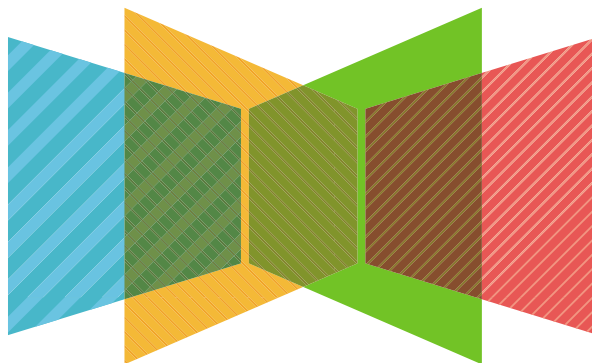




PRODEJNA ROKU 2012



FOTO: Shutterstock

REGAL

KB



Czech

Nejčtenější **manažerské** časopisy na českém trhu v **novém** formátu



Vyžádejte si ukázkový výtisk zdarma! Napište nám na email marketing.dot@economia.cz název titulu, o který máte zájem, s Vaší vizitkou a my vám zašleme ukázkové vydání zdarma.



Petr Ungerman
Kraft Foods



Ladislav Lána
Story Design



Zdeněk Skála
Incoma GfK



Michaela Löblová
POS Media



Martin Poldauf
Prajaga architects



Milan Kroutil
TÜV SÜD Czech



Klára Číkarová
Economia



Radana Čechová
Economia

Všechno není jen o penězích

Sedmý ročník soutěže Prodejna roku oficiálně začal 1. června. Do uzávěrky soutěže se stihlo přihlásit celkem 268 prodejen. Z těch redakce a porota vybraly ty nejlepší. Rozhodování nebylo jednoduché a názory porotců se ne vždy shodovaly. Nehovořilo se jen o kvalitě a preciznosti, ale také o „duši“, kterou by skvělé prodejny měly mít.

Soutěž Prodejna roku je každoročně pořádána vydavatelstvem **Economia**. Konkrétně se o její hladký průběh stará redakce časopisu Regal a také společnost **TÜV SÜD Czech**, která soutěž podporuje coby odborný garant. Generálním partnerem letošního ročníku se stala opět **Komerční banka** a poprvé do soutěže vstoupila jako partner společnost **Story Design**.

To nebyla jediná změna, kterou letošní ročník prošel. Úpravy se dočkala také pravidla: v kategorii potravinová širokosortimentní prodejna mohli zájemci přihlásit i obchody, které jsou součástí české sítě čítající maximální počet 20 provozoven. Pro příští ročník uvažujeme o úplném zrušení omezení počtu prodejen nebo jejich rozdělení do dvou kategorií (například účastníci provozující 1–5 jednotek a větší).

Další novinkou byla účast tří nových porotců. K **Petru Ungermanovi** (**Kraft Foods**), **Zdeňku Skálovi** (**Incoma GfK**), **Michaela Löblové** (**POS Media**) a **Milanu Kroutilovi** (**TÜV SÜD Czech**) se připojili nově **Ladislav Lána** (**Story Design**), **Martin Poldauf** (**Prajaga architects**) a **Klára Číkarová** (**Regal**).

A změně se dočkal také celkový design soutěže. Nové logo, diplomy nebo web navrhl **Filip Blažek** ze studia **Designig**.

FOOD – ŠIROKOSORTIMENTNÍ

1. Qanto Market Střelnice ve Svitavách
2. Qanto Market v Holíčích
3. Potraviny u Štěpánů v Dačicích
4. Potraviny Chalupa ve Slavonicích
5. Potraviny Karel Vávra v Praze

FOOD – SPECIALIZOVANÁ

1. Warehouse #1 v Praze 8
2. Lahůdkářství Sváček v Praze 5
3. La Formaggeria v Liberci
4. Sklizen v Praze 4
5. Sonnentor v Čejkovicích
6. Wine Food Market v Praze 6
7. Sklizen v Brně
8. Kratochvílovci v Praze 1
9. Pekařství a cukrářství Sázava v Rychnově nad Kněžnou

NON FOOD

1. Stockist v Praze 2
2. TON v Plzni
3. Ski a Bike Centrum v Radotíně
4. Interiér de l'Art v Praze 3
5. Interiér de l'Art v Rostokách
6. Tuzeks v Praze 1

