



**SIMONA ZÁBRŽOVÁ, ŘEDITELKA
GIFTISIMA → S. 14**

„Dříve lidé nebyli pro členství v klubu nuceni vyplňovat e-mail a dnes je tedy velice těžké s těmito členy pracovat...“

I když strategickou výhodou Lidlu na všech trzích je maximální lokalizace sortimentu a nákupních zvyklostí, svůj německý původ nemaskuje, když zvolil německý pozdrav „hallo“. Pro americký trh si pak vybral slogan Rethink Grocery. Prvních 100 zákazníků dostalo žetony, s nimiž mohli vyhrát poukázky na nákup. Do konce roku 2018 má mezi Atlantou a New Jersey vyrůst celkem 100 prodejen ve 38 státech. Většina sortimentu Lidlu (téměř 90 %) bude sestávat ze zboží vlastních značek. Dva roky se řetězec připravoval na svůj vstup na americký trh a ve focus groups zjišťoval, jaký koncept se bude Američanům nejvíce líbit. Brendan Proctor, šéf Lidlu pro USA uvedl, že na dotazované neudělaly evropské pobočky nijak zvlášť dojem. „Říkali, že vypadají jako prodejny aut.“ Z toho důvodu postavil Lidl nové, atraktivnější, kde je díky velkým proskleným stěnám hodně denního světla.

E-COMMERCE

Ještě méně vratek v e-shopech

E-shopy, které prodávají módu a zároveň fungují na platformách Shoptet a Eshop-rychle, navázaly spolupráci s technologickým řešením Size ID. Start-up připravil i modul pro další e-commerce platformu – PrestaShop.

Služba, která zpřesňuje informace o tom, jak který kus oblečení danému zákazníkovi padne, pomáhá snižovat vrácené nebo vyměňované zboží, čímž e-shopům snižuje náklady. Zároveň tak posiluje zákaznickou loajalitu daných on-line obchodů. „V čím více internetových obchodech služba bude, tím více spotřebitelů ji bude využívat a tím větší bude přínos pro všechny strany – jak pro zákazníky, tak e-shopy. Službu pak bude možné využívat opravdu při všech nákupech oblečení, a to nejen během nákupu pro sebe,“ říká zakladatel Adam Bičíšťa a k integraci SizeID do e-commerce platformy dodává: „Přímé napojení na Shoptet a další e-shopová řešení je pro nás klíčová cesta, jak službu rozšířit do více e-shopů a dostat ji k více spotřebitelům.“

ŘETĚZEC

Penny Market přidá pokladním i vedoucím

Další zvyšování mezd pro svých 5,5 tisíce zaměstnanců minulý týden oznámila společnost Penny Market.

Penny Market provozuje v současné době v ČR 368 prodejen, zejména v menších obcích patří k významným zaměstnavatelům. Pokladní díky tomu od 1. července čeká navýšení mzdových pásem v průměru o 860 korun, zástupce vedoucích prodejen o 1077 korun a vedoucí prodejen o 2000 korun. „Mzdy našim zaměstnancům zvyšujeme pravidelně, naposledy se tak stalo v březnu 2017. Za tento rok se mzdy v našich prodejnách zvýší v průměru o 8,2 procenta,“ uvedl jednatel společnosti Penny Market Martin Peffek.

PLATBY

Kdo předběhne Amazon?

Amazon Store je odložen na neurčito kvůli technickým problémům, podobné řešení teď testuje společnost Barclaycard.

Poskytovatel platebních služeb a řešení patřící pod britskou banku Barclays testuje mobilní aplikaci, která by skrz fotoaparát chytrého telefonu skenovala čárové kódy a rovnou cenu koupeného zboží strhávala z karty. Podobně jako technologie Scan&Go řetězce Globus má aplikace usnadnit a urychlit nakupování. Po první fázi testování přijde na řadu spolupráce s některými z velkých retailerů. Barclaycard navrhuje službu tak, aby mohla fungovat samostatně i jako integrovaná součást aplikací konkrétních obchodníků.

Nový speciál časopisu **SEDMIČKA**



*Právě v prodeji na stánku,
u vašeho knihkupce nebo
PŘES SMS JEN ZA 45 Kč*

50 tipů na výlet na kole,
s kočárkem nebo dětmi, do
přírody i po památkách, v páru
nebo s partou kamarádů.

**ZA 1 SMS
PŘÍMO K VÁM
DO SCHRÁNKY**



**PRO OBJEDNÁNÍ
POŠLETE SMS NA
ČÍSLO 902 06
VE TVARU: VYLET_
JMÉNO_PŘIJMENÍ_
ULICE_MĚSTO_PSC**

CENA ZA JEDNU SMS 45 Kč

Technicky zajišťuje: GLOBAL ASSET HOLDING a.s., Na Příkopě 9–11, Praha 1
www.globasset.cz, www.platmobilem.cz