



30 LET...

 ČESKÁ  
DISTRIBUČNÍ

**BULLETIN**

pro obchodní partnery

1/2021

WWW.DISTRIBUCNI.CZ



Milí klienti, kolegové a obchodní přátelé, máme za sebou část roku 2021, která naneštěstí pokračovala v duchu roku minulého. Pro mnoho z nás je to nepříznivé období plné starostí a obav, kterým trpí nejen náš osobní život, ale i ekonomika a podnikání. Neustále se musíme přizpůsobovat novým pravidlům a omezením a je čím dál těžší zachovat si optimistický přístup.

Domnívám se, že v situacích, jako je tato, nám v životě pomáhá hlavně jistota, tedy pocit, že existují věci či lidé, na které se můžeme spolehnout a o které se můžeme opřít. My se do budoucna stále díváme s nadějí, že současná nepříjemná doba brzo skončí a všichni zase budeme moci začít normálně fungovat. Prozatím vám ale nabízíme hlavně již zmíněnou jistotu. Jistotu kvalitních kampaní, jistotu individuálního přístupu a jistotu, že letáky tady s námi ještě nějakou dobu

budou. Koneckonců, už jsou s námi pěknou řádku let. V České distribuční se jimi zabýváme přesně 30 let.

Od roku 1991 se toho u nás změnilo opravdu hodně. Od zaznamenávání důležitých dat na papír jsme došli k propracovanému systému CEDI a mobilní aplikaci, z distributora letáků jsme se postupně proměnili v poskytovatele komplexních služeb včetně adresného doručování či tisku. Zdokonalili jsme také naše geomarketingové analýzy, které v 90. letech prakticky neexistovaly a v dnešní době jsme díky nim schopni najít vaše stávající či potenciální zákazníky. Co se u nás ale ani za tři desetiletí nezměnilo, je náš cíl, kterým je a vždy byla zejména spokojenost našich klientů. Dbáme proto hlavně na včasné a komplexní provedení letákových kampaní, jejichž kvalitu monitorujeme propracovanými kontrolami.

V letošním prvním bulletinu budeme hlavně rekapitulovat. Hned v úvodu věnujeme pár odstavců vzpomínce na pana Zdeňka Bědroně, který Českou distribuční v roce 1991 založil. Jde o člověka, kterého si velmi vážíme a jehož odkaz je ve firmě stále velmi znát. Dále si shrneme, čím vším jsme si za 30 let fungování prošli a na zážitky se zeptáme hlavně našich kolegů. Na dalších stránkách vám pak představíme naše oddělení dopravy, které se stará o to, aby vaše letáky byly vždy ve správný čas na správném místě. Kromě jubilea celé firmy nesmíme zapomenout ani na výročí našich zaměstnanců, kteří jsou s námi už 5, 10, 15 i více let. Jejich práce si velmi vážím, jsou to totiž hlavně oni, kdo firmu posouvá stále kupředu. Věnovat se budeme také projektu zaměstnávání lidí se zdravotním postižením, který se nám podařilo rozběhnout v minulém roce a díky kterému u nás od začátku roku 2021 můžete čerpat služby v režimu náhradního plnění a alternativně tak splnit svou zákonnou povinnost. Chybět nebude ani pravidelný přehled aktuálních zpráv a průzkumů ze světa letákových kampaní, marketingu a obchodu, díky kterému se dozvíte, jak tvořit letáky v roce 2021.

I když současná doba nepůsobí příliš příznivě, doufám, že vás následující stránky přivedou alespoň trochu na jiné myšlenky, rozveselí vás či dodají inspiraci do dalších dnů.

Děkuji za to, že jste s námi a přeji vám spoustu úspěchů a nadějných vyhlídek v následujícím období.

Petr Sikora,  
ředitel společnosti Česká distribuční

# ZDENĚK BĚDROŇ, ZAKLADATEL ČESKÉ DISTRIBUTUČNÍ

Nadšený sportovec, podnikatel se silnou vizí a především srdečný člověk. To vše byl Zdeněk Bědroň, díky kterému Česká distribuční před 30 lety vznikla. S hlavou plnou nápadů, odhodláním a zkušenostmi z rakouské distribuční společnosti FEIBRA se v roce 1991 vrátil do porevolučního Československa, kde si začal plnit svůj podnikatelský sen. Založil společnost Riox, která se v začátcích věnovala roznosu reklamních materiálů především na Severní Moravě a ve Slezsku.

Původem rodinná firma z Ostravy se postupem času vypracovala na společnost s celostátním dosahem, až se v rámci neadresné distribuce stala významným poskytovatelem služeb a přejmenovala se na Českou distribuční, jak ji známe dnes. Zdeněk Bědroň byl především pracovitý člověk, který si dokázal vytyčit své cíle a jít za nimi. Na firmě, kterou založil, mu opravdu záleželo a vždy se staral o spokojenost všech zaměstnanců i klientů. Jeho životním krédem byla věta: Dělej šťastné lidi kolem sebe, budeš šťastný sám. Také díky tomuto jeho přístupu se Česká distribuční vždy věnovala mnoha charitativním projektům a snažila se poskytovat pomoc potřebným vždy, když to bylo v jejich silách. Řadu dobročinných aktivit provozuje Česká distribuční po vzoru svého zakladatele i nadále.

I v nabitém pracovním programu si Zdeněk Bědroň vždy udělal čas na své koníčky, mezi které patřila především cyklistika. Kromě toho byl také milovníkem dobrého jídla a pití a nikdy nepohrdl kvalitní českou kuchyní. Byl člověkem, který měl radost ze života a vždy ji sdílel s lidmi kolem sebe. Právě proto na něj všichni, kdo ho znali, tak rádi vzpomínají.



**Rok 2020 změnil snad vše, na co jsme v životě byli zvyklí, a dopady pandemie se tak nevyhnuly ani nám v České distribuční. I když jsme ale museli zavést spoustu opatření a změn, v poskytování našich služeb pokračujeme dále, a to i díky vám, našim klientům. Děkujeme vám tedy za projevenou důvěru v nepříznivé době a za vzájemnou podporu, která nám celou situaci pomáhá zvládnout. A jak tedy rok 2020 v České distribuční vypadal? Pojďme si jej společně zrekapitulovat.**

Především nám přibyla spousta práce. Pro zajištění bezpečnosti a celkového chodu jsme museli zpracovat stovky **interních směrnic** a dokumentů, zavést směny a upravit pracovní procesy tak, aby veškeré předávání materiálů a informací probíhalo **bezkontaktně**. V závislosti na tom se výrazně zvýšilo množství **telefonních hovorů** našich zaměstnanců. Zavedli jsme také plošný **home office** a pro veškeré porady začali používat **videoschůzky**. A tam, kde byla fyzická přítomnost nezbytná, jsme zajistili co nejvyšší možnou ochranu, tedy **respirátory, dezinfekce i testování**.

## OBCHOD

### **pokles zakázek: 40 %**

Obchod zaznamenal 40% pokles zakázek, protože spousta klientů musela uzavřít své provozovny a pozastavit tak i letákové kampaně. Pro všechny klienty hledali naši obchodníci řešení různorodých problémů a jsme rádi, že se nám v těžkých chvílích dařilo vzájemně si vycházet vstříc. Byla to zkrátka nová a nečekaná situace pro každého. Objevila se také spousta nových klientů, kteří potřebovali propagovat novinky, zvyšovat poptávku po svých výrobcích a službách a rozhodli se k tomu využít právě letákové kampaně.



## LOGISTIKA

### **expediční dny: 2 → 1**

### **výdejní dny: 4 → 2**

Výzám, které rok 2020 přinesl, muselo čelit i naše oddělení logistiky. Kromě nutnosti nastavit bezkontaktní předávání materiálů, bylo rovněž zapotřebí přeorganizovat expedici, na skladech zavést směny a pevně daný harmonogram nakládek, a také upravit provozní doby. Materiály, které se dříve přepravovaly ve dvou expedičních termínech a vydávaly postupně na tři distribuční vlny, je nyní nutno vyexpedovat a následně vydat v jednom termínu. A v neposlední řadě dodávky, které rozvázejí materiály samotným distributorům, musí rozvoz stihnout v mnohem kratším čase. Samozřejmostí jsou pak přísná hygienická opatření, jako je respirátor, desinfekce a nově i testování zaměstnanců.