NEJLEPŠÍ INTERIÉR

1. Warehouse #1 v Praze 8

NEJLEPŠÍ EXTERIÉR

1. Warehouse #1 v Praze 8

NEJLEPŠÍ PERSONÁL

1. Ski a Bike Centrum v Radotíně
1. TON v Plzni

NEJLEPŠÍ POS/POP

1. Qanto Market v Holíčích

CENA ČASOPISU REGAL

1. Papele v Praze 1

PRŮBĚH HODNOCENÍ

Všechny prodejny, které přihlásil zákazník nebo provozovatel, jsme v redakci setřídili. Ty, které nevyhovovaly pravidlům, jsme museli vyřadit. Do soutěže také nebyly zařazeny prodejny, které jsme oslovili s tím, že je zákazník přihlásil, ale jejich provozovatel či majitel účast v soutěži odmítl nebo nedodal potřebné materiály včas či ve formě odpovídající pravidlům.

Prodejny, které prošly, byly hodnoceny porotou podle fotografií. Hodnotilo se celkem sedm kritérií u každé provozovny. Po součtu všech hodnocení se určily prodejny, které poustoupily do finále. Letos jich bylo 21. Pak už vše záleželo zejména na názorech inspektorů ze společnosti TÜV SÜD Czech, kteří postupně všechny finalisty navštívili (*více na str. XIX*). Konečné pořadí bylo stanoveno součtem získaných bodů, které jednotlivým prodejnám přiřkla porota a které získaly od inspektorů.

JAKÝ LETOŠNÍ ROČNÍK BYL?

„Zejména v kategorii Food je vidět velký posun. Velmi se zostrčila konkurence výrazných a krásně připravených konceptů. Takže je skutečně z čeho vybírat,“ uvedl Petr Ungerman, marketing director Chocolate pro CR/SR společnosti Kraft Foods CR. To, že rozhodování nebylo lehké, potvrzují také slova Marina Poldaufa z Prajaga architects: „Je těžké porovnávat Warehouse a Papele nebo Tuzeks, kde je na jedné straně cítit peníze a na druhé straně radost z tvorby interiéru. Rovněž velikost prodejen a různorodost sortimentů je obtížné srovnávat. Papele a Warehouse jsou pro mne favority... Každý ale stojí na jiné straně spektra, oba jsou však nadstandardní, výjimečné.“

A to dokazují také konečné výsledky, které vidíte vlevo v tabulce. S čistým svědomím můžeme říci, že vyhráli opravdu ti nejlepší. Všem, kteří se umístili a dostali do finále, srdečně gratulujeme! Provozovatelům, kteří se do soutěže přihlásili a rozhodli se porovnat se ostatními, děkujeme za odvalu a nadšení, jež svému podnikání věnují. ■■ –rač

1

Qanto Market Střelnice Svitavy

Riegrova 1624/14, Svitavy ■ market.strelnice@qanto.cz ■ www.qanto.cz

otevření prodejny: 2012 ■ vlastní: Qanto CZ ■ vedoucí prodejny: Jiří Fišer



ROZHOVOR

STANISLAV VODIČKA ML.
jednatel, Qanto CZ



Proč jste si pro svou další prodejnu vybrali právě tuto lokalitu?

■ Prodejna se nachází u Sportovní haly na Střelnici a nepřehlédnete ji při příjezdu do města směrem od Hradce Králové, zároveň je stále nedaleko centra města a je příjemně dosažitelná pro pohodlný každodenní nákup místních obyvatel i pro cestující z blízkého okolí.

Liší se nějak od vašich ostatních prodejen?

■ Každá naše prodejna je originál. Liší se vybavením a rovněž i množstvím nasbíraných zkušeností od doby, kdy jsme otevřeli první prodejnu.

Máte v regionu silnou konkurenci?

■ V našem regionu naleznete maloobchodní zastoupení všech mezinárodních řetězců. Jdeme vlastní cestou, dbáme na to, aby naše prodejny byly přehledné a čisté, nezahlučené nevкусnou POS komunikací. Podporujeme lokální dodavatele a věříme, že i to k nám přivádí stále více lidí, kteří oceňují osobní přístup, příjemnou atmosféru a kvalitní český obchod.

