

**ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI**

**FAKULTA EKONOMICKÁ**

Bakalářská práce

**Konkurenční analýza firmy Nelan**

**Competitive analysis of Nelan company**

Nikola Hladíková

Cheb 2013



## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

*„Konkurenční analýza firmy Nelan“*

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucího bakalářské práce  
Ing. Lenky Králové, Ph.D za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Chebu dne .....

.....

podpis autora

## **Poděkování**

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí práce paní Ing. Lence Králové, Ph.D za cenné rady při konzultacích a také společnosti Nelan, která mi poskytla potřebné informace k vypracování mé bakalářské práce. Ráda bych také chtěla poděkovat své rodině za umožnění studia.

Nikola Hladíková

# Obsah

Úvod .....	7
1 Teoretická část .....	8
1. 1 Marketing .....	8
1. 2 Strategický marketing .....	8
1. 2. 1 Vize společnosti .....	8
1. 2. 2 Poslání společnosti .....	9
1. 2. 3 Strategické cíle společnosti .....	9
1. 3 Situační analýza .....	10
1. 3. 1 Analýza marketingového prostředí .....	10
1. 3. 1. 1 Analýza makroprostředí .....	10
1. 3. 1. 2 Analýza mikroprostředí .....	10
1. 3. 2 SWOT analýza .....	11
1. 4 Marketingový mix .....	12
1. 4. 1 Produkt .....	12
1. 4. 2 Cena .....	12
1. 4. 3 Distribuce .....	13
1. 4. 4 Komunikace .....	13
1. 5 Konkurence .....	14
1. 5. 1 Členění konkurence .....	14
1. 5. 2 Konkurenční výhoda .....	17
1. 5. 3 Analýza konkurence .....	17
1. 5. 4 Konkurenční strategie .....	18
1. 5. 4. 1 Konkurenční strategie tržního lídra .....	18
1. 5. 4. 2 Konkurenční strategie tržních vyzyvatelů .....	19
1. 5. 4. 3 Konkurenční strategie tržních následovatelů .....	20
1. 5. 4. 4 Konkurenční strategie mikrosegmentářů .....	21
1. 5. 5 Porterova analýza pěti konkurenčních sil .....	21
1. 6 Mystery shopping .....	22
1. 6. 1 Fáze mystery shoppingu .....	24
1. 6. 2 Nejpoužívanější formy mystery shoppingu: .....	24
1. 6. 3 Pravidla Mystery shoppingu .....	25

2 Praktická část .....	27
2. 1 Charakteristika společnosti Nelan.....	27
2. 1. 1 Základní údaje .....	27
2. 1. 2 Vize společnosti Nelan.....	27
2. 1. 3 Poslání společnosti Nelan .....	28
2. 1. 4 Marketingový mix společnosti Nelan.....	28
2. 2 Mystery shopping.....	29
2. 2. 1 OTHERM Sokolov .....	30
2. 2. 2 Nelan Sokolov .....	32
2. 2. 3 Nelan Cheb.....	36
2. 2. 4 Vency, s. r. o. Cheb .....	39
2. 2. 5 Elements system, s. r. o.....	42
2. 2. 6 Maršál Sokolov.....	46
2. 2. 7 Hilzinger, s. r. o. Kraslice.....	48
2. 2. 8 Vekra .....	50
2. 3 Vyhodnocení mystery shoppingu.....	54
3 Doporučení.....	57
4 Závěr.....	58
5 Seznam tabulek .....	59
6 Seznam obrázků .....	59
7 Seznam použité literatury .....	60
8 Elektronické a ostatní zdroje.....	61
9 Seznam příloh .....	64

## Úvod

Nejdříve bych ráda představila svoji bakalářskou práci na téma „Konkurenční analýza firmy Nelan“. Toto téma je velice důležité, jelikož každá společnost by měla znát své konkurenty. A to již na začátku svého podnikání, aby se společnost mohla být úspěšná v boji s konkurencí.

Má bakalářská práce je rozdělena do dvou částí, v první, teoretické části, se snažím proniknout do dané problematiky. Zabývám se především marketingem, jelikož je velice důležité pochopit, že by se společnost měla nejdříve soustředit na zákazníka a jeho potřeby a uspokojit je. Dále se v teoretické části zabývám problematikou konkurence a samotným mystery shoppingem, který se využívá již poměrně dlouho jako jistá forma zjišťování metod konkurence, nebo kontrola vlastního podniku.

V praktické části se především zabývám představením společnosti Nelan a jejich hlavních konkurentů. V srpnu minulého roku jsem prováděla mystery shopping u vybraných konkurenčních firem, ale také u samotné společnosti Nelan, abych si ověřila, jak se chovají k zákazníkům, jaké produkty nabízejí a jestli se jejich ceny liší, či ne.

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit, jak společnost Nelan dokáže bojovat s konkurencí. Dále zjistit, jak si společnost Nelan vede při jednání se zákazníky, jaké mají nedostatky, či v čem jsou úspěšnější. Po důkladné analýze navrhnout případná zlepšení, která by mohla společnosti pomoci při boji s konkurencí.

