

POP Star 2023 je Radegast

Na konci března se sešli finalisté soutěže POP Star na slavnostním vyhlášení výsledků za rok 2023. Odborná porota složená z marketingových expertů v tajném hlasování vybrala celkového vítěze, kterým se stalo vystavení Radegast společnosti Plzeňský Prazdroj, realizátorem bylo Design studio Ondřeje Balajky. Také druhou a třetí příčku obsadila vystavení



shop-in-shopů Plzeňského Prazdroje, kde se o jednotlivá místa podělily společnosti Dago (realizace Radegast) a POS Media Czech Republic (realizace Peroni). Letos se poprvé předávala také Zvláštní cena za hravost, kterou vyhrála společnost Kofola ČeskoSlovensko za vystavení Jupík realizované společností Dago. POP Star je odbornou soutěží POP reklam a sekundárních vystavení v místě prodeje, kterou pořádá portál mistoprodeje.cz ve spolupráci s divizí Retail Audit společnosti ppm factum.

Test dm boxů

Společnost dm drogerie markt připravila dvě technické a logistické inovace pro zákazníky, kteří si oblíbili on-line nákupy. Při volbě služby expresní vyzvednutí si nově mohou zvolit nachystání objednávky už za 60 minut od objednání. Druhou novinkou jsou samoobslužné dm boxy pro vyzvedání zásilek.



On-line shop dm.cz funguje už šest let a jeho obliba stále narůstá. Možnost expresního vyzvednutí objednávky v prodejně dm využívá 30 % zákazníků nakupujících on-line. Zákazník si nyní může vybrat, zda chce mít objednané produkty přichystané ve zvolené prodejně k vyzvednutí za 60 nebo za 90 minut od zaplacení. Tento způsob vyřizování objednávek přitom šetří čas nakupujících, snižuje spotřebu obalového materiálu a v porovnání s klasickými on-line zásilkami i snižuje negativní vliv dopravy na životní prostředí.

A dm box si jako první mohou vyzkoušet zákazníci v Českých Budějovicích v prodejně dm na Strakonické ulici. Další přibudou během dubna v Praze a v Brně. „Nově zřízený dm box slouží k uložení zásilek pro expresní vyzvednutí a zásilek, které si zákazník objednal prostřednictvím aplikace Moje

dm či on-line shopu dm.cz a jako místo doručení zvolil prodejnu dm. Vyzvedávání zásilek je intuitivní a ovládání zvládne zákazník samostatně bez pomoci spolupracovníků a spolupracovnic z prodejny,“ doplňuje manažer komunikace Jiří Peroutka.

Globus zařazuje další privátka

Nabídnout zákazníkům kvalitní zboží za výhodnou cenu. To je záměr Globusu, který aktuálně posiluje sortiment privátních značek o řadu Váš výběr. Sortiment s tímto názvem se promítne do nabídky potravin i drogerie, ale nemá roli náhradníka za stávající dodavatelské produkty. Naopak, možnosti výběru rozšíří.

Společnost Globus doplňuje novou řadou Váš výběr své portfolio čtyř nepotravinových a deseti potravinových privátních značek. Každá z nich má své jasné zaměření a cílovou skupinu. Nová řada Váš výběr by měla oslovit širokou skupinu zákazníků, bude se totiž promítat jak do šíře potravin, tak i do výběru drogistického zboží. „Sortiment Váš výběr má oslovit zákazníky, kterým záleží na kvalitě, a to vše za přijatelnou cenu. Pracujeme na rozšíření značky, která obsáhne až několik stovek produktů. Váš výběr nemá nahrazovat žádný ze stávajících dodavatelských produktů, ale naopak rozšíří možnost volby zákazníkům,“ uvádí Aneta Turnovská, tisková mluvčí hypermarketů Globus. Doplňuje, že už dnes se s novou značkou Váš výběr zákazníci mohou setkat u řady potravin, jako jsou mouky, uzeniny nebo suché plody včetně ceněného českého modrého máku. Aktuálně se řada rozšiřuje o papírový program do domácnosti, vybrané mléčné výrobky, čaje, mraženou zeleninu a další.