Co pokládáte v prodejně za největší úspěch?

■ Obecně vzato jsme rádi, že kompletní rekonstrukce celé prodejny dopadla podle našich představ. Vyměnili jsme vše, počínaje vchodem do prodejny, novou podlahou i stropem, vzduchotechnikou až po stavební úpravy typu zvětšení prodejní plochy na úkor zmenšení skladových prostor, moderního technického zázemí i zázemí pro personál, zazdění a zateplení původních skleněných výloh a tak dále. Prodejna je bezbariérová. Naši zákazníci nás chválí za to, že v prodejnách myslíme na jejich děti. V této prodejně se děti mohou zabavit v pokladní zóně a nespěchat na rodiče.



2

Qanto Market Holice

Bratři Čapků 61, Holice ■ market.holice@qanto.cz ■ www.qanto.cz

otevření prodejny: 2011 ■ vlastníci: Qanto CZ ■ vedoucí prodejny: Eva Seková



3

Potraviny U Štěpánů

Palackého 43/1, Dačice ■ stepanflop@seznam.cz

otevření prodejny: 2001 ■ vlastníci: Štěpán a syn ■ vedoucí prodejny: Jiří Štěpán, Hana Štěpánová



4

Potraviny Chalupa

náměstí Míru 481, Slavonice ■ chalupa.slavonice@seznam.cz

otevření prodejny: 1995 ■ vlastník: Ladislav Chalupa ■ vedoucí prodejny: Ladislav Chalupa



5

Potraviny Karel Vávra

Francouzská 8, Praha 2 ■ karel.vavra@iol.cz ■ potr-vavra.wz.cz

otevření prodejny: 1991 ■ vlastník: Karel Vávra

vedoucí prodejny: Marie Vajnerová, Libuše Nechvátalová



1

Warehouse #1

Sokolovská 105, Praha 8 ■ info@warehouse1.cz ■ www.warehouse1.cz

otevření prodejny: 2011 ■ vlastníci: Ultra Premium Brands – Central Europe

jednatelé společnosti: Jakub Janeček a Jiří Rabel



ROZHOVOR

JAKUB JANEČEK

jednatel, Ultra Premium Brands
– Central Europe



Proč jste si pro svou prodejnu vybrali právě pražský Karlín?

■ Před dvěma lety jsme přestěhovali kanceláře firmy včetně skladů z Malešic do Karlína a dostali jsme navíc možnost pronájmu prostor, ve kterých jsme otevřeli náš obchod. Že je to právě v Karlíně, je shoda okolností, kterou považujeme za šťastnou, protože se nám v Karlíně líbí.

Čím se odlišuje od prodejen s podobným zbožím?

■ Jednak designem, který vznikl ve spolupráci s architektonickým studiem D3A, a zřejmě i sortimentem, který tady nabízíme.

Co plánujete v prodejně do budoucna?

■ Mít vždy něco zajímavého pro náročné zákazníky a dole v „podpalubí“ našeho obchodu pořádat zajímavé prezentace úžasných výrobků našich dodavatelů.

Na co jste v prodejně nejvíce pyšní? Co pokládáte za největší úspěch?

■ Pýcha předchází pád a my tady chceme ještě dlouho dělat radost milovníkům kvality. Máme ale určitě radost z toho, že je náš obchod pozitivně přijímán odbornou i neodbornou veřejností.

Co je podle vás v tomto podnikání nyní nejtěžší?

■ Jednoznačně nejtěžší je vyrovnání se s tím, jak nám naše vláda znepříjemnila podnikání vyhlášením prohibice a následným diletsky necitlivým hozením námi zastupovaných značek světové úrovně do jednoho pytle s levnými tuzemskými lihovinami pochybné kvality, jejichž výrobci, nebo pančovatelé, ale v každém případě zločinci, připravili o život bez mála 40 lidí.



