

## EKONOMIKA KRAJE

www.denik.cz

## Naši zákazníci ocení skutečnou výhodnost koupě

**Písek** – Velká stodola, která na konci Pražské ulice v Písku desítky let jen opuštěně chátala, zažila v roce 2012 své velkolepé znovuzrození. Objekt, ve kterém kdysi dávno skladovali zemědělci len a který je starý více než sto let, nyní slouží jako specializovaná prodejna a reprezentativní sídlo společnosti Zahradní technika Páral. Majitelem společnosti je **Milan Páral**, se kterým jsme si o firmě povídali.



MAJITEL Milan Páral

## Mohli byste vaši společnost v krátkosti představit?

Specializujeme se především na prodej zahradní techniky. V naší nabídce naleznete ale také techniku lesní a komunální, dále prodáváme elektrické nářadí nebo třeba elektrická vozítka. Mezi poskytovanými službami je to pak záruční i pozáruční servis na veškerý prodávaný sortiment, půjčovna zahradních strojů, návrhy a realizace automatických závlahových systémů a systémů robotických sekaček a další služby. S celou naší nabídkou se mohou zákazníci seznámit v našich kamenných prodejnách v Písku a ve Strakonici a na webové adrese [www.milanparal.cz](http://www.milanparal.cz).

## Kolik značek vaši společnost na místním trhu zastupuje?

Těch jsou desítky. Z těch nejznámějších jsou to značky HONDA, STIGA, MAKITA, DOLMAR, japonské ECHO, ale především německý STIHL, kde jsme jediným autorizovaným prodejním a servisním střediskem pro Písek a nově i pro Strakonice.

## Jak dlouho v oboru působíte a

## co vás vedlo k samostatnému podnikání?

Já osobně se v oboru pohybují více než patnáct let. Pracoval jsem jako zaměstnanec na různých prodejních i servisních pozicích, kde jsem sbíral cenné zkušenosti. Svou vlastní společnost jsem založil na konci roku 2011. K mému vlastnímu podnikání mě přivedla příležitost, kterou jsem tehdy na místním trhu vycítil. Nebyla zde totiž jediná firma, která splňovala mé představy o férovém obchodním modelu ve vztahu k zákazníkovi.

## Vaše konkurence podle vás neobchoduje férově?

Ne, to neříkám! Domnívám se pouze, že některé konkurenční subjekty svým obchodním modelem v jeho důsledku riskují, že buď zákazník zklamou ještě před tím, než mu budou mít šanci vůbec něco prodat, nebo že o něj přijdou poté, co zákazník zjistí, že nenakoupil zrovna výhodně, byť to tak na první pohled vypadalo.

## Můžete být konkrétnější?

Někdy mám pocit, že některé firmy tahají zákazníka tak trochu za nos. Některé na to jdou cestou, kdy své zboží nejprve několikrát násobně předraží, a z takové ceny pak nabízí neuvěřitelné, až astronomické slevy, jiné si zase pohrávají s významem slova „skladem“, kdy se snaží na internetu nabudit dojem, že mají na skladě např. 30 zahradních traktorů, ale když pak přijdete na prodejnu osobně, zjistíte, že si nemáte z čeho vybrat, protože před vámi stojí pět strojů od jedné jediné značky.

## Jsou takové postupy v pořádku?

Podle mě jde tak trochu o klamavé praktiky, ale právně je to, bohužel, v pořádku. Když se totiž uvede „skladem“, může to znamenat také to, že to má na skladě distributor, nebo třeba samotný výrobce. My ale víme, že dřív nebo později každý zákazník tyto praktiky prokoukne, a že jen málokdo se nechá napálit dvakrát. Konečně jsme dost často na našich prodejnách svědky zákaznického rozčarování. Nedávno jsme hovořili s jed-



EXTERIÉR. Společnost sídlí ve zrekonstruované sto let staré budově.

ním zákazníkem, který byl vyloženě rozčilený z toho, že si u konkurence koupil sněhovou frézu, která ho vyšla i po neuvěřitelné slevě draž, než kolik stál naprosto srovnatelný model u nás a bez slevy.

## Jaký je tedy váš obchodní model?

Ten náš má několik zásad. Za prvé nabízíme pouze takové produkty, které splňují vysoké kvalitativní parametry, a k nim dodáváme velmi pečlivý předprodejní servis – poradenství zákazníkům, kterým dbáme na to, aby si zákazník nekoupil produkt, který není vhodný k vykonávání jím plánované práce. I s kvalitním produktem totiž nemusí být zákazník spokojený, pokud si vybral nevhodný model.

