

PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Rozhovor s Martinem Matulou, společníkem firmy HISPORT,s.r.o.

I. Reklama

1. Využíváte některou podobu z těchto druhů reklamy? - tištěná a vysílaná, nápisy na obalech, letáčky, balení, pohyblivé reklamy, brožury, prospekty, plakáty, telefonní seznamy, billboardy, promítané reklamy, poutače, videokazety?

Letáky, nápisy (automobil, dresy), venkovní bannery. Ostatní jsou nákladné nebo jsme je zatím nevyužili (plakáty). Reklama v časopisech a novinách je také nad naše finanční možnosti. Ale objevila se reklama na Hypoxico v triatlonové ročence.

2. Jak tato reklama v triatlonové ročence vypadala? Platili jste něco za umístění této reklamy?

Obrázek byl na jedné straně A5, byl jsem vyfocen na kole s přístrojem od Hypoxica a u toho logo Hypoxica. Platili jsme cca 2 000 Kč.

3. Na jaký druh výrobku jste letáky využili, kolik jich bylo vytištěno, za jaké náklady a kde byly distribuovány?

Letáky byly použity pro propagaci výrobků od Dextro energy a Hypoxico. Například v roce 2012 bylo vyrobeno 2000 ks za cca 8 tis. Kč letáků pro Dextro energy. Rozdáváme je během závodů, dáváme za stěrače aut nebo je přibalujeme k balíkům se zbožím.

4. Využíváte reklamu formou venkovních bannerů nebo venkovních billboardů?

Reklamní billboardy nevyužíváme z důvodu vysokých nákladů. Venkovní bannery využíváme, ale nejsou jen tak na nějakých místech, využíváme je pouze na závodech.

5. Kolik jich tedy na závodech máte, jaké jsou náklady na výrobu a jaké máte podmínky vyvěšení banneru a kde je umístíte?

Na jednom závodě máme cca 6 bannerů. Jeden stojí cca 1000 Kč, celkem jich máme 10. Umístění závisí na dohodě s pořadatelem, většinou se snažíme do cílového prostoru. Dále, kde je možné. Za umístění nic neplatíme- využíváme tzv. barterového obchodu, za to pořadatelům věnujeme některé ceny pro vítěze.

6. Reklama na sportovním dresu, na čem závisí umístění, jaké jsou náklady na výrobu dresů?

Na dresu je umístěna jak naše reklama, tak reklama i jiných. Velikost a umístění jejich loga závisí na částce od sponzora. Snaha je nejlepší sponzory umístit mezi bradou a prsy. Náklady na dresy ELITE TEAM je cca 80 tis. Kč/rok, pro ně jsou zdarma. Ostatní si část platí.

7. Kolik máte reklamních automobilů? Jaké byly náklady na polepení?

2- Dacia Logan (2012) a Dacia Duster (2013), polepy stály 40 tis. Kč.

8. Internetová reklama- máte někde umístěny webové bannery? Pokud ano, na kterých stránkách jsou umístěny? A Jaké jsou náklady?

Bannery jsou na webových stránkách produktů, které zastupujeme na našem trhu (Hypoxico, Dextro atd.). Nic za ně neplatíme, využíváme opět barterový obchod, jejich loga jsou umístěna i na našich stránkách.

9. Jak byste hodnotili vaši reklamní kampaň, nákladovost, prostředky, které využíváte atd.?

Snaha je využívat takové prostředky, aby náklady byly co nejnižší, to znamená využívat barterový obchod. Druhým hlediskem je, aby bylo logo nebo produkty viditelné a dostaly se k zákazníkům. Mnoho produktů také propagují a doporučují na svých internetových stránkách www.martinmatula.cz.

II. Podpora prodeje

1. Jaké formy podpory prodeje využíváte? – Soutěže, hry, loterie, odměny a dárky, výhodná balení, vzorky, přehlídky, ukázky, kupony, slevy, dlouhodobé programy, dárkové kupony?

Výhodná balení, přehlídky, ukázky (na veletrhu), slevy, dárkové poukazy a dlouhodobé programy.

2. Dlouhodobý program- jaký způsob využíváte, v čem spočívá?

Využíváme věrnostní karty pro zákazníky- více hisportshop.cz.

3. Kolik jste těchto karet přibližně rozdali?

Tisklo se cca 500.

**4. Slevy, výhodná balení a dárky- jak vybíráte zboží, které bude zlevněné?
V jakém rozmezí se pohybují vaše slevy?**

Záleží na druhu produktu, staří kolekce a i možnosti slevit. Někde můžeme slevit 40%, někde třeba jen 10%.

5. Na jaké zboží máte v současné době slevu nebo akci s dárkem?

V současné době nic.

III. Vztahy s veřejností

1. Které nástroje PR využíváte? – články v tisku, projevy, semináře, výroční zprávy, charitativní dary, sponzorování, publikace, prezentace v médiích, firemní časopisy, slavnostní události, veletrh a výstavy, identifikační nástroje (logo, název), webové stránky.

Články v tisku, kde jsou rozhovory, identifikační nástroje, webové stránky, slavnostní události a účastnili jsme se i veletrhu. Navíc posíláme prezentace pro potencionální sponzory. Vlastní publikace, firemní časopis ani výroční zprávy nemáme.

2. O jakou slavnostní událost se jedná, jaký je program a pro koho je určena?

Jedná se o firemní večírek, který je pro 20- 30 osob, hlavně pro členy teamu, dále jsou pozváni i sponzoři, většinou se dostaví tak 3. Program je jednoduchý: zahájení, proslov, vyhodnocení sportovců a poděkování sponzorům a samozřejmě volná zábava.

3. Jakého veletrhu jste se účastnili?

V roce 2010 a 2011 Bike Brno.

4. V roce 2012 již ne? Proč?

Náklady na veletrh byly příliš vysoké, celkem cca 70 tis. Kč, z toho pronájem místa a stánku cca 50 ti. Kč. Proto jsme se rozhodli veletrh již nenavštívit. Navíc podle našeho názoru již tyto akce nejsou tak populární.

5. Jak vznikl název a logo?

HI – jako anglicky AHOJ = HISPORT (čteno hajsport) =pozdrav sportu

6. Nepodporujete nějakou dobročinnost, charitu?

Přímo ne, ale v HISPORT ELITE je nevidomý cyklista, co jezdí na tandemu – Marek Moflár .

7. Internetové stránky- jaké máte náklady na provoz, využíváte také facebook?

Facebook využíváme, jeho provoz je za 0 Kč, kopírují se tam články z webu. Jinak náklady na provoz našich stránek jsou 500 Kč/měsíc.

IV. Osobní prodej

1. Z pohledu Vaší společnosti a hlavního způsobu prodeje (e-shop) využíváte asi méně forem osobního prodeje? Prodáváte nějaké zboží i mimo e-shop?

Zboží, které zastupujeme na českém trhu, prodáváme hlavně v naší vzorkové prodejně. Dále na závodech, kde máme svůj stánek nebo např. na společných plaveckých trénincích nebo právě na zmiňovaném veletrhu.

2. Jak funguje Vaše vzorková prodejna. Náklady, pronájem?

Nikdo tam na stálo není. Schůzky se domlouvají telefonicky. Pronájem je asi 12 000/měsíc.

3. Jakých závodů jste se účastnili v roce 2012? Jaké jsou náklady na tento prodej?

Všechny triatlonové závody na www.czechtriserries.cz a Doksyman (oba dny). Náklady jsou jen cesta a někdy ubytování.

V. Přímý marketing

1. Jaké druhy přímého marketingu využíváte? Katalogy, poštovní zásilky, telemarketing, elektronické nakupování, nakupování prostřednictvím teletextu, zasílání informací e-mailem, telefonické rozhovory a vzkazy.

Katalogy, poštovní zásilky, elektronické nakupování (e-shop).

2. Jaký druh katalogu máte, komu je posílán.

Katalog s produkty, které zastupujeme na českém trhu, jsou zasílány jako elektronické katalogy e-mailem členům teamu a sponzorům. Mimo to máme i tištěné katalogy. Ty jsou rozesílány na požádání do obchodů, kde chtějí naše zastupované produkty prodávat.

3. Vytváříte si databáze klientů? Pokud ano, využíváte je k zaslání reklamy prostřednictvím e-mailu?

Databázi máte, ale reklamu nezasíláme.

VII. Finance

1. Jaké jsou vaše celkové náklady na propagaci?

-bannery, letáky, akce se stánkem atd.

- dresy pro závodníky elite 80 tis. Kč na rok

2. Jaké jsou vaše finanční možnosti, které byste mohli vydat na propagaci?

Mimo nákladů spojených s ELITE TEAMEM, jsou finanční možnosti celkem omezené cca 70 tis. Kč. Právě proto se snažíme zaměřovat na barterové obchody.