



NOMINACE V OCENĚNÍ MASTECARD OBCHODNÍK ROKU 2013 V KATEGORIÍCH OSOBNOST OBCHODU A INOVACE V OBCHODĚ

Praha

4. února 2014

V rámci soutěže MasterCard Obchodník roku 2013 byly zveřejněny nominované osobnosti a inovace v kategoriích MasterCard Osobnost obchodu a MasterCard Inovace v obchodě. Nominace v těchto kategoriích určila odborná porota a vítězové budou vybráni hlasováním účastníků konference Retail Summit 4. února 2014 v hotelu Clarion Congress v Praze.

V kategorii **MasterCard Osobnost obchodu 2013** byli letos nominováni:

- **Jonathan Smith**, generální ředitel, Marks and Spencer
- **Pavel Kadečka**, jednatel, dm drogerie markt
- **Zlata Ulrichová**, marketigová ředitelka, AHOLD

„Odborná porota nominovala na vítězství nejvýznamnější osobnosti obchodu za rok 2013, a to především za jejich zásluhy na rozvoji obchodní činnosti v uplynulém roce. Každý porotce nominoval na základě svých znalostí a zkušeností jednu osobnost v obchodě za rok 2013,“ řekla Martina Kirchrathová, Commerce Development Director MasterCard Europe pro Českou republiku a Slovensko. Osobnosti a Inovace nominovala odborná porota složená ze zástupců českého obchodu, akademické sféry a státní správy.

V kategorii **MasterCard Inovace v obchodě 2013** porota nominovala tyto nejvýraznější inovace českých obchodníků:

- Program **SCAN&GO** společnosti Globus
- Marketplace **MALL.CZ** společnosti Internet Mall
- **Rozšiřování bezkontaktních plateb** společnosti Lidl

Hlavním kritériem pro vítězství v této kategorii bylo uskutečnění zajímavého inovačního projektu nebo dlouhodobá koncepce vyznačující se přijímáním nových a inovativních řešení. Každý porotce nominoval na základě svých znalostí a zkušeností jeden inovační projekt v obchodě za rok 2013.

Generální partner



Hlavní partneři



GE Money
Bank





V soutěži MasterCard Obchodník roku 2013 soupeří obchodníci navíc v devíti oborových kategoriích, ve zvláštních kategoriích, jako jsou MasterCard Obchodník roku 2013 – GE Money Bank Cena veřejnosti, GE Money Bank Věrnostní program roku 2013, MasterCard Kreativita roku 2013 a je vybrán absolutní vítěz. Vítězové těchto kategorií budou vyhlášeni dne 4. února 2014.

V případě zájmu o další informace kontaktujte, prosím:

Ogilvy Public Relations

Milan Kříž, tel.: +420 221 998 237, 602 266 316, e-mail: milan.kriz@ogilvy.com

Lucie Policarová, tel.: + 420 221 998 226, 724 557 221, e-mail: lucie.policarova@ogilvy.com

Lucie Pavlů, tel.: + 420 602 302 502, lucie.pavlu@ogilvy.com

PŘÍLOHA 1 – NOMINACE V KATEGORII MASTERCARD OSOBNOST OBCHODU ROKU 2013

Jonathan Smith, generální ředitel, Marks and Spencer

Předtím, než přijal pozici jednatele společnosti Marks and Spencer pro Českou republiku, Slovensko, Polsko, Litvu, Lotyšsko a Estonsko, pracoval Jonathan Smith jako jednatel společnosti Marks and Spencer v Irské republice a Severním Irsku. V průběhu svého působení u společnosti M&S se zabýval plněním úkolů zahrnujících jak řízení prodejen, tak práci na centrále společnosti. Společnost Marks and Spencer začala v Praze podnikat v roce 1995 jako franšizový podnik a v současnosti provozuje v České republice, na Slovensku, v Polsku a v pobaltských zemích celkem 48 prodejen.

Pavel Kadečka, jednatel, dm drogerie markt

Pan Pavel Kadečka nastoupil do dm v roce 1995 na pozici vedoucího IT oddělení. Spojením IT oddělení a finanční účtárny v tomtéž roce vznikl nový resort ISM, za který převzal zodpovědnost. Tímto krokem vstoupil do řad vedení společnosti dm drogerie markt. O dva roky později se stal prokuristou firmy. V zimě roku 1999 se Pavel Kadečka stává jednatelem společnosti dm Česká republika, tři roky poté pak regionálně zodpovědným.

Zlata Ulrichová, marketigová ředitelka, AHOLD

Zlata Ulrichová je od roku 2010 ředitelkou marketingu společnosti Ahold, provozující síť supermarketů a hypermarketů Albert. Svou kariéru v obchodě odstartovala téměř před

Generální partner

Hlavní partneři



GE Money
Bank





dvaceti lety. Do společnosti Ahold nastoupila z OBI, kde šest let řídila marketingové oddělení. Pod jejím vedením se v prodejnách Albert zrodili tolik známí cenoví agenti nebo zákazníci oblíbené licenční kampaň. V České republice snad není nikdo, kdo by nezaznamenal loňskou šmoulí kampaň doprovázenou novou řadou zdravých produktů, prodávaných s certifikátem Víť, co jím pod značkou Albert Quality.