Druhá zásada je z oblasti cenotvorby. Prodejní ceny zboží si nevymýšlíme, jak se nám to zrovna hodí, ale dodržujeme buďto výrobcem stanovené maloobchodní ceny, nebo ceny na trhu skutečně obvyklé. A jen z těchto reálných cen poskytujeme následně akční slevy, kdy tak činíme na úkor standardního zisku, který nám na druhé straně vykompenzují několikrát násobně větší objemy prodeje. Výše našich slev sice nepadají na oko tak skvěle, jako ty konkurenční, nicméně naši zákazníci neoceňují uměle vykonstruované slevy, nýbrž skutečnou výhodnost koupě.

Další zásadou jsou neklamné informace o stavu zboží skladem. Katalog zboží, který prezentujeme na našich webových stránkách,

jsme navrhovali tak, aby v reálném čase u každého jednotlivého produktu informoval, zda jej máme skladem na té které konkrétní prodejně. Zákazník se díky tomu může spolehnout, že když u produktu svítí zelená fajfka např. u pisecké prodejny, tak že tam daný produkt bezprostředně také nalezne, bude si jej moci prohlédnout, vyzkoušet a třeba i rovnou odvézt. Mnoho zákazníků dnes nakupuje právě tak, že se nejprve podívají na internet na to, co má jaký lokální prodejce v nabídce, a teprve až pak se rozhodnou, kam se dojedou podívat. A v tu chvíli je nesmíte klamat.

Obecně dbáme na dostatečně širokou nabídku zboží skladem a snažíme se využít toho, že vlastníme jedny z největších prodejních prostorů v Písku. Jak se sami můžete přesvědčit, máme zde aktuálně vystavenou takřka čtyřicetku různých modelů travních sekaček a více než desítku zahradních traktorů. Co se Strakonice týče, jsme si vědomi toho, že tam tak velké prodejní prostory nemáme, a proto nabízíme možnost převozu jakéhokoliv zboží z Písku do Strakonice, nebo i naopak, nejpozději do druhého pracovního dne. Služba je samozřejmě zcela zdarma – stačí nám zavolat. Zákazník si tak může konkrétní produkt prohlédnout na té plošce, na kterou to má blíže.

## Chováte se tedy k vašim zákazníkům odpovědně...

Ano. Všechny zmíněné zásady jsme do našeho obchodního modelu pevně zakotvili právě proto, že si naši vlastní



INTERIÉR. Firma má co nabídnout. Foto (3x): Archiv společnosti

odpovědnost za zákaznickou spokojenost uvědomujeme. Každá naše obchodní nabídka a způsob provedení každé naší služby je naší vizitkou. My jsme ti, kteří nesou zodpovědnost za to, zda naši zákazníci budou spokojeni, či nikoliv. A také věříme, že když budeme naši práci dělat poctivě, že se nám to z dlouhodobého hlediska vyplatí. Naše dosavadní meziroční výsledky tomu zatím nasvědčují.

## Připravujete pro zákazníky něco nového?

Neustále. Nejvíce času věnujeme produktové aktualizaci naší nabídky a jejímu rozšiřování – to je práce, která vzhledem k našemu záberu nikdy nebude mít konce. Mimo to pravidelně zařazujeme do nabídky další nové značky ale i zcela nové kategorie produktů.

V roce 2014 to byly dva velmi zajímavé produktové celky. Tím prvním je prodej a servis elektrických vozíků pro seniory a tělesně postižené, druhým pak prodej a servis malotraktorů JINMA, které sice pocházejí z Číny, ale díky své neobvykle slušné kvalitě a nízké ceně jsou v ČR

velmi populární. Nejčastěji tyto traktory prodáváme do komunální sféry – obcím, které je využívají při zimní i letní údržbě veřejných ploch a obecních komunikací, dále pak drobným zemědělcům, farmářům a lesníkům. K malotraktorům také nabízíme na 120 modelů přípojných zařízení.

I rok 2015 má již svou první novinku – v našem portfoliu nově zakotvila značka WISCONSIN – český výrobce zahradních traktorů z Prostějova.

## Řekněte nám na závěr ještě něco o vaší budově – proč jste si ji vybrali?

Okouzila mě. Pro start svého podnikání jsem hledal objekt, který by vyhovoval jak svou lokací, tak svou velikostí. Když jsem se zde byl podívat poprvé, hned jsem věděl, že to je to, co hledám. Na to, že to byla stodola, byla vcelku zajímavě architektonicky řešena. Zadání projektantovi tak bylo jasné – při rekonstrukci zachovat styl vzhledu a potřebné přístavby realizovat tak, aby to vypadalo, že byly součástí budovy odjakživa. Myslím, že se nám to podařilo. (red)

**chováme se odpovědně**

## Slévárna už nezatěžuje prachem

**České Budějovice** – Na minimum klesla prašnost v okolí provozu slévárny litiny Motor Jikov Slévárna a. s. v Kněžskodvorské ulici díky investici do nového odsávání pískového hospodářství. Ta vyšla společnost na 13,2 milionu korun. Pokles emisí prachu prokázaly březnové testy. Ve slévárně litiny pracuje 76 lidí.

„Zlepšení pracovního prostředí pro naše zaměstnance je markantní. Zároveň chceme provozovat slévárnu s co nejmenším dopadem na životní prostředí. Investice do odsávání z hlediska příjmů nepatří mezi produktivní, přesto jsme do ní šli. Příznám se, že jsem do provozu nechochodil rád právě kvůli vysoké prašnosti. Dnes je však pracovní prostředí na špičkové úrovni,“ řekl generální ředitel Motor Jikov Group a. s. **Miroslav Dvořák**.

Ve zlepšování pracovního prostředí i vlivu na přírodu bude Motor Jikov Slévárna a. s. pokračovat. „Investice do technologie odsávání pískového hospodářství, dvou



INSTALACE nové technologie do haly slévárny. Foto: Motor Jikov

tryskacích strojů a broušení na dvanácti bruskách činila 12,6 milionu korun, dalších 0,6 milionu jsme museli investovat do stavebních prací, elektrozvodů a rozvodů vzduchu. Na tento rok jsme připravili druhou etapu investice za 5,5 milionu, která zahrnuje odsávání na středofrekvenčních pecích a odsávání formovací linky Disa, které zároveň

slouží jako ochlazování odlitků,“ uvedl ředitel divize Slévárna litiny Motor Jikov Slévárna a. s. **Radek Mach**.

Nová technologie umožňuje vracet odsávaný vzduch zpátky do hal, díky tomu výrazně klesla environmentální zátěž provozu. „Zároveň by se to mělo projevit dalšími úsporami za teplo v zimě, odpadne povinnost měření emisí a následně nákup emisních povolenek,“ řekl Radek Mach.

Technologie dodala firma Herding, Technika životního prostředí, která používá vlastní patentovanou technologii filtračních lamel, které mají životnost až patnáct let. Zařízení je rozděleno do tří bloků, to znamená, že i v případě poruchy jednoho či dvou bloků je slévárna schopna provozu bez environmentální zátěže okolí. Pět výduchů z mokřých odlučovačů, které mohli lidé na střeše slévárny vidět z okolí, zmizelo a nahradily je tři jednoduché výduchy, které budou využívány pouze v letním období. (map)

## Made in Český Krumlov: Jsme tu pro ty, kdo touží po svěží vizáži

**Název firmy:** Bohemia health, s. r. o.  
Centrum laserové a plastické medicíny Český Krumlov

## Komu jsou určeny vaše služby?

Naše služby jsou určeny všem dospělým lidem, kteří touží po mladé, svěží, odpočatější a štíhlejší vizáži. Stím vždy souvisí i lepší životní pocit, který u klientů následně pozorujeme.

## Kdy byla firma založena?

Firma byla založena v lednu 2012. Od začátku se zaměřujeme na provádění procedur, které jsou účinné a klientům prospěšné. Moderní trendy sledujeme, ale naším mottem není jít do všeho popláv, spíše nabídnout kvalitu, kterou si můžou všichni dovolit.

**Nabízíte zákazníkům nějakou novinku, specialitu?**  
Novinkou je určitě zavedení dermálního pera, kterým mů-



že lékař hlouběji a účinněji zavádět do dermy obličej, krku, dekoltu a hrbetu rukou účinné látky k vyřešení jejich problémů, ať už jde o omlazení, vybělení, léčeni akné, podporu růstu vlasů, plazmaterapie atd.

## Působí vaše společnost také v zahraničí, nebo v jižních Čechách?

Působíme jenom v jižních Čechách. Naše klientela je ale širší, navštěvují nás klienti nejenom z celé ČR, ale i z Rakouska a Německa.

## Co je vaše krédo, jaký máte cíl, čeho byste rádi dosáhli?

Naše krédo zní – spokojený klient, který se rád vrací. Rádi bychom rozšířili naše služby v oblasti hubnutí a tvarování těla, které bychom nabídli jak mladším, tak i starším klientům v uzavřeném proně přijatelném prostředí, lákavě rozšířit služby fyzioterapie a rehabilitace pro širší veřejnost.

**Kontakt:**  
[www.bhinstitut.cz](http://www.bhinstitut.cz)  
[info@bhinstitut.cz](mailto:info@bhinstitut.cz)