

# Predaj máme v krvi

Hovorí Juraj Fábry, Chief Executive and Financial Officer ČR & SR, novej agentúry Sales House so sídlom v Prahe, ktorá funguje ako joint venture dvoch silných lokálnych spoločností Sales House SK (doteraz ppd marketing+) a Sales House CZ (doteraz PT Company).

• Slovenská spoločnosť ppd marketing+ a česká spoločnosť PT Company spojili svoje sily a vystupujú spoločne pod jedným názvom Sales House. So spoločnosťou PT Company spolupracujete od roku 2009. Čo bolo hlavným motívom užšieho prepojenia českého a slovenského trhu?

Začiatkom leta 2012 vznikla myšlienka a následne i dohoda o intenzívnejšej spolupráci v rámci česko-slovenskej činnosti v oblasti sales-promo pod jednou identitou. Procesy, ktoré naša agentúra na česko-slovenskom trhu dnes riadi, sú viac sofistikovanejšie a komplexnejšie, ako tomu bolo v minulosti. Očakávania klientov a konkurenčný boj

## HISTÓRIA SALES HOUSE

**1993** – Vznik PPD na Slovensku ako 100 %-nej dcérskej spoločnosti nemeckých spoločností PPD Marketing a PPD Services GmbH; 1. Sales-promo agentúra na trhu.

**1997** – Celá skupina PPD sa stala súčasťou CPM International – medzinárodnej skupiny podlinkových agentúr, ktorá je súčasťou celosvetového holdingu OMNICOM Group so sídlom v New Yorku.

**2000** – Odpredaj obchodných podielov lokálnym manažérom, nastavenie partnerskej spolupráce s CPM.

**2002** – Premenovanie PPD Germany na CPM Germany.

**2009** – Oddelenie českej a slovenskej spoločnosti PPD.

**2012** – Premenovanie PPD na Slovensku a vznik Sales House na česko-slovenskej úrovni.



Petra Teiralová, Juraj Fábry, konatelia Sales House CZ&SK

sú hlavnými determinantami tejto integrácie. Ďalším dôvodom je i úzke prepojenie českého a slovenského trhu. Množstvo našich klientov riadi svoje aktivity česko-slovensky a má jednotné marketingové vedenie.

● **Na akej úrovni prebiehala doterajšia spolupráca oboch spoločností a v čom vidíte synergiu nového fungovania ako joint venture?**

Doterajšia spolupráca bola na partnerskej úrovni s oddeleným riadením procesov a vzájomným zdieľaním informácií pre potreby riadenia lokálnych projektov. Toto nastavenie sa ukázalo ako nedostatočné, nezodpovedajúce potrebám trhu a klientov. Nový subjekt integruje oba tieto trhy a rešpektuje lokálne špecifiká. Podľa nášho názoru český a slovenský trh sú si síce veľmi blízke, ale i odlišné napríklad v nákupnom správaní a čiastočne i štruktúre trhu. Je preto nutné pôsobiť lokálne, na druhej strane spájať procesy a know how tam, kde to naopak má synergické efekty pre klientov. To sú dôvody prečo Sales House funguje ako joint venture dvoch lokálnych spoločností Sales House SK a Sales House CZ. Pôsobíme lokálne a myslíme globálne resp. česko-slovensky.

● **Na základe čoho ste zvolili názov Sales House?**

Názov Sales House úplne vystihuje podstatu nášho podnikania, našej činnosti a spôsob, akým pristupujeme ku klientom. Sales, čiže predaj a jeho podpora, je to hlavné, čo klientom ponúkame. To predstavuje kreatívne riešenie na mieru zameraná na podporu predaja a na efektívny kontakt so zá-

