

84 %

o tolik v lednu vzrostla
e-shopu Lékařna.cz
návštěvnost stránek
s nabídkou produktů
na hubnutí → s. 15

objevily názory, že neoriginální kapsle mohou kavovar poškodit. Starbucks se na sociální síti k těmto komentářům nevyjádřil. Andrea Petrová, marketingová manažerka společnosti Nestlé, zodpovídající za značku Nespresso, MSM sdělila: „Kapsle Starbucks nebyly vyvinuty ve spolupráci s Nespresso. Nestujeme kompatibilitu konkurenčních produktů s našimi přístroji.“ Jiní přispěvatelé kapsle již vyzkoušeli a žádný problém nezaznamenali.

KAMPAŇ

Billa pořád levná

Obchodní řetězec Billa bude i letos pokračovat ve své kampani, kde hlásá, že je levný, reklama tentokrát vznikala u nás.



FOTO BILLA

Výrobky se sníženými cenami označené výrazným červeným woblerem naleznou zákazníci supermarketů v regálech i letos. Komunikační kampaň se postupně objeví ve všech reklamních formátech společnosti. Kromě televize a tisku se trvale zlevněné položky představí v týdenních vlnách ve speciálním letáku. Oproti loňské cenové kampani, která byla realizována mateřskou skupinou Rewe, vznikala ta současná v rze českých podnicích. Vytvořila ji agentura McCann Prague. Do Billa se navíc vrací Disney hrdinové v nové věrnostní kampani. Loni Billa otevřela 9 nových prodejen a 10 stávajících zrekonstruovala. Celkově tak v ČR provozuje 220 prodejen.

FORMÁTY

Žabka se zvětšuje

Obchodní franšizová síť Žabka, patřící pod řetězec Tesco, otevřela nový obchod a nabízí zde kromě potravin i řadu služeb.

Nová prodejna je od pátku 12. ledna otevřena v Praze 8, ulici Čumpeřkova, denně od 6 do 23 hodin a 363 dní v roce. „Praha je pro naše podnikání klíčovou oblastí,“ říká Radim Lumda, generální manažer sítě prodejen Žabka. Na prodejní ploše necelých 150 metrů čtverečních pořídí zákazníci kromě klasické nabídky i služby finančního servisu jako např. výběr hotovosti, placení složenek, vyzvednutí zásiłek, dobíjení telefonního kreditu všech operátorů nebo prodej losů. V současnosti provozuje Žabka celkem 99 prodejen a má v plánu brzy otevřít další. Ve finančním roce 2016 až 2017 vydělala 19 milionů korun.

SPOLUPRÁCE

Extrémní sporty v Arkádách

Z pražského obchodního centra Arkády Pankrác se stane skatepark, závodíště kol i zápasnická aréna.

Arkády Pankrác v lednu a březnu neuvolu pouze k nakupům – zákazníci lakají také na sportovní zážitky. Víkend 20. a 21. ledna bude patřit akci Arkády Skate Jam. Kromě exhibice uvnitř centra se bude možné v technice jízdy na skateboardu zdomkonat nebo si ji poprvé vyzkoušet. Událost podpoří soutěž o věcné ceny. Dne 3. března budou Arkády posedné hostit finále závodu horských kol Downmall a 15. března se na stejném místě utkají zápasníci v rámci MMA (smišená bojová umění) llyg X Fight Nights.

KONCEPT

Ekolo má XXL prodejnu

Společnost Ekolo, český výrobce a propagátor elektrokol, otevřela v Praze-Krči největší specializovanou prodejnu a servis elektrokol v ČR.



FOTO EKOLO

Na bezmála 100 metrech čtverečních nabízí více než 120 různých modelů od 14 českých a světových značek. Od března bude k dispozici také půjčovna elektrokol. Ta v loňském roce zaznamenala 930 jednodenních a vícedenních výpůjček. V letošním roce bude pro zájemce připraveno k zapůjčení více než 65 elektrokol. Půjčít si je mohou na jakoukoli dobu v rozmezí jednoho dne až dvou týdnů. Showroom představuje jednotlivé značky elektrokol formou shop-in-shopu. Součástí obchodu je i specializovaný servis elektrokol, který přijímá na opravu také jízdní kola všech značek a typů.

Děkujeme za spolupráci a důvěru
všem klientům, partnerům
a zaměstnancům!
Přejeme úspěšný rok 2018!

INOVACE
TRENDRY
VÝZKUM

Partner Rubriky
Ipsos



Jakub Malý
managing director,
IPSOŠ CZ & SK

Jaký byl rok 2017?

Především byl pro marketingový výzkum plný inovací. Docházelo k výrazně vyššímu využití zaznamenávaných dat a jejich kombinaci s primárním sběrem dat. Rovněž se dále prohluboval důraz na automatizaci v oblasti vyvíjení výzkumných instrumentů, samotném provedení sberu, ale také analýzy dat i reportingu. Byli jsme i svědky významnějšího zapojení využití umělé inteligence a samoučících se analytických postupů v oblasti textu, vizuálu i zvuku.

Časokrát jsme v projektovém nasazení sáhli po využití virtuální i augmentované reality. To je pro klienty velkým lákadlem, avšak stále s omezenou dostupností s ohledem na výši nákladů (podobně tomu bylo s využitím EEG před několika lety). Intenzivně jsme se v Ipsosu věnovali i rozvoji integrovaného přístupu Ipsos Mobility, kdy propojujeme informace a znalosti např. různými sektory souvisejícími s transportem osob i materiálu (infrastruktura, municipalita, energetika, automotive, ICT atd.).

Výše zmíněné oblasti budou akceleračním růstem v roce 2018, neboť jejich hlavním benefitem pro zadavatele jsou rychlejší a „dychtější“ podklady pro informovaná rozhodnutí.

V roce 2016 jsme informovali o založení dvou nových entit v rámci clustru Ipsos Central Europe, řízeného z Prahy, a to Global Support Centra pro Mystery Shopping (obsluhujícího všech 88 zemí Ipsos Group) a Ipsos Austria; během roku 2017 se oběma těmto jednotkám dařilo nad očekávání pozitivně z hlediska obchodního i klientské zpětné vazby, čímž výrazně přispěly k silnému, dvoucifernému růstu Ipsos Central Europe.

S růstem byznysu nadále rozšiřujeme týmy v Praze i Bratislavě; v lednu 2017 jsem zde psal o více než 200 zaměstnancích v naší pražské kanceláři – aktuálně byste jich zde potkali přes 300.

Během roku 2017 jsme se také významně posunuli na poli CSR aktivit, kde se nám podařilo nejen rozšířit jejich záběr, ale i jejich přínosnost české společnosti. Je za námi již 21. série Ipsos klientských setkání, bezplatných vzdělávacích seminářů, které slouží ke sdílení informací, znalostí, názorů a inspirace. Loni je navštívilo více než 500 marketingových odborníků v Praze, Bratislavě, Budapešti i Vídni; to nás velmi motivuje pokračovat v rozvoji obdobných eventů i v letošním roce.

Ve všech uvedených záležitostech se zrcadlí zejména úsilí, nasazení a aktivita všech týmů v Ipsos Central Europe, za což jim patří obrovské poděkování.