# 1 Teoretická část

## 1. 1 Marketing

Marketing podle Světlíka (2005, s. 10) definováno jako „proces řízení, jehož výsledkem je poznání, předvídání, ovlivňování a v konečné fázi uspokojení potřeb a přání zákazníka efektivním a výhodným způsobem zajišťujícím splnění cílů organizace.“ Společnost, která se bude zaměřovat na zákazníka, jak v nepřímém kontaktu tak samozřejmě i přímém, bude úspěšnou společností. Tudiž všechny aktivity, které společnost provádí, by měly být orientované na zákazníka. Další věcí, která je pro společnost stejně důležitá je vytváření potřebného zisku a podle Boučkové (2003, s. 3) „úspěšné podnikání vyžaduje nejen schopnost přizpůsobit se složitým a velmi proměnným podmínkám fungování trhu, ale současně i aktivně působit na dynamické vztahy mezi nabídkou a poptávkou.“

Podle Kotlera a Kellera předmětem marketingu jsou například výrobky, služby, osoby, nebo také informace. [10]

## 1. 2 Strategický marketing

Marketing lze rozdělit do tří kategorií podle časového hlediska na marketing:

- operativní – tento marketing se zabývá především krátkodobými cíli společnosti a je na téže úrovni jako krátkodobý management.
- Taktický marketing – zabývá se střednědobými cíli společnosti a je na stejné úrovni jako taktický management (střednědobý).
- Strategický marketing – se zaměřuje na strategické (dlouhodobé) cíle a management tomu odpovídá strategický. [7]

### 1. 2. 1 Vize společnosti

Je to pohled do budoucnosti, určitý obraz filozofie společnosti a její aktivity. Klade se zde důraz na přednostech společnosti. Vize musí být jednoznačná, lehce zapamatovatelná a především uskutečnitelná. [7]

**Vize má tyto role ve společnosti:**

1. **Komunikační** – vytváření vize a následná propagace společné vize.
2. **Spojovací** – spojuje pracovníky ke společné práci, vymýšlení nových inovací.



3. **Motivační** – Motivuje pracovníky k vyšším výkonům.

4. **Prezentační** – je známa i široké veřejnosti, snaží se být odlišná od ostatních společností. [14]

### 1. 2. 2 Poslání společnosti

Je to činnost, kterou chce společnost vykonávat, jako například výroba oken nebo poskytování různých služeb. Toto poslání je známo již před vznikem společnosti a mělo by být srozumitelné a zaměřené na zákazníky. Každá společnost se vyvíjí a poslání se vyvíjí se společností. [3]

Každá společnost by si měla položit tyto otázky podle Kotlera a Kellera: Jaká je naše hlavní podnikatelská činnost? Kdo jsou naši zákazníci? Co můžeme poskytnout našemu zákazníkovi? Jak se naše společnost bude vyvíjet? Jaká bude naše filozofie podnikání? [10]

Jakubíková (2005, s. 18) „*Je důležité, aby poslání bylo v souladu s firemní (podnikovou) kulturou a pozitivně působilo na sociální vztahy.*“

### 1. 2. 3 Strategické cíle společnosti

Určitá situace společnosti, které chtějí dosáhnout. Cíle jsou obsaženy v poslání. Mohou být finanční či nefinanční, krátkodobé či dlouhodobé. [13]

**Cíle společnosti by měly být SMART:**

- **Specific (specifické)** – cíle by měly být přesně určené a jednoduché.
- **Measurable (měřitelné)** – Cíl by měl být vyjádřen např. procentuálně nebo v kusech, aby se dalo zjistit, zda společnost tohoto cíle dosáhla, či nikoliv.
- **Agreed – (akceptované)** – podřízení by s nimi měli souhlasit, aby je mohli plnit.
- **Realistic – (reálné)** – Měly by být reálné, ne pouze přání vedoucích podniku.
- **Trackable – (sledovatelné)** – Měly by se kontrolovat, a by šlo napravit případnou chybu. [7]

### 1. 3 Situační analýza

Podle Jakubíkové obsahuje situační analýza externí analýzu (tj. analýza prostředí) - v té se zkoumá makroprostředí a mikroprostředí a interní analýzu – v té se zkoumá samotná firma. [7] Cílem je, abychom našli správný poměr mezi příležitostmi a mezi jejími schopnostmi a zdroji. Situační analýza je hlavní částí marketingového plánování. Analýza zkoumá především minulý vývoj, současný a odhad budoucího možného vývoje. [3]

#### 1. 3. 1 Analýza marketingového prostředí

Společnost je obklopena prostředím, které na ní působí a vlivy prostředí ji mohou pozitivně i negativně ovlivňovat. Tyto faktory se neustále rychle mění. Marketingové prostředí rozdělujeme do dvou úrovní – makroprostředí a mikroprostředí společnosti. [13]

##### 1. 3. 1. 1 Analýza makroprostředí

Analýza zkoumá širší okolí společnosti. Tyto faktory určují, co a do jaké míry mohou provozovat. [6]

Nejčastěji se využívá tzv. PEST analýza. V té se zkoumá především:

- **politicko-právní prostředí:** - legislativní a sociální podmínky. Vytváří ho především vláda, která navrhuje zákony, které mohou společnost ovlivňovat. [13]
- **Ekonomické prostředí:** - faktory mohou být hospodářské změny v zemi, nezaměstnanost, úrokové sazby, síla koruny, platební bilance a také inflace. [13]
- **Sociální prostředí:** - faktory, které se sem řadí jsou například způsob života obyvatelstva, normy a hodnoty obyvatelstva. [10]
- **Technologické prostředí:** - Technologie se neustále rozvíjí. A tento rozvoj nutí společnosti, aby se neustále modernizovali a držely krok s konkurencí. [10]

##### 1. 3. 1. 2 Analýza mikroprostředí

Je to především samotná společnost a její bezprostřední okolí.