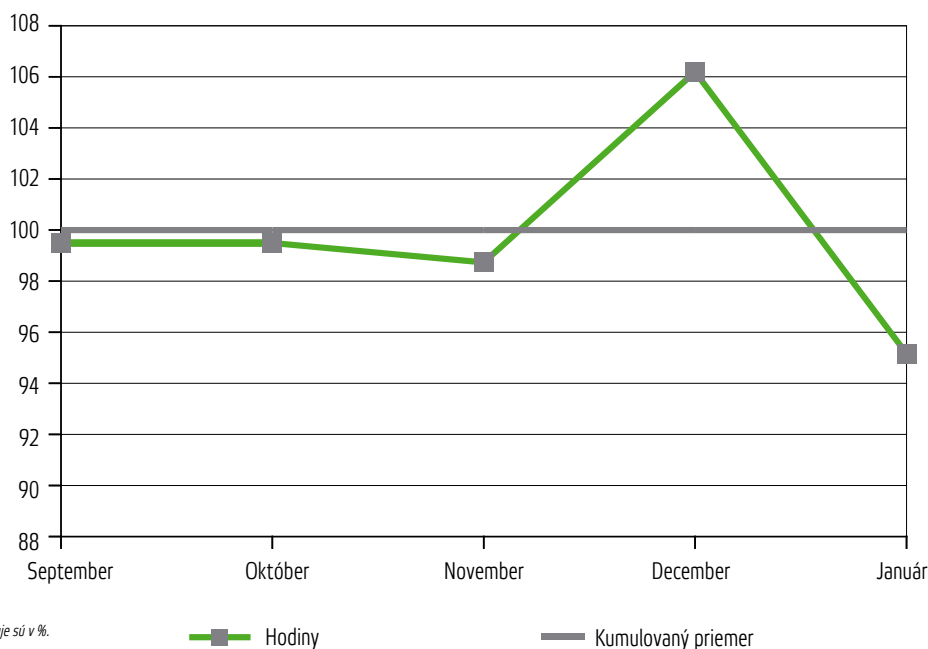
## VIANOCE V RUKÁCH MERCHANDISEROV

Ako možno očakávať, najväčší nápor na tzv. pozíciu Dokladač tovaru (merchandise) nastáva v období sviatkov. Firmy sa snažia o čo najvyšší stupeň vizibility a prítomnosť svojich výrobkov na regáloch v super a hypermarketov, pretože zákazník logicky siahne po takom výrobku, ktorý je k dispozícii. Prázdny regál potom môže pre firmu znamenať obrovskú stratu. To dokazuje aj graf agentúry Sales House s.r.o., z ktorého vyplýva, že inak tomu nebolo ani v minulom roku, kedy sa firmy prevažne z rýchloobrátkovej branže snažili posilniť svoje predaje.

Hodiny merchandiserov sa začali navyšovať začiatkom novembra a najväčšie posilnenie nastalo približne 14 dní pred Vianocami. V priemere sa navýšenie hodín pohybovalo o 6 % oproti normálu. To znamená, že jeden merchandiser strávil na predajniach o 3 hodiny dlhšie. K rekordnému navýšeniu potom došlo 23. 12. 2011, kde išlo o navýšenie o 12%.

Podľa agentúry Sales House s.r.o. možno predpokladať podobný trend aj počas tohtoročných vianočných sviatkov, ak nie vyšší.

## MERCHANDISER VO VIANOČNOM OBDOBÍ 2011



Údaje sú v %.

Zdroj: Sales House, 2012

kazníkom s cieľom zvýšenia predaja. House je potom dom, kde sa zhromažďujú nápady a myšlienky, miesto, kde klient príde do kontaktu s príjemným prostredím, profesionalitou a skúsenými pracovníkmi, a očakávanou podporou pre svoju činnosť.

● **V súčasnom období nie je veľa „československých“ sales agentúr s jedným „československým“ vedením a lokálnym focusom. V čom vidíte konkurenčnú výhodu a zároveň efektívnosť takéhoto prístupu spoločnosti Sales House?**

Mame odborníkov na oboch trhoch, bavíme sa o našich skúsenostiach pri realizácii projektov, tvoríme spoločné riešenia a súčasne sa rešpektujeme. To je základ úspechu, to je motivátor ďalšieho rozvoja a napredovania tohto riešenia.

● **Aké sú ciele a poslanie Sales House?**

Cieľom spoločnosti je poskytovanie kvalitných služieb vo všetkých oblastiach sales promotion, správne a jasné pochopenie klientských požiadaviek, efektívne aplikácie nástrojov na dosiahnutie definovaných cieľov, zrozumiteľný reporting a kvalitné vyhodnocovanie kampaní vedúce k strategickému riešeniu do budúcnosti. Klientovi ponúkame silný a skúsený manažment, prepracovanú regionálnu štruktúru, stabilné zázemie pre český a slovenský trh podporený investíciami do IT oblasti pre kvalitné spracovanie dát. Súčasným, ale aj budúcim klientom ponúkame pevnú pôdu pod nohami v sales promotion opretú o naše partnerstvo s medzinárodnou skupinou field marketingových agentúr CPM International.

● **Ktoré oblasti poskytovaných služieb plánuje posilniť, prípadne rozšíriť...**

Ďalej plánujeme posilňovať naše tradičné služby ako promo, merchandising a prenájom obchodných zástupcov na tradičnom trhu. Súčasne sa intenzívne pripravujeme na komplexný outsourcing moderného trhu, čo v praxi znamená postupné preberanie obchodných procesov s cieľom poskytnúť klientom kompletnú obsluhu trhu. Súvisí s tým naša významná investícia do nového online systému, ktorý sme takmer trištvrte roka veľmi intenzívne analyzovali a dizajnovali. Tento systém spojí naše služby s klientskymi štruktúrami s cieľom poskytovať požadované komplexné informácie v reálnom čase. «

(inz)



Ďakujeme všetkým našim klientom za úspešný rok 2012 a tešíme sa na ďalšiu spoluprácu.