2

Lahůdkářství Sváček

Viktora Huga 1/15, Praha 5

uzeniny.svacek@seznam.cz ■ www.lahudkarstvisvacek.cz

otevření prodejny: 2012 ■ vlastník: Jan Sváček ■ vedoucí prodejny: David Sváček



3

La Formaggeria

Pražská 36, Liberec ■ orrero@orrero.cz ■ www.orrero.cz

otevření prodejny: 2012 ■ vlastník: Orrero ■ vedoucí prodejny: Kristýna Lukešová



4

Sklizeno

Svatoslavova 24, Praha 4 ■ nusle@sklizeno.cz ■ www.sklizeno.cz

otevření prodejny: 2012 ■ vlastník konceptu: Profor ■ franšizant: Marleta

vedoucí prodejny: Ludmila Leskourová



5

Sonnentor

Příhon 943, Čejkovice ■ sonnentor@sonnentor.cz ■ www.sonnentor.cz

otevření prodejny: 2012 ■ vlastník: Sonnentor ■ vedoucí prodejny: Josef Dvořáček



6

Wine Food Market

Národní obrany 29, Praha 6

dejvice@winemarket.cz ■ www.winemarket.cz

otevření prodejny: 2010 ■ **vlastník konceptu:** Wine Food Market

franšízant: Tasty Sins ■ **vedoucí prodejny:** Renata Dohnalová



7

Sklizeno

Křídlovická 47, Brno ■ kridlovicka@sklizeno.cz ■ www.sklizeno.cz

otevření prodejny: 2011 ■ **vlastník:** Profor ■ **vedoucí prodejny:** M. Poullová



8

Kratochvílovci

Václavské náměstí 10, Praha 1

info@kratochvilovci.cz ■ www.kratochvilovci.cz

otevření prodejny: 2011 ■ vlastník: Retail ■ vedoucí prodejny: Petr Kasal



9

Pekařství a cukrářství Sázava

Havlíčková 1370, Rychnov nad Kněžnou

pekarstvi@pekarstvisazava.cz ■ www.pekarstvisazava.cz

otevření prodejny: 2012 ■ vlastník: Pekařství a cukrářství Sázava

vedoucí prodejny: Michaela Pokorná



1

Stockist

Vinohradská 41, Praha 2 ■ vinohradska@stockist.cz ■ www.stockist.cz

otevření prodejny: 2011 ■ vlastníci: Activa ■ vedoucí prodejny: Olga Šebíková



ROZHOVOR

MARTIN LEITGB
majitel, Activa



V čem jsou pro prodejnu pražské Vinohrady přínosem?

■ Vinohrady považuji za nejvýhodnější nábytkovou lokalitu, jeho prodej tu má svoji tradici. Navíc jsou blízko centra, snadno dostupné pěšky i veřejnou dopravou a ani pro mimopražské zákazníky není problém se zde orientovat. Krom toho je tu mimořádně rozvinuté rezidenční bydlení.

Čím se odlišujete od prodejen s podobným zbožím?

■ Designem interiéru, různorodostí značek, množstvím produktů i ochotou personálu.

Co plánujete v prodejně do budoucna?

■ Další rozšíření prodejních prostor.

Jaký je váš největší úspěch?

■ Zařazení se mezi nejprestižnější prodejce designového nábytku.

Co je podle vás v tomto podnikání nyní nejtěžší?

■ Nenechat se zatáhnout do cenové a slevové konfrontace s ostatními prodejci.

2

Ton

Truhlářská 2755, Plzeň ■ tonplzen@ton.cz ■ www.ton.cz

otevření prodejny: 2012 ■ vlastník: Ton ■ vedoucí prodejny: Marcela Pšenáková



3

Ski a Bike Centrum Radotín

Topasová 1/882, Radotín ■ ski@skiservis.cz ■ www.skiservis.cz

otevření prodejny: 2005 ■ vlastník: Ski a Bike Centrum Radotín ■ vedoucí prodejny: Roman Humeni



4

Interiér de l'Art

Korunní 101, Praha 3 ■ info@interierdelart.cz ■ www.interierdelart.cz

otevření prodejny: 2010 ■ vlastník: Alena Černická ■ vedoucí prodejny: Alena Černická



5

Interiér de l'Art

Lidická 1348, Roztoky ■ info@interierdelart.cz ■ www.interierdelart.cz

otevření prodejny: 2012 ■ vlastník: Alena Černická ■ vedoucí prodejny: Alena Černická



6

Tuzeks

Benediktská 11, Praha 1 ■ provas@volny.cz ■ www.tuzeks.eu

otevření prodejny: 2010 ■ **vlastník:** Agentura ProVás ■ **vedoucí prodejny:** Kateřina Kerelová