Košík.cz v novém

Ceny, které klesají se zvyšujícím se počtem nakoupených položek. S takovým příslibem vyráží on-line supermarket Košík.cz oslovit nové zákazníky v Česku, ale také na Slovensku a v Bulharsku. Se změnou strategie mění i vzhled. Logo, e-shop, auta i kurýry postupně převlékne do „nezaměnitelné fialové barvy“. Aby podtrhl změny, které přináší, bude se nově v celém Česku prezentovat jako expert na „velkovýhodné velkonákupy“. Slogan „Velkonákupy. Velkovýhodně.“ zároveň doplní upravené logo a také nová barevná paleta. Do ní se přebarví nejen stránky on-line supermarketu, ale postupně také celý vozový park nebo uniformy kurýrů. Volba hlavního odstínu padla po měsících intenzivního hledání na fialovou. Ta bude v Česku mezi obchodníky s potravinami jedinečná a Košík.cz věří, že už brzy si ji lidé s jeho Multikupem začnou spojovat.



Centrum Černý Most se rozšiřuje

Společnost Unibail-Rodamco-Westfield oznámila, že obchodní Centrum Černý Most (CČM) podstoupí významné rozšíření. Projekt, realizovaný s důrazem na udržitelnost, přinese 32 nových obchodů a restaurací a tři nové kinosály.

Cílem rozšíření CČM je zásadně zlepšit nabídku restaurací, představit více obchodů s módou, uvést nové flagshipové formáty oblíbených značek a nabídnout tak ještě lepší zážitek z nakupování i ze stravování. „Reagujeme na poptávku našich zákazníků, kterým ve spádové oblasti chybí rozmanitější nabídka restaurací, ale také na velký zájem retailerů o Centrum Černý Most. Současně tak chceme pokračovat v rozvoji našeho pozitivního dopadu na komunity a další stakeholdery v sociální, environmentální a ekonomické oblasti,“ dodává Petra Holušová, ředitelka CČM.



Slavnostní otevření je naplánované na podzim 2025. Práce, které se rozběhnou během dubna a budou probíhat s důrazem na co nejmenší uhlíkovou stopu a využití materiálů od lokálních dodavatelů, přinesou nových 9 100 m² prodejní plochy. CČM bude po celou dobu prací plně v provozu. Bylo otevřeno v roce 1997 jako vůbec první nákupní centrum v České republice a prvním rozšířením prošlo už v roce 2013.

Proti zákonu o omezení pracovní doby

Hospodářská komora ČR, Asociace nákupních center ČR a Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR (SOCR ČR) jako tři klíčové organizace, zastřešující podnikatele v oblasti obchodu a služeb, vyjádřily podporu snaze poslanců Jana Bureše a Pavla Staňka o zrušení zákona o prodejní době v maloobchodě během některých státních svátků. Podle jejich společného vyjádření tento matoucí, nesmyslný a zcela zbytečný zákon platí od října roku 2016 a vztahuje se na prodejny s plochou přesahující 200 m². Jeho zrušení by bylo jedním z důkazů, že vláda myslí snahu o snížení byrokratické zátěže podnikání vážně. „Tento zbytečný zákon dlouhodobě poškozuje i ty zaměstnance, kteří mají zájem si prací ve svátek přivydělat. Zaměstnanci pracují na směny a každý svátek, kdy může být otevřeno, máme přetlak těch, kteří by rádi získali příplatek za práci ve svátek. Ti, kteří chtějí být raději doma, si mohou směny naplánovat na jiné dny. Stát tak naprosto nepochopitelně trestá ty, kteří se chtějí starat sami o sebe, a je nejvyšší čas s touto diskriminací skončit,“ připomíná Tomáš Prouza, prezident SOCR ČR.