PŘÍLOHA 2 – NOMINACE V KATEGORII MASTERCARD INOVACE V OBCHODĚ ROKU 2013

SCAN&GO, Globus ČR

Společnost Globus ČR byla porotou nominována za zavedení bezplatné služby samoobslužného nakupování SCAN&GO. Pozitivně hodnotili především její unikátnost a velký přínos pro zákazníky.

Společnost Globus ČR spustila program SCAN&GO v červnu 2013 v pražském hypermarketu v Čakovicích. Jedná se o první využití samoobslužného skenovacího řešení při nákupu v České republice, díky kterému zákazník nemusí čekat u pokladny, ani vykládat zboží na pokladní pás. Na začátku nákupu si s použitím své zákaznické karty vyzvedne u vstupu na prodejní plochu mobilní ruční skener. Zboží skenuje už při vkládání do vozíku a celkovou hodnotu svého nákupu má po celou dobu stále pod kontrolou. Na závěr zboží zaplatí u vyhrazených pokladen. Dobu nákupu tak zkrátí o čas ve frontě a čas strávený vykládáním zboží na pokladní pás. Tento jedinečný způsob nakupování používá v současné době 7 000 registrovaných zákazníků v hypermarketu Globus v Praze Čakovicích, kteří ho využili při více než 70 000 nákupech. Samoobslužné skenování je v současné době jedním z nejvýraznějších technologických trendů v maloobchodě. Vlastní zkušenost společnosti Globus ČR ukazuje, že má také výrazný věrnostní charakter.

Marketplace MALL.CZ, Internet Mall

Společnost Internet Mall byla nominována za posílení prodejních kanálů a rozšiřování spolupráce s dodavateli v rámci Marketplace MALL.CZ.

Marketplace, jinak také zvaný jako Partnerský prodej, funguje na jednoduchém principu. Zboží od partnerů, kteří projdou pečlivým výběrem, je zákazníkům dostupné na MALL.CZ. Nákupní proces je tak pro zákazníka zcela totožný s tím, na jaký byl až dosud v obchodě zvyklý. Partner následně dostane informaci o uskutečněné objednávce, aby se mohl postarat o její expedici k zákazníkovi. Díky partnerskému prodeji můžeme sortiment rozšiřovat o zboží, jehož logistiku zvládne vybraný partner lépe než my. V současné době jsou v rámci marketplace nabízeny knihy, pneumatiky a hudební nástroje a další kategorie budou v roce 2014 přibývat.

Bezkontaktní platby, Lidl Česká republika

Společnost Lidl byla porotou nominována za úspěšné rozšiřování bezkontaktních plateb.

Společnost Lidl otevřela v ČR první prodejny v roce 2003 a od té doby vybudovala celkem 229 prodejen. Dlouhodobým cílem společnosti je nabízet zákazníkům nejlepší poměr ceny a

Generální partner

Hlavní partneři



GE Money
Bank





kvality na českém trhu. O tom, že se tato snaha daří, svědčí mnohá ocenění. Již několik let připravuje Lidl pro své zákazníky speciální tematické týdny mezinárodních kuchyní a v roce 2013 přišel s novým projektem Paulus vs. Ihnačák, jehož cílem je nabídnout zákazníkům inspiraci na vaření. Na prvním místě společnosti stojí vždy zákazník. Aby byl komfort jeho nákupu ještě větší, dochází k rozsáhlé modernizaci prodejen. Mezi další významné inovace patřilo rovněž zavedení bezkontaktních plateb. Všechny prodejny Lidl jsou systémem pro bezkontaktní platby vybaveny od listopadu 2012, největší dopad byl zaznamenán v roce 2013.

PŘÍLOHA 3 - KRITÉRIA NOMINACÍ

OSOBNOST

Osobnost nominovali porotci na základě těchto parametrů:

- a. Osobnostní kritéria
 - I. Manažerský přístup, řídicí schopnosti
 - II. Strategické myšlení
 - III. Předvídavost, schopnost určovat trendy
 - IV. Vůdčí osobnost
- b. Inovativnost
 - I. Inovativní přínos v oblasti nákupu, prodeje, distribuce, marketingu či vztahu se zákazníky
- c. Úspěšně realizovaný projekt/výkon v daném roce

INOVACE

Inovace porotci nominovali na základě těchto parametrů:

1. Pouze projekty realizované v kalendářním roce 2013
2. Inovace se musí týkat některé z těchto oblastí: platební technologie, distribuce, přístup ke klientům, péče o zákazníky, nabídka sortimentu
3. Inovace by měly splňovat tato kritéria:
 1. Unikátnost inovace na českém trhu
 2. Přínos inovace pro zákazníky
 3. Přínos inovace pro danou oblast maloobchodu
 4. Konkrétní dopad inovace na prodej/tržby/věrnost zákazníků

Generální partner



Hlavní partneři



GE Money
Bank