INZERCE – RE-001179

INTERIÉR PRO VAŠI PRODEJNU

F E S C H U

www.feschu.cz

vybavení

osvětlení

poradenství

design



Řeznictví Štrobl - Řeznicko - uzenářská prodejna roku 2012 Praha



Řeznictví Prchal - Řeznicko - uzenářská prodejna roku 2011 Jihlava

FESCHU lighting & design s.r.o., Moskevská 659/63, 101 00 Praha 10 - Vršovice
tel.: + 420 222 582 260
e-mail: feschu@feschu.cz

NEJLEPŠÍ
INTERIÉR

Warehouse #1

Sokolovská 105, Praha 8



NEJLEPŠÍ
EXTERIÉR

Warehouse #1

Sokolovská 105, Praha 8



NEJLEPŠÍ
PERSONÁL

Ski a Bike Centrum Radotín

Topasová 1/882, Radotín



NEJLEPŠÍ
PERSONÁL

TON

Truhlářská 2755, Plzeň



NEJLEPŠÍ
POS

Qanto Market Holice

Bratři Čapků 61, Holice



CENA
REGALU

Papelote

Vojtěšská 9, Praha 1 ■ info@papelote.cz ■ www.papelote.cz

otevření prodejny: 2010 ■ vlastní: Papelote ■ vedoucí prodejny: Lenka Nádvorníková



ROZHOVOR

DENISA HAVRDOVÁ
spolumajitelka, Papelote



Jak jste si vybírali místo pro prodejnu?

■ Od začátku jsme hledali prostor, který bychom mohli provázat s dílnou a do obchodu tak dostat „výrobní atmosféru“. Nehledali jsme prostor na hlavní třídě, spíše nějaké klidnější místo s atmosférou. Zároveň jsme ale chtěli zůstat v centru Prahy, kde si nás každý, kdo má zájem k nám přijít, bez problémů najde.

Co vás odlišuje od ostatních?

■ Papelote obchod je výjimečný v tom, že neslouží jen jako obchod, ale i jako showroom naší značky, která všechny své produkty nejen prodává, ale především také vymýšlí, vyrábí. Snažíme se, aby obchod žil i vlastním životem. Pořádáme pravidelné workshopy s různou tematikou – balení dárků, origami apod. Od začátku jsme se snažili spolu s architekty **AI Architects** vymyslet tak trochu jiný interiér. Prostor lze během pár minut přeinstalovat pro workshop, dílnu či výstavní prostor. Je zde i několik dalších prvků, které nám pomáhají v každodenním životě – školní tabule nám dává prostor k propagaci aktuálních prodejních akcí. Výrazným prvkem v obchodě je také zeď s klipsy, která nám pomáhá upozorňovat na novinky nebo příležitostně slouží jako výstavní plocha.

Co plánujete do budoucna?

■ V budoucnu bychom variabilitu prostoru ještě více rozvinuli a našli způsob, jak pořádat i náročnější workshopy, drobné výstavy nebo přednášky a dostali tak svému přání nabízet lidem nejen naše výrobky, ale i informace, díky nimž by si uvědomili možnosti a kvality, které ten úžasně prostý vynález jménem papír nabízí, a také jak důležitou součástí naší kultury papír je.



Překvapila obsluha a její znalosti

Prodejny roku 2012: Skvělý design, speciální zboží, neuvěřitelná nabídka a úžasná obsluha. POZOR ALE na dodržování právní úpravy podnikání a maloobchodního prodeje!

Návštěvy finálových prodejen soutěžících o titul Prodejny roku 2012 každoročně provádějí inspektoři nezávislé certifikační a inspekční společnosti **TÜV SÜD Czech**. Cíl je jasný: komplexně posoudit každou finálovou prodejnu společně se všemi stanovenými aspekty prodeje zboží.

POZOROVÁNÍ V ROCE 2012

- + Poutavý design prodejen a způsob nabízení zboží k prodeji.
- + Ochotný a trpělivý personál s výbornou úrovní znalostí zboží.
- + Šíře sortimentu a speciálnost nabízeného zboží.
- Absence ochranných pomůcek a přítomnost šperků u personálu, který manipuluje s nebalenými potravinami.
- Společné umístění vzájemně neslučitelných potravin v chladírenském pultu.
- Nedostatky v označování zboží – chybějící návody a etikety v českém jazyce, nesprávné označení ceny za jednotku zboží u krájených nebo jinak dělených specialit.
- Přilehlé plochy a chodníky vně prodejen jsou v některých případech zanedbávány a znečištěny.
- Chybějící bezbariérový přístup do některých prodejen.
- Po zaplacení nebyla vydána účtenka.

