování pevných dlouhodobých vztahů nejen s dodavateli a klienty, ale i uvnitř firmy. Náš stabilní tým úzce spolupracujících specialistů zajišťuje konstantní kvalitu, minimalizaci nákladů, kreativní inovace a individuální přístup ke každému klientovi a zakázce.

Ve specializovaném eshopu 94 Minutes <http://eshop.94minutes.cz/> lze nalézt nabídku z více než 8000 reklamních předmětů a textilu od rozdávacích, zakázkových, značkových až po luxusní dárky.

Nabízené služby:

- potisk reklamního zboží, textilu, (USB paměti, powerbank...)
- komplexní zajištění partnerských programů
- speciální zakázková výroba
- tiskové technologie (digitální tisk, ofset, tampotisk, sítotisk, rotační sítotisk, flexotisk, transférový tisk, termoražbu, laserové gravírování, pískování, slepotisk...)
- grafické práce
- výroba tiskovin, razítek a pečidel

Reference:

Vodafone • Pfizer • Bosch • Korado • Medtronic • cz.nic • a další

KULIČKOVÁ PERA S ROTAČNÍM POTISKEM



PSACÍ POTŘEBY MADE IN EU



Tee Jays INTERLOCK pro náročné klienty

Bavlna Interlock úplet měkký a jemný.
Nejlepší kvalita bavlny.



TEXTIL



USB DISKY, POWERBANKY...

TERMOKANVIKY, LAHVE NA VODU

contigo

Termolahve - které se opravdu zavírají samy
patentový systém AUTOSEAL®.

Houževnaté termosky oceněné za design i funkčnost určené pro sport, kancelář i auto. Systém uzavírání AUTOSEAL® zabraňující náhodnému rozlití nápoje nebo AUTOSPOUT pro ty, kteří preferují výklopné pítko. Uchová teplý nápoj po dobu až 4 hodiny, studený po dobu až 12 hodin.



ZAKÁZKOVÁ VÝROBA



SPECIÁLNÍ VÝROBA A KONSTRUKCE OBALŮ

Zvítězili jsme ve 12. ročníku soutěže Hvězda 3D reklamy v kategorii Aplikace motivu na 3DR. Stojánek na pero s autosvíčkou BOSCH.



2. a 3. místo v soutěži Hvězda 3D reklamy za rok 2014. Kategorie reklamní lahev a kategorie Aplikace motivu na 3DR. Eko tritanová lahev na vodu VODAFONE.



ADLER Czech, a.s.

Kontaktní osoba: František Grunt

Telefon: +420 702 153 752

E-mail: frantisek.grunt@adler.info

Webové stránky: www.adler.info

Charakteristika společnosti:

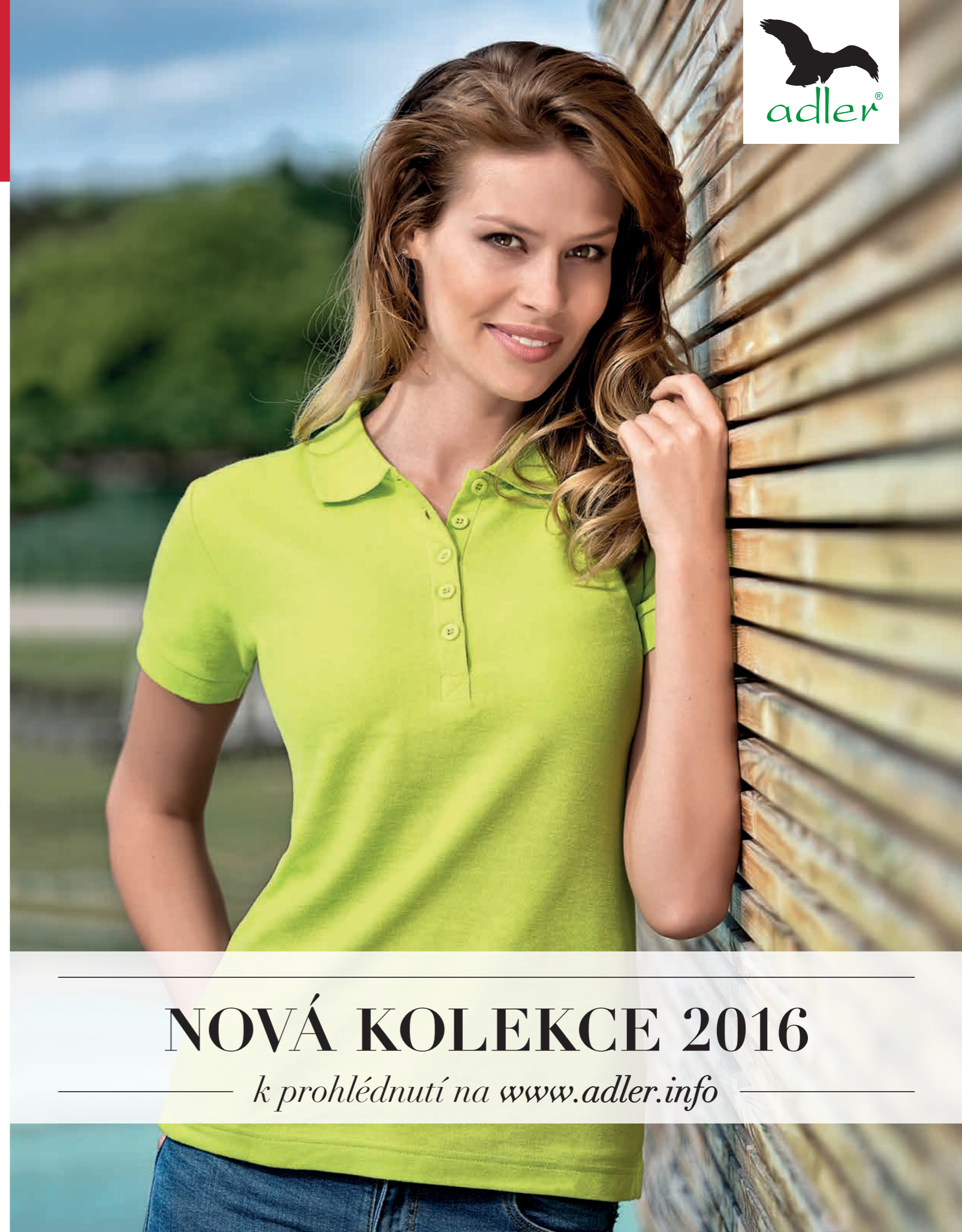
ADLER Czech, a.s. patří mezi přední dodavatele reklamního textilu ve střední a východní Evropě, svůj záběr postupně rozšiřuje do všech států Evropské unie. V současné době společnost exportuje své výrobky pod značkami ADLER® a MALFINI® do 16 evropských zemí. Portfolio firmy zahrnuje více než 100 druhů reklamního textilu od triček, košil, polokošil, mikin, fleeceových produktů až po outdoorové jako jsou např. softshellové vesty a bundy. Veškerý textil nese pečeť kvality Oeko-Tex Standard 100 potvrzující zdravotní nezávadnost použitých textilních materiálů.

Co nabízíme:

- **široké produktové portfolio**
 - více než 4000 kombinací produkt, barva, velikost
- **maximální skladovou dostupnost**
 - skladem až 7 000 000 kusů textilu
- **rychlou a spolehlivou dopravu**
 - dodávka zboží od 1 ks do 24 hodin
- **přehledný eshop**
 - snadná objednávka 7 dní v týdnu, 365 dní v roce
- **marketingovou podporu**
 - produktové fotky, image fotky, online aplikace
- **zakázkovou výrobu**
 - individuální řešení na míru
- **branding zboží**
 - potisk, výšivka, sublimace, gravírování a další technologie

Další doplňující informace

Veškeré firemní systémy jsou podrobeny auditu integrovaného systému QEMS
– aktuálně společnost splňuje normy ISO 9001:2009, 14001:2005, 18001:2008, 27001:2006.



NOVÁ KOLEKCE 2016

k prohlédnutí na www.adler.info

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 25 let. První supermarket se jmenoval Mana a byl otevřen v Jihlavě v roce 1991. V roce 1999 již Euronova provozovala hypermarkety Hypernova a supermarket 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 331 prodejen Albert, z toho 240 supermarketů a 91 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.



VŠEM VÁM MNOHOKRÁT DĚKUJEME.

Již potřetí jsme
získali Národní
cenu kvality.



ALEX FOX Central Europe, s.r.o.



Sokolovská 100/94,
186 00 Praha 8 - Karlín



Martin Mrázek



+420 221 771 300



info@alexfox.cz



www.alexfox.cz

Kdo jsme?

Alex Fox je výrobcem, dovozcem a distributorem reklamního a profesního textilu. Jsme dynamickou společností s mnohaletými zkušenostmi v oboru reklamního textilu. Víme, kde výrobky v požadované kvalitě a za očekávanou cenu vyrábět a jak je rychle distribuovat v našem regionu. Textil také zhodnocujeme potiskem, výšivkou či sublimačním potiskem. Realizujeme zakázkovou výrobu dle zadání klienta bez ohledu na stát nebo kontinent.

Co děláme?

- ✓ Alex Fox vyrábí a dodává textil, který si žádáte. Kvalitní a za rozumnou cenu.
- ✓ Celá nabídka je Vám **přehledně k dispozici v rámci našeho e-shopu.**
- ✓ Jsou zde uvedeny **disponibilní zásoby.**
- ✓ **Dodáváme do 24 hod.** na zvolené místo.
- ✓ Alex Fox dbá na to, abychom Vám byli **spolehlivým partnerem** ve Vašem podnikání.



Pro koho to děláme?

Letošní jaro jsme jako první uvedli na trh ucelenou **ARMY KOLEKCI** pro děti i dospělé. Na sportovních událostech letošního roku můžete fandit v našich nových **POLOKOŠILÍCH EUROPA** v národních barvách. U osvědčených produktů jsme přinesli nové barvy i velikosti. **NÁMOŘNICKÁ KOLEKCE** je stálíci v naší nabídce a je oblíbená nejen mezi vodáky a jachtaři. Nově jsme rozšířili **FROTÉ KOLEKCI** o ručníky a osušky s bordurou ve 20ti barvách a o **HOTELOVÉ FROTÉ** včetně županů a předložek.

V Alex Fox je naším hlavním cílem Vaše spokojenost. Pozorně nasloucháme Vaším potřebám tak, abychom Vám garantovali dodání produktů, které opravdu potřebujete. Propojujeme výrobu v Asii a profesionální zákaznickou péči v Evropě. Díky tomuto spojení bez prostředníků jsme schopni zajistit rychlý a přesný přenos informací. Tím dosahujeme dodání **kvalitních výrobků** za ty **nejlepší ceny.**





ASTRON print

Adresa společnosti: Veselská 699, Praha 9 - Letňany, 190 00

Kontaktní osoba: Jan Hodek

Telefon: +420 606 667 620

E-mail: jhodek@astron.cz

Webové stránky: www.astron.cz

Charakteristika společnosti:

Skupina ASTRON group je svým technologickým vybavením, výrobní kapacitou i šíří poskytovaných služeb jedním z největších poskytovatelů polygrafických služeb nejen v České republice, ale i v Evropě.

Skupina ASTRON group je dlouhodobě stabilním polygrafickým komplexem s ekonomickou nezávislostí a sdružuje společnosti ASTRON print, s.r.o., ASTRON studio CZ, a.s. a Mediaforce, s.r.o.

ASTRON print, s.r.o. se zaměřuje na velkoformátový digitální tisk, výrobu POS a POP produktů a nově i kovovýrobu a světelnou reklamu.

ASTRON studio CZ, a.s. zajišťuje ofsetový tisk, digitální malonákladový tisk, má vlastní BTL agenturu, která připravuje grafické návrhy, předtiskovou přípravu dat i on-line formáty.

Mediaforce, s.r.o. je vydavatelství a také mediální a PR agentura. Kromě vydávání vlastních magazínů, pečuje o řadu klientských časopisů, určených pro různé cílové skupiny (periodika typu B2B, B2C, B2E).

Za jeden z klíčových faktorů úspěšného podnikání, považuje ASTRON group firemní politiku nezadluženosti a neustálého vývoje. Do nových technologií a vybavení celé skupiny investuje ASTRON group každoročně přes 50 milionů Kč, roční obrat celé skupiny přesahuje 500 milionů Kč.

Skupina ASTRON group disponuje 2 výrobními závody se sídly v Praze 9 a v Jablonci nad Nisou.

ASTRON print

výrobce vaší tištěné komunikace

POS/POP PRODUKTY!

- Navrhne • Vyzorkujeme
- Vyrobíme • Dodáme

Nyní ve 2 výrobních závodech:

Praha – kompletní digitální produkce
Jablonec nad Nisou – digitální
a ofsetová produkce POS materiálů,
světelná reklama a kovovýroba

Včetně distribuce
a ekologické likvidace.

Dokážeme pro vás více!



ATOZ Retail

Adresa společnosti: Holečkova 29, 150 00 Praha 5

Kontaktní osoba: Jana Lysáková

Telefon: +420 733 559 495

E-mail: jana.lysakova@atoz.cz

Webové stránky: www.atoz.cz

Charakteristika společnosti:

Skupina ATOZ Retail je součástí ATOZ Group (firma se zabývá B2B komunikací v oblastech retailu, logistiky, obalového průmyslu, farmacie a segmentu HoReCA). 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 FMCG 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. Loni byl ve spojitosti s programem Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka poprvé představen také projekt Důvěryhodné značky, který oceňuje značky na českém trhu FMCG.

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, který se loni změnil na sportovní den, a v roce 2013 první ročník konference určené majitelům a provozovatelům čerpacích stanic s názvem Čerpačka.

V roce 2012 přenesl ATOZ Retail tyto své aktivity také na Slovensko, když premiérově uspořádal 1. ročník projektu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka a kongres Samoška. Před dvěma lety své portfolio rozšířil o dva projekty zaměřené na podporu lékáren na českém trhu: dvoměsíčník Pharma Profit a stejnojmenný kongres.

