

PRACUJI I NA DOVOLENÉ



Zboží&Prodej: Jak dlouho působíte v této funkci?
Daniel Kučík: Nejsem na této pozici dlouho, přibližně rok a půl.

Z&P: Kde jste získal zkušenosti, které dnes využíváte?

D. K.: Někdy mi připadá, že jsem se s nimi už narodil. Ba ne, v obchodě se pohybuji přes deset let, většinou to ale bylo na straně dodavatele. Takže současná pozice nákupčího je pro mě premiéra a nové zkušenosti čerpám v podstatě každý den.

Z&P: Který vámi zalistovaný výrobek považujete za nejúspěšnější?

D. K.: Bylo by těžké označit jeden konkrétní. Všeobecně mě těší, že výrobky, které zalistuji, mají úspěch. Sleduji trendy a novinky a podle toho si také hlídám svůj segment.

Z&P: Existuje nějaký produkt, kterému jste zpočátku nedůvěřoval, ale nakonec se ukázal jako úspěšný?

D. K.: U každého nově zalistovaného výrobku se držím raději při zemi, a pak jsem příjemně překvapený. Příjemně mě překvapily cukrovinky značky Juicce Gummee, kterým jsem moc nedůvěřoval, ale prodeje jsou zatím zajímavé. Čemu jsem nedůvěřoval vůbec, bylo naše pivo Koušek. Nyní nejenže chutná mně, ale prodeje dokazují, že chutná stále více lidem.

Z&P: Podle jakých kritérií vlastně výrobek pro zalistování vybíráte? Může nějakou roli při jeho výběru hrát osobní sympatie?

D. K.: Kritérií je více, nehledě na to, že zalistování schvaluje ještě naše komise, takže jsem od osobních sympatií víceméně upustil. Co se líbí a chutná mně, se ne vždy líbí a chutná naší komisi, popřípadě zákazníkům.

Z&P: Která data z trhu jsou pro vaše rozhodnutí relevantní?

D. K.: Především využívám naše dobře zpracovaná interní data a pozorně monitoruji i konkurenční proměny a dění na trhu.

Z&P: Co je při práci nákupčího nejvíc stresující?

D. K.: Záleží na přístupu; každá pracovní pozice má svá specifika. Pro mě je stresující očekávání prodejů nově zalistovaných výrobků.

Z&P: Jaké vlastnosti musí mít nákupčí, aby v této profesi obstál?

D. K.: Pokud to mám posoudit podle sebe, měl by být cílevědomý a bojovat za nejlepší nákupní ceny. To znamená mít dobré vyjednávací schopnosti a zároveň umět udržovat profesionální a přátelské obchodní vztahy.

Z&P: Jak se připravujete na jednání s dodavateli?

D. K.: Záleží na předmětu jednání; na běžnou obchodní schůzku si nachystám potřebná data, plán našich promočních akcí a případně informace z trhu.

Z&P: Co je nejnepříjemnějšího na situaci, kdy je zapotřebí změnit sortiment?

D. K.: Asi jako každý člověk, ani já nemám rád nepříjemné věci, nicméně vylistování některých položek se bohužel nevyhnu. Nepříjemné je oznámit to dodavateli a doprodat zásoby. O to víc mě to mrzí, pokud se jedná o dodavatele, s nimiž dobře vycházím.

Z&P: Jak často jste v kontaktu se spotřebiteli, kteří vaše produkty nakupují?

D. K.: V podstatě téměř každý den, ať už prostřednictvím našich obchodních zástupců nebo vedoucích našich marketů, a samozřejmě i každodenním nakupováním v obchodě.

Z&P: Jak vám při práci pomáhá časopis Zboží&Prodej?

D. K.: Rád jej využívám jako zdroj informací.

Z&P: Jak vás vaše profese ovlivňuje v soukromí? A jak relaxujete?

D. K.: Práce je moje nemoc i v osobním životě: sleduji košíky lidí nejen v našich prodejnách, monitoruji akční nabídky konkurence, a dělám to i na dovolené. Relaxuji sportem, v létě na kole, v zimě na snowboardu.

Z&P: Co by vám musela nabídnout konkurence, abyste byl ochoten uvažovat, že k ní přejdete?

D. K.: Kdyby mi nabídli, že můžu v kanceláři kouřit... Ne, to byl jen pokus o vtip. Aktuálně bych neměnil, protože jsem v Qantu spokojený.

Z&P: Co vás poslední dobou nejvíc pobavilo?

D. K.: Bavím se v podstatě každý den náladami, přeroky a výroky kolegů.

Z&P: Kdybyste znovu chodil na základní školu a měl se rozhodnout pro nějaké povolání, které by to bylo?

D. K.: Jsem rád tím, čím jsem, a rád dělám to, co dělám.

Pavel Neumann

» REAGUJTE NA pavel.neumann@atoz.cz

PŘÍCHODY

Marek Pavel

Z MAKRA DO PENNY

V rámci posílení nákupního týmu nastoupil Marek Pavel v červnu na pozici nákupčího piva a alkoholických nápojů v **Penny Marketu**. Cílem organizační změny nákupního oddělení Penny je podpora rozvoje pozice lídra trhu v prodeji piva a fokus na rozvíjení kategorie alkoholických nápojů. Marek Pavel působil posledních osm let ve společnosti **Makro Cash & Carry ČR**.



László Flórián

Vladimír Mikel

PROVOZNÍ

JEDNATEL

Z MAĎARSKA

László Flórián, který zodpovídá za provozní vedení společnosti **Rossmann** v Maďarsku, je od 1. července také nově odpovědný za oddělení provozu, nákupu, marketingu, expanze a logistiky v České republice. V maloobchodě se pohybuje již 18 let, z toho tři roky ve firmě **Rossmann**. Vladimír Mikel zůstává nadále zodpovědný za oddělení financí, IT, HR a revize.



László Flórián

Petr Leden

Alexander Chlumecky

Harald Aichberger

Sebastian Koziara

MÓDNÍ ROŠÁDA

Od června je u společnosti **Deichmann-Obuv** na pozici vedoucího oddělení expanze pro ČR a SR činný Petr Leden. Jeho předchůdce Alexander Chlumecky odešel do firmy **C&A**, kde je podporou Haraldovi Aichbergerovi, jenž zastává pozici head of expansion and real estate pro střední a východní Evropu. Jeho předchůdce Sebastian Koziara od července pracuje jako senior expansion and real estate manager - North Eastern Europe společnosti **LPP**.



Sebastian Koziara

Logan Smith

CIO PRO P3

PointPark Properties (P3), vlastník, developer a správce průmyslových nemovitostí, jmenoval Logana Smithe na pozici chief investment officer. Bude se podílet na realizování plánů obchodního růstu firmy na evropské úrovni. Do P3 nastoupil po odchodu ze společnosti **Prologis**, v níž zastával funkci head of European Acquisitions & Dispositions.



Magdaléna Drsová

NOVÁ ČLENKA TÝMU

Developerskou společnost **HB Reavis** posílila koncem června Magdaléna Drsová. Je zodpovědná za marketing a PR všech projektů firmy v České republice, mezi něž patří plánovaná obchodní centra **Aupark** v Brně a Hradci Králové či projekt Multimodálního logistického centra v Ostravě-Mošnově. Dříve působila jako marketingová manažerka společnosti **H&M** a PR a marketingová manažerka **Avon Cosmetics**.