### Hlavní prvky mikroprostředí společnosti:

- **Dodavatelé** – sledují se především ceny, kvalita a spolehlivost. Společnost by se neměla zaměřovat nejen na levné dodavatele, ale spíše na spolehlivé. [13]
- **Zprostředkovatelé** – osoby, které vyhledávají zákazníky a vyjednávají s nimi podmínky prodeje. Za každý uzavřený obchod mají provizi. [13]
- **Zákazník** – je hlavním článkem na trhu. Zákazník se může rozhodovat, kde poptávaný produkt zakoupí. [14]
- **Veřejnost** – jsou to např. zaměstnanci společnosti, kteří vytváří určitou image podniku. [13]
- **Konkurence** – společnost by je měla znát a snažit se lépe plnit požadavky svých zákazníků. [3] Více o konkurenci v kapitole 1. 5.

Dalšími prvky jsou samotné finanční, materiálové zdroje anebo kultura firmy, etika, již zmíněná image a mezilidské vztahy.

### 1. 3. 2 SWOT analýza

SWOT analýza je zkratkou anglických slov – Strengths (silné stránky), Weaknesses (slabé stránky), Opportunities (příležitosti) a Threats (hrozby). Cílem této analýzy je zjistit jaké jsou silné a slabé stránky společnosti a jaké mají příležitosti či hrozby.

- **Silné stránky** – pozitivní prvky, které působí na společnost a napomáhají k úspěšnému chodu. Jsou to schopnosti, dovednost a zdroje, které pomáhají se zviditelnit nad konkurencí a může to být cokoli, z čeho může mít podnik prospěch. [6] Za silné stránky podniku se považují především ekonomické schopnosti, možnost inovace vysoké manažerské schopnosti. [14]
- **Slabé stránky** - Je to opakem silných stránek a jsou to určité nedostatky a také omezení, které brání společnosti v dosahování zisku. Jsou to takzvaná kritická místa společnosti. [6] Za slabé stránky podniku jsou považovány především špatné ekonomické schopnosti či nemožnost inovací. [14]

Společnost není povinna zlepšovat své slabé stránky a ani také vyzdvihovat své silné stránky. Je ale velice důležité, aby o nich věděla. Samozřejmostí je, že většinou se společnost snaží co nejvíce využívat svých silných stránek a potlačit slabé. [10]

- **Příležitosti** – Důležité je, aby společnost dokázala rozpoznat své příležitosti a dokázala jich využít. Pokud společnost najde něco, čeho je nedostatek, může tak toho náležitě využít. [10]
- **Hrozby** – nepříznivá situace, která obsahuje překážky pro společnost. Mohou snížit poptávku nebo nespokojenost zákazníků. Příkladem je příchod nové konkurence. [6]

Vycházejí z makroprostředí společnosti a tak společnost je nemůže ovlivnit, pouze si je předem zjistit, zhodnotit a maximálně využít, nebo odvrátit či omezit jejich důsledky na společnost. Mezi hrozby a příležitosti patří především vliv konkurence na společnost.

## 1. 4 Marketingový mix

Marketingový mix je spojení čtyř základních marketingových nástrojů. V různých literaturách se můžeme setkat s názvem 4 P marketing. Jde o začáteční písmena anglických názvů nástrojů marketingového mixu – product, price, place, promotion.

### 1. 4. 1 Produkt

Produkt je to, co bude firma vyrábět a je to nejenom výrobek, ale vše, co společnost může prodat. Zákazník si produkt vybírá i podle značky, obalu či proto, že jsou s produktem spojeny další služby. [3] Produktem může být fyzický statek, služba nebo také to může být myšlenka, která se dá prodat na trhu. [10]

- **Značka** – významem značky je především to, že se s její pomocí identifikuje výrobek, odliší se od ostatních a poslouží jako nástroj při komunikaci se zákazníkem. [7]
- **Design** - je to vnější tvar nebo vzhled produktu. Zakládá se na určité tradici společnosti. [3]
- **Obal** -Rozlišujeme čtyři typy obalů – přepravní (např. Palety, bedny), spotřebitelské (lahve), obchodní (kartony) a servisní (sáčky). [13]

### 1. 4. 2 Cena

Cena je důležitou součástí k vytváření zisku. Musí hlavně pokrýt veškeré náklady spojené s výrobou.

Podle Světlíka (2005, s. 130) je cena „výše peněžní úhrady zaplacená na trhu za prodávaný výrobek či poskytovanou službu.“ To je nejzákladnější pohled na definici ceny.

