

## O CENÁCH STRATEGICKY

RETAIL IN DETAIL, SÉRIE ODBORNÝCH KONFERENCÍ ZABÝVAJÍCÍCH SE ZÁSADNÍMI TÉMATY ROZVOJE RETAILU, POKRAČUJE 11. 6. 2019 DALŠÍM DÍLEM, VĚNOVANÝM HORKÉMU TÉMATU TVORBY CEN.

Náš maloobchodní trh prošel za 30 let revolucí – od státem pevně stanovených cen až k cenám, které jsou totálně „tekuté“. Více než polovina obrátu se realizuje za tzv. akční ceny – se slevou, která mnohdy nemá logiku. Jsme svědky cenového chaosu, kdy výrobci i obchodníci přicházejí zbytečně o své marže, aniž by to spotřebitelé vnímali jako hodnotu. Cena jako základní číslo na trhu u nás přestala fungovat. Je nejvyšší čas vrátit ceně její strategickou roli a začít dělat cenotvorbu inteligentně.

### SPRÁVNÁ CENA JAKO ZÁKLAD ÚSPĚŠNÉHO RETAILOVÉHO BYZNYSU

Úvod konference bude věnován analýzám stávající situace na českém a slovenském trhu a strategickým možnostem jejího zásadního zlepšení ve prospěch celého řetězce akterů podílejících se na tvorbě hodnoty

v maloobchodě. Program otevře Jonathan Smith, expert s rozsáhlou zkušeností z práce pro mezinárodní řetězce, spolupracující nyní s českým start-upem Yieldigo. Ve svém vystoupení se zaměří na naši cenovou politiku v mezinárodním srovnání. Naváže na něj Petr Kříklan z firmy Nielsen, který popíše cenovou architekturu našeho trhu a nastíní cesty k jejímu ozdravení. V diskusi o cenách nemůže chybět téma promoci – aktuální situaci v této oblasti se bude věnovat Petr Miklík z portálu Kupi.cz. Zahraniční zkušenosti s tvorbou cen ukazují, že významným pomocníkem již nyní mohou být nejnovější technologie. Jejich možnosti představí Nikola Pleska z Microsoftu, který pozve účastníky také k návštěvě expozice, která přímo v prostorách konferenčního centra představí technologie diskutované v odborném programu. O prioritách retailerů v oblasti automatizace bude mluvit Marian Šramko ze Zebra Technologies Europe.

Program konference Retail in Detail/ Strategic Pricing, která se bude konat 11.6. 2019 v Konferenčním centru Microsoft v pražském BB Centru, sestává z reprezentativního souboru expertů a manažerů, kteří mohou retailerům i dodavatelům pomoci s celkovým „upgrade“ cenotvorby.

### JDE TO! I TADY A TEĎ...

Další programový blok ukáže, že i na českém a slovenském trhu se blýská na lepší časy. Jednotlivá vystoupení představí a do kontextu maloobchodní praxe uvede Miroslav Černý, expert se znalostmi získanými jak z retailu, tak z práce pro značkové výrobce. Tomáš Hejkal (Stock Plzeň – Božkov) ukáže, že i v podmínkách našeho vysoce konkurenčního, cenově citlivého a promocemi zdecimovaného trhu lze dosáhnout vysoce nadprůměrného růstu kategorie. Jak vidí strategii tvorby cen různé obchodní firmy, prozradí Marek Hallér, člověk s rozsáhlou praxí v oblasti pricingu a revenue managementu pro několik významných firem. Od strategie ke konkrétním otázkám implementace nových přístupů program posune Milan Havlíček z Yieldigo, který představí optimalizaci cen s využitím umělé inteligence. Martin Rösler z VKF Renzel ČR poté předvede, že dynamická tvorba cen již nemusí být jen konkurenční výhodou pro e-shopy, ale lze ji implementovat i v kamenných prodejnách.

Znalosti účastníků obohatí i vystoupení speciálního hosta – Francoise Acca z ECR France. Právě v této zemi totiž probíhají dvě protichůdné iniciativy – dodavatelé a retailéři se společně pod taktovkou ECR snaží formou samoregulace vytvořit základní pravidla promočních akcí, stát pak přišel s velmi agresivní snahou tvorbu cen regulovat. Závěr konference bude patřit neformální diskusi na žhavá témata spojená s cenovou strategií, do které se zapojí Petr Bena (Alza.cz), Tomáš Formánek (Logio) a Vladimír Finsterle (Lékárna.cz).

Tomáš Krásný, Blue Events



Foto: Blue Events