Projekty v roce 2016

**20.–21. 1. a 1.–2. 6. (ČR),
16.–17. 3 a 5.–6. 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 centrální maloobchodních aliancí, družstev a velkoobchodů i dodavatelů! Letos SAMOŠKU hostí Olomouc, Košice, Praha a Trnava.

7. 4. a 20. 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**.

18. 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 sítě čerpacích stanic i zástupců jejich centrální.

19. 5. (ČR), 9. 6. (SR)

Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka 2016

Marketingový program, který oceňuje inovace na trhu FMCG

Do konce března probíhá registrace do **16. ročníku** marketingového programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** a do konce dubna také do **5. ročníku** programu **Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka** na Slovensku. Slavnostní vyhlášení výsledků programu v ČR proběhne v pražském **Paláci Lucerna** 19. 5., v Bratislavě pak 9. 6. v hotelu **DoubleTree by Hilton**.

23. 6.

Retail Business Mixer

Letní VIP party

Spojte práci se zábavou – potkejte se na **neutrální půdě** pražské **Občanské plovárny** se svými **obchodními partnery**, utužte stávající vztahy a navazte 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.

22. 9.

Retail Masters Day

Sportovní den mistrů českého retailu

Během 13. Retail Masters Day dostanou opět příležitost utkat se příznivci golfu, tenisu a beach volejbalu, na ostatní čeká doprovodný sportovní-relaxační program. Vše se odehraje na pražské Zbraslavi a v blízkém Radotíně. Získejte **nové kontakty** v neformální atmosféře sportovního dne!

10. 11.

Důvěryhodné značky

Marketingový program, oceňující značky, kterým Češi nejvíce důvěřují

Aktuální průzkumy ukazují, že dvě třetiny českých spotřebitelů při nákupu upřednostňují značky, jimž důvěřují. Proto jsme loni 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 FMCG a spotřebním zbožím v ČR

Časopis Zboží&Prodej vychází v **ověřovaném** nákladu **13 500 výtisků**. Celkový počet čtenářů však činí 48 600 (náklad 13 500 x 3,6 čtenáře na jeden výtisk). Využijte tuto příležitost a oslovte své stávající i potenciální zákazníky z moderního i tradičního retailu! I letos časopis přichází se čtyřmi speciálními přílohami věnovanými specifickým oblastem maloobchodu: **čerpacím stanicím** (duben), **vietnamským prodejnám** (květen), **e-shopům** (září) a **nákupním centrům** (říjen).

Každé dva měsíce

Tovar&Predaj

Časopis pro obchod s FMCG a spotřebním zbožím v SR

Od roku 2011 vydává ATOZ Retail na Slovensku časopis Tovar&Predaj. Vychází v 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 obratu**.

Kontakt:

Jana **Lysáková** +420 733 559 495
jana.lysakova@atoz.cz

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

ATS Display Sp. z o.o.

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

Phone: +48 227 804 730

E-mail: info@atsdisplay.com

Web: www.atsdisplay.com

Company profile:

ATS Display is a creative Team focused on design, development and production of POS materials - going from a great idea and a unique design, through development to a finished product. 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 15 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



atsdisplay.com

authentica®

Authentica s. r. o.

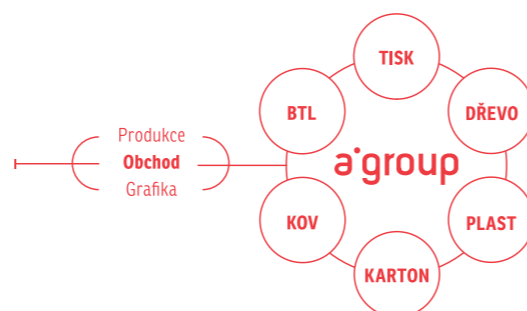
Adresa společnosti / Lazaretní 7, CZ-615 00 Brno
Kontaktní osoba / Martin Haslík
Telefon / +420 548 21 79 91
E-mail / authentica@authentica.cz
Web / www.authentica.cz

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 v 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'Oréal / **Nestlé** / Orange / **Perfetti Van Melle**
Pfanner / **Samsung** / SaraLee / **Sharp** / Sony / **Staropramen**
T-Mobile / **Unilever** / Wrigley



authentica®

komplexní řešení
nám komplex nečiní





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, Česko-německá obchodní a průmyslová komora.



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).

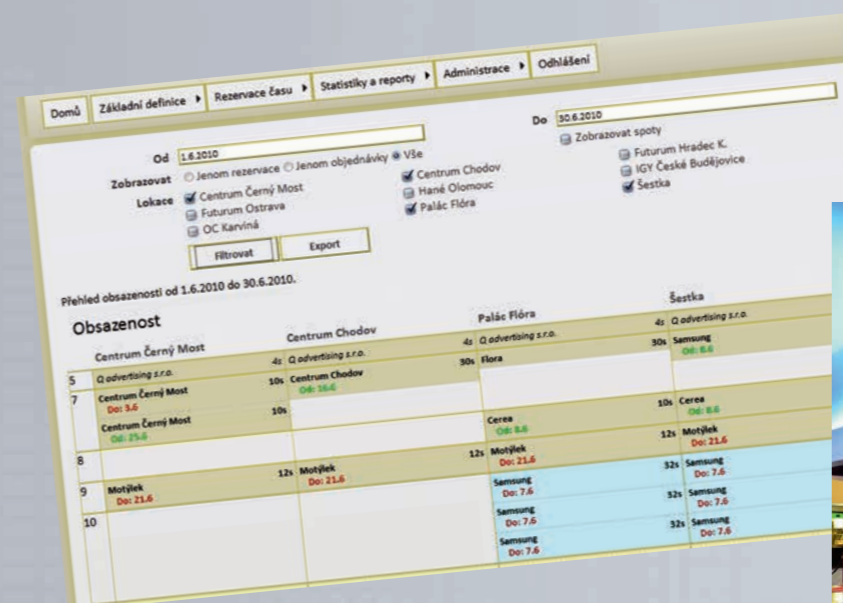
V současné době jsou všechny naše systémy „offline“. Program se vyrábí v centrále, prostřednictvím internetu se přenese na místa určení a teprve pak se spustí na požadovaných zobrazovačích. Naše systémy jsou postavené na počítačích s platformou IBM, operačním systémem Microsoft a video formátu Windows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

Digitální zobrazovací systémy pro reklamu a informace



Vizualizace

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



Odbavování

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



- profesionální procesní management



Realizace

- profesionální projektový management
- fyzická instalace systému

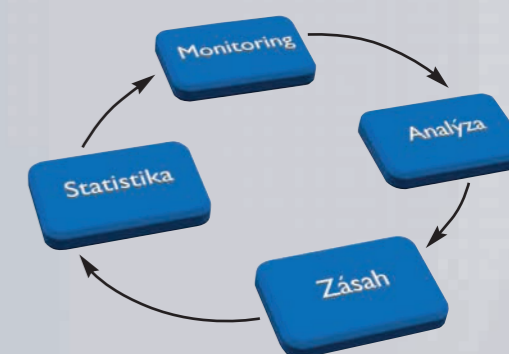


Služba správy obsahu na reklamních nosičích v obchodních centrech a kinosálech.



Podpora

- vzdálená servisní správa
- profesionální analýza závad



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

**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". 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 v České republice.

Budějovický Budvar, n. p. je dnes moderním a ekonomicky stabilním podnikem. V roce 2015 uvařil 1,6 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 téměř jednou čtvrtinou. Nejdůležitějšími exportními trhy jsou Německo, Slovensko, Spojené království, Polsko a Rakousko. Ve třech strategicky nejdůležitějších zemích (Německo, Slovensko, Spojené království) 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 více než 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, limitované edice, sezónní piva a také míchaný nápoj z piva PardálOVO bezové. Zcela unikátním produktem pak je speciální pivo B:CRYO, které se vyrábí patentově chráněným postupem pomocí kryokonzentrace od podzimu 2014. Budějovický Budvar je od roku 2012 výhradním dovozcem cideru dánské značky Somersby do České republiky.

NE PRODEJI VLASTNÍHO JMÉNA



Díky rezolutnímu **NE** odprodeji ochranných známek se Budweiser Budvar etabloval jako odvážný bojovník, který se nebojí postavit mnohem silnějším protivníkovi. Jen tak lze totiž zachovat jeho dobré jméno i pro budoucí generace.

**Budweiser
Budvar**

NE Z NÁS DĚLÁ TO, ČÍM JSME

Hellenic **Coca-Cola**

Passion for Excellence

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

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

Telefon: +420 283 015 111

E-mail: vnejsi-vztahy.cz@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.

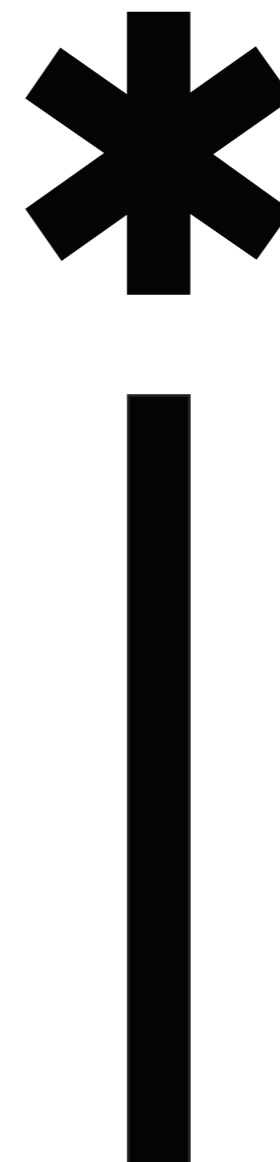
Neustálými inovacemi v našem portoliu nabízíme spotřebitelům větší výběr, než kdykoliv předtím. V současné době prodáváme na českém trhu 19 značek ve více než 60 variantách a příchutích.



TASTE THE FEELING™

LETOS JSME SI PRO VÁS MÍSTO ÚŽASNÝ REKLAMY
PŘIPRAVILI MALOU HÁDANKU.

CO TO JE?



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 nejbáznivější nápady. Čím víc to vypadá, že to nepůjde, tím víc nás to baví! Milujeme výzvy, nebojíme se jich. Stačí být pořádně zapálený pro věc a jde všechno.

Reference:

Heineken • Samsung • Bayer • Ideal standard • Philip Morris...



**ČESKÁ
POJIŠŤOVNA**

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. Poskytuje 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.

RETRO TAPETY PRO ROK 2016



INTERIÉROVÉ TAPETY pro rekonstruované pobočky v roce 2016

www.ceskapojistovna.cz



**ČESKÁ
POJIŠŤOVNA**



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:10006:2003.

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.



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



Společnost DEKOR, spol. s r.o. působí v oboru POP stojanů a in-store komunikace již 25 let. Poskytujeme komplexní servis se specializací na permanentní stojany vyšší kvalitativní úrovně a komerční interiéry při zachování výhodných cenových relací a špičkového designu (design, technický inženýring, kalkulace, vzorování, sériová výroba, další služby jako skladování, dodávky just-in-time, instalace, údržba, likvidace stojanů atd). Díky velmi úzké spolupráci s italskými designéry nabízí kreativní a atraktivní design dle nejpřísnějších měřítek.

Dekor je jako jediná firma z České republiky členem prestižní celosvětové organizace GIC (Global In-store Communication), která sdružuje 18 významných firem z POP oboru z celého světa.

Je také velmi aktivním členem organizace PO-PAI CENTRAL EUROPE.

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

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

Reference:

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

shop-in-shop



L'OREAL



OPEL

LED lightbox



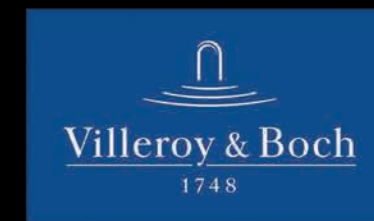
BACARDI



SWAROVSKI



MV AGUSTA



V&B

interiéry značkových prodejen



SAMSUNG



ICEBREAKER



RALPH LAUREN



ATLANTIQUE TELECOM

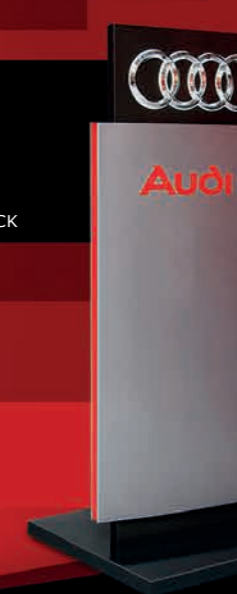
POS displays



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

nauvhneme 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

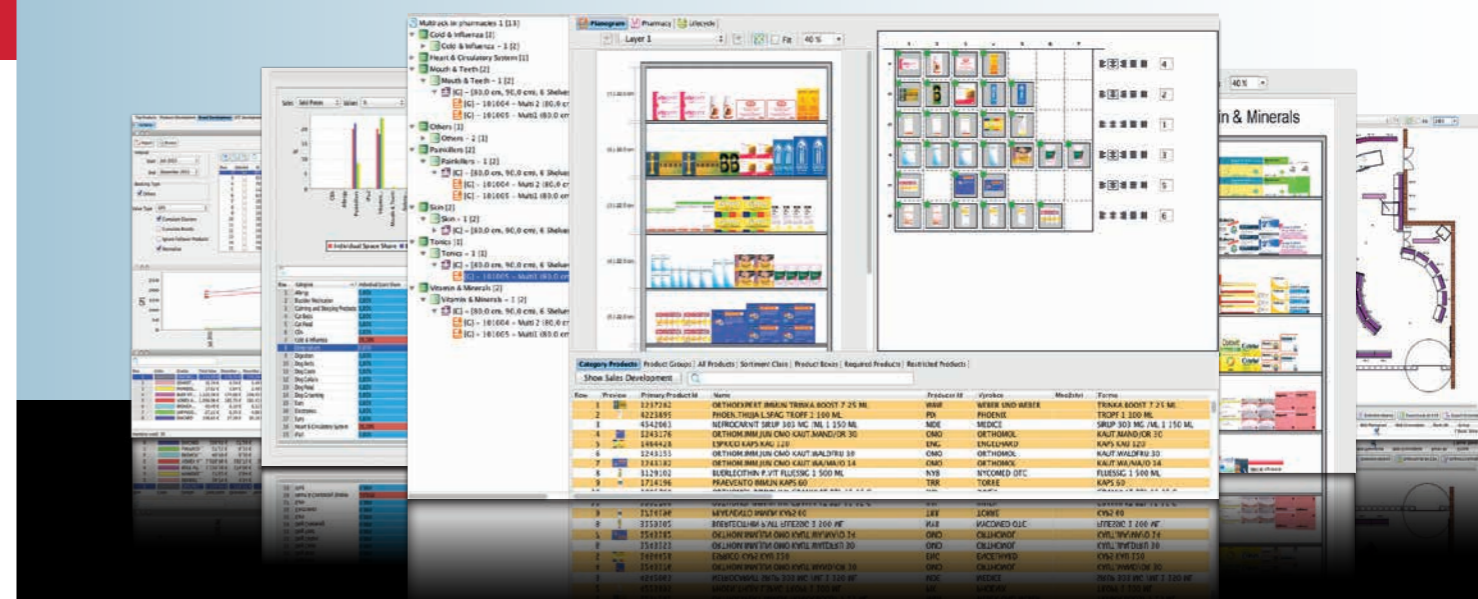
zabalíme pro bezpečnou přepravu

uskladníme v našem logistickém centru

nozešleme do skladů nebo až na finální místa

eclipse.

www.eclipse-print.com/pos



Professional Category Management and Space Planning Solution

ExTech s.r.o.

Adresa společnosti: Tupadly 99, 285 63 Tupadly

Kontaktní osoba: Kavánek Petr

Telefon: +420 724 18 71 14

E-mail: info@extech.eu

Webové stránky: www.extech.eu

Charakteristika společnosti:

Společnost ExTech působí na našem trhu od roku 2001 a je dodavatelem softwarového systému pro správu prodejních prostorů a category management. Klienti společnosti ExTech využívají systém Quant mimo jiné k tvorbě planogramů a řízení kategorií na prodejnách, k plánování promočních materiálů, správě příslušenství a komunikaci s dodavateli.



Completely new ideas
on Space and Category Management



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. Našimi odborníky vyvinuté konstrukční systémy umožňují snadnou a pohodlnou manipulaci s nabízenými produkty, moderní výrobní postupy zaručují jejich barevnou stálost a zároveň zajišťují odolnost vůči mechanickému opotřebení i působení vnějších vlivů. Provázaný systém služeb navíc dovoluje zhotovit zadanou zakázku „na klíč“ – postaráme se o kompletní realizaci požadovaného produktu od návrhu až po bezplatnou dopravu zákazníkům. Celoživotní záruka na veškeré výrobky společnosti FREEBOARD je samozřejmostí.

Reference:

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

Chceme, aby se naši klienti mohli na naše produkty spolehnout. A chceme vyhovět i vašim smělym představám, co všechno s nimi chcete vytvořit – řekněte nám o nich, umíme je splnit.

Společně to dokážeme, děkujeme!



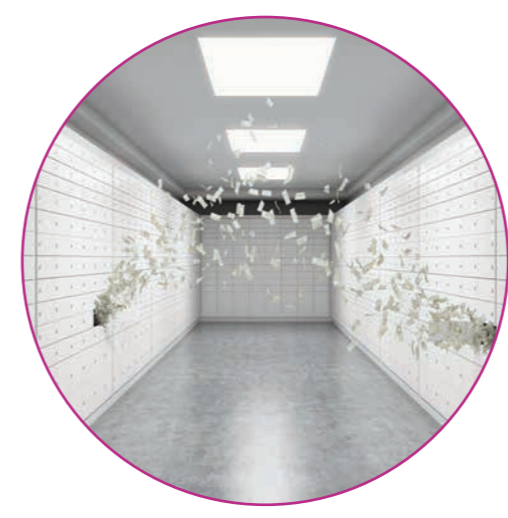
MOBILNÍ PREZENTAČNÍ SYSTÉMY



EMOTIONS TO YOUR BRAND & PLACE



POSKYTUJEME SLUŽBY V OBLASTI SMYSLOVÉHO MARKETINGU.



GAIA GROUP SE
VELVARSKÁ 1649 / 13

ALEŠ ŠTIBINGER
+420 721 844 889
ALES.STIBINGER@GAIAGROUP.CZ

WWW.GAIAGROUP.CZ

GLOBAL MARKETING

Global Marketing s.r.o.

Adresa společnosti: Podkovářská 2, 190 00 Praha 9

Kontaktní osoba: Michal Bařina

Telefon: +420 602 11 11 08

E-mail: info@globalmarketing.cz

Webové stránky: www.globalmarketing.cz
www.distribucepos.cz
www.mediar.cz
www.promokalendar.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost Global Marketing s.r.o. působí na českém a slovenském trhu více jak 18 let a do dnešního dne je výhradně v rukách českého vlastníka. Firma se výrazně etablovala na trhu v oblasti instorových aktivit - merchandisingu, monitoringu, analýze dat i outsourcingu obchodních týmů. V roce 2014 vstoupil Global do oblasti médií, když se stal spoluvlastníkem a investorem webu Médiář. Za necelý rok a půl od akvizice se Médiář stal nejvýznamnějším mediálním a marketingovým webem, který začal na konci roku 2015 vydávat i marketingový čtvrtletník. V loňském roce pokračovaly speciální projekty pro obchodní řetězce a došlo i k výraznému rozvoji aktivit společnosti v komplexní správě POS materiálů. Projekt www.distribucepos.cz oslovil již více jak 20 TOP zadavatelů FMCG i obchodních řetězců. Od března 2016 společnost Global Marketing s.r.o. rozšiřuje svoje služby o komplexní retailové poradenství, které umožňuje klientům celkovou realizaci instorových projektů od tvorby konceptu, až po výrobu, umístění a vyhodnocení POS komunikace. Kromě cenového, leaflet a POS monitoring tak obohacuje svoji nabídku o retailový marketingový výzkum trhu.

GLOBAL MARKETING

rodinná společnost
český kapitál
18 let na českém trhu

dlouhodobé investice do rozvoje společnosti
každý rok nové projekty a produkty
inovace, technologie, aplikace



mediar.cz

globalmarketing.cz

off.agency

distribucepos.cz

promokalendar.cz

soucasnagrafika.cz



Globus ČR, k.s.

Adresa společnosti: Kostelecká 822/75, 196 00 Praha 9 – Čakovice

Kontaktní osoba: Mgr. Pavla HOBÍKOVÁ
Oddělení externí komunikace
Globus ČR, k.s.
Koordinační Praha
Kostelecká 822/75, 196 00 Praha
telefon: +420 283 066 200
mobil: +420 730 543 733
e-mail: p.hobikova@globus.cz

Webové stránky: www.globus.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost Globus ČR, k.s. je rodinnou firmou s osobním přístupem k zákazníkům v současné době provozující v České republice 15 hypermarketů a 3 samostatné Baumarkty. Globus byl historicky prvním hypermarketem, který byl otevřen na našem území. Tento německý maloobchodní řetězec, který působí nejen v Německu, ale i v zahraničí, oslavil v loňském roce 50 let své existence. Letos Globus slaví 20 let v České republice.

Reference:

- Obchodník roku 2012 Prodejce potravin
- Top Retailer - 9 ocenění mezi roky 2002 a 2012
- Mosty 2011 Výroční cena
- Top 24hodin 2008 24 nejvýznamnějších firem
- 100 obdivovaných firem ČR 2008
- 100 nejvýznamnějších firem ČR 2004, 2005, 2006, 2007
- Zertifikát World Barbeque Association 1996 - 2006
- GE Money Multiservis Obchodník roku 2006
- Retail Business mixer 2005 Retailové ocenění
- Rhodos cena za image 2002, 2003 - 1. místo, 2004 - 2. místo
- Certifikát pro majitele nejoriginálnější vánoční dekorace 2004
- Zlatý dukát 2003
- Certifikát kvalitního zaměstnavatele
- Fond ohrožených dětí Děkovný list

Dokážeme vám, že u nás je svět ještě v pořádku



Ostatní o tradiční výrobě a kvalitních službách jen mluví.
My máme mnoho důkazů, že pro nás je to samozřejmost.

#26

Protože vyrábíme
v průběhu celého dne,
dle potřeby, máte pečivo
vždy naprosto čerstvé.



#1

V našich řeznictvích denně bouráme
a zpracováváme maso od brzkého rána,
abyste ho měli na pultech vždy čerstvé.



#198

V našich restauracích si pochutnáte na
jídlech připravených z čerstvých surovin
z naší vlastní výroby.



paketo[®].one

G.N.P. spol. s r.o.

Adresa společnosti: Dolní Jasenka 279, 755 01 Vsetín

Kontaktní osoba: Ing. Petr Dobeš

Telefon: +420 571 413 122

E-mail: info@paketo.one

Webové stránky: www.paketo.one

Charakteristika společnosti:

Jsme český výrobce kartonových POS/POP materiálů. Vývoji a výrobě kartonových POS/POP produktů se věnuje náš specializovaný tým. Klademe důraz na profesionalitu a kvalitu výrobků bez ohledu na velikost zakázky. Se stejnou péčí a výslednou kvalitou produkce dokážeme obsloužit zákazníka, který si objedná tisíce nebo třeba jen jeden kus.

Pro velkosériovou produkci využíváme tradiční průmyslové technologie, v případě malých sérií, kusových zakázek a vzorování máme technologie umožňující dosahovat výborných výsledků při zpracování kartonu a lepenky včetně tisku fotografické kvality. V roce 2015 jsme otevřeli nový výrobně-skladovací provoz s vysokou kvalitou produkce.

Kromě POS/POP materiálů se věnujeme rovněž výrobě individualizovaných obalů se zaměřením na jedinečnost, výběr materiálů, kvalitní konstrukci a precizní vyhotovení.

Zajistíme konstrukci a výrobu POS/POP materiálů a obalů pro zákazníky z celé České republiky, Slovenska i zemí Evropské unie (Německo, Rakousko, Polsko, Anglie a další).

Další doplňující informace:

V roce 2015 jsme s 3D kartonovým reklamním autem (jeep) v měřítku 1:1,6 získali 2 první místa v soutěži POPAI AWARDS, v kategorii „Nejlepší POP na bázi papíru“ a v kategorii „Prostředky podpory prodeje in-store“.



Děláme z kartonu umění

český výrobce kartonových POP materiálů

www.paketo.one

paketo[®].one

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



METRONOM



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 nejznámější 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



HL Display Česká Republika, s.r.o.

Adresa společnosti: Zelený Pruh 95/97, 140 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. Přímou operujeme ve 30 zemích a v 16 dalších jsou naše výrobky zastoupeny distributory, vyrábíme v 5 našich továrnách po světě a zaměstnáváme více než 1100 zaměstnanců.

Nabízíme neustále inovativní řešení pro merchandising a in-store komunikaci. Naše více než 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.

V posledních dvou letech jsme přišli s novými systémy FACER™ a NEXT™, které již byly úspěšně instalovány v několika maloobchodních sítích v České republice a na Slovensku. Tyto systémy přinášejí významnou časovou úsporu při doplňování a vyrovnávání zboží, výrazně zvyšují efektivitu práce a zároveň vylepšují prezentaci zboží na prodejním regálu.

V roce 2016 uvede HL Display na trh zcela nové řešení pro merchandising zboží pod názvem MULTIVO™.

HL Display Slovensko, s.r.o.

Adresa společnosti: Vajanského nábrežie 5, 811 02 Bratislava

Telefon: +421 911 447 474

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

Webové stránky: www.hl-display.sk



Empowering your growth with innovation

Our mission is simple, yet powerful. To provide what is essential to growing your business.



essential optimisation of your selling space
www.hl-display.com





Adresa společnosti / Havlíčkova 2838, Kroměříž 767 01

Kontaktní osoba / Ing. Jozef Horňák

telefon / +420 602 738 604

E-mail / marketing@horma.cz

Web / www.horma.cz

Horma – P.O.P. Displays se zabývá již více než 23 let výrobou stojanů na podporu prodeje. Firma sleduje celosvětové trendy In-store marketingu a aplikuje je do návrhů prodejních stojanů, které zásadně ovlivňují nákupní rozhodnutí v místě prodeje. Naše kreativní oddělení pracuje s nejmodernějšími konstrukčními programy, díky kterým jsme schopni navrhnout design stojanu v digitální 3D podobě a potom jej převést do realistické vizualizace. Vývojové oddělení posléze vyvine funkční vzorek stojanu přesně dle odsouhlaseného návrhu. Díky moderním technologiím v našich výrobních provozech jsme schopni velice pružně reagovat na požadavky zákazníka, plnit krátké termíny dodání a zaručit vysokou technickou úroveň našich produktů.

VÍTĚZ KATEGORIE
POPAI CE 2015





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

Adresa společnosti: Svitavská 1203, 57001 Litomyšl

Kontaktní osoba: Daniel Brydl

Telefon: +420 461 552 511

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

Webové stránky: www.hrg.cz

Charakteristika společnosti:

Ofsetová archová a digitální tiskárna H.R.G. je posledním pokračovatelem nepřetržité pětiset leté tradice tisku v Litomyšli. Tiskárna H.R.G. nabízí zákazníkům ucelený řetězec polygrafických prací počínaje grafickým návrhem v DTP studiu až po různé typy dokončení včetně skládání a finálního rozvozu tiskovin a obalů do požadované lokality.

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

Společnost má certifikovaný systém ISO 9001:2008, 14001:2004 a je také certifikována v rámci systémů FSC a PEFC.

Nejmodernější tiskové stroje (Heidelberg a Komori, Xerox, Konica Minolta, Océ) i technologie dokončujícího zpracování (Müller Martini, BOBST, Kama...) 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. Na webu www.hrgolino.cz naleznete levné ceny standardních tiskovin.

Zabijte dvě mouchy jednou ranou – v H.R.G. si můžete objednat nejen tiskoviny, ale i obaly a POS výrobky (včetně vývoje a vzorování).

Od ledna 2016 máme nový web – [vé vé vé há er gé cé zet] !!

na **obal**
se musí **s chutí**





Cheil

Adresa společnosti: V Parku 2294/4, Chodov, 148 00 Praha 4

Kontaktní osoba: Jun Lee

Telefon: +420 226 202 245

E-mail: Info.czech@cheil.com

Webové stránky: www.cheil.com

Charakteristika společnosti:

Mezinárodní agentura Cheil vyrostla se svým hlavním klientem, společností SAMSUNG. Jsme globální kreativní agenturou pro SAMSUNG posledních 40 let, globálním digitálním marketingovým partnerem jsme po dobu 15 let a globálním retailovým marketingovým partnerem po dobu 10 let.

Společnost Cheil poskytuje komplexní služby v oblasti obchodního marketingu včetně prodejní strategie, designu, optimalizace integrovaných prodejen, shromažďování dat (analýz, propagace) aktivace, digitalizace, merchandisingu, POSM komunikace a kampaní.

Vedeme naše klienty k úspěchu, snažíme se měnit prostředí pro život tak, aby se lidé v něm cítili šťastnější. Naším cílem je, aby naše práce obohatila současnou společnost. Nápadů jsou naše nástroje, které používáme k přetváření tohoto světa k lepšímu místu pro život.



jansendisplay®
see the difference!

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

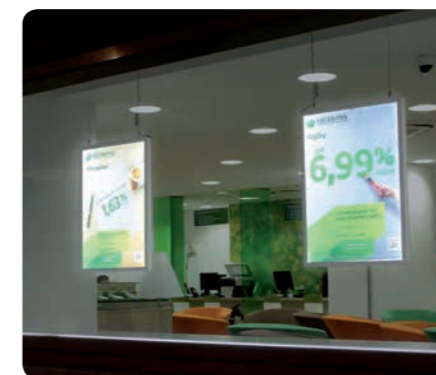
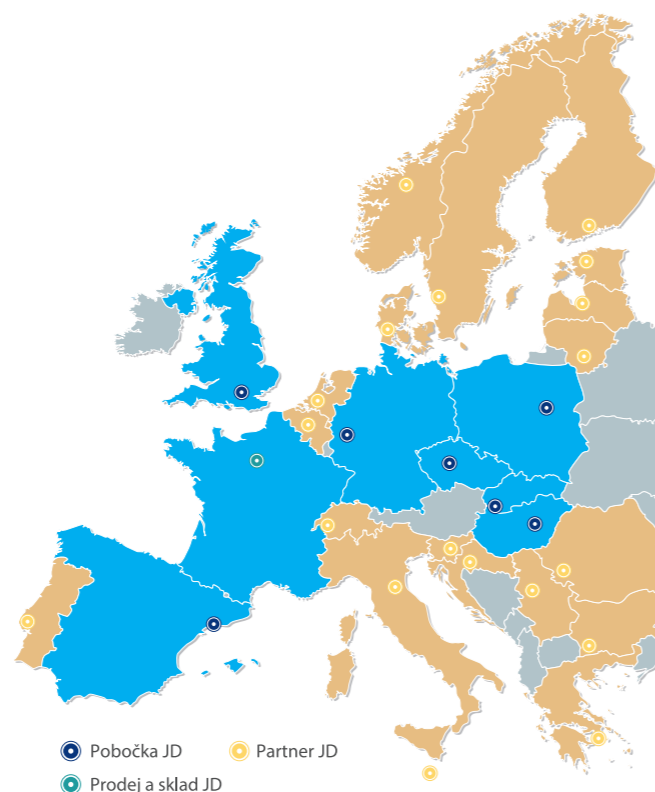
Charakteristika společnosti:

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

- Vyvíjíme, 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!
- Vstupte s námi do světa DIGITAL SIGNAGE - nabízíme kompletní řešení digitální prezentace, od stojanů na tablety po plně integrovaná zařízení pro provoz v síti řízené přes content server.



Jsme páteří pro Váš obsah. Dostaneme jej kdykoliv kamkoliv.

Název společnosti:	Ki-Wi Digital s.r.o.
Adresa společnosti:	Lidická 971/25, 602 00 Brno
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>Retail Interakce a zpětná vazba pro nakupující, propojení s katalogy a věrnostními programy.</p>	<p>Státní správa Infopoint pro občany a návštěvníky, digitální úřední deska.</p>
<p>Výrobní společnosti Pro interní komunikaci se svými zaměstnanci a jejich motivaci a produktivitu.</p>	<p>Reklamní agentury Pro účinnou indoorovou a outdoorovou reklamu.</p>



Ki-Wi SERVER

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



Ki-Wi KIOSK

aplikace pro internetové infokiosky a digitální úřední desky



Ki-Wi PLAYER

aplikace pro přehrávání obsahu na digitálních obrazovkách



Ki-Wi NAVIMAP

aplikace pro navigaci v hotelech, nákupních centrech, městech apod.

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. Uspadněte 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

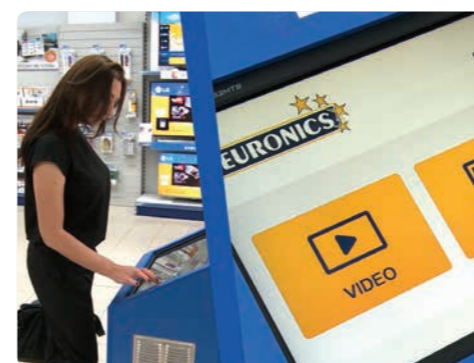
Produktová videa, návody i interaktivní katalog jsou účinným nástrojem podpory prodeje. Pokud je prostředí prodejny navíc doplněno lákavým obsahem na vhodně umístěných displejích a tabletech, zvukem i vůněmi, je zážitek z nakupování téměř kompletní.

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.



OCENĚNÉ ŘEŠENÍ POPAI AWARD



Vybrat při nákupu televize v záplavě různých modelů a výrobců tu správnou není vůbec jednoduché. Naše řešení tuto volbu zákazníkům prodejen elektra výrazně usnadňuje. Zákazník může srovnat jednotlivé TV zařízení dle kvality zobrazení jeho nejoblíbenějšího typu pořadu (sport, cartoons, filmy atd.) a zároveň i zdroje obrazu, který doma využívá (např. TV tuner, satelitní tuner, BlueRay atd.). Výběr obrazu na TV kaskádách se provádí prostřednictvím interaktivní aplikace na dotykovém displeji. Navíc Ki-Wi systém umožňuje marketérovi ze své kanceláře spravovat, aktualizovat a plánovat reklamní nebo informační obrazovou smyčku běžící na TV v jakékoli prodejně.

KNOWINSTORE

KNOWINSTORE s.r.o.

Adresa společnosti: Dienzenhoferovy sady 1102/1, Smíchov, 150 00 Praha 5

Kontaktní osoba: Táňa Prachařová

Telefon: +420 733 133 559

E-mail: pracharova@know.cz

Webové stránky: www.knowlimits.cz

Charakteristika společnosti:

KNOWINSTORE s.r.o. je součástí české nezávislé dynamicky rostoucí skupiny mediálně-komunikačních agentur, KNOWLIMITS GROUP a.s., založené v roce 2005. Společnost tvoří tým s dlouholetými zkušenostmi s reklamou v místě prodeje pracující pro silné portfolio domácích i zahraničních klientů. Vedle kooperace s významnými retailovými řetězci je exkluzivním partnerem pro prodej mediálního prostoru společnosti p.k.Solvent provozující největší maloobchodní síť drogerií v ČR - TETA drogerie.

Koncept práce:

KNOWINSTORE funguje na principu zajištění komplexních řešení komunikačních potřeb, prostřednictvím širokého spektra poskytovaných služeb zajišťovaných in-house. Při plánování kampaně se řídí uceleným konceptem:

Samotné realizaci předchází analýza trhu. Následuje doporučení komunikačního mixu v místě prodeje s návazností na ostatní mediaty. Samozřejmostí je návrh kreativního řešení včetně dodání tiskových dat a zajištění produkce POS materiálů. Dalším krokem je klíčová část kampaně – realizace. Poté, co jsou reklamní nosiče nainstalovány, je zhotovena fotodokumentace. Po skončení kampaně je zajištěna deinstalace a posléze provedeno vyhodnocení uskutečněné aktivity.

Přístup k místu prodeje:

KNOWINSTORE se nebojí výzev a je připravena svým klientům přinést řešení. O významu místa prodeje je přesvědčena. Vychází z faktu, že čeští zákazníci se nechávají na prodejní ploše výrazně ovlivnit a berou ji jako „druhý nákupní seznam“.

POŘIĎTE SI VÍCE ZÁKAZNÍKŮ



ANALÝZA
TRHU



KOMUNIKAČNÍ
MIX



KREATIVNÍ
ŘEŠENÍ



PRODUKCE



REALIZACE



VYHODNOCENÍ

LOGIK

PRINT & POSTPRESS

LOGIK, s. r. o.

Adresa společnosti: Radošovická 996/4, Praha 10 – Strašnice, 100 00

Doručovací adresa: Pod Šancemi 196/4, Praha 9 – Libeň, 190 00

Kontaktní osoba: Hana Bendová, business development manager
Václav Loubek, marketing manager

Telefon: +420 270 004 398
+420 702 124 792

E-mail: print@log.cz

Webové stránky: www.log.cz

Charakteristika společnosti:

Skupina LOGIK patří mezi nejvýznamnější polygrafické závody ve střední a východní Evropě. Od roku 1999, kdy byla založena, prochází kontinuálním vývojem a růstem s cílem nabídnout zákazníkům komplexní služby v oblasti tisku a marketingových služeb souvisejících s tištěnou komunikací.

Mezi hlavní produkty společnosti LOGIK patří materiály pro in-store komunikaci v podobě funkčních obalů včetně speciálních edicí, POP/POS stojany a displeje, postery a další tiskoviny určené pro podporu prodeje. Dostatečná kapacita zaručuje rychlé dodání všech produktů v maximální kvalitě.

Vlastní tisková produkce zahrnuje digitální tisk pro menší náklady a nově i špičkovou velkoplošnou produkční technologii značky Durst, určenou k potisku nejrůznějších materiálů. Plochý ofsetový tisk probíhá na špičkových strojích Heidelberg a KBA.

Podstatnou konkurenční výhodou skupiny LOGIK je špičkové oddělení konstrukce s dlouholetými zkušenostmi při navrhování úspěšných nástrojů in-store komunikace. Na základě představ klienta připraví kreativní návrh, který bude naplňovat požadavky na funkci produktu, logistiku a další parametry.

Dalším faktorem, který odlišuje skupinu LOGIK od konkurence, jsou komplexní služby reklamní agentury. Na základě znalostí specifik jednotlivých trhů a cílových skupin připravíme koncepci komunikace prostřednictvím tištěných nosičů s ohledem na maximální efektivitu a splnění komunikačních cílů.

Od roku 2012 sídlí LOGIK v nově rekonstruovaném a rozšiřovaném výrobním a logistickém areálu v Praze 9 – Libni, součástí závodu je i výrobní a logistické centrum v Horních Počernicích.

Strategické směřování společnosti vedlo k rozšiřování možností v plochem ofsetovém tisku směrem k formátu až B0+. Díky investicím do rozvoje společnosti dnes nabízí společnost LOGIK mimořádnou konkurenční výhodu v zastupitelnosti jednotlivých technologií.

Chtějte víc od své tiskárny!



CHTĚJTE VÍC OD SVÉ TISKÁRNY

Jsme specialisté na podporu prodeje.

Navrhujeme a vyrábíme komunikaci v místě prodeje. Vyrábíme produkty z hladké a vlnité lepenky pro segmenty, které preferují dočasné kampaně. Pomáháme nejvýznamnějším firmám prodávat.

Přidejte se k nim i vy.



MANUFATURA® *Vaše domácí lázně*

Český národní podnik s.r.o.

Adresa společnosti: Melantrichova 17, Praha 1 - 110 00

Kontaktní osoba: Bára Kučerová

Telefon: +420 734 262 935

E-mail: bara.kucerova@manufaktura.cz

Webové stránky: www.manufaktura.cz • www.manufaktura.sk

Charakteristika společnosti:

MANUFATURA je unikátní 100% český koncept značkových prodejen s vlastní originální kosmetikou a doplňky pro jedinečné domácí lázně.

Proč vlastně domácí lázně..? Žijeme v uspěchané době plné stresu, napětí a shonu. Příjemný rituál domácích lázní se zapálenou svíčkou, vonnou lázní, osvěžující sprchou, masáží, šálkem čaje či jiným hýčkáním napomůže odpoutat se od denních problémů, dosáhnout fyzické a psychické úlevy a na chvíli si zkrátka odpočinout.

Originální a vysoce kvalitní receptury výrobků využívají příznivých účinků tradičních českých přírodních ingrediencí – českého piva a chmelových výtažků, karlovarské vřidelní soli, vína a výtažků z révy vinné, meruněk, švestek a jiného ovoce a bylin typických pro naši krajinu. Atraktivní doplňky pro domácí lázně – čaje, svíčky, masážní pomůcky, porcelán atd. jsou vyráběny na zakázku ve spolupráci s tradičními, kvalitními českými výrobci, které pro svou spolupráci Manufaktura vždy upřednostňuje.

Prodejní síť MANUFATURA se za 25 let od vzniku společnosti rozrostla na téměř 50 značkových prodejen v České republice i na Slovensku a nakupovat mohou zákazníci z celého světa i na e-shopu. Ve všech originálních obchodech naši zákazníci zažijí pohodovou atmosféru s akcentem na kvalitu a tradici. Naše prodejny jsou poklidným místem, kde se každý může zastavit, nadechnout a zvolnit. Historizující dekorace, květiny a nádherná vůně navodí příjemnou atmosféru malých domácích lázní...

Na zákazníka čeká kromě originálních produktů s tradičními českými ingrediencemi a pěkným designem také kvalitní zákaznický servis. Naš personál každého rád detailně seznámí se složením a účinky kosmetiky a doporučí vhodné produkty. Na přání vybrané produkty dárkově zabalíme...

MANUFATURA®
Vaše domácí lázně

www.manufaktura.cz



MARS

Mars Czech s.r.o.

Michelská 1552/58
140 00 Praha 4, Česká republika

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.

Společnost Mars je globálně rozdělena do šesti obchodních segmentů:

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

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





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.

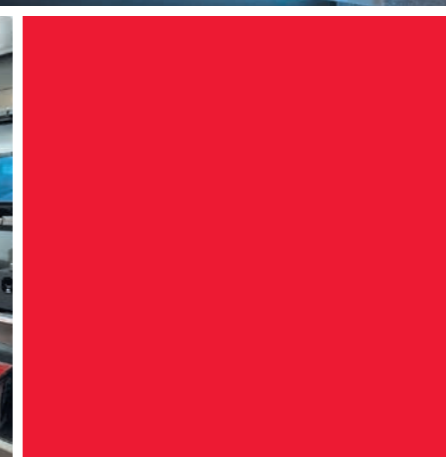
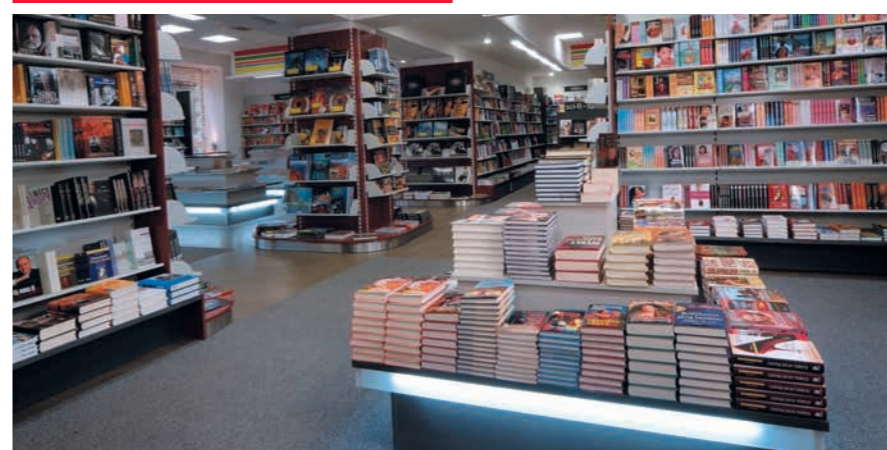
Svým zákazníkům společnost nabízí

- 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



Mondelēz International

Mondelez Czech Republic, s.r.o.

Adresa společnosti: Praha 8, Karlín, Karolinská 661/4, 186 00

Kontaktní osoba: Petr Fous

Telefon: +420 296 380 111

E-mail: corporateaffairsczsk@mdlz.com

Webové stránky: www.mondelezinternational.com

Charakteristika společnosti:

Společnost Mondelēz International je přední světový výrobce cukrovinek a snacků, který vznikl 1. října 2012 rozdělením společnosti Kraft Foods na dvě samostatné firmy. Jméno společnosti je nově vytvořeným výrazem (čtete „mondalís“), který vyvolává představu lahodného světa plného radostných okamžiků. „Monde“ pochází z latinského slova svět a „delēz“ je slovní hříčkou pro slovo lahodný.

V současné době společnost zaměstnává 110 tisíc zaměstnanců a své výrobky prodává ve 165 zemích světa. Mezi její nejznámější značky patří čokoláda Milka a Cadbury, sušenky Oreo a LU nebo žvýkačky Trident.

V českém a slovenském portfoliu společnosti pak hrají významnou roli také značky BeBe Dobré ráno, Brumík, Fidorka, Figaro, Halls, Kolonáda, Miňonky, TUC či Zlaté. V České republice a na Slovensku společnost působí již od roku 1992. Na obou trzích je jedničkou ve výrobě sušenek a čokoládových cukrovinek a v celkem čtyřech továrnách (Bratislava, Lovosice, Mariánské Lázně a Opava), dvou obchodních jednotkách (Praha, Bratislava) a centru sdílených služeb (Bratislava) zde zaměstnává více než 2500 lidí. V České republice začala společnost Mondelēz International fungovat pod novým názvem 29. dubna 2013.



CREATE DELICIOUS MOMENTS OF JOY
VYTVÁŘÍME LAHODNÉ CHVÍLE RADOSTI



marketing
research

MOBILESYSTEM

monit s.r.o.

Adresa společnosti: Purkyňova 125, 612 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 zásadním inovátorem v oblasti propojení retailu, marketingu a nových technologií...

- Vyvíjí software, ale přitom rozumí potřebám marketingu i salesu.
- Mezi hlavní produkty patří:
 - MobileSYSTEM – komplexní digitální marketingový nástroj,
 - aplikace pro nové a nositelné technologie,
 - INTELIGENTNÍ DIGITÁLNÍ STOJANY a MENUBOARDY – s dotykovou obrazovkou a rozpoznáváním osob a dalších parametrů stojících před ním,
 - on-line marketingové výzkumy/dotazníky,
 - mystery shopping, atd.

Již každoročně pořádá velmi úspěšnou společenskou networkingovou akci Retail Golf® Cup (www.retail-golf-cup.cz) a mnoho dalších podpůrných aktivit, konzultací a služeb.

Reference:

The Coca-Cola company • Coca-Cola HBC • L'Oréal Professionnel • Matrix • Costa-Coffee • Paul • OBI • Centropen • Volkswagen • Rossmann • Haribo • ŠkoFIN ... a mnoho dalších



MOBILESYSTEM

Komplexní nástroj digitální komunikace se zákazníky B2B, B2C



- přehledné analýzy využívání systému
- přímé propojení s mobile marketingem
- práce s big daty a pohledy vč. předpovědi
- automatické statistiky úspěšnosti kampaní

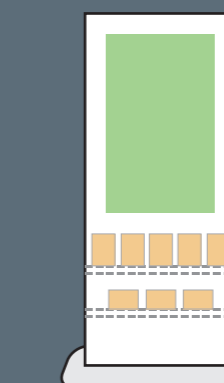
Navigace - Lokátory

WiFi rozcestníky

Nezávislé na platformě



LOGO, BRAND



ADDITIONAL SHELF



SHAPE ADJUSTMENTS



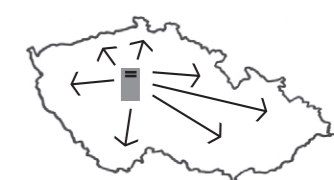
SIZE

DIGITÁLNÍ STOJAN

Jednoduchý, škálovatelný a vyrobený z kvalitních materiálů. Díky perfektnímu skloubení designu s funkčními vlastnostmi stojanu se podařilo dosáhnout i velmi atraktivní ceny a tím se stát dostupným pro všechny kategorie zákazníků.

Intelligentní softwarový nástroj

Snadné, cílené a personalizované plánování mediálního obsahu pro všechna zařízení v síti a možnost spravovat obsah v jednotlivých zařízeních.

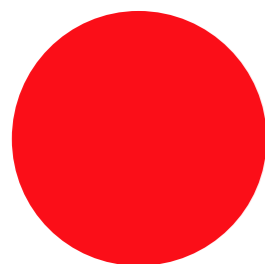
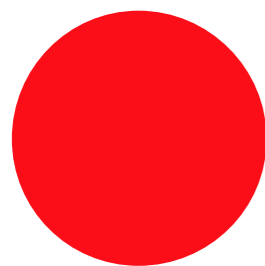


Je podpořena celá řada funkcí od playlistů, časovačů, widgetů až po administrátorské rozhraní včetně statistik.

DisplayMan.cz



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



MORIS

DESIGN

MORIS design s.r.o.

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

Kontaktní osoba: Radomír Klofáč – zakladatel, majitel
Alice Habartová – marketingová ředitelka

Telefon: +420 222 512 231

GSM: +420 724 075 630

E-mail: moris@moris.cz

Webové stránky: www.moris.cz

Charakteristika společnosti:

Na trhu působíme již od roku 1997. Navrhujeme a kompletně realizujeme veškeré komerční interiéry, vyrábíme prostředky na podporu prodeje, komplexní branding, prodejní stojany a další POS (point of sales) materiály. Jsme ryze českou rodinnou výrobní firmou s přesahem do marketingu a řešení prodejních strategií. Klademe velký důraz na inovace a funkční design. Od nás obdržíte služby prostě od A do Z. Disponujeme mnohaletými zkušenostmi a vlastním zázemím, do kterého patří vývojové oddělení, design, technická příprava výroby, výroba a servisní týmy po celé ČR. V současnosti provozujeme 3 pobočky, zaměstnáváme 120 lidí a prodejní stojany vyvážíme do 45 zemí světa včetně USA, Austrálie a Číny.

Za téměř 20 let na trhu jsme posbírali celou řadu prestižních ocenění za design a funkčnost našich výrobků. Mezi nejceněnější patří ocenění z pařížské 50. výroční POPAI Awards Europe, a na sklonku roku 2015 také zlatá Effie Award 2015 nebo opakovaně zlatá POPAI Award Central Europe. Udělená ocenění jsou tak Vaší zárukou kvality naší práce.

Reference značky:

Adidas, ALPINE PRO, ACO, Bageterie Boulevard, drogerie TETA, T-mobile, Sportex, Panasonic, Primalex a Balakryl, Procter and Gamble, Moët Hennessy Czech, Hamé, Stella Artois, LedLenser, Leatherman, FAB a mnoho dalších

Další doplňující informace:

Jsme společensky odpovědní a podporujeme celou řadu neziskových projektů od podpory Dobrého anděla, Světlušky přes ČSOP až po sponzoring jachtaře Milana Koláčka. Realizujeme expozice muzeí. Podporujeme český design, edukujeme obor a prosazujeme, aby se designérům platilo skicovně.

■ PRODEJNÍ STOJANY

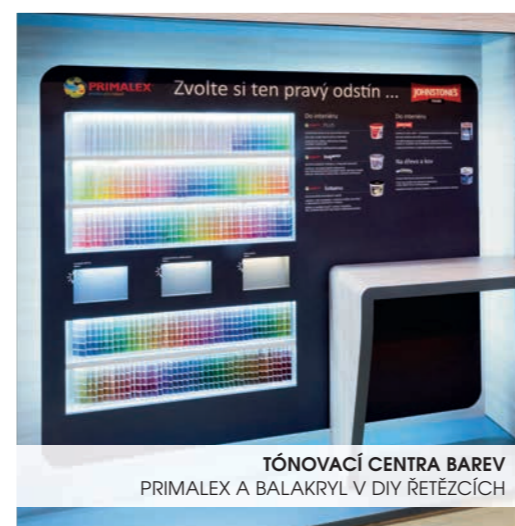
■ IN-STORE DESIGN

■ BRANDING

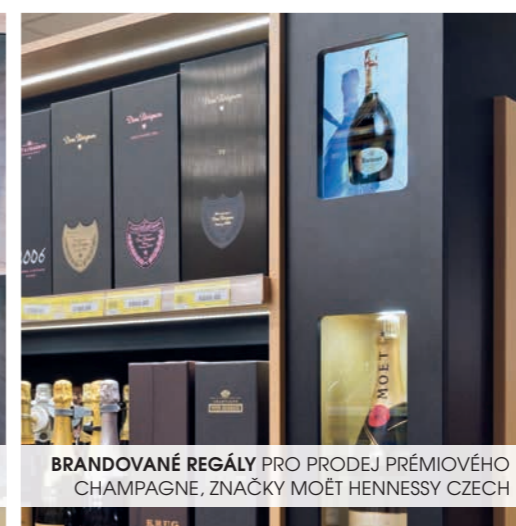
■ DESIGN A VÝVOJ



INTERIÉRY RESTAURACÍ
BAGETERIE BOULEVARD



TÓNOVACÍ CENTRA BAREV
PRIMALEX A BALAKRYL V DIY ŘETĚZCÍCH



BRANDOVANÉ REGÁLY PRO PRODEJ PRÉMIOVÉHO
CHAMPAGNE, ZNAČKY MOËT HENNESSY CZECH

MORIS

DESIGN

... makes you visible!

MORIS design s.r.o.

Pod Stárkou 33
140 00 Praha 4 - Michle

t: +420 222 512 231

m: +420 724 075 630

e: moris@moris.cz

www.moris.cz



MOBILNÍ PRODEJNY
T-MOBILE



PET BUTIK U OCÁSKU
V PROVENSÁLSKÉM STYLU



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.

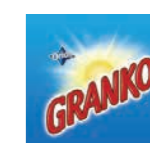
Celosvětové portfolio výrobků Nestlé je velmi široké – patří sem káva NESCAFÉ, polévky a bujóny MAGGI, mléčné výrobky, cukrovinky, balená voda, zmrzlina, klinická výživa či dětská výživa NESTLÉ i strava pro domácí zvířata PURINA, také cukrovinky a čokolády ORION, BON PARI, JOJO.

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





OMD Czech, a. s.

Adresa společnosti: Lomnického 1705/9, 140 00 Praha 4

Kontaktní osoba: Jiří Herian, Managing Director

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 obratu 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 OMG Research, která se zaměřuje na vyhodnocení komunikace, její efektivita 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

OMD – největší síťová mediální agentura dle hodnocení RECMA.

MOBILE LOVE AFFAIR

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

FUTURE OF THE CZECH REPUBLIC

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

GLOBAL MEDIA AGENCY OF 2013 (ADWEEK)

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



PHILIP MORRIS ČR

Philip Morris ČR a.s.

Adresa 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 státě 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, Philip Morris, Petra či Sparta.

Ke konci roku 2015 zahrnovalo naše portfolio v České republice 8 značek v 59 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 tehdejším 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 ORIGINAL

18 **Original Pilsner Bier** 42
B. 18 42 B.



18+ POUZE PRO STARŠÍ 18 LET
www.napivosrozumem.cz





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.

Jsmo 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:

Řetězce

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

PRESCO GROUP

PRESCO GROUP, a.s.

Adresa společnosti: Máchova 21, 120 00 Praha 2

Telefon: +420 222 922 040

E-mail: info@pg.cz

Webové stránky: www.presco.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost PRESCO GROUP, a.s. vznikla již v roce 1995 jako ryze česká společnost. V současné době ji můžeme dělit na dvě samostatné divize, kterými jsou divize publishing a divize advertising. Tyto dvě divize zároveň určují i hlavní obory podnikání společnosti, kterými jsou vydavatelská činnost a reklamní činnost.

Divize publishing:

Hlavní činností této divize je vývoj a výroba datového zboží (kalendáře a diáře), papírenského sortimentu, dárkového sortimentu a od roku 2013 také školních potřeb. Každoročně vydává přes 450 druhů kalendářů a diářů. Více jak polovina její produkce je vyrobena podle původních návrhů designérů společnosti a druhá polovina pod hlavičkou exkluzivních českých a zahraničních licencí. Mezi české licence patří Krteček Zdeňka Milera, Mucha Foundation nebo například programové tituly Česká televize. Zahraniční licence zastupují Walt Disney, Ovečka Shaun, Malý princ, Star Wars, Roy Lichtenstein, Playboy a mnoho dalších významných licencí. Kalendáře společnosti jsou každoročně oceňovány v české soutěži Kalendář roku a také její slovenské obdobě Najkrajší kalendár Slovenska.

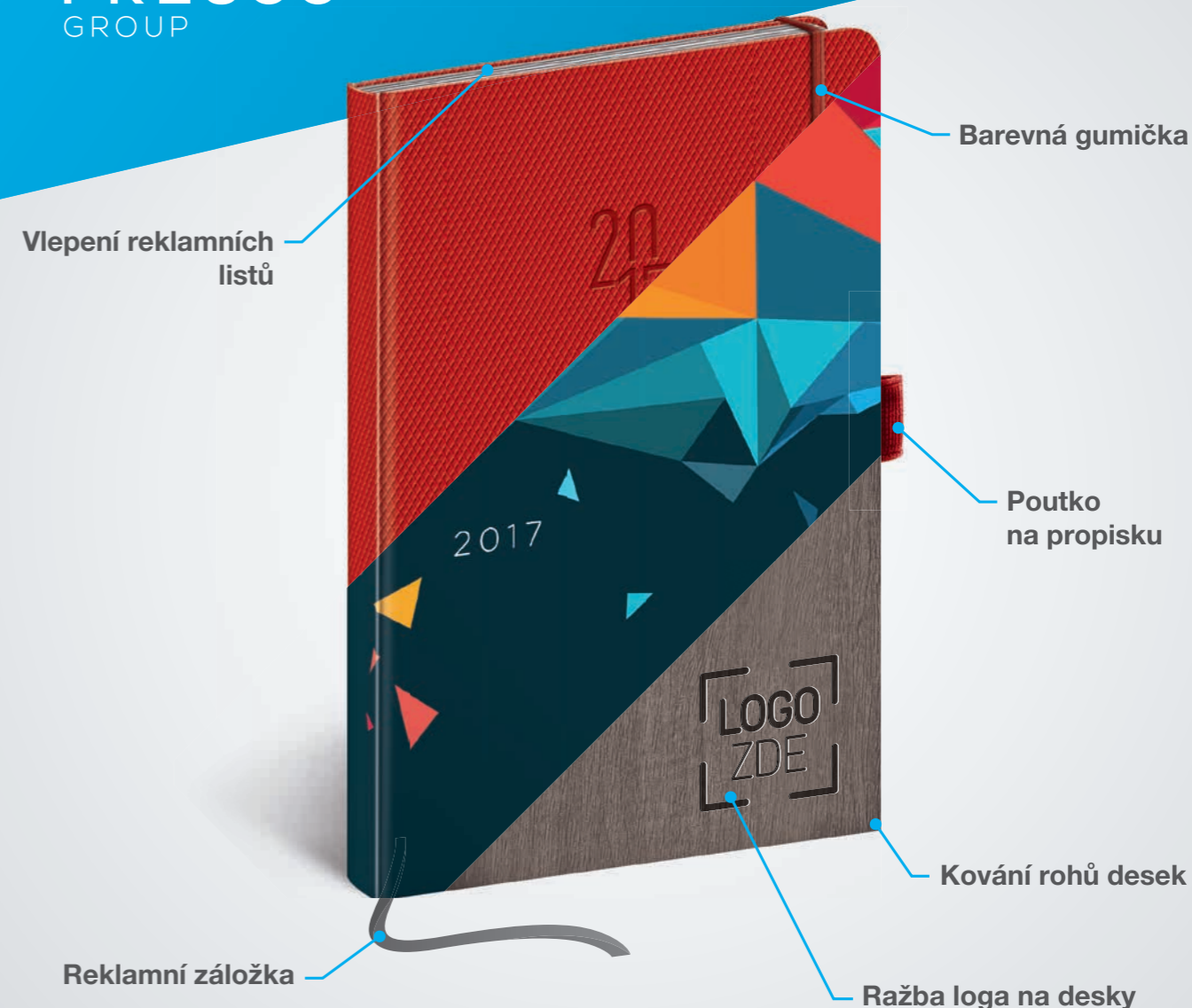
Divize advertising:

Tato divize se zabývá převážně výrobou reklamních předmětů a dárkových předmětů s reklamním potiskem. Ke klientům této divize patří letecká společnost Austrian Airlines, energetická skupina RWE, Česko-Slovenský Ples, v bankovním sektoru jsou jejími klienty Komerční banka a Československá obchodní banka, dále společnost Go parking a mnoho dalších.

Bud'te svým klientům blíž 365 dnů v roce

Vytvořte si s námi zcela unikátní diář, který bude přesně odpovídat individuálním požadavkům, firemním barvám, design manuálu, značce a výrobkům. Vyberte si z nejširší a nejoriginálnější nabídky diářů na českém trhu.

PRESCO
GROUP



Další možnosti:

- Typ a barva povrchu
- Reklamní předsádka
- Kulaté rohy
- Hmatníky – výseky
- Papírové kapsy
- Krabička – od luxusní po jednoduché řešení

VÍCE INFORMACÍ NALEZNETE NA WWW.PRESCO.CZ

PRESCO GROUP, A.S. | MÁCHOVA 21 | 120 00 PRAHA 2 | ČESKÁ REPUBLIKA | TEL.: +420 222 922 040 | FAX: +420 222 922 058 | E-MAIL: INFO@PG.CZ | WWW.PG.CZ

PROST - orientační systémy s.r.o.

Adresa společnosti: Dlážďená 7, 552 11 Velichovky

Kontaktní osoba: Karel Brendl,
tel.: +420 732 233 323
e-mail: karel.brendl@prost.cz

Markéta Vítková
tel.: +420 737 282 091
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. Na všechny výše uvedené produkty zpracujeme kompletní projektovou dokumentaci, a to v součinnosti s kanceláři architektů.

Během našich více než 25-ti let působení v oblasti světelných reklam a orientačních systémů v České republice a 20-ti let působení v mnoha zemích evropské unie i mimo ní 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.

Reference:

HORN BACH • OBI • KAUF LAND • ČEZ • BMW • DER SPIEGEL • H&M • PROLOGIS • SUBARU
a mnoho dalších



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

Reference:

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

DEKORACE JSOU POUZE VRCHOLEM LEDOVCE

WWW.QUIX.CZ
WWW.EVENTSHOW.CZ

2015
Plzeň 2015
Evropské hlavní město kultury



Quo s. r. o.

Adresa společnosti: Tyršova 2158, 256 01 Benešov u Prahy

Kontaktní osoba: Jaroslav Opriš ml.

Telefon: + 420 737 797 111

e-mail: jaroslav.opris.ml@quo.eu

Odkaz na webové stránky: www.quo.eu

Reklamní společnost Quo je česká firma s 25letou působností na trhu s reklamou.

Za dobu své existence rozšířila portfolio služeb natolik, že je schopna uspokojit potřeby všech klientů. Nabídka reklamního fullservisu přináší komfortní zpracování nejrůznějších druhů reklamního sdělení na jednom místě s úsporou času i finančních prostředků. Specializuje se na značení reklamních předmětů, textilu a komponent pro průmysl.

Další oblastí činnosti je výroba venkovní reklamy, jako jsou billboardové a atypické plochy či reklama na mostech. Specialisté vytváří a realizují polepy vozů, firemní štíty či orientační systémy. Samozřejmostí je nabídka produkce tiskových materiálů včetně grafického zpracování. Velké výrobní zázemí a skladové kapacity jsou předurčeny k zajištění i velkokapacitních zakázek.

Zastoupení: Benešov • Praha • Tábor • Brno • Bratislava

Reference:

ACP, Adventura, Agrozet ČB, Alpla, Amfora, Auto Brejla, Autoškola Štěch, Benea, Bushman, ČPP, Davocar, Dita, Donate, Geus, Hydrohrom, Innera, Kvarto, Medical technologies, Mediclinic, Mokate, Nail Clinic, Nature House, Nemocnice Rudolfa a Stefanie, Pekass, ProfiOdpady, Proratio, Ruml s. r. o., Stasto, Tesla Blatná, TOP Alulit, Vari, Výfuky Pařízek, Wifcom, atd.

Další klienti jsou převážně z řad reklamních agentur, proto si nepřejí být v referencích uvedeni.



POMÁHÁME VÁM S REKLAMOU JIŽ 25 LET...



VYMYSLÍME

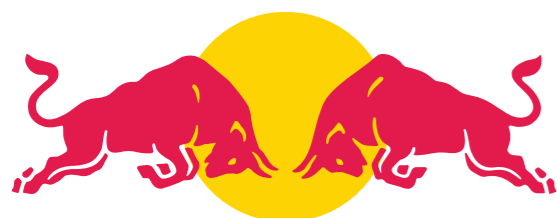


VYROBÍME



UMÍSTÍME

www.quo.eu



Red Bull

Red Bull Česká republika, s.r.o.

Adresa společnosti: Nad Paťankou 10, Praha 6, 160 00

Kontaktní osoba: Michal Vrbka

Telefon: +420 233 091 331-2

E-mail: michal.vrbka@cz.redbull.com

Webové stránky: www.redbull.cz

Charakteristika společnosti:

Pro někoho to byl den plný vtipů a kanadských žertů. Pro nás byl ale 1. duben 1987 dnem, kdy jsme se narodili. Právě na apríla roku 1987 se totiž v Rakousku prodala první plechovka nového energy drinku Red Bull. Otcem a zakladatelem značky je Dietrich Mateschitz. Rakouský absolvent Vídeňského institutu ekonomie na své cestě do Thajska ochutnal tamní nápoj Krating Daeng, jehož jméno v překladu znamená „Rudý býk“. Ihned po prvním napití ho chuť drinku okouzila a on objevil možnosti, které v sobě skrývá. Domluvil se s majitelem unikátního receptu Čaleem Júvitjou a založili spolu firmu Red Bull. Zatímco na začátku byla modro-stříbrná plechovka k dostání jen v Rakousku, dnes ji seženete ve 169 zemích světa. Od jejího uvedení na trh se vypilo více než 50 miliard plechovek, z toho jen v loňském roce 5,957 miliardy. Oproti roku 2014 to představuje nárůst o 6,1 %. Red Bull neodmyslitelně patří do světa sportu, jehož hranice neustále posouvá. Podobně posouvá i výkony svých sportovců patřících mezi světovou elitu. Nespočet jejich ocenění a úspěšných individuálních projektů je důkazem toho, že Red Bull osvěžuje nejen tělo, ale i mysl. Díky tomu nemůže chybět při žádné zásadní události výtvarné a hudební scény. Red Bull dává křídla lidem a nápadům.

KTERÁ KŘÍDLA SEDÍ VÁM?



BEZ CUKRU

TROPICKÉ
OVOCE

BRUSINKA

LIMETKA

BORŮVKA

REDA®

REDA a.s.

Adresa společnosti: Hviezdoslavova 55d, 627 00 Brno

Kontaktní osoba: Bc. Viera Černá – obchodní ředitelka

Infolinka: +420 800 13 13 13

E-mail: viera.cerna@reda.cz
info@reda.cz

Webové stránky: www.reda.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost REDA a.s. vznikla v roce 1991 a letos slaví své 25. narozeniny. Díky dlouholetým zkušenostem s importem i exportem reklamních a dárkových předmětů a sešnanému týmu se aktuálně řadíme mezi nejvýznamnější hráče na trhu nejen v České republice, ale i v Evropě.

Hlavním posláním naší společnosti je vzájemně spolupracovat, s cílem stát se první volbou zákazníka a lídrem na trhu v oboru reklamních a dárkových předmětů. Uvědomujeme si, že k dosažení tohoto cíle jsou důležití především naši lidé, jako největší deviza naší firmy. S hrdostí si stojíme za kvalitou naší práce, jejichž prostřednictvím budujeme úspěšnou, inovativní, dynamickou a flexibilní společnost.

Aktuálně nabízíme více než 6 500 různých reklamních předmětů na našem e-shopu nebo v katalogu. Naše nabídka obsahuje reklamní a dárkové předměty z řad tradičních kuličkových per, kancelářských potřeb, cestovních tašek, přívěsků, deštníků, kalendářů, diářů a PF karet. Dále pak nabízíme manažerské dárky značky SANTINI, outdoorové vybavení do přírody BEAVER a ekologicky šetrné produkty GREEN IDEAS. Každý rok přinášíme na trh novinky, a díky vlastnímu oddělení kvalitářů v Číně, dodáváme spolehlivé zboží.

Díky modernímu vybavení a strojům dokážeme potisknout zboží dle požadavků klientů více než 10 potiskovými technologiemi. Technologie neustále inovujeme, abychom udrželi nejvyšší kvalitu potisku.

Naše logistické oddělení zajišťuje přepravu do 51 zemí světa. Zákazníkům se naplno věnuje tým více než 250 profesionálů na centrále v Brně a pobočkách v Praze, Plzni, Ostravě a Zlíně.

Reference:

„Se společností REDA a.s. spolupracujeme již dlouhodobě, od roku 2011 jsme spolupráci rozšířili i na oblast logistických služeb. Vysoce oceňujeme nejen kvalitní zpracování nabídek, ale zejména profesionální a vstřícný přístup. Vzájemná spolupráce se společností REDA a.s. je na profesionální úrovni. Zejména odborné znalosti a dovednosti jsou klíčem potvrzení správného výběru partnera v oblasti 3D reklamy. Věříme, že i nadále bude naše spolupráce pokračovat a rozvíjet se k vzájemné spokojenosti.“

Radek Bílý
Vedoucí Marketingu / Head of Marketing
E.ON Česká republika, s.r.o.

„Společnost NCH spolupracuje s firmou Reda a.s. od roku 1995. Od roku 2009 Reda a.s. zajišťuje reklamní předměty, skladování a distribuci v rámci e-shopu. Tento e-shop využívá cca 20 států (evropských i neevropských). Mimo jiné Reda a.s. pro nás zajišťuje vánoční dárky, kalendáře a různé ad hoc zakázky. Společnost Reda je naším dlouholetým spolehlivým partnerem a naši vzájemně spolupráce si velmi vážíme.“

Marek Filip
Core Marketing Manager
NCH Czechoslovakia spol s.r.o.

„Spolupráci s firmou Reda, která pro nás zajišťuje reklamní předměty a textil již od roku 2012, hodnotíme v Plzeňském Prazdroji veskrze pozitivně. Osobně oceňuji především férové jednání a rychlou reakční dobu i na požadavky s výrazným časovým omezením. Hlídnání a především dodržování všech sjednaných termínů dodání a kvality zboží je samozřejmostí. Oceňuji také flexibilitu, se kterou se firma Reda daří plnit i ta nejnáročnější zadání.“

Václav Mráz
Commodity specialist – production
Plzeňský Prazdroj a.s.

Luxusní dárky značky Santini

Hledáte-li eleganci, luxus, kvalitu a moderní trendy, pak je tu pro vás značka Santini, která snoubí všechny tyto aspekty dohromady a promítá je do neodolatelných reklamních předmětů. Mezi nejoblíbenější produkty z této řady patří jednoznačně peněženky a cestovní potřeby, které jsou vhodným dárkem pro každou příležitost.

Outdoorové a sportovní dárky značky Beaver

Pokud milujete přírodu a aktivní životní styl, potom je BEAVER ta pravá značka pro vás. Nože Beaver jsou známé svoji vysokou kvalitou a precizním zpracováním a proto právem patří k nejoblíbenějším dárkům z outdoorové sekce.

REDA®

REKLAMNÍ A DÁRKOVÉ PŘEDMĚTY



**LOGISTICKÉ
SLUŽBY A FIREMNÍ
PROJEKTY**



**NABÍDKA
6 500 POLOŽEK**

**VÍCE NEŽ
10 POTISKOVÝCH
TECHNOLOGIÍ**

**VZORKY
K ZAPŮJČENÍ
ZDARMA**



**VŠE
SKLADEM**

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

<http://eshop.reda.cz>



800 13 13 13

www.reda.cz

info@reda.cz

REX spol. s r.o. - Král světelné reklamy

Název společnosti: REX spol. s r.o.
Adresa společnosti: Bubenská 20, 175 00 Praha 7
Kontaktní osoba: Vlastimil Král
Telefon: +420 233 374 020-1, 312 691 712-3
e-mail: rex@rex-reklama.cz
Webové stránky: www.rex-reklama.cz

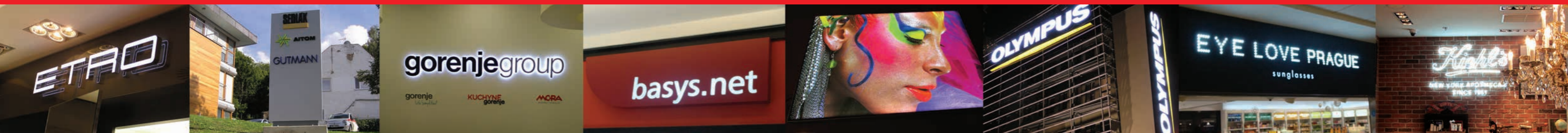
Charakteristika společnosti:

Rex spol. s r.o. je ryze česká společnost působící na zdejšímu trhu více než 25 let. Naším krédem je nabídnout klientům co nejlepší produkty, zejména z oblasti světelné reklamy, neonů, POP, reklamních stojanů a poutačů. Zabýváme se většinou individuální produkcí. Jedná se zejména o velmi populární reklamy pro snadnou výměnu textilních motivů – systém Sign Ware. V našem sortimentu naleznete výrobu 3D písmen ve všech technologiích. Písmena vyrábíme ze styroduru, plexiskla, plastů, MDF, Alu, nerez. Velmi populární jsou písmena vyráběná technologií Blok LED. Zde díky speciálním plexisklům a LED lze dosáhnout znaků s velmi tenkou plasticitou. Dále nabízíme celou řadu světelných reklam a klap rámy pro snadné výměny grafik. Systémy LED Posterlight, plošné světelné reklamy, velkoplošné reklamy (Signtech). Jsme také jedním z mála výrobců neonových reklam. Neony vyrábíme z trubic značek Glostertube, TecnoLux. Vyrábíme i firemní totemy, orientační systémy budov, informační vitríny, klap rámy, reklamní poutače, reklamní grafiku, transparenty, prezentační systémy, POP, Roll up, roletky, výstavní systémy apod. Na Vaše požadavky se tak vždy snažíme navrhnout optimální řešení.

Reference

Pracujeme pro řadu významných klientů. Namátkou jmenujeme: Olympus, Canon, Esprit, Desigual, Adidas, Hilton, Dr. Oetker, ČEZ, Apple, Deichmann a řadu dalších

www.rex-reklama.cz





Produkty na podporu predaja a svetelná reklama

adresa spoločnosti: Hollého 205/52
kontaktná osoba: Miroslav Hodás
telefon: +421 41 54 22 109
e-mail: ross@ross.sk
webové stránky: www.ross.sk / www.ross.eu
e-shop: www.ross.sk/eshop



KOMPLEXNÝ NÁVRH * VÝVOJ * VÝROBA A SERVIS POP PRODUKTOV

CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI:

V SPOLOČNOSTI ROSS UŽ VIAC AKO 24 ROKOV VYRÁBAME:

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

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



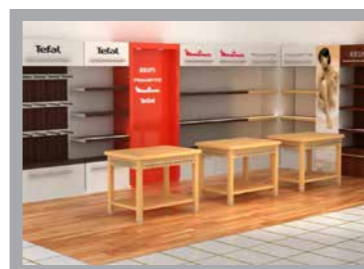
ROSS s. r. o. - výroba reklamy

...A BUDE VÁS VIDNO!

PRODUKTOVÉ SADY



BANNERY * BIGBOARDY PREDAJNE NA KĹUČ



ŠPECIÁLNE PROJEKTY

MARKÍZY * TERASY



STOJANY * REGÁLY

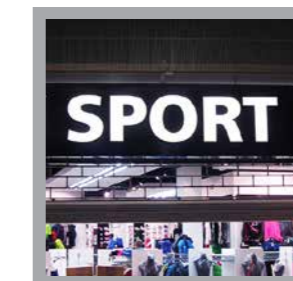


MONTÁŽ * SERVIS

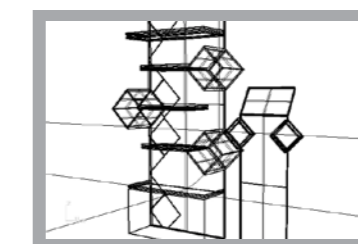
STOJANY * ZÁSOBNÍKY



VÝROBA



SVETELNÁ REKLAMA



NÁVRH * DESIGN



3D PÍSMENÁ

www.ross.sk

SÁRA, s. r. o.

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 (2 000 m²), sklady (2 500 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. SÁRA, s. r. o. je zakládajícím členem POPAI (od roku 2001). Členství v POPAI zaručuje svůj vysoký standard kvality zboží i služeb. Dnes má společnost 70 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 1 000 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?

Navrhne 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 2 500 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 • Mondeléz • Nutricia • Philip Morris • Reckit Benckiser • O2 Czech Republic • O2 Slovakia • Unilever • URGO Healthcare CZ • Wrigley a mnoho dalších.

Těšíme se na spolupráci s Vámi!



NÁVRH A VÝROBA POS MATERIÁLŮ



PULTOVÉ STOJÁNKY



PODLAHOVÉ STOJANY



ZAKÁZKOVÉ ŘEŠENÍ

Prodejní stojánky a prezentéry na produkty nebo na tiskoviny. Standardní typy jsou dostupné v našem e-shopu www.sara.cz, zakázkové řešení ušijeme přímo Vám na míru. Zvolte si vlastní barevnost, tvar, provedení, potisk, prosvětlení, pohyb.

Podlahové POS stojany z kovu, dřeva, plastů a kombinací materiálů. Máme dlouholetou zkušenost s výrobou kvalitních a atraktivních produktových stojanů. Nabízíme full-service od návrhu přes výrobu po spolehlivé balení a distribuci.

V profesionálním design studiu zpracujeme 3D návrhy dalších zakázkových řešení. Zakázková výroba tvoří více než polovinu našeho obrátu. Mezi naše výrobní technologie patří obrábění plastů, dřevovýroba, kovovýroba, potisk, LED prosvětlení apod.





Rozumí životu

Mapa Spontex CE s.r.o.

Adresa společnosti: Prodašice 4, 29404 Dolní Bousov

Kontaktní osoba: Lukáš Smolík

Telefon: +420 283 116 632

Webové stránky: www.spontex.cz | www.nuk.cz

Charakteristika společnosti:

Značka Spontex již více než 70 let přináší produkty vysoké kvality určené pro každodenní péči o domácnost, jako jsou mopy, smetáky, houbičky, utěrky, ale také ostatní domácí potřeby pro péči o prádlo. Spontex nabízí produkty s nimiž je úklid rychlejší, snadnější a pohodlnější.

Když před 60 lety představil NUK první ortodontický dudlík vyvinutý profesorem doktorem Baltersem a zubním lékařem Müllerem, byl položen základní kámen značky, jejímž jediným cílem bylo uspokojovat zvláštní potřeby matek a dětí. Od prvního dne chceme miminku dát vše, co potřebuje pro spokojený a zdravý život. Potřeby našich nejmenších se ale s každým dalším měsícem proměňují, a oni si neumí o všechno říct. Pro jednotlivé fáze vývoje proto navrhujeme řešení, která dítěti usnadní první sousto z lahvičky, první zoubek i první krůčky k nočníku. Zodpovědnost firmy, mimo jiné, je také být vnímavý k novým poznatkům, mluvit o nich s těmi, kterých se to týká, včetně expertů, a současně pokračovat ve vývoji stávajících i nových výrobků. Právě toto je oblast, kde nám nejvíce pomáhají NUK experti, se svým know-how na vědeckém základě a se svými zkušenostmi.

Spolupráce s experty je pro nás velice důležitá, protože chceme vyvíjet inovace produktů, které jsou založeny na pochopení současné medicíny a které jsou speciálně navrženy, aby plnily požadavky matek a dětí.

Jsme hrdí na to, že už od roku 1956 v nás tolik rodičů vkládá důvěru. Produkty NUK rostou s vašimi dětmi a provází je od narození až do školky.



Rozumí životu



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.bezecný@sprint-trading.cz

Webové stránky: www.sprint-trading.eu

Charakteristika společnosti:

Jsme jedním z předních výrobců POP/POS řešení i 3D reklamních předmětů. Díky investicím do vlastního výrobního technologického centra patříme v oboru ke špičce.

V rámci našich šesti divizí získáte komplexní, ucelenou nabídku pod jednou střechou: výroba kartonových POP/POS prostředků, prezentačních systémů, vakuové tvarování, 3D reklamní předměty, velkoplošný a maloplošný tisk i textilní výroba. Naší nedílnou součástí je samozřejmě konstrukční a vývojové oddělení.

Mimo jiné naše společnost Sprint Trading s.r.o. získala celosvětově chráněnou patentovou licenci pro systém kartonových stojanů „SPRINT SYSTÉM“, které se automaticky skládají i rozkládají a je možné je vždy poskládat do minimálních balících rozměrů. **SPRINT SYSTÉM je prvotřídní produkt, který ideálně rozšiřuje náš stávající sortiment POP/POS prostředků a displejů.** Zaměřujeme se na inovaci a zjednodušování řešení. Všechny automatické displeje jsou proto navrženy jako **snadno složitelné tak, aby zkrátily dobu implementace v obchodech a snížily tak klientům logistické náklady.**

Již více než 20 let se zaměřujeme na poskytování vysoce profesionálních služeb náročným zákazníkům. Jako výrobci poskytujeme profesionální servis, inovaci, přímou komunikaci, kvalitu a konkurenční ceny.



Praha

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.

VIZE:

Chceme patřit mezi nejmodernější, nejrychlejší a současně nejkvalitnější 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:

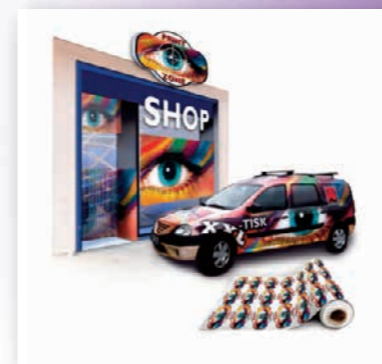
Naše tiskárna sleduje vývojové trendy v oboru a zaměřuje se nejen na tisk venkovní reklamy, ale i na tisk a kompletní dodávky lehkých prezentačních systémů, tisk grafiky pro veletrhy a výstavy, zejména textilních materiálů s konfekcí pro rámové a závěsné systémy, potisk textilních a deskových materiálů 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: Simona Cveklova

Mail: storemedia@storemedia.eu • cveklova@storemedia.eu

STORE MEDIA - *váš partner pro smyslový marketing*

Apelujeme
na smysly vašich
zákazníků

Chcete, aby se vaši zákazníci u vás cítili skvěle?

MY TO ZAŘÍDÍME!!!

IN STORE **RÁDIO**
Slyšet



Správně je naladíme.

IN STORE **TV**
Vidět



Zabezpečíme, aby se
měli na co dívat.

IN STORE **AROMA**
Cítit



A abyste jim voněli.

Spolupracujte
s lídrem
na trhu!



STORY DESIGN

Member of the Umdasch Shopfitting Group

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.

V rámci dodávek interiérů nabízíme našim klientům možnost komplexního zaštitění dodávky, tedy včetně výstavby nebo přestavby interiéru. Díky značným 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, data management systémem a výkonným konstrukčním softwarem zaručují řízení a efektivní zpracování požadavků klienta. Klienti STORY DESIGN, a.s. také oceňují velmi silné zázemí firmy v oblasti samotného 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. Pracujeme s dlouhodobou vizí, rozvíjíme naše zaměstnance, věnujeme se dobročinným aktivitám.

Od listopadu 2015 je společnost STORY DESIGN 100% součástí nadnárodního koncernu Umdasch Shopfitting Group, jež sídlí v rakouském Amstetenu. Vstup strategického partnera přináší firmě silné zázemí a úspěšnou historii v oboru, přičemž je nadále zachována významná autonomie v řízení firmy. STORY DESIGN, a.s. otevřela své pobočky v Rusku, Polsku a na Ukrajině a dále má obchodní zastoupení ve Francii, Německu a ve Velké Británii.

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 • SEAT • 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



Certifikáty ISO 9001 a ISO 14001



INTERIORS

DESIGN

P.O.P.

OFFICE SYSTEMS



SEAT SHOWROOM



BUDWEISER BUDVAR IN LOCO RESTAURANT



POP AI Europe Awards



POP AI Europe Awards



POP AI Europe Awards



Zlatá koruna



Zlatá koruna Absolutní vítěz



Zlatá koruna Vítěz kategorie



Hvězda 3D reklamy



Duhový paprsek



POP AI Central Europe Awards



POP AI Central Europe Awards



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



www.story-design.cz

STORY DESIGN
Member of the Umdasch Shopfitting Group



Unilever

UNILEVER ČR, spol. s r.o.

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

Infolinka Unilever: 844 222 844

E-mail: infolinka@unilever.com

Webové stránky: www.unilever.cz

Charakteristika společnosti:

Společnost Unilever nabízí ve více než 190 zemích 11 kategorií obsahujících 400 značek potravin, výrobků pro péči o domácnost a výrobků pro osobní péči. Nejúspěšnějších 13 značek dosahuje obrát více než 1 miliardu eur ročně. Dokáže proto oslovit takové množství lidí jako žádná jiná společnost. V roce 2015 tato společnost, která zaměstnává více než 172 000 lidí po celém světě, dosáhla obrátu 53,3 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.



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně Fakulta multimediálních komunikací

Adresa společnosti: Štefánikova 2431, 760 01 Zlín

Kontaktní osoba: doc. Mgr. Ing. Olga Jurášková, Ph.D.

Telefon: +420 724 209 483

E-mail: ojuraskova@fmk.utb.cz

Webové stránky: www.utb.cz

Charakteristika společnosti:

Výsledky činnosti uměleckých specializací, jakými jsou grafický design, reklamní fotografie, animovaná tvorba, audiovizuální tvorba, průmyslový design, design obuvi, design oděvu, design skla, digitální design, produktový design v oblasti reklamy vstupují do našeho každodenního života v pracovní době i v době oddechu mírou a způsobem, který je oproti minulým dobám nebývalý. To si vyžaduje i kvalitní výchovu vysokoškolsky vzdělaných odborníků, kteří působí v této oblasti. Mezioborovost, kontakty s lidmi stejného zaměření a odlišných předchozích zkušeností jsou činitelé, které z vysokoškolského studia na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně činí proces nenapodobitelný a neopakovatelný.

Studijní programy jsou koncipovány dvoustupňově. To znamená, že studenti absolvují bakalářské studium (standardní doba 3 roky) a pak mohou pokračovat v navazujícím magisterském studiu (standardní doba 2 roky) a u studijního programu Výtvarná umění v doktorském studiu (standardní doba 3 roky).

Všechny studijní programy jsou stavěny důsledně na principu evropského kreditového systému ECTS (European Credit Transfer System). To umožňuje studentům, aby část svého studijního programu absolvovali na jiných školách, zejména v zahraničí; tyto části jim jsou po návratu uznány jako součást studia.

Absolventi obdrží kromě diplomu také celoevropsky uznávaný Dodatek k diplomu (Diploma Supplement) v anglickém jazyce, který byl zaveden pod patronací Evropské unie a UNESCO k ulehčení pozice absolventů na celoevropském trhu práce.



přitahujeme pozornost **fmk.utb.cz**



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. Našich 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 phygital marketingu, neurologie, kognitivní psychologie, ale i velmi starých metodách českého génia Jana Ámose Komenského. Díky nim získávají zákazníci komplexní a emočně silnou zkušenost se značkami našich klientů a také potřebný impuls k jejich nákupu. Děláme shopper marketing, ve kterém boříme bariéry mezi světem off-line a on-line. A výsledky našich klientů říkají, že ho děláme dobře.

Konkrétní nabídka služeb:

brand building + strategy planning + idea making + copywriting + graphic design + contests + field marketing + street marketing + event marketing + digital marketing = upba

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 také v Maďarsku či dalších zemích EU.

Více na www.upba.cz.

Spojujeme svět off-line a on-line Phygital activation agency



Digitální inovace hluboce ovlivnily nákupní chování spotřebitelů a s tím i marketing a komunikaci. Hranice mezi digitálním a reálným světem se stírá. Spotřebitelé přestávají rozlišovat mezi světem off-line a on-line. Chtějí jednu zákaznickou zkušenost, která zcela plynule přechází z jednoho světa do druhého. Pokud ji značky nebudou schopny důvěryhodně nabídnout, brzy se ocitnou mimo hru. Proto koncept **phygital activation** přináší řešení spojující osvědčené prvky tradiční podpory prodeje s prvky digitální aktivace značek do koktejlu, který je pro zákazníka 21. století jednoduše neodolatelný.

Chcete-li vědět více, objednejte si úvodní prezentaci na upba.cz.



www.upba.cz



vaříme s chutí

Vitana, a.s.

Adresa společnosti: Vitana, a.s., Armády 245, 155 00 Praha 5

Kontaktní osoba: Šárka Drábková, Instore Manager

Telefon: +420 257 198 111

E-mail: vitana@vitana.cz

Webové stránky: www.vitana.cz

Charakteristika společnosti

Vitana je moderní potravinářskou firmou, která se specializuje především na dehydratované potraviny a ochucovadla. Její současné portfolio zahrnuje více než 300 výrobků, které se vyrábí v Byšicích, Varnsdorfu a Roudnici nad Labem. Svoji vedoucí pozici na trhu si drží především díky vysoké kvalitě svých výrobků a průběžnému uvádění inovovaných a nových produktů s „českou“ chutí.

Široká nabídka

K hlavním kategoriím patří standardní polévky, instantní polévky, hotová jídla, omáčky, bujóny, minutky, koření a kořenící směsi. Další skupinu tvoří přílohy jako rýže, luštěniny, těstoviny, knedlíky a bramborové výrobky. Sladký segment zastupují moučníky a přípravky na pečení. Nedávno se do jejího portfolia začlenily také majonézy a tatarské omáčky nebo bezlepkové výrobky.

Oblíbená značka

Tradiční tuzemský výrobce potravin má ve svých klíčových kategoriích (polévky, bujóny a koření) vedoucí pozici na českém trhu. Toto výsadní postavení potvrdil i nedávný spotřebitelský výzkum společnosti Nielsen, díky kterému Vitana získala ocenění „Nejdůvěryhodnější značka roku 2015“. Vysokou kvalitu vitanských produktů oceňuje také odborná veřejnost, která některým z nich udělila titul Nejlepší novinka nebo Obal roku.

Společnost Vitana se systematicky zabývá také vztahem ke svému okolí, což dokládají opakovaně získané certifikace systému bezpečnosti potravin ISO 22000 a FSSC 22000 a certifikace systému řízení životního prostředí ISO 14001.



vaříme s chutí



WELLEN a.s.

Adresa společnosti: Čerpadlová 991/4a
190 00 Praha 9

Kontaktní osoba: Petr Šimek

Telefon: +420 270 004 040

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 flexibilitu, nákladově efektivní a unikátní služby klientům po celém světě.



GRANDIOR HOTEL PRAGUE

GRANDIOR HOTEL PRAGUE

Adresa společnosti: Na Poříčí 42, Praha 1, 110 00

Kontaktní osoba: Vítězslav Rada

Telefon: +420 241 445 445

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

Webové stránky: www.hotel-grandior.cz

Hotel Grandior Praha nabízí:

- 293 prostorných designových pokojů, včetně luxusních apartmá
- zdarma Wi-Fi internetové připojení ve všech pokojích i veřejných prostorách
- snídaní formou bufetu v ceně ubytování
- kávový a čajový set na všech pokojích
- restauraci Bistro & Café U Hájků se specialitami české a mezinárodní kuchyně
- 13 variabilních konferenčních místností vybavených nejmodernější audiovizuální technikou (kapacita horního přízemí je až 804 osob, kapacita spodního přízemí až 400 osob)
- parkování v podzemních garážích (za poplatek)

Reference:

EY, AVON, Boiron, Broker Trust, Allianz, Deloitte, Exponet, Fincentrum, Fly Dubai, Mladá fronta, Komerční banka

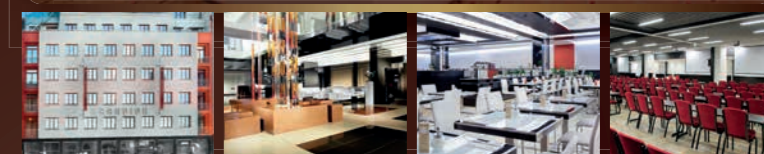


- City center location in Prague 1 district
- Walking distance to all historical sights
- Next to the Subway stations
Namesti Republiky and Florenc
- 14km from Prague International Airport
- Underground parking



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





HLAVNÍM CÍLEM OBOROVÉHO PORTÁLU MISTOPRODEJE.CZ JE ZVÝŠENÍ
INFORMOVANOSTI, POVĚDOMÍ A ZÁJMU O MARKETING V MÍSTĚ PRODEJE.

V NAŠICH RUBRIKÁCH NAJDETE PROTO DENNĚ AKTUÁLNÍ A INSPIRATIVNÍ INFORMACE Z ČESKÉ REPUBLIKY I ZE ZAHRANIČÍ:

- Vybrané In store realizace – řetězce v ČR a inspirace ze zahraničí
- Svět ochutnávek – úspěšné promo akce v České republice
- Adresář firem aktivních v oblastech in store marketingu
- Oborová soutěž TOP In store realizace měsíce
- Personálie – změny na klíčových pozicích
- Rozhovor měsíce s osobností z oboru
- Měsíční přehledy reklamních investic
- Data maloobchodních řetězců
- Aktuální akce a kurzy
- Průvodce instorem
- Nové publikace
- POS novinky

Podporujeme ty, kteří přinášejí zážitek do místa prodeje.



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

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 společenský večer.

POP AI DAY 2016

24. 11. 2016

Konferenční centrum hotelu GRANDIOR
Na Poříčí 42, Praha 1



**POP AI
AWARDS**

POP AI FÓRUM 2016

Mezinárodní konference o zásadních trendech a potenciálu místa prodeje



**POP AI
FORUM**

POP AI AWARDS 2016

Soutěž o nejlepší prostředky komunikace a reklamy v prodejních místech. Přehledka 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 2016

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

Společenský večer

- Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže POP AI AWARDS 2016 a POP AI STUDENT AWARD 2016
- Degustace vín • Raut, hudba

GENERÁLNÍ PARTNER

Freeboard[®]
Feel FREE to show up!

HLAVNÍ PARTNEŘI

WELLEN
RETAIL
EXPERIENCE

eclipse.

čermák
design

REDA[®]

**GLOBAL
MARKETING**

PARTNEŘI

authentica[®]
POP & POS SOLUTIONS

DAGO

GRANDIOR
HOTEL PRAGUE

KNOWINSTORE

MORIS
DESIGN

ODBORNÍ PARTNEŘI

ems

AČRA MK ASSOCIATION OF RETAILERS AND MARKETING AGENCIES

SPONZOŘI

STI GROUP

sprint
Křídlo

ExTech

Budweiser
Budovar

Hellenic
Coca-Cola

MANUFATURA
Pivo domácké lázeň

Ki-Wi

GAIA
LIVE MARKETING SOLUTIONS

HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER

ZBOŽÍ & PRODEJ

MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

TOVAR & PREDAJ

Brands & Stories

MÍSTO
PRODEJE.CZ

MÉDIÁŘ

AKCE JE POŘÁDÁNA VE SPOLUPRÁCI S AGENTUROU UP BRAND ACTIVATION S.R.O.

up brand activation



POP AI CENTRAL EUROPE
www.popai.cz

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

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