Podle Jakubíkové je cena velice důležitá a to především proto, že dokáže určit podíl společnosti na trhu a tím i ovlivňovat zisky či ztráty společnosti. [7]

### 1. 4. 3 Distribuce

Distribuce je umístění produktu na trh. Je to souhrn cest, které pomáhají dostat výrobek až ke konečnému zákazníkovi. [7]

- **Distribuční cesty** Jsou určovány spojením mezi dodavatelem a zákazníkem. Distribuční cesta může být přímá, ale ve většině případů je nepřímá, existují tedy mezičlánky, jako například prostředník. [13] Ten se nejdříve zboží koupí a dále ho prodává zákazníkům, známým příkladem je maloobchod. [3]

### 1. 4. 4 Komunikace

Cílem je přesvědčit zákazníka, aby si zakoupil produkt. Jsou to prostředky, které společnost používá k informování a dalšímu přesvědčení zákazníka. [10]

#### Způsoby komunikace:

- **Reklama** – velice důležitá forma prodeje. Zboží se propaguje neosobně a společnost musí za tento způsob zaplatit. Reklama může být televizní, rozhlasová a také v tištěné podobě. [7]
- **Podpora prodeje** – je to souhrn podpůrných podnětů, které zákazníka přimějí ke koupi daného výrobku. Jsou to různé slevy, kupóny či ochutnávky a vzorky výrobků. [13]
- **Osobní prodej** – prodej se provádí tváří v tvář. Slouží k zodpovídání zákaznických otázek a následné objednávky zboží. Výhodou je, že dobrý prodejce může přesvědčit i zdánlivě nepřesvědčitelného zákazníka. [13]
- **Public relations** – neboli PR vztahy, jsou to vztahy s veřejností. Hlavním úkolem je vytvořit dobrý obrázek o společnosti. Jsou to různé charitativní akce, sponzoring aj. [7]

- **Přímý (direct) marketing** – používá se telefon, internet nebo klasická pošta. Je to komunikace, která očekává jakousi odezvu od zákazníka. [13]

## 1. 5 Konkurence

Společnost většinou není na trhu pouze jedinou společností, která může uspokojit zákazníkovi potřeby. Ke konkurenci se řadí všechny možnosti, které zákazník má, ze kterých si může vybírat. Pokud společnost chce být úspěšná, měla by zákazníka více zaujmout, lépe uspokojit jeho potřeby a přání, než konkurenční společnosti. [8] Konkurence může způsobit problémy, ne každá společnost, která byla v minulosti úspěšná, musí být úspěšná i v budoucnosti. Může se objevit konkurenční firma, která zaujme zákazníky nízkou cenou, vysokou kvalitou nebo doplňkovým servisem a tím ohrozí společnost. V konkurenčním boji je důležité mít hodně znalostí, zkušeností a také štěstí zde hraje nemalou roli. [1]

Společnost je umístěna do konkurenčního prostředí, ve kterém se nachází další společnosti, které mají stejný cíl – uspokojit zákazníka a tím dosáhnout požadovaného zisku. Soupeřením o zákazníka vzniká konkurenční boj.

Pokud firma chce být úspěšná, je důležité, aby dobře znala konkurenční společnosti. O konkurenci se můžeme dozvědět ze sekundárních či primárních zdrojů informací.

- **Primární zdroje informací** – získávají se pozorováním konkurenčních firem či se společnost může dotázat přímo zákazníků, kteří nakupovali u konkurence nebo mystery shoppingem.
- **Sekundární zdroje informací** – společnost může nahlédnout do výročních zpráv, firemních časopisů či nabídkových katalogů. I zdroje na internetu mohou pomoci, jako přímo internetové stránky konkurenční firmy. [11]

### 1. 5. 1 Členění konkurence

Podle Čichovského se konkurence se dělí na čtyři druhy podle:

1. rozsahu konkurenčního působení
2. nahraditelnosti produktu na trhu
3. počtu konkurentů
4. stupně organizace a propojitelnosti producentů do aliancí [4]

### Podle rozsahu konkurenčního působení

- **Globální konkurence** – je to taková konkurence, která působí na hlavních trzích po celém světě. [10]
- **Alianční konkurence** – je to konkurence, která uzavře dohodu a vzájemně si může vypomáhat. Je to seskupení konkrétních států. [4]
- **Národní konkurence** – Je to konkurence uvnitř jednoho státu. [4]
- **Meziodvětvová konkurence** – je to několik konkurentů, kteří působí ve více odvětvích. Konkurenci přecházejí z jednoho odvětví do druhého odvětví. [4]
- **Odvětvová konkurence** – je to určitá skupina společností, které nabízejí stejný výrobek či podnikají ve stejném odvětví. [10]
- **Komoditní konkurence** – Konkurenti vyrábějí stejné produkty. Nebo nabízejí stejné služby. [4]

### Podle nahraditelnosti produktu na trhu

- **Konkurence značek** – nastává, pokud na trhu je řada podobných výrobků a služeb za téměř stejnou cenu. [42] **Odvětvová konkurence** – nastává, pokud distributoři, kteří jsou ve stejném trhu poskytují výrobky, které mohou uspokojit zákazníka. [42]
- **Konkurence formy** – je to taková konkurence, konkurence dokáže uspokojit zákazníka různou formou nebo různými způsoby. [4]
- **Konkurence rodu** – je to taková konkurence, když jde pouze o různé hodnoty, například peníze. [4]

### Podle počtu konkurentů

- **Dokonalá konkurence** – základní součástí dokonalé konkurence jsou rovné podmínky pro všechny. Je zde volný vstup do odvětví, tudíž společnost může vyrábět jakýkoli výrobek. Dále je důležité, že všechny společnosti by měli být stejně informované. Je zde hodně výrobců, kteří vyrábějí stejný výrobek, který se nijak neliší od konkurenčních firem. [12] Jelikož je cena stejná u všech konkurentů, zákazník nerozlišuje, u které společnosti si výrobek koupí. [10] Výrobce působí anonymně a tak neovlivňuje poptávku. Aby společnost maximalizovala svůj zisk, tak se snaží co nejvíce ušetřit na výrobě.