Shrme-li výsledky inspekce finálových prodejen provedených v letošním roce, můžeme říci, že oproti minulým ročníkům soutěže byla pozorována v pozitivním smyslu slova větší individualita prodejen a jejich snaha o odlišení se od konkurence, a to jak z pohledu designu interiéru, tak z pohledu speciálnosti a šíře sortimentu nabízeného zboží. Ochota a prodejní dovednosti personálu byly na vysoké úrovni, zvláště pozitivně byla oceňována detailní znalost zboží, jeho charakteristik a původu a schopnost personálu doporučit vhodné zboží.

DOKONALÍ NEJSTE

Na druhou stranu je třeba říci, že zejména u prodejen speciálních potravin přetrvávají stále stejné „nešvary“, pozorované i v minulých letech. Kromě nedostatků ve vztahu k hygieně potravin a správné výrobní (prodejní) praxi byly v letošním roce shledány i závažnější nedostatky související s občanským zákoníkem, resp. zákonem o DPH (nevýdání účtenky, nevytárování hmotnosti obalů při vážení krájených specialit).

Častým nedostatkem, který byl zaznamenán i v minulých letech, je nedostatečné používání ochranných pomůcek a přítomnost šperků u personálu manipulujícího s nebalenými potravinami. Stále se také opakují nedostatky ve správném označování potravin a jejich ceny za jednotku množství.

Z hlediska správné výrobní a hygienické praxe bylo největším zaznamenaným prohřeškem uložení vzájemně neslučitelných potravin v rámci jednoho chladírenského pultu. V některých případech byla inspektory připomínkována i čistota používaných nástrojů nebo jejich umístění. Ve dvou prodejnách byla navíc zaznamenána také konzumace pokrmů v provozně během polední doby, což nepůsobí na příchozí zákazníky příliš atraktivně, „naštěstí“ se jednalo v obou případech o prodejny jiného než potravinářského zboží.

CO SE VYPLATÍ VĚDĚT

S ohledem na zjištěné skutečnosti nezbyvá než připomenout, že i prodejny různých potravinářských specialit jsou ve smyslu nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 178/2002, které stanovuje obecné zásady a požadavky potravinového práva, „potravinářskými podniky“ a jejich majitelé jsou „provozovateli potravinářského podniku“ se všemi povinnostmi, které platná evropská a národní legislativa stanoví, včetně požadavků na dodržování pravidel správné hygienické praxe při maloobchodním prodeji a označování výrobků v českém jazyce podle platné legislativy.

Označení výrobku musí být srozumitelné (tzn. v národním jazyce) a nesmí uvádět spotřebitele v omyl. Ačkoliv primární odpovědnost za označování potravin balených ve výrobě nese výrobce potravin, povinnosti každého provozovatele potravinářského podniku uvádějícího potraviny na trh je „neprodleně vyřadit z dalšího oběhu potraviny nedostatečně nebo nesprávně označené“.

JAK VŠE PROBÍHÁ

„Tajná“ inspekce, označovaná také jako „mystery shopping“, byla provedena v prodejnách, které postoupily do finálového kola. Inspekce proběhly v průběhu října a byly provedeny pěti kvalifikovanými inspektory společnosti TÜV SÜD Czech.

Každá inspekce probíhala podle přesně stanovených pravidel a každá prodejna byla

PŘEHLED

Nejvýznamnější kontrolovaná kritéria

1. Značení prodejny, exteriér prodejny a úprava okolí s důrazem na čistotu, přístup pro ZTP. **2.** Možnosti bezhotovostní platby a uvádění cen ve shodě s legislativou. **3.** Vystupování personálu, oblečení, počet personálu s ohledem na velikost provozovny, odborná způsobilost, výskyt kouření, konzumace pití/jídla. **4.** Interiér prodejny zejména s ohledem na čistotu a hygienu. **5.** Umístění zboží a jeho množství v regálech, oddělení zboží podle sortimentu. **6.** Označování zboží v českém jazyce, nepoškozenost obalů. **7.** Plnění podmínek záruky a záruční doby.

✗ **U potravin navíc:** dodržování teplotních nároků zboží, popisy složení výrobků v souladu s legislativou, data spotřeby/minimální trvanlivosti zboží; u personálu používání ochranných pomůcek, čistota předmětů určených k manipulaci s potravinami, výskyt šperků a jiných viditelných ozdob.

✗ **U jiného zboží, než jsou potraviny, navíc:** návody na použití v českém jazyce, zajištění servisu, datum spotřeby, certifikace nebo atesty (podle konkrétního produktu).

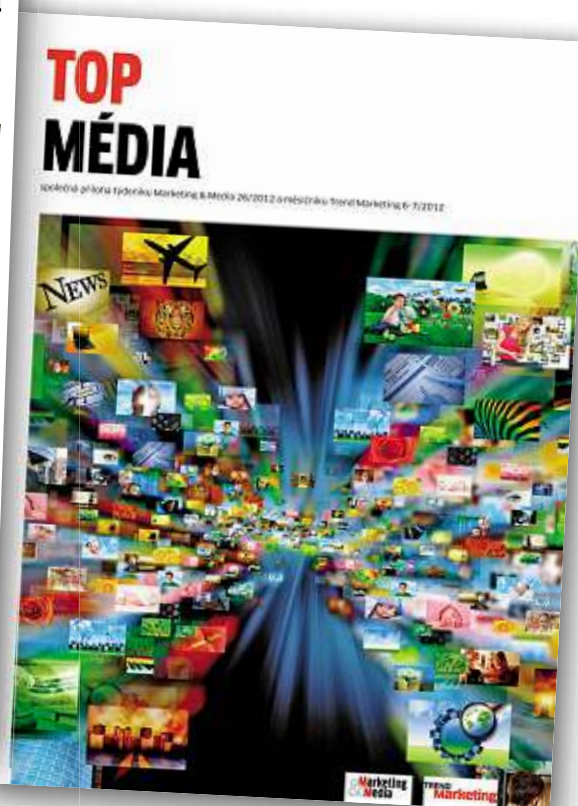
posuzována podle stejného souboru kritérií, kterých bylo v případě prodejen potravin celkem 37 a v případě prodejen jiného zboží než potravin celkem 30. Soubor hodnocených kritérií byl navíc rozdělen do sedmi skupin podle toho, k jakému aspektu prodeje zboží se kritéria vztahovala, např. k exteriéru prodejny a jejímu okolí, personálu a jeho vybavení, uvádění cen a označování zboží, interiéru prodejny včetně hygieny a čistoty nebo k vlastnímu zboží a způsobu jeho nabízení k prodeji.

Obvyklý průběh inspekce začíná vstupem inspektora, stejně jako každého jiného zákazníka, do prodejny. Na rozdíl od běžného zákazníka je inspektor vycvičen a více si všímá detailů, aniž by obsluha měla možnost pojmout podezření na neobvyklý účel návštěvy. Inspektor se chová jako běžný zákazník a většinou také vždy nějaké zboží nakoupí, aby prověřil ochotu, kvalifikaci a zbožíznalství personálu. Během pohybu po prodejně nesmí inspektorovi uniknout, zda provozovna plní všechny zákonné požadavky, zda je dodržována čistota a hygienické požadavky a zároveň zda je zboží správně označeno a správně nabízeno k prodeji. Po odchodu z prodejny inspektor hodnotí každé kritérium počtem bodů (stupnice 1–9) podle úrovně splnění požadavku a připojí k hodnocenému kritériu krátký komentář. Po klasifikaci jednotlivých kritérií sečte inspektor celkový počet bodů a vypočte průměrnou známku, která je součástí celkového bodového hodnocení prodejny. ■■

Milan Kroutil
je business area managerem
Food & Agriculture
společnosti TÜV SÜD Czech.



Vše, co jste chtěli vědět o marketingu, reklamě a médiích, ale nevěděli, kde to najít.



Jediný týdeník o médiích, marketingové komunikaci a kreativitě v reklamě na českém trhu

Objednejte si ukázkové číslo Marketing & Media
zdarma na www.mam.cz/zdarma

economia
OBSAH ROZHODUJE