### **AKTUÁLNÍ OTEVÍRACÍ DOBA SKLADŮ:**

Pondělí 8:00-12:00

Pátek 8:00-12:00

## PROVOZ

### **Nárůst směrnic a opatření: 90 %**

### **Pokles závozů z prodejen: 14 %**

### **Pokles objednávek: 29 %**

Oddělení provozu zaznamenalo nárůst nových směrnic ve velkém, a to asi o 90 %. Kde to šlo, byl zaveden home office a tam, kde práce z domova možná není, klademe důraz na hygienická opatření. Zároveň byl upraven počet distribučních vln nejprve ze tří na dvě a pak dále na jednu distribuční vlnu z důvodu menšího objemu objednávek. Protože došlo i k omezení společných kontrol, zajišťovalo oddělení provozu naše vlastní interní kontroly a zároveň zde kolegové pracovali na udržení stability naší distribuční sítě a s tímto spojené kvality distribuce. I přes pokles objednávek tak bylo práce více než dost a jak naši kolegové popisují, chtělo to „*nejedno vypité kafe*.“



# ČESKÁ DISTRIBUČNÍ V ČÍSLECH

## KLIENTSERVIS

**Snížení množství společných kontrol: 51 %**  
**Kvalita distribuce: 97,1 %**

Oddělení klientservisu pracovalo v průběhu roku 2020 mimo jiné na systému kontrol, který bylo potřeba upravit tak, aby kontroly byly nejen efektivní, ale i bezpečné. V první vlně pandemie byly společné kontroly na čas pozastaveny, ale postupně se nám podařilo nastavit taková opatření, abychom je mohli provádět alespoň v některých případech. Naše vlastní interní kontroly v terénu provádíme stále pomocí on-line mobilní aplikace, díky které máme zpracované výsledky téměř ihned. Klienti nyní mohou provádět i kontroly pomocí kontrolních agentur. I když je kontrol celkově méně, jsme rádi, že naše více než 97% kvalita distribuce se stále potvrzuje.

I když došlo v roce 2020 k poklesu převážně lokálních zakázek, kolegové na oddělení klientservisu se rozhodně nenudili. Každou přijatou změnu museli sdělovat klientům, mnohdy i takzvané za pět dvanáct s tím, jak

### PRAVIDLA SPOLEČNÝCH KONTROL:

1. Používáme **dvě auta**, jedno pro nás a druhé pro klienta či jeho zástupce z kontrolní agentury. Snažíme se tak minimalizovat riziko šíření viru, ke kterému by v malém prostoru jednoho auta mohlo dojít.
2. Dodržujeme **rozestupy**. Mezi distributorem, klientem i respondentem vždy zachováváme dostatečnou vzdálenost, tedy minimálně 2 metry.
3. Samozřejmostí je zakrytí úst a nosu **respirátorem**.
4. Vyřadili jsme jakýkoliv **tělesný kontakt**, jakým je například podání ruky.

přicházela nová opatření. Kolegové zpracovávali objednávky, které klienti následně museli vzhledem k situaci rušit či měnit. Bylo tak potřeba zajistit hlavně informovanost všech v celém procesu, aby nakonec vždy bylo vše správně vyřešeno a zpracováno. S tím souvisí také nová administrativa, kterou jsme museli přijmout napříč celou firmou.

## FINANCE A PERSONALISTIKA

**Nové pracovní smlouvy: téměř 1 000**

V návaznosti na snížení počtu objednávek se snížilo také množství vydaných faktur. Naopak se ale oproti předešlému roku zvýšilo množství přijatých faktur a to díky projektu zaměstnávání OZP a využívání více dodavatelů v rámci přepravy. S ohledem na nový projekt OZP bylo v rámci oddělení financí vytvořeno také nové oddělení personalistiky a mezd, které se od loňska stará o všechny stávající i nově příchozí zaměstnance, zpracovává pracovní smlouvy či mzdové výměry.

## IT ODDĚLENÍ

**Výměna pevných počítačů za notebooky : 15**  
**Online podpora: 100 %**

Prvním velkým úkolem, který pandemie pro oddělení IT přinesla, byla rychlá výměna pevných počítačů za notebooky, aby všichni zaměstnanci, pro které je to možné, mohli pohodlně pracovat z domova. S tím souvisela také potřebná podpora zaměstnanců, pro které byl home office novinkou a museli začít využívat nové technologické nástroje s tím spojené.

O práci se kolegům z oddělení IT postaral i nový projekt zaměstnávání OZP, který vyžadoval spoustu úprav a doplnění v našem systému CEDI.



### NOVÝCH KOLEGŮ Z ŘAD OZP: BEZMÁLA 1 000

V rámci projektu zaměstnávání osob se zdravotním postižením u nás loni vzniklo zcela nové Oddělení péče o OZP a za první rok jeho fungování ušlo obrovský kus cesty. Kolegové zde pracovali na nastavení a zefektivňování všech procesů, vzniklo tak u nás i několik nových pracovních pozic. Zaučili se zde noví kolegové, kteří od roku 2020 pracují na nábore nových zaměstnanců z řad OZP a od letošního roku se starají i o hladký průběh poskytování našich služeb v režimu náhradního plnění. Více o práci Oddělení péče o OZP se můžete dozvědět i z rozhovoru s Karin Bědroňovou, který naleznete rovněž na stránkách tohoto bulletinu.

# TŘICET LET ČESKÉ DISTRIBUČNÍ

**V letošním roce slaví Česká distribuční 30. výročí od svého založení. Než sfoukneme svíčky na pomyslném narozeninovém dortu, dovolte nám v pár odstavcích zrekapitulovat, co vše jsme za tu dobu společně zažili. Nebylo toho rozhodně málo.**

## Devadesátá léta a formování trhu neadresné distribuce

V devadesátých letech ve vzduchu voněla svoboda, lidé byli nadšení, vrhali se do podnikání a seberealizace, která jim dlouhou dobu nebyla umožněna. Nejinak tomu bylo i u Zdeňka Bědroně, který žil před revolucí v Rakousku, kde sbíral zkušenosti a inspiraci. U sousedů si vyzkoušel nejprve práci distributora v tamní distribuční společnosti a následně se propracoval k pozici kontrolora. Po návratu do tehdejšího Československa založil v Ostravě společnost Riox s. r. o., specializující se na roznos letáků převážně v Moravskoslezském kraji. Prvními klienty byly oblíbené inzertní noviny či menší potravinový řetězec. Podobných společností bylo v devadesátých letech na formujícím se českém trhu neadresné distribuce stovky, měly většinou regionální význam a zpracovávaly drobnější zakázky. Společnost Riox v té době prováděla distribuci hlavně v Ostravě a Třinci, dále pak v Opavě, Uničově, Litovli, Olomouci, Příboru, Kopřivnici, Valašském Meziříčí či Vsetíně. Zlom přišel s první velkou zakázkou pro známý řetězec se spotřební elektronikou, která byla celostátní a otevřela tak dveře dalším zajímavým výzvám.

*„Když jsme dostali první celorepublikovou zakázku, byl to vlastně docela šok, i když samozřejmě příjemný. Byl to takový první náznak toho, že Riox nezůstane jen malou rodinnou firmou.“*

**Marek Bědroň, obchodník**



Vzpomínáme-li na začátky distribuce letáků v porevolučním Československu, následně České republice, nelze nezmínit technologickou stránku celého procesu, která nám z dnešního pohledu může připadat až úsměvná. Tak například geomarketing byl v první polovině devadesátých let ještě „na houbách“ a distribuční oblasti se tak zakreslovaly fixem do obyčejných papírových automap, aby distributoři znali své sektory pro roznos. Lokality se dělily na městské a venkovské, přičemž přesné cílení, jak jej známe dnes, se začalo rozvíjet až s příchodem nového

milénia. Odlišně samozřejmě fungovala i veškerá komunikace. Objednávky chodily faxem, většina operativních záležitostí se řešila po telefonu, důležité věci se zaznamenávaly do různých tabulek a o přehledném a pohodlném systému CEDI jsme si zatím mohli nechat jen zdát.



*„Když vzpomínám na dobu, kdy jsem v České distribuční začínala, musím říct, že těch změn je opravdu hodně. Historicky si pamatují doby, kdy jsme všichni pracovali z jedné kanceláře a bojovali s excelem. Ted' máme několik samostatných oddělení s lidmi, kteří jsou profesionály ve svém oboru. Změnila se organizační i majetková struktura, vyvinuli jsme vlastní software včetně mobilní aplikace a zkrátka se to vše snažíme stále posouvat vpřed.“*

**Karin Bědroňová,  
manažerka projektu zaměstnávání OZP**

## Obchodní centra, přesnější cílení a první stálý celostátní klient

Zásadní proměnu vnesl do neadresné distribuce přelom milénia. Českou republikou se tehdy proháněl trend výstavby velkých moderních nákupních center, což zvýšilo i poptávku po distribuci reklamních materiálů. Důraz se pomalu začal klást také na to, kam se letáky roznášejí, a rozvoj geomarketingu tak na sebe nenechal dlouho čekat. Zpracovávaly se přesné mapy s vyznačením adresných bodů a první geomarketingové analýzy začaly zvyšovat efektivitu distribuce. Riox v té době dostával zakázky převážně brněnských firem, a to až do příchodu významného klienta, diskontní prodejny potravin, pro kterou začal v roce 2003 roznášet letáky dvakrát týdně po celém Česku. Byl to významný předěl, protože od té doby mohl dávat lidem pravidelnou práci.



*„Na konci devadesátých let se komerční trh s neadresnou distribucí začal konsolidovat, vstupovali na něj zahraniční investoři a začaly vznikat společnosti celostátního významu.“*

**Jan Senohrábek, manažer  
oddělení geomarketingu**

Nová epizoda vývoje se začala psát v roce 2006, kdy se ze společnosti Riox stala Česká distribuční a pod tímto názvem funguje dodnes. V následujících letech se pak postupně stala jedničkou na trhu neadresné distribuce a dále poskytuje roznos letáků v celostátním rozsahu. V roce 2012 se Česká distribuční stala součástí skupiny Vltava Labe Media a.s. a získala tak další důležité zkušenosti a obchodní příležitosti.

## Doručujeme i adresné zásilky, pracujeme na geomarketingu a kontrolách

Rok 2013 přinesl liberalizaci poštovního trhu, díky které mohla Česká distribuční začít nově poskytovat také službu adresného doručování. Firmy díky ní mohou zasílat konkrétním klientům osobní či reklamní psaní, což bývají zpravidla nejrůznější katalogy, brožury či výpisy z věrnostních programů. V České distribuční navíc umíme zajistit kampaň komplexně včetně tisku, kompletace materiálů i kontroly platnosti adres, a tak se služba adresného doručování rychle stala oblíbenou.



*„Na pozici ředitele České distribuční jsem nastoupil v roce 2010 a vždy pro mě bylo důležité budování dobrých vztahů s klienty. Jsem rád, když vědí, že se na nás mohou spolehnout. Myslím, že za dobu, co ve firmě působím, jsme se posunuli správným směrem, za což patří dík i našim zaměstnancům.“*

Petr Sikora, ředitel společnosti

Pro poslední desetiletí v neadresné distribuci je charakteristická především snaha neustále zvyšovat efektivitu. Na významu nabývají propracované geomarketingové analýzy, které dokáží zacílit na ty nejhodnější skupiny příjemců, zvyšovat tak responzi a šetřit náklady. K úspoře pomáhá také optimalizace hromadných zánosů, kdy doručujeme do bytových domů menší množství letáků a odkládáme je na



*„V průběhu let se měnila i podoba letáku. Kdysi mnohdy stačil černobílý leták na nekvalitním papíře, dnes je plnobarevný tisk samozřejmostí. Oblibu si získaly také různé netradiční formáty, jako jsou závěsy*

*na kliky nebo nalepovací post-it letáčky. Příjemce se zkrátka vyplatí zaujmout něčím netradičním.“*

Tomáš Vlk, manažer obchodu

předem určené místo, kde si je zájemci mohou odebrat. Pro menší a střední firmy jsme vyvinuli aplikaci Letáková samoobsluha, s pomocí které si mohou sami kampaň naplánovat a vybrat si na mapě své distribuční oblasti, přičemž se hned dozví i předpokládanou cenu za roznos.

Na významu nabyly také kontroly, které našim klientům potvrzují, že jim byla poskytnuta kvalitní služba. V roce 2010 jsme vyvinuli v našem systému CEDI kontrolní modul, který nám pomáhá evidovat kontroly a vytvářet přehledné výsledné zprávy. V roce 2011 pak začaly vznikat také externí kontrolní agentury, které zastupují klienty při společných kontrolách. Od roku 2018 při kontrolách používáme mobilní aplikaci, díky které můžeme kontroly vyhodnocovat rychleji a pružněji.



*„Dnes ve všeobecných podmínkách garantujeme 90% kvalitu distribuce, přičemž dlouhodobě kontroly potvrzují, že se kvalita pohybuje i přes 97%. Za dobu, co ve firmě působím, zde došlo ke*

*změně metodiky kontrol, které dříve byly jednotné, ale dnes jsou často šité na míru klientovi.“*

Anna Šuleřová, manažerka clientservisu

## Do dalšího desetiletí vstupujeme jako zaměstnavatel na chráněném trhu práce

Zatímco v roce 2020 začala světem řídit pandemie, v České distribuční jsme se věnovali novému projektu – zaměstnávání lidí se zdravotním postižením, kterých jsme zatím do týmu přijali bezmála tisíc. Vzniklo u nás nové specializované oddělení a stali jsme se uznaným zaměstnavatelem na chráněném trhu práce. Klienti tak nyní mohou od roku 2021 odebírat naše služby s přidanou hodnotou – kromě možnosti uplatnění náhradního plnění totiž nyní podporují zaměstnanost těch, kteří mnohdy práci hůře hledají.

**A co nás čeká dále? Především věříme v brzký konec současné nepříznivé situace, která zasáhla snad do všeho, na co jsme byli zvyklí. Těšíme se na to, až se budeme moci opět osobně potkávat na obchodních schůzkách a při společných kontrolách, podat si ruku a vyměnit si úsměv. Nadále zůstáváme vaším kvalitním distributorem letáků a spolehlivým zaměstnavatelem na chráněném trhu práce. Jsme přesvědčeni, že papírové letáky mají budoucnost, a rádi vám poradíme, jak je sestavit a správně zacílit roznos. I v době, kdy se může zdát, že je celý svět online, má totiž klasický leták stále svou hodnotu.**

# TŘICET LET LETÁKŮ: LETÁK SVĚTEM VLÁDNE

Rozhovor s Tomášem Vlkem, manažerem obchodu



**Tomáš Vlk, náš manažer obchodu, je s námi už pěknou řádku let. Duší je obchodník, který ale před časem propadl letákové branži, a tyto dvě disciplíny se mu podařilo harmonicky propojit. Zpočátku se sám věnoval hlavně obchodování, dnes převážně vede tým lidí, kterým předává své zkušenosti, a věnuje se stávajícím klientům. Jak vzpomíná na letákovou minulost, co podle něj přináší současnost a co nás čeká do budoucna? Zeptali jsme se Tomáše v krátkém rozhovoru.**

### **Tomáši, co vás přivedlo k letákům a do České distribuční?**

Celý život, už od školy, se věnuji obchodování, což je to, co mě baví a co jsem vždy chtěl dělat. Mám rád kontakt s lidmi, poznávání různých oborů a míst, cestování a celkovou pestrost této práce. Chtěl jsem tedy hlavně obchodovat a obchodovat právě s letáky se ukázalo jako zajímavá výzva. Do České distribuční jsem přišel před 15 lety od konkurenční společnosti. Lano mi tehdy pomyslně hodil Marek Bědroň, se kterým jsme se už nějakou dobu znali.

„Klienti nyní vítají co nejpřesnější zacílení pomocí geomarketingu, doplňkové služby v podobě Letákové samoobsluhy, kde si mohou sami online vytvořit distribuční plán.“

### **V čem se podle vás letáková branže nejvíce změnila za posledních 30 let?**

V oboru zatím tak dlouho nejsem, naštěstí (smích). Nicméně za posledních 20 let, kdy mám možnost tento vývoj pozorovat, se změnilo mnohé. Jako největší rozdíl vnímám to, že klienti kdysi téměř neřešili přesnější zacílení, geomarketing či kontrolní mechanismy. Nebylo to proto, že by klienti kdysi byli méně nároční než teď, ale spíše z důvodu velké konkurence, kdy byla hlavním kritériem výběru distribuční společnosti cena. Dříve neadresnou distribuci využívali hlavně prodejci potravin či nábytku, mnoho klientů však pocházelo i z řad prodejců, kteří objížděli „kulturáky“ s výprodeji textilu, výkupy zlata, starožitností a podobně. Pamatuji také boom výrobců

plastových oken, kdy pro mnoho jejich prodejců byl leták jediným marketingovým nástrojem. Postupem času začaly další a další obory objeovat, že leták může být velmi efektivním médiem a začaly jej využívat. Dnes klienti požadují co nejpřesnější zacílení pomocí geomarketingu, doplňkové služby v podobě Letákové samoobsluhy, kde si mohou sami online vytvořit distribuční plán. Osvědčila se nám také mobilní aplikace, která umožňuje jednoduchou a rychlou digitalizaci kontrol. Všechny tyto věci byly před 30 lety skoro sci-fi, v současnosti je to pro většinu klientů naprostá samozřejmost.

**„Na konci 90. let pak na místní trh začaly vstupovat velké obchodní řetězce, pro které bylo zásadní najít si distributora, který bude schopen zajistit distribuci po celém Česku.“**

#### A co leták samotný? Měnila se nějak jeho podoba?

Dříve ve spoustě případů stačila jednobarevná „ápětka“, postupem času začali klienti čím dál více řešit vhodný formát, barevnost či uspořádání inzerovaných produktů. Více se řeší také vhodná periodicitu, zařazení denních nebo víkendových akcí a podobně, aby prodejci udrželi křivku prodejnosti. V průběhu let klienti také hodně promýšleli, jak se co nejvíce odlišit. Popularitě se tak těšily například různé originální závěsy na kliky dveří, tzv. post-it letáčky, které se polepují na klapky schránky. Netradiční formáty zůstaly v oblibě dodnes, pomáhají zaujmout a zvyšují tak efektivitu kampaní. Rádi klientům poradíme, jak je co nejlépe navrhnout. V poslední době se pak nejvíce klade důraz také na poměr cena-kvalita-response.

#### Kdy tedy podle vás nastal ten největší zlom?

V 90. letech byla na trhu spousta malých distribučních firem, které měly dosah pouze v rámci okresů, případně krajů, což způsobovalo velký tlak na nízké ceny. V průběhu let se tihle distributoři postupně začali slučovat, vznikla Agentura pro distribuci a marketing (ADM), která postupně dosáhla celorepublikového významu. Na konci 90. let pak na místní trh začaly vstupovat velké obchodní řetězce, pro které bylo zásadní najít si distributora, který bude schopen zajistit distribuci po celém Česku. Současně s tím začal i významný technologický rozvoj a vznikl i obor geomarketingu. Takže za ten největší zlom považují přelom tisíciletí, kdy ke všem těmto velkým změnám došlo.

#### Jak by měl vypadat ideální leták v roce 2021?

Jako obchodníci klientům často radíme, jak leták sestavit, aby správně fungoval. Dá se o tom asi vyprávět dlouho a často je to i velmi individuální. Obecně ale určitě platí, že by leták neměl být textově „přelácaný“, naopak je vhodné, aby byl přehledně uspořádaný s jasně viditelným zvýhod-

něním nabídky, měl by barevně zaujmout a být vytištěn na odpovídající kvalitě papíru. Tím myslím třeba drahé prémiové produkty, jako jsou například některé značky aut. U těch se asi nehodí, aby byla nabídka vytištěna černobíle na zašedlém recyklovaném papíře. Vytvoření dobrého letáku je tak trochu věda, a pokud se to povede, je to polovina úspěchu, kterou by měla doplnit kvalitní distribuce ve správný čas na ta správná místa. S navrhováním letáků máme bohaté zkušenosti, a tak se na nás klienti mohou kdykoliv obrátit. Rádi s čímkoliv poradíme.

#### Změnila se za ty roky nějak i náplň vaší práce?

Myslím, že poměrně dost. Dříve jsem i já sám daleko více obchodoval, jezdil po celé republice a rozšiřoval počty našich klientů. Dnes je to z velké části spíše vedení týmu a akvizici nových klientů přenechávám svým kolegům, řeším s nimi každodenní problémy, radím jim nebo konzultuji cenové nabídky. Během toho se ale také stále starám o své portfolio klientů a v tom mi výraznou mírou pomáhá již spousta let i má kolegyně Adéla Míková, která zajišťuje administrativní komunikaci s klienty.

#### Je Česko letákovou velmocí?

Nabízí se říci, že letáky jsou ve srovnání s jinými zeměmi v Česku fenomén, ale nemyslím si, že je to tak úplně pravda. Letáky jsou ve velkém množství vidět po celé Evropě, a dokonce i ve vzdálenějších lokalitách. Osobní zkušenost mám například z Řecka, kde jsou letáky velmi oblíbené, ale také z Monaka, Kanady nebo Dubaje. Rád proto říkám, že leták světem vládne (smích).

**„Leták je pro spoustu lidí nepostradatelným pomocníkem při sestavování nákupů a šetření rozpočtu. Pro mnoho lidí je také čtení letáků relax, chvilka, kdy mohou vypnout.“**

#### Mají letáky v online době budoucnost?

V reklamě samozřejmě mají digitální média své velmi významné místo. Co se ale týče letáků a nákupu potravin, drogerie a dalších domácích potřeb, trend v Česku zatím určitě nemá klesající tendenci. Nejen, že spousta lidí se reklamou na internetu cítí zahlcená, ale stále existují i lidé, kteří internet nepoužívají. Schránku, oproti tomu, má v podstatě každý, takže i v tomto jsou vlastně letáky silnější. Leták je pro spoustu lidí nepostradatelným pomocníkem při sestavování nákupů a šetření rozpočtu. Pro mnoho lidí je také čtení letáků relax, chvilka, kdy mohou vypnout. Věřím, že to tak ještě nějakou dobu zůstane.

## OD ROKU 2021 U NÁS MŮŽETE ODEBÍRAT SLUŽBY V REŽIMU NÁHRADNÍHO PLNĚNÍ

Rok 2021 přinesl do České distribuční zásadní změnu. Protože jsme uznaným **zaměstnavatelem na chráněném trhu práce**, naše služby nyní můžete odebírat v režimu náhradního plnění. Alternativně tak můžete splnit zákonnou povinnost zaměstnávat osoby se zdravotním postižením.

### Jaké služby u nás můžete formou náhradního plnění odebírat?

V režimu náhradního plnění u nás můžete odebírat služby **neadresné distribuce** a **adresného doručování**. Odběr těchto služeb vám pak rádi zkombinujeme například i s **tiskem** či **geomarketingem**.

### Proč náhradní plnění využít?

Každá firma s 25 či více zaměstnanci má zákonnou povinnost zaměstnávat osoby se zdravotním postižením, přičemž dle aktuálních pravidel musí jít o 4 % z celkového počtu zaměstnanců. Pokud firma nemá možnost osoby s hendikepou zaměstnat, může tuto povinnost splnit alternativně – odvodem kompenzačního příspěvku do státního rozpočtu nebo odběrem zboží či služeb od poskytovatele náhradního plnění. Tímto poskytovatelem je od roku 2021 také Česká distribuční. Výhoda odběru služeb či zboží v režimu náhradního plnění spočívá hlavně v tom, že platíte za to, co skutečně využíváte a zároveň plníte zákonnou povinnost.



### Příklad z praxe: Výpočet na 1 OZP zaměstnance platný pro rok 2021

1.

#### Zaměstnávám příslušný počet zaměstnanců OZP

(4 % z celkového počtu zaměstnanců)

Minimální mzda: 15 200 Kč

Superhrubá mzda: 19 160 Kč

Stravné a další: 500 Kč

**Roční náklad: 235 920 Kč**

2.

#### Odvádím kompenzační příspěvek do státního rozpočtu

(2,5násobek průměrné mzdy v národním hospodářství za 1.-3. kvartál předchozího roku)

$2,5 \times 34\ 611\ \text{Kč}$

**Roční náklad: 86 528 Kč**

3.

#### Nakupuji zboží a služby, které běžně využívám, v režimu náhradního plnění

(v hodnotě 7násobku průměrné mzdy v národním hospodářství za 1.-3. kvartál předchozího roku)

$7 \times 34\ 611\ \text{Kč}$

**Roční náklad: 242 277 Kč**

## Jak můžete čerpat náhradní plnění u České distribuční?

1. Kontaktujte svého obchodního zástupce nebo nám napište na email [nahradniplneni@distribucni.cz](mailto:nahradniplneni@distribucni.cz).
2. Naši kolegové s vámi proberou vše důležité, zodpoví vaše případné dotazy a vysvětlí vám celý proces.
3. Zašleme vám dotazník k vyplnění, ve kterém nás budou zajímat aktuální informace pro rok 2021:
  - odhadovaný počet vašich zaměstnanců na HPP přepočtený na plné pracovní úvazky
  - částka, kterou již máte v režimu náhradního plnění rezervovanou u vašich stávajících dodavatelů
  - objem služeb, které máte zájem odebírat od České distribuční
4. Dle informací, které od vás dostaneme, vám na míru spočítáme možnosti odběru našich služeb i to, kolik díky náhradnímu plnění můžete ušetřit.
5. Sepíšeme s vámi objednávku a garantovanou smlouvu na odběr služeb v režimu náhradního plnění.
6. Dále už jen odebíráte naše služby, zatímco my zajišťujeme potřebnou administrativu a legislativní náležitosti.

## Režim náhradního plnění u České distribuční pro vás znamená:

### 1. Minimum administrativy

Disponujeme speciálním oddělením, které se stará o veškerou administrativu spojenou s náhradním plněním. Většinu nutných úkonů zajistíme sami a se zbytkem vám rádi poradíme.

### 2. Podporu konkrétních lidí

Pomůžete dát práci lidem, kterým do cesty vstoupila nemoc či vážný úraz.

### 3. Kvalitní službu

Na naše distributory se můžete spolehnout. Svou práci dělají zodpovědně a rádi.

### 4. Obohacení portfolia aktivit společenské odpovědnosti

Také věříme, že i vaši zákazníci ocení, že podporujete smysluplné projekty zaměstnávání lidí s hendikepem.



**TIP: Podívejte se také na naši kalkulačku na webu [www.distribucni.cz](http://www.distribucni.cz), kde si můžete jednoduše spočítat náklady vaší firmy dle počtu vašich zaměstnanců.**



# ZAMĚSTNÁVÁNÍ OZP: POSKYTUJEME SLUŽBY S PŘIDANOU HODNOTOU

Rozhovor s Karin Bědroňovou, manažerkou projektu



**V loňském roce u nás ve firmě přibyla bezmála tisícovka nových kolegů se zdravotním postižením. Je to jedna z nejdůležitějších změn v naší firmě, díky novým zaměstnancům se nám daří udržovat naši distribuční síť a nabízet tak našim klientům stabilně kvalitní služby. Jako uznávaný zaměstnavatel na chráněném trhu práce od roku 2021 navíc poskytujeme naše služby v režimu náhradního plnění. V rámci těchto změn u nás vzniklo nové oddělení péče o OZP. Manažerka projektu Karin Bědroňová v našem rozhovoru vysvětluje, že zaměstnávání kolegů se zdravotním postižením přináší velké výhody i našim klientům.**

**V roce 2020 začala Česká distribuční zaměstnávat osoby se zdravotním postižením. Proč by to mělo zajímat její klienty?**

Již od první myšlenky na zaměstnávání osob se zdravotním postižením jsme zde viděli velký potenciál. Jsou to v podstatě dvě mouchy jednou ranou, kdy nabízíme příležitost těm, pro které může být hledání práce obtížnější, a zároveň udržujeme kvalitu našich služeb. Pro klienty to navíc znamená i příležitost u nás získat službu s přidanou hodnotou, tedy s možností splnit si u nás zákonnou povinnost zaměstnávat osoby se zdravotním postižením pomocí náhradního plnění.

**Jaké byly začátky projektu zaměstnávání lidí s hendikepem?**

Bylo to poměrně náročné, protože jsme se museli seznámit se zcela novou problematikou, se kterou jsme do té doby neměli žádnou zkušenost. Studovali jsme vše potřebné, abychom se mohli správně rozhodnout, zda se tímto směrem opravdu dáme. Dále bylo potřeba se na tento projekt připravit provozně, prokousat se legislativou, pochopit ji, nastavit ve firmě potřebné procesy a v neposlední řadě vybudovat a obsadit nové oddělení.

**Kolik má oddělení péče o OZP aktuálně členů a co vše je jeho náplní práce? Jak u vás probíhá typický pracovní den?**

V současné době má naše oddělení 6 zaměstnanců, tedy manažera, koordinátora projektu, vedoucí asistentek a 3 asistentky. Z velké části se jedná o operativní činnost. Vzhledem k tomu, že oddělení funguje teprve rok, stále je určité co zdokonalovat. Zajišťujeme hlavně nábor nových kolegů s hendikepem, což zahrnuje přípravu pracovních smluv, kontrolu potřebných dokladů, přidělování lokalit k distribuci a zkrátka vše spojené s náborem i následným

Pro klienty to navíc znamená i příležitost u nás získat službu s přidanou hodnotou, tedy s možností splnit si u nás zákonnou povinnost zaměstnávat osoby se zdravotním postižením pomocí náhradního plnění.

zaškolením. Staráme se také o stávající zaměstnance z řad OZP, zda je průběh distribuce v souladu se zadáním a řešíme případné problémy. Zároveň připravujeme propagační materiály, aktualizujeme různé manuály a pokyny. V neposlední řadě se podílíme na vývoji firemního programu, který nám usnadňuje práci. Od roku 2021 také řešíme veškeré záležitosti spojené s náhradním plněním pro naše klienty.

### **Jak proces poskytování služeb v režimu náhradního plnění probíhá?**

Problematika řešení náhradního plnění je jak pro nás, tak pro naše klienty další novinkou. Náhradní plnění poskytujeme od začátku roku 2021. Postup je pro klienty snadný. Stačí zodpovědět pár otázek, doložit několik čísel potřebných k výpočtům náhradního plnění. Následně si vzájemně odsouhlasíme limity a rozjždíme proces. Pro klienty jde vlastně o minimální administrativní zátěž, o většinu záležitostí se totiž staráme my.

### **Jak se vám daří nabírat nové zaměstnance z řad OZP? Kolik zaměstnanců s hendikepem Česká distribuční aktuálně zaměstnává? Kde je jich nejvíce například z geografického hlediska?**

Aktuálně máme necelou tisícovku kolegů s hendikepem, k jejich náboru využíváme různé propagační materiály, které připravujeme a distribuujeme dle potřeby. Z geografického hlediska máme zatím nejvíce zaměstnanců OZP na Moravě.

### **Co bylo zatím na oddělení péče o OZP největší výzvou, kterou jste museli překonat?**

Zaměstnávání osob se zdravotním postižením je obtížné zejména z hlediska legislativy, kterou jsme museli splnit, abychom se stali uznaným zaměstnavatelem na chráněném trhu práce. Nebylo to nic jednoduchého, ale jsme rádi, že se nám podařilo vše naplnit a i nadále vše dodržujeme.

### **Mají zaměstnanci s hendikepem nějaké úlevy? Může to mít vliv na kvalitu poskytovaných služeb?**

Co se týče kvality roznosu, musí zaměstnanci z řad OZP dodržovat stejné standardy jako všichni ostatní a dle dosavadních zkušeností je i dodržují. Speciální podmínky jim ale nastavujeme úměrně jejich zdravotnímu stavu. Jedná se například o přizpůsobení pracovního úvazku a pracovní doby nebo svěření vhodné lokality k roznosu. Zároveň respektujeme doporučení lékaře ve vstupním zdravotním dotazníku, který nám zaměstnanec dokládá ještě před svým nástupem.

### **Jak takový nábor člověka s hendikepem probíhá a co musí potenciální zaměstnanec splňovat?**

Nábor zaměstnance se zdravotním postižením je náročnější hlavně v dokládání velkého množství dokumentů,

na základě kterých jsme schopni rozhodnout o jeho přijetí a můžeme se následně posunout ke kroku přípravy pracovní smlouvy. Se zaučováním problémy nevnímáme, někdy může trvat trochu déle, ale to určitě není problém. Práce distributora je nízkoprahová, to znamená, že nejsou potřeba žádné specifické zkušenosti či vzdělání.

### **Máte ohlasy od vašich zaměstnanců s hendikepem? Jak jsou s prací spokojeni?**

Máme převážně pozitivní ohlasy, kolegové s hendikepem jsou rádi za pracovní příležitost i možnost si práci flexibilně přizpůsobit. Převážně jsou tedy zaměstnanci spokojeni. Pokud pracovní poměr ukončujeme, je to většinou ze zdravotních důvodů.

### **Když se řekne hendikep, lidé si často představí člověka na invalidním vozíku. To ale asi není případ distributora letáků. S jakými hendikepy se vaši zaměstnanci nejčastěji potýkají?**

Hendikep má opravdu různé formy a nemusí být vždy fyzický, může jít třeba o duševní nemoc. U spousty našich zaměstnanců ale vlastně ani nevíme, co jejich invaliditu způsobilo. Na jejich zdravotní stav se nevyptáváme. Má k němu přístup pouze lékař, který posoudí, jestli zdravotní omezení distributora omezuje v práci nebo ne.

### **Jakým způsobem celý proces zaměstnávání OZP ovlivnila pandemie?**

Pandemie se nějakým způsobem dotkla snad všech odvětví, tedy i toho našeho. Byli jsme nuceni upravit rozvržení pracovní doby a dle situace také upravit parametry poskytování naší služby. Pandemie také zpomalila nábor nových kolegů z řad OZP, protože komunikace a činnost úřadů i různých organizací je dost ochromená.

### **Jak vidíte budoucnost zaměstnávání OZP v České distribuční i obecně v Česku?**

V České distribuční máme při náboru distributorů se zdravotním postižením výhodu v tom, že nepožadujeme žádnou speciální odbornost či vzdělání. Můžeme tak zaměstnat v podstatě kohokoliv, kdo chce a může pracovat alespoň pár hodin denně. Vidím zde tedy velký potenciál do budoucna dát práci mnoha dalším lidem s hendikepem. Odlišná může být situace pro podnikatele, kteří mají na své zaměstnance specifické požadavky. Je to velmi individuální a doufáme, že zaměstnávání osob s hendikepem bude podporováno jak podnikateli, tak státem.

## PŘEDSTAVUJEME VÁM ODDĚLENÍ DOPRAVY

Prostřednictvím našeho bulletinu vás pravidelně seznamujeme s prací jednotlivých oddělení. Tentokrát jsme si pro vás připravili krátké představení našeho oddělení dopravy, které se stará o to, aby vždy byly všechny letáky včas na správném místě. Pojďte s námi nahlédnout do jeho fungování.

### JAK VYPADÁ PRÁCE NA ODDĚLENÍ DOPRAVY?

Na našem oddělení dopravy je vždy veselo, což je dáno energií nabitými a vtipem oplývajícími kolegy Kateřinou, Jaromírem a Hankou. Ti mají celé oddělení pevně pod palcem. Ještě že tak, není to totiž práce pro žádné čajičky. Zodpovědnosti je zde víc než dost.

**1**

**PŘÍJEM LETÁKŮ**  
Letáky, které dorazí na centrální nebo lokální sklad, vždy nejprve projdou rukama a ostřížím zrakem našich skladníků. Skladníci letáky zváží, zkontrolují jejich počty, správnost mutací či balení.



**2**

**POTVRZENÍ**  
Po důkladné kontrole naši skladníci potvrdí příjem v systému CEDI a začíná celý spletitý proces zpracování.



**6**

**ROZDOS DO SCHRÁNEK**  
Distributoři si letáky připraví a v dohodnutém termínu je roznesou do schránek ve svěřeném sektoru.

**5**

**PŘEVZETÍ REGIONÁLNÍM VEDOUČÍM**  
Na lokální sklady si už pro letáky přijíždějí regionální vedoucí, kteří je doručují samotným distributorům.




**3**

**KOMUNIKACE A PLÁNOVÁNÍ**  
Nastává chvíle pro logistiku, kteří mají na práci systematickou komunikaci s dopravci, tiskárnami, jednotlivými sklady, klient-servisem, provozem... zkrátka se všemi, kteří se procesu účastní. Cílem je, aby vše proběhlo hladce a bez problémů.



**4**

**ROZVOZ**  
Po důkladném rozplánování přichází na řadu rozvoz z centrálního skladu na jednotlivé lokální sklady, kde opět probíhají pečlivé kontroly správnosti dodaných materiálů.



### DOPRAVNÍ ODDĚLENÍ V ČÍSLECH

**3** logistickí

**28** skladníků

**14** skladů

**15 tis.** zpracovaných objednávek ročně

**3 tis.** vypravených kamionů ročně

**50 tis.** tun převezených letáků ročně na 100 000 paletách

### Jak se oddělení dopravy změnilo za 30 let?

Od roku 1991, kdy byla Česká distribuční založena jako Riox s. r. o., se toho změnilo opravdu hodně. Firma zpočátku nabízela služby pouze na Moravě, potřeba byly silné paže a paleták, letáky se rozvážely 3 dodávkami. Pro srovnání - dnes má Česká distribuční 83 regionálních vedoucích a někteří z nich disponují hned několika dodávkami. Sklady byly v počátcích pouze 2, jeden v Ostravě a druhý v Olomouci, postupně se přidalo Brno, Praha a další města, přičemž celkový počet postupně narostl na dnešních 14 skladů. Stejná nezůstala ani jejich velikost. Ten největší, centrální sklad měl na začátku 500 m<sup>2</sup>, před 10 lety 1 000 m<sup>2</sup> a postupně jsme se dopracovali k centrálnímu skladu o velikosti 2 700 m<sup>2</sup>. Zaměstnanci oddělení dopravy s humorem popisují i technologický posun, a to od zakreslování oblastí k distribuci fixem do papírových map po dnešní sofistikované programy pro plánování distribuce.

## ZAMĚSTNANCI ODDĚLENÍ DOPRAVY

### KATEŘINA VAVRUŠOVÁ

#### vedoucí logistiky

Kdyby kariéra Kateřiny v České distribuční byla člověk, právě by dostala občanku. Za krásných 15 let u nás si Kateřina prošla pozicemi, jako je vedoucí řízení roznosu, pracovník oddělení expedice či vedoucí produkce, až se nakonec dostala na aktuální pozici vedoucí logistiky. Svou práci má ráda, i když je často složité si ji rozplánovat. Jako vedoucí toho má totiž na starosti spoustu a do plánů jí často vstupují aktuální okolnosti. S úsměvem tak říká: „Člověk mění, Distribuční mění.“ Když zrovna nepracuje, ráda cestuje, třeba s fotoaparátem v ruce, nebo si zajde někam za kulturou. Cizí jí není ani sport a turistika, ovšem ne moc kopcovitá.



Kateřina Vavrušová

### HANA ZYCHOVÁ

#### logistik

Poprvé Hanka do České distribuční vkročila v roce 2005, kdy zde začala pracovat jako fakturantka. Později měla na starosti kontrolní a provozní činnost, a také stála u zrodu našeho klientservisu. Z důvodu životních změn si během 16 let odskočila za prací i do jiných firem, jsme ale rádi, že se vrátila. Chvilí pracovala jako vedoucí oddělení kontroly, až se nakonec usídlila na své současné pozici logističky. Mimo práci ráda sáhne po dobré knížce nebo si odpočine u zajímavého filmu. Nebrání se ale ani aktivnímu trávení volného času. Již dva roky plánuje novou zálibu – cyklistiku. Kolo už má, teď jen začít. „Vše má svůj čas,“ dodává s úsměvem.



Jaromír Beschl

### JAROMÍR BESCHL

#### logistik senior

Jaromír u nás začínal v roce 2004 jako kontrolor distribuce a rozvozce. Časem se z něj stal logistik, přičemž v počátku stále ještě pokračoval i v práci rozvozce. Zkrátka - co si naplánoval, to si také rozvezl, a nakonec i zkontroloval. S tím souvisela ale i pozice skladníka, se kterou, když je potřeba, vypomůže dodnes. Ne jeden balík prošel jeho silnými pažemi. Bývalý učitel autoškoly tak zkrátka pomůže, kde může. S manželkou se dokonce již třetím rokem věnuje krátkodobé pěstounské péči. Ve volném čase je velký kutil, jak sám říká, tak trochu Ferda Mravenec. Rád se věnuje například také včelařství nebo motorismu. Je to správný chlap a říká, že ženský kolektiv ho vážně nijak nepoznamenal.



Hana Zychová

Je pravdou, že naše oddělení dopravy došlo do nejlepší jakosti, a také díky nim se naše kvalita drží vysoko. Jsou to stálíci naší společnosti a potvrzuje se nám tak pravidlo: **Dobry a spokojeny zaměstnanec je základem úspěšné firmy.**

## ČEŠTÍ SPOTŘEBITELÉ A PANDEMIE

### Lidé v roce 2020 nakupovali více, ale méně často

Agentura Nielsen zkoumala nákupní chování během pandemie koronaviru. Oproti roku 2019 se loni zvětšila velikost nákupního košíku o **29 %**, tržby v retailu se zvýšily o **6 %** a počet transakcí se naopak o **18 %** snížil. Lidé tedy chodili do obchodů méně a preferovali větší nákupy.

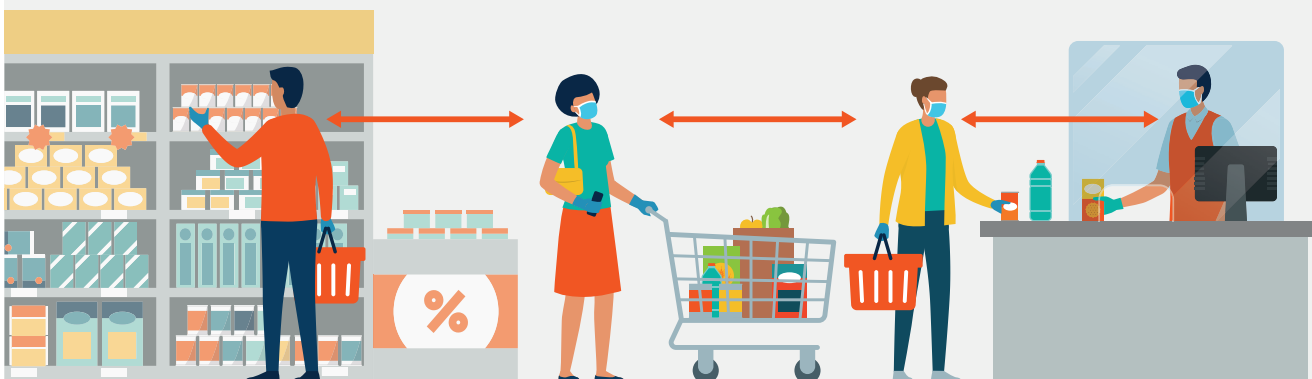
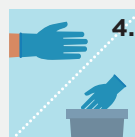
Zdroj: Karel Týra, Nielsen, 2020



## ČESKÝ RETAIL A HYGIENA V ROCE 2020



1. Náklady na řešení koronakrizy: 4,8 mld. Kč
2. Spotřebovaná dezinfekce: 291 000 litrů
3. Délka řady desinfikovaných vozíků: 254 km
4. Počet rozdaných rukavic: 12,4 mil.
5. Délka plexiskla u pokladen: 8,3 km



Zdroj: Tomáš Prouza, Svaz obchodu a cestovního ruchu, 2020



### Od panických nákupů po důvěru v obchodníky

Zajímavý je i pohled na rozdíly v chování zákazníků v obchodech během první a druhé vlny pandemie. V první vlně měli lidé tendenci dělat si zásoby, panoval zájem o levné a trvanlivé potraviny a obchody čelily velkému množství panických nákupů. Pro první vlnu byla typická ochota lidí dodržovat opatření, která ve druhé vlně značně ochladla. Během podzimu přestalo větší množství zákazníků opatření respektovat, což místy vyvolávalo konflikty. Oproti první vlně už ale lidé nenakupovali v panice a důvěřovali obchodům, že jsou schopné pokrýt poptávku a nehrozí výpadky dodávek základních potravin.

Zdroj: Tomáš Prouza, Svaz obchodu a cestovního ruchu, 2020

# JAK NA AKČNÍ LETÁK V ROCE 2021?

## DŮRAZ NA ZDRAVÍ I ZAJÍMAVÉ TIPY

Máme za sebou rok obrovských změn, které zamávaly snad se všemi zažitými zvyky. Jsme rádi, že obliba letáků zůstala vysoká, s vývojem, jakým prošlo nákupní chování, může ale vyvstat potřeba letáky uzpůsobit aktuálním trendům. Nejen pandemie, ale i další faktory mohou mít vliv na to, co zákazníci od letáků očekávají. Na základě nejčerstvějších průzkumů z různých oblastí jsme pro vás sestavili několik doporučení, která by se vám při přípravě letáků v roce 2021 mohla hodit.

### 1. Recepty a zajímavé tipy

Dle výzkumu Ipsos z roku 2020 má 28 % Čechů v úmyslu konzumovat více rostlinných produktů na úkor těch živočišných. Spousta dalších lidí se také nebrání ochutnávání těchto alternativ. Častou bariérou však pro ně je strach z neznámých potravin, se kterými neumí pracovat, správně je připravit či ochutit. Je to skvělá příležitost udělat z letáku tak trochu lifestyleové médium, nabídnout různé tipy a recepty. A to rozhodně neplatí jen pro rostlinné produkty. Recepty na chutné pokrmy můžete zákazníkům připravit v souvislosti s nabídkou jakýchkoliv netradičních i běžných produktů. Ocení to zejména v současné situaci, kdy z důvodu zavřených restaurací vaří spousta lidí doma, což potvrdil také průzkum Akademie věd ČR z konce minulého roku.



### 2. Prostor pro přírodní produkty a vitamíny

Podle průzkumu, který na podzim roku 2020 provedla Česká a slovenská asociace pro speciální potraviny, výrazně narostl zájem zákazníků o doplňky stravy a produkty obsahující vitamíny. Zákazníci se během pandemie naučili investovat do svého zdraví a svými nákupy výrazně podporují zejména kategorie doplňků stravy na imunitu, vitamíny C a D a také léčivé čaje. Máte tyto produkty ve svém sortimentu? Ukažte to svým zákazníkům v akčním letáku.

### 3. Složení a informace o potravinách

To, že se lidé zajímají o své zdraví, potvrzuje také Spotřebitelský panel GfK Czech z roku 2020, ve kterém polovina respondentů uvedla, že než daný produkt zakoupí, přečte si informace na etiketě. Jedná se zde převážně o produkty z kategorie potravin a spotřebitelé se pečlivým zkoumáním etiket snaží podporovat své zdraví, ale také štíhlou linii. Pomoci jim v tom můžete i vy, a to uvedením složení produktu již v letáku či katalogu.

### 4. Papír nebo internet?

V poslední době, mimo jiné pod vlivem pandemie, ve společnosti rezonují diskuze o přemístování akčních letáků do online prostředí, což by údajně mělo obchodníkům i jejich zákazníkům přinášet spoustu výhod. Zajímavá data do těchto diskuzí vnáší výzkum České marketingové společnosti z počátku tohoto roku, který se zabýval vztahem Čechů k reklamě. V tomto výzkumu uvedlo 70 % respondentů, že se cítí reklamou na internetu přehlceni, u klasických letáků ve schránkách je tento počet přehlcených respondentů o 27 procentních bodů nižší. Přesycenost reklamou na internetu se navíc meziročně zvýšila o 5 %, u letáků je tento trend naopak klesající. Vyplývá z toho, že na reklamou zaplněném internetu už velký prostor pro letáky nezbývá. Jejich papírová podoba je tak i v roce 2021 stále v kurzu.



# FIREMNÍ KULATINY A PŮLKULATINY

**Kromě 30. narozenin České distribuční nemůžeme zapomenout ani na výročí našich zaměstnanců. Jsou to totiž právě oni, kdo firmu tvoří, a díky komu můžeme slavit toto jubileum. Na těchto stránkách bychom tak chtěli pogratulovat všem našim kolegům, kteří letos slaví kulaté či půlkulaté výročí ve firmě, poděkovat za jejich svědomitou práci, a představit vám, kdo se už roky stará o to, aby vaše letáky vždy dorazily až do rukou vašich zákazníků. Při této příležitosti jsme se našich oslavenců zeptali na to, jaké byly jejich začátky ve firmě, co mají na své práci rádi nebo třeba na to, co je baví ve volném čase.**

## 30 LET VE FIRMĚ

### MAREK BĚDRŇ obchodník

*„V obchodování se cítím jako ryba ve vodě.“*

Mnoho z našich zaměstnanců pamatuje zapisování veškerých dat do excelových tabulek, Marek však vzpomíná dokonce i na časy, kdy se například výplaty zapisovaly ručně na čtverečkový papír. Z počátku měl na starosti mnoho různých činností od rozvážení letáků, přes kontroly v terénu po obchodování. Nejdříve začínal brigádně. Následně se stal zaměstnancem a na Českou distribuční vzpomíná jako na rodinnou firmu o třech lidech, která se postupně rozrostla do velkých rozměrů. A to díky získání významných celorepublikových zakázek, na kterých se podílel. Právě postupný růst, budování a posun firmy jej na práci baví nejvíce. V současnosti ve firmě pracuje na pozici obchodníka, ve které se cítí stále jako ryba ve vodě. Potřebné soustředění se na cíl rád procvičuje také ve volném čase, jeho největším koníčkem je totiž golf.



## 15 LET VE FIRMĚ

### TOMÁŠ VLK manažer obchodu

*„Z malé rodinné firmy velká, neustále rostoucí společnost.“*

Tomáše, našeho manažera obchodu,



baví hlavně práce s lidmi a vedení jeho týmu. Rád si připomíná obrovský pokrok, jakým si firma za dobu jeho patnáctiletého působení prošla. Jako svůj oblíbený pracovní zážitek, na který rád vzpomíná, uvádí kampaň pivovaru, v rámci které firma do olomouckých domácností distribuovala namísto klasických letáků plechovky piva s odpovědným dotazníkem. Ze svého prvního dne si pamatuje hlavně setkání se zakladatelem firmy, panem Zdeňkem Bědroněm, se kterým si jak v pracovní, tak v osobní rovině velmi porozuměli. Ve volných chvílích rád cestuje, fotografuje nebo hraje badminton. Je velkým fanouškem ledního hokeje a Formule 1.

### KATEŘINA VAVRUŠOVÁ vedoucí logistiky

*„Tomu, jak vypadaly začátky ve firmě, by už dnes mnozí jen těžko uvěřili.“*

Začátky ve firmě popisuje Kateřina jako pěkný „fičák“. Ke stolu, právem nazývanému Pentagon, se vešla celá firma, která tehdy měla jen pár zaměstnanců, a každý z nich v podstatě zastával jedno oddělení. Práce v rychle se rozvíjející firmě nebyla v žádném případě stereotypem, a to je spolu se skvělým kolektivem důvod, díky kterému s námi Kateřina zůstala až dodnes. Začínala na pozici vedení řízení roznosu v době, kdy byly veškeré současné technologie v plenkách a každá položka pro přípravu distribuce se vyťukávala ručně do excelové tabulky. Sebelepší chyba znamenala hodiny práce navíc, ale díky šikovnému kolegovi, který v pravý čas neváhal použít příručku „Programování pro začátečníky“, z problému vždy vybruslili, popisuje Kateřina s úsměvem. Dodává, že dnes má vše díky systému CEDI mnohem hladší průběh, i tak je ale putování letáků do schránek procesem, za kterým stojí spousta lidí a práce.



## 10 LET VE FIRMĚ

### KAREL PETÝREK manažer distribuční sítě pro Moravu

*„Práce mě baví a mám rád, když je pořád co dělat.“*



Na své práci má Karel rád hlavně to, že se neustále něco děje, nikdy není hotovo a není nuda. Vzpomíná si ještě na období, kdy měl jako oblastní vedoucí na starosti celou jižní Moravu, část Olomoucka a Pardubicko. Oblasti se časem zmenšily, počet oblastních vedoucích se navýšil a díky tomu se dostalo většímu prostoru pro řešení provozních záležitostí.

## JAROSLAV STANĚK

**provozní ředitel**

*„Každý den je originál.“*

Dlouhou cestu Českou distribuční má za sebou i Jaroslav, provozní ředitel, jehož současnou náplní práce je měnit přání klienta v realitu. Dbá na to, aby byla naše distribuční síť v dobré kondici, organizuje procesy a spolupracuje se subdodavateli. Na své náplni práce má rád především její pestrost a obrovskou škálu nových situací a podnětů. Jak sám říká, každý den v naší společnosti je originál. Z hlediska provozu považuje za největší posun v uplynulých 10 letech zkvalitnění služby distribuce jako celku, lepší využití systémových a interních nástrojů a detailní přehled nad procesem distribuce. Volné chvíle rád tráví aktivně v obklopení své rodiny nebo si rád zajde za kulturou.



## JIŘÍ ČERNÝ

**skladník**

*„Jsem klidás, takže mě v práci nic nerozhodí.“*

Na svůj první den v České distribuční si Jiří pamatuje velmi dobře, dokonce si vzpomíná i na to, že pršelo. Prošel si zaučením v Ostravě, po kterém nastoupil jako skladník do našeho brněnského skladu, kde se dodnes stará o hladkou a bezproblémovou cestu všech letáků. Práce mu šla hned pěkně od ruky, a to prý i díky dobrému zaškolení kolegy Jaromíra Beschla. Za dobu svého působení zde pozoruje výrazný posun v pravidelnosti procesů a větší systematičnost. Sám sebe považuje za klidáse. Ve volném čase se rád zabývá historií a cestuje.

## 5 LET VE FIRMĚ

## MARTINA MAŇÁKOVÁ

**asistentka kontroly kvality**

*„Překvapilo mě, kolik práce se skrývá za obyčejným letákem ve schránce.“*



Začátky v České distribuční byly pro Martinu především velkými překvapením. Jak totiž sama říká, nikdy dříve ji nenapadlo, kolik práce se skrývá za zdánlivě obyčejným letákem v poštovní schránce. Vše se ale rychle naučila, a to i díky kolegyním, které ji zaučovaly a od prvního dne tvořily příjemný kolektiv. S Martinou se můžete znát z naší bezplatné telefonní linky, stará se o vyřizování reklamací, spolupracuje také s kontrolory kvality v terénu a zpracovává zprávy a statistiky z kontrol. Ve volném čase se snaží sedavé zaměstnání vybalancovat pohybem, ráda se projede na kole, zacvičí si pilates, ale ovládá i ruční práce, ze kterých si oblíbila hlavně drátování.

## MIROSLAVA SIMONIDESOVÁ

**asistentka produkce**

*„Česká distribuční pro mě byla změnou k lepšímu.“*

Mirka o sobě říká, že není ženou, která by se vyžívala ve změnách a také v zaměstnání preferuje stálost.

Na nástup do firmy vzpomíná jako na krušnější začátky, jelikož pracovala ve svém předešlém zaměstnání a zároveň docházela do firmy na zaučení. Toto hektické období však přineslo ovoce a Mirka se tak již více než pět let stará o kontroly objednávek, reportování, vytváření nákladovosti a evidenci nových regionálních vedoucích, která ji baví nejvíce. Svůj volný čas tráví ráda jízdou na koni a sportem.



## MAREK HRACHOVINA

**skladník**

*„Jsem kutil všeho druhu a svou práci mám rád.“*

Marek přiznává, že byl z prvního dne v práci trochu nervózní, nakonec však zjistil, že se nebylo čeho bát. Zvládl se rychle zaučit, a to nespíš i pro to, že je povahou kutil a umí si poradit. Za pět let, co pracuje v našem olomouckém skladu, se toho pro něj moc nezměnilo, snad jen množství letáků, které se díky firemnímu růstu neustále zvyšuje. Ve volném čase rád hostí rodinu a přátele, a to hlavně dobrotami z domácího grilu. Kromě toho si užívá práci se dřevem a cestování.

# JIŽ 30 LET JSME TADY PRO VÁS A VAŠE KAMPAŇĚ

Plánujete reklamní kampaň? Potřebujete oslovit svojí nabídkou co nejvíce zákazníků? Chcete poskytnout svým klientům speciální péči? Jsme zde pro vás k plánování vašich marketingových kampaní. Přinášíme vše na jednom místě.



## NEADRESNÁ DISTRIBUCE

Zajistíme roznoš letáků ve vybraných lokalitách podle vašich přání a požadavků



## ADRESNÉ DORUČOVÁNÍ

Kompletně se postaráme o vaše directmarketingové kampaně



## GEOMARKETING

Přesným zacílením vybrané skupiny zákazníků zvýšíme odezvu a snížíme náklady kampaně



## LETÁKOVÁ SAMOOBSLUHA

Jediná aplikace k naplánování letákové kampaně na pár kliknutí on-line



## TISK A KOMPLETACE

Zrealizujeme celou kampaň od tisku až po distribuci



## NÁHRADNÍ PLNĚNÍ

Poskytujeme splnění zákonné povinnosti odběrem našich služeb

**Česká distribuční k.s. – Ostrava** | Axis Office Park – budova C, Na Rovince 879, 720 00 Ostrava – Hrabová  
tel.: +420 596 136 284-6 | e-mail: info@distribucni.cz

**Česká distribuční k.s. – obchodní zastoupení Praha** | Areál P3, Hala D2 – NC8, Do Čertous 2760/10,  
193 00 Praha 9 – Horní Počernice | e-mail: info@distribucni.cz

Bulletin pro obchodní partnery, půlroční vydání, v Ostravě, vydání číslo 1, květen 2021, evidenční číslo MK ČR E 22070,  
Česká distribuční k.s. – Ostrava, Axis Office Park – budova C, Na Rovince 879, 720 00 Ostrava – Hrabová, IČ: 26791692