Je to jediná možná metoda, jak docílit zvýšení zisku. Příkladem by mohlo být trhy zemědělských plodin, ale v reálné ekonomice skoro již nenajdeme dokonalou konkurenci. [12]

- **Monopolistická konkurence** – je to příklad nedokonalé konkurence, která se podobá dokonalé konkurenci. Stejně jako v dokonalé konkurenci je zde trh jednoho výrobku a mnoho výrobců. Na trh je možný volný vstup. Výrobek se vždy liší, například barvou, složením či příchutí. Výrobce již není anonymní a tak zákazník může ovlivňovat a tím se ceny mohou lišit. [12] Výrobek lze odlišit od jiných výrobků a tak se konkurenti mohou zaměřit na určitý segment zákazníků a plnit jejich potřeby. [10]
- **Oligopol** – je to také nedokonalá konkurence. V této konkurenci není již tolik výrobců jako v monopolistické konkurenci. Výrobci tak mají sílu a mohou zabránit dalším konkurentům, aby vnikli na trh. Tudíž je přístup do tohoto odvětví značně omezen. Ceny mohou být větší než v dokonalé a monopolistické konkurenci, protože výrobci mohou přinutit zákazníka kupovat za vyšší cenu, protože je na trhu nedostatek zboží. [12]
- **Monopol** – další příklad nedokonalé konkurence. Je to protipólem dokonalé konkurence, na rozdíl od ní je monopol reálný. Zde je pouze jediný výrobce, který může diktovat podmínky pro spotřebitele. Jediné, co ho může omezit je koupěschopnost zákazníka. [12]

#### **Podle stupně organizace a propojitelnosti producentů do aliancí**

- **Monopol** – cílem je vytvořit především tlak na spotřebitele, aby si daný výrobek pořídili. Konkurence se dokáže nejvíce propojit za stejným účelem. [12]
- **Kartel** – je to dohoda mezi dvěma či více výrobci, kteří si rozdělí trh, ve kterém se následně chovají jako monopol. Tyto dohody jsou zakázány, tudíž se uzavírají tajně. [12]
- **Syndikát** – je to dohoda, kde se konkurenti domluví, že společně nakoupí či nějaký výrobek prodají, ale stále zůstávají právně samostatní, ale pokud jde o vyjednávání s dodavatelem, jsou jeden celek. Může to být pouze jednorázová dohoda. [4]



- **Trast** – vysoká forma propojení konkurence, došlo zde k propojení i ve výrobní oblasti a konkurence je na sobě již závislá, ale stále má svoji právní subjektivitu. [4]

### **1. 5. 2 Konkurenční výhoda**

K tomu, aby společnost získala a také hlavně udržela zákazníka, je důležité porozumět mu, zjistit jeho potřeby a vytvořit vyšší hodnotu oproti konkurenci a tím si získat konkurenční výhodu. Konkurenční výhoda je něco, co společnost nabízí navíc než konkurence. Může se jednat o vysokou kvalitu, design nebo také nižší cenu. Není to pouze o tom, že společnost bude slibovat zákazníkovi určité výhody a nebude je dodržovat. [4] Pokud společnost má konkurenční výhodu, neznamená to, že ji bude mít napořád. Konkurenční výhoda je nestálá a těžce udržitelná. [8] Konkurenční výhoda se dá získat také díky svým zaměstnancům. Společnost může najímat kvalitnější pracovníky, kteří mají dostatek zkušeností a nadále se vzdělávají, na rozdíl od konkurenčních firem. Dále také pracovníci, kteří mají optimistický přístup, mohou zajistit společnosti konkurenční výhodu. Spousta společností využívá také k získání konkurenční výhody známou osobnost, která ji propaguje. [9]

### **1. 5. 3 Analýza konkurence**

Společnost by měla mít přehled o svých přímých, nepřímých ale také o svých potencionálních konkurentech. Analýza konkurentů je pro společnost důležitá pro porozumění její konkurenční výhody nebo naopak nevýhody v porovnání s konkurencí. Dále nám slouží k předvídání, jak se konkurenti zareagují na marketingová rozhodnutí, které společnost udělá. Důležitým bodem, proč by společnost měla zanalyzovat konkurenci je, aby zjistila své hrozby či příležitosti. [2] Jedná se o porovnání vlastní společnosti s konkurencí na trhu, abychom tak dostali obrázek, situace na trhu. [14]

#### **Postup při analýze konkurence:**

1. Ze všeho nejdříve by si společnost měla uvědomit, jací její konkurenti jsou. Identifikovat je. Společnost by si měla uvědomit nejen své přímé konkurenty, ale také nepřímé a dokonce i potencionální. [2]

