



„V roce 2009 si nákupci mysleli, že jejich role ve firmách vzroste, protože firmy budou klást důraz na snižování nákladů a oni se tak dostanou více ke slovu. Opak byl pravdou – oddělení procurementu bylo ve většině případů to první, kde se snižovaly stavy.“

ni na trh je rostoucí popularita jedenáctek. Současně pivovar přechází na nový design plechovek, skleněných lahví a PET obalů. Zároveň dochází i k úpravě názvosloví, které vychází z přesného popisu produktu. Nejoblíbenější značka z nabídky pivovaru nyní ponese název Královská 12. „Chceme maximálně podpořit prémiové vnímání naší vlajkové lodí a tou je Královská 12,“ vysvětluje důvody změny Jiří Coufal, brand manažer pro značku Krušovice. Desítká pak nově nese název Řízná 10. Stálé portfolio ještě doplňují Krušovice Černé a Krušovice Pšeničné.

PLATBY

Poskytovatelé EET reagují na politiky

Zatímco parlament minulý týden začal projednávat okleštění zákona o elektronické evidenci tržeb, dodavatelé pokladen řeší, co dál.

V reakci na odsunutí posledních dvou fází EET oznámila Dotykačka, dvojka mezi poskytovateli řešení, že už nebude poskytovat služby zdarma, zaměří se pouze na platící zákazníky, a že bude hledat prostor v zahraničí. „Tento krok nám uvolní kapacity potřebné pro rozvoj služeb platícím zákazníkům. Náklady spojené s obsluhou uživatelů bezplatné licence totiž nebyly nízké i kvůli proběhlým legislativním změnám, které jsme museli integrovat – jako například vynětí plateb kartou a nezobrazování DIČ na účtence,“ uvedl Petr Menclík, jednatel a ředitel společnosti Dotykačka ČR. (komentář k tématu viz s. 11)

SPONZORING

Cola má Emmu

Tváří nové kampaně Coca-Coly je někdejší vítězka SuperStar Emma Drobná. Objeví se v televizním spotu Coca-Coly i na sociálních sítích značky.



Klíčovým prvkem nové česko-slovenské kampaně Coca-Coly je televizní spot Elevator. U nás poběží na televizních stanicích skupiny Nova a Prima a ve vybraných sítích multikin. Jako součást televizního spotu Elevator nazpívala Emma Drobná svoji verzi písně Taste The Feeling, která je ústřední

melodií reklam značky Coca-Cola po celém světě. Emma Drobná bude rovněž ambasadorkou značky na sociálních sítích, kde Coca-Cola využije její potenciál influencera (na Instagramu má Emma cca 200 000 fanoušků). Vedle zapojení zpěvačky Emmy Drobné je součástí kampaně také spotřebitelská soutěž, která probíhá ve spolupráci se soutěží SuperStar, vysílané na stanicích Nova a Markíza. V rámci spolupráce se soutěží SuperStar, jejímž partnerem je Coca-Cola již potřetí, se produkty značky budou objevovat přímo ve vysílání, stejně jako sponzorské vzkazy a animovaná injecktáže.

TECHNOLOGIE

Čtvrtina přichází přes Messenger

Značka čokolády Milka připravila spotřebitelskou soutěž, při které zkouší registrace prostřednictvím aplikace Facebook Messenger.



Mechanika nové soutěže Milky vyžaduje nákup libovolného produktu, vyfocení účtenky a její nahrání do soukromé zprávy, tedy přes Messenger. Z účtenek poté počítačový algoritmus náhodně vybírá vítěze termosek. „Použití Messengeru vidíme jako uživatelsky komfortnější než prostřednictvím webové stránky, byť i tu nadále využíváme. Zapojení těchto aplikací je v komunikaci se spotřebiteli nové, ale už teď se ukazuje, že plně funkční. Zhruba čtvrtina z celového množství registrovaných soutěžních účtenek je získaná právě přes Facebook Messenger,“ popsala zkušenosti s novinkou Kristina Mikulová, manažerka značky Milka. Kampaně kromě ČR běží i na Slovensku a v Polsku a mediální podpora vedle sociálních médií zahrnuje i POS.

GARANCE

Pračka na zkoušku

Alza.cz spustila pilot nové služby s názvem Zkoušebka. V ní si zákazníci mají možnost vyzkoušet výrobky ze segmentu velkých spotřebičů.

Vybrané sušičky, pračky se sušičkami a myčky je nyní možné si prostřednictvím Alzy vyzkoušet po dobu 60 dní zdarma a během

této doby spotřebič bez udání důvodu vrátit. Alza vybrala produkty, které podle ní stále ještě v českých domácnostech nejsou běžnou záležitostí. Celkem do pilotu zařadila výběr více než stovky produktů. Nabídka jde napříč značkami a zahrnuje např. výrobky Beko, AEG, Siemens, Candy, LG nebo Bosch. Právě posledně jmenovaná značka už před více než deseti lety z důvodů nízké penetrace českých domácností myčkami a sušičkami opakovaně pořádala stejné, i když časově omezené akce jako nyní Alza.

ZÁKAZNÍK

Z banky do banky

Svou hlavní banku loni vyměnil každý devátý Čech (11 %), letos si nový běžný účet plánuje otevřít zhruba každý osmý (12 %).

Air Bank si od agentury Stem/Mark nechala vypracovat výzkum o migraci klientů mezi bankami, ze kterého vyplývá, že hlavními „příjemci“ nových klientů jsou vedle Air Bank (17% migrujících klientů) Fio banka (12%) a Equa bank (12%), naopak největšími dárci jsou Česká spořitelna (32%), ČSOB (13%) a Poštovní spořitelna (13%), ale zhruba každý desátý měnící klient připadal také na mBank, Komerční banku nebo Moneta Money Bank. Není to ovšem tak, že by nové banky o klienty vůbec nepřicházely a tradiční banky nezískávaly nové. Naopak, zhruba každý desátý klient zamířil právě do České spořitelny, stejně jako do ČSOB nebo do Moneta Money Bank.

BURZA

Platforma eToro je v Česku

Sociální obchodní síť eToro s více než 9 miliony registrovanými uživateli ze 170 zemí vstoupila na český trh.



Síť, která umožňuje investorům komunikovat a projednávat své strategie, je nyní i díky spolupráci se Sberbank CZ k dispozici v češtině. Lze na ní obchodovat třemi způsoby. Uživatelé mohou automaticky kopírovat strategii úspěšnějších investorů, investovat do fondů z různých oblastí nebo obchodovat manuálně.