2. Dále by společnost měla zjistit strategie – nejenom současné strategie, ale pokud možno také budoucí strategie. Je dobré vědět, jak se daná společnost zachová na strategie. [5]
3. Zjistit cíle společnosti – skoro každá společnost se snaží maximalizovat své zisky. V čem se liší, je, že každá společnost může klást jiný důraz na krátkodobé či dlouhodobé zisky. Důležité je také vědět, zda má společnost v plánu expandovat na jiný trh. Jejich cíle jsou závislé na mnoha faktorech, například historie či finanční situace. [5]
4. Zjištění silných a slabých stránek konkurentů – také je potřeba zjistit, kteří konkurenti jsou silní či slabí oproti dané společnosti. [2] Společnost by se měla zajímat, v čem spočívá jejich slabá stránka či silná jejich konkurentů a jako toho využít pro svůj prospěch. [5]
5. Dále by společnost měla navrhnout strategie, které by měly získat konkurenční výhodu oproti konkurenci. [5]

#### **1. 5. 4 Konkurenční strategie**

Společnost si může rozdělit konkurenty podle toho, jak si vedou na cílovém trhu na lídra, vyzyvatele, následovatele a mikrosegmentáře. Za předpokladu, že 40% trhu zaujímá lídr, 30% vyzyvatel, 20% následovatel a 10% mikrosegmentář. [10]

##### **1. 5 4. 1 Konkurenční strategie tržního lídra**

Má největší podíl na trhu a tudíž má navrch nad ostatními společnostmi. Tím, že je společnost tržním lídrem nemá ale vyhráno. Musí se mít neustále na pozoru. Pokud podcení konkurenci a tím ztratit svůj podíl na trhu. [10]

**Obrana tržního lídra spočívá ve třech úkolech:**

##### **1. Rozšíření trhu**

Nejvýhodnější pro společnost je rozšířit trh. Společnost se může snažit nalézt nové zákazníky, snažit se zvýšit množství spotřeby či frekvence využití daného výrobku [1]

## **2. Ochrana tržního podílu**

Společnost i v době expanze na jiný trh by neměla zapomínat na svůj stávající trh. Toho docílí tím, že se stále snaží zlepšovat a inovovat své výrobky, snižovat své náklady a zlepšovat svou distribuci. Lídr může použít jednu z šesti obranných strategií. [10]

- **Poziční obrana** – společnost si zajistí nejžádanější tržní prostor v myslích spotřebitele. [10]
- **Křídelní obrana** – tato obrana spočívá v tom, že společnost se nemusí být proti útokům sama, ale brání se společně se sítí maloobchodů. [1]
- **Preventivní obrana** – nejlepší je zaútočit ještě dřív, než zaútočí konkurence. [1]
- **Obrana protiútokem** – společnost by měla svého konkurenta zahnat do úzkých, aby se musel jen bránit a neútočit. [10]
- **Pohyblivá obrana** – lídr trhu se snaží rozšířit svůj trh nebo rozšířit odvětví, ve kterém podniká. [1]
- **Obrana stažením** – může se stát, že nelze zajistit obranu pro celé území a tak raději se společnost stáhne a vzdá se slabších území. [10]

## **3. Expanze tržního podílu**

Svůj zisk mohou zvýšit, pokud zvýší svůj tržní podíl. Ovšem to nemusí hned znamenat ziskovost. Protože se zvýšením tržního podílu je spjato také zvýšení nákladů na pracovníky. [10]

### **1. 5. 4. 2 Konkurenční strategie tržních vyzyvatelů**

I přesto, že společnost může být pouze vyzyvatel, neznamená to, že nemůže předčit tržního lídra.

Aby toho dosáhl, musí nejdřív podniknout pár kroků:

#### **1. Definice strategického cíle či protivníka**

- **Útok na tržního lídra** – pokud tržní lídr chybuje a neuspokojuje potřeby zákazníků, může vyzyvatel uspět. [1]
- **Útok na stejně velké společnosti** – to lze, pokud si společnosti nevede dobře. Firmy mohou mít zastaralé výrobky nebo moc vysoké ceny. [10]

- **Útok na menší místní společnosti** – i menší společnosti si nemusí vést dobře a tak mohou přebrat jejich zákazníky. [10]

## 2. Výběr strategie útoku

Pokud si firma vytyčila cíle, nastává okamžik, aby se rozhodla pro jednu ze strategií.

- **Frontální útok** – společnost chce, aby se mohla vyrovnat konkurenci. Lepší bude ten, který má více finančních zdrojů. Může také snížit ceny oproti konkurenci a tím přilákat zákazníky. [10]
- **Křídelní útok** – tento útok je závislý na útoku na slabé stránky konkurence. [1] Může se použít buď segmentový křídelní útok, nebo geografický křídelní útok. Při geografickém útoku se společnost zaměří na místa, kde konkurence nevyniká. U segmentového útoku se zaměří na potřeby, které konkurence neuspokojuje. [10]
- **Obkličovací útok** – je to nejméně přímý útok. A jde o současný útok na několik míst. [1] Pokud má lepší prostředky, jak konkurence může doufat, že tento tah se mu může vyplatit. [10]
- **Partyzánská válka** – Hlavní činností je několik malých útoků, účelem je znejistit konkurenci a získat si pevné opěrné body. Nejčastější je snižování cen anebo propagace. [10]

## 3. Volba konkrétní strategie útoku

Nejde se spokojit jen s výběrem konkrétní strategie, musí se lépe specifikovat. Uvedu zde pár možných strategií.

- **Cenový diskont** – srovnatelné zboží za nižší cenu. Velmi často tuto strategii používají maloobchody.
- **Levnější zboží** – může to být výrobek nižší kvality a také nižší cenové hladiny.
- **Výrobní inovace** – Zlepšení výrobku nebo dokonce vytvoření převratného výrobku. [10]

### **1. 5. 4. 3 Konkurenční strategie tržních následovatelů**

Tržním následovatelem se rozumí společnost, která se snaží nějak okopírovat konkurenci. Kopíruje lídra, snaží se vylepšit jeho výrobky. [10]

Jsou to společnosti, které nezaujímají přední postavení na trhu. [1] K dosažení zisků může používat tyto strategie:

- **Padělatel** – vyskytuje se na černém trhu, kopíruje nejen výrobek, ale i obal. [10]
- **Napodobitel** – jedná se o okopírování výrobku, ale napodobitel přidá něco svého, aby se odlišil od původního výrobku. [1]
- **Imitátor** – něco okopíruje, ale určitý rozdíl v reklamě či cenách udělá. [10]
- **Adaptér** – přebere si výrobek od lídra a něčím ho vylepší. [10]

#### 1. 5. 4. 4 Konkurenční strategie mikrosegmentářů

Menší firmy většinou nechtějí soupeřit s většími firmami, a proto se zaměřují na menší trhy, protože o ně není takový zájem. Velkou výhodou může být pro mikrosegmentáře, že mohou poznat své zákazníky a tím uspokojit jejich potřeby. Tím mohou stanovit větší ceny. Mikrosegmentáři musejí hlavně vytvářet trhy, rozšiřovat je a především si je uchránit. [10]

#### 1. 5. 5 Porterova analýza pěti konkurenčních sil

Michael Porter označil pět sil, které mohou rozhodovat o přitažlivosti trhu. Jedná se o:

1. **Hrozba konkurence v odvětví** – pokud na trhu existuje mnoho výrobců, může se stát, že nebude trh tolik atraktivní jako by mohl být, pokud by nebylo mnoho konkurentů. Společnost si musí zjistit, kolik se bude muset vynaložit finančních prostředků na reklamu a jestli bude schopen se vůbec uplatnit. [31]
2. **Hrozba nových konkurentů** – noví konkurenti mohou znamenat také hrozbu pro společnost. Mohou přinést na trh něco nového, zaváděcí ceny či inovovaný výrobek. Existuje však několik bariér vstupu a výstupu na trh. Společnost by se měla seznámit nejen s bariérami vstupu na trh, které jsou například legislativní podmínky, ale měla by se také seznámit s bariérami výstupu z trhu v případě, že by podnikání nedopadlo podle zadaných cílů. [10] Hrozba nových konkurentů nastává především tehdy, pokud je trh velice atraktivní a dosahuje se zde vysokých zisků. [1]
3. **Hrozba substitutů** – substituty jsou cokoli, co by mohlo nahradit zákaznickou potřebu po daném produktu.

Může to být náhražka, která třeba i jen částečně uspokojí zákazníka. Tento substitut ovlivňuje ceny a tím pádem i zisky společnosti. [31]

4. **Hrozba vlivu kupujících** - Trh může být neatraktivní, pokud zákazníci mají velkou sílu při vyjednávání o cenách. Může to být buď přímý vliv, kdy zákazník přímo požaduje nějakou cenu anebo nepřímý, kdy zákazník přestane odebírat zboží či začne nakupovat u konkurence.[31] Podle Portera a Kellera tato síla roste, pokud zákazník je citlivý na cenu nebo v případě, kdy se zákazníci mohou spojit a tím si vydobýt nižší cenu. Proto by si společnost měla vybrat takový trh, kde zákazníci nemají takovou sílu určovat si cenu. Nejlepším způsobem, jak si udržet i tyto zákazníky je vytvořit lepší nabídku. [10]
5. **Hrozba vlivu dodavatelů** – Síla vlivu dodavatelů je tak vysoká, jak je společnost na dodavatelích závislá. Pokud dodavatelé mohou zvyšovat ceny, trh není atraktivní. Pokud jsou dodavatelé organizovaní a koncentrovaní, nebo změna dodavatele velmi drahá, tím jejich síla roste. Pro společnost je nejlepší, pokud si vytvoří vztah s dodavatelem nebo je zde možnost využít i jinou dodávku pro požadované množství zboží. [10]

Obrázek č. 1: Porterova analýza konkurenčních sil



Zdroj: Kotler, Keller, 2007, s. 380

## 1. 6 Mystery shopping

Mystery shopping, česky může být také používáno „fiktivní nákup“. Hlavním úkolem mystery shoppera je předstírat zájem o určitý výrobek, či službu, chovat se jako

normální zákazník a následně zhodnotit danou situaci do formuláře, který má předem připravený. Nemělo by tedy dojít, že na něco zapomene, protože se formulář vyplňuje bezprostředně po provedení mystery shoppingu. Tím dostane společnost zpětnou vazbu, kterou může dále zpracovávat. [11]

Jednou z výhod mystery shoppingu je, že daný pracovník neví, že je prověřován. Tak se mohou získat velmi kvalitní a cenné informace, které společnost potřebuje. [3]

#### **Mystery shoppera zajímá především:**

- doba, po kterou zaměstnanci trvá oslovení mystery shoppera,
- po oslovení ho dále zajímá, zda byl pozdrav přátelský,
- dále zjišťuje také to, zda se snaží pomoci zákazníkovi s nákupem,
- je také důležité, zda dostatečně zná daný produkt a snaží se jej prodat,
- zda zaměstnanec dodržuje standardy společnosti,
- mystery shopper také pozoruje danou prodejnu, vybavení, čistotu či dostupnost do prodejny atp. [11]

Hlavním cílem mystery shoppingu je, aby společnost našla své chyby a tak mohla zlepšit své služby pro zákazníky a tím zvýšit své zisky. Mystery shopper předstírá, že je zákazník a tak nejlépe může ohodnotit danou situaci. Má předem dané otázky, na které se bude ptát zkoumaného zaměstnance, ohodnotí jeho odpovědi v předem připraveném dotazníku a dále to předá společnosti.

#### **Mystery shopping může být prováděn:**

- **U vlastní společnosti** – zde si společnost předem domluví mystery shoppera, který bude zkoumat kvalitu nabízených služeb a chování zaměstnanců, kteří nesmí o mystery shoppingu vědět, jinak by mohl být výzkum neúčinný. Poté společnost vyhodnotí situaci a navrhne případná opatření ke zlepšení chodu společnosti.
- **U konkurence** – společnosti to může také velice pomoci, může si zjistit, jak to vypadá u konkurence, jestli mají kvalitnější zaměstnance a popřípadě se inspirovat.

- **U prodejců či distributorů, se kterými společnost spolupracuje** – i zde si může společnost udělat mystery shopping a najít případné chyby, kterých se mohou dopouštět. [40]

### 1. 6. 1 Fáze mystery shoppingu

U mystery shoppingu nelze jen učinit rozhodnutí, že společnost by chtěla provést mystery shopping. Není to zcela tak jednoduché, mystery shopping má několik fází, které by se měly dodržovat.

1. **Fáze – Příprava** – Společnost si musí určit a ujasnit, čeho chce pomocí mystery shoppingu dosáhnout. Dále by měla určit, která agentura pro ní vykoná mystery shopping. Důležité také je, aby si předem ujasnila, kolik finančních prostředků může na mystery shopping vynaložit. Určí se také, jak by to mělo probíhat a sestaví se formulář.
2. **Fáze – Mystery shopping** – zde se provede samotný mystery shopping dle předem ujednaného scénáře. Mystery shopper si vše pečlivě pamatuje a následně vše zapíše do formuláře.
3. **Fáze – Vyhodnocení** – může se také udělat mystery shopping u konkurence a následně se s ní společnost porovná. Mělo by se také začít pracovat na návrhu odstranění případných chyb, kterých se zjistilo pomocí mystery shoppingu.
4. **Fáze – Interpretace mystery shoppingu** – agentura, která provedla mystery shopping, předloží dané výsledky firmě a navrhne jak nedostatky odstranit.
5. **Fáze – Osobní rozbor společnosti** – společnost si dále sama zkoumá dané výsledky a může se řídit danými nápady, které agentura navrhla. [39]

### 1. 6. 2 Nejpoužívanější formy mystery shoppingu:

- **Mystery pozorování** – zde jde pouze o pozorování, mystery shopper by neměl pokládat žádné otázky.
- **Mystery visit** – neboli mystery návštěva, zde se hodnotí vybavení prodejny, jejich propagační materiály a také personál.
- **Mystery calling** – jedná se telefonní hovor mezi fiktivním zákazníkem a zkoumanou společností. Snaží se otestovat, jak zaměstnanci dokážou reagovat



na různé situace, zda-li správně odpovídají a zda nejsou hrubí na zákazníky. Také může zkoumat, zda jde zaměstnanci dobře rozumět a zda má příjemné vystupování. [21]

- **Mystery mail** – jde v podstatě o to samé, jako u mystery callingu, akorát se vše odehrává online. Snaží se opět najít případné chyby, aby se jich mohli v budoucnu vyvarovat.
- **Mystery delivery** – zde se zkoumá kvalita doručení zboží. Zda vše proběhlo za určitých standardů, které společnost má.
- **Mystery audit** – opět jde především o to, zda jsou plněny hlavní standardy společnosti. [22]
- **Competitive mystery shopping** – zkoumá kvalitu nabízených služeb a výrobků u konkurence. Zde se může společnost dozvědět, jaké postavení má oproti konkurenci.

### 1. 6. 3 Pravidla Mystery shoppingu

Pokud chce společnost provádět mystery shopping, musí se řídit různými kodexy a pravidly. Tyto pravidla vydala společnost ICC/ESOMAR. Hlavním pravidlem je, že osobní data nesmějí být zveřejněny a tudíž musí být v souladu s ochranou osobních údajů. Ani výsledky, které vyplynou z mystery shoppingu nesmějí být využity k tomu, aby příslušný zaměstnanec, který byl takhle pozorován, byl následně potrestán, či dokonce přišel o své pracovní místo. Tyto pravidla se také týkají mystery shoppera. Mystery shopper nesmí být žádán, aby vykonával práci, která by ho mohla ohrozit na životě nebo aby prováděl nezákonnou činnost. [40]

#### **I mystery shoppeři, se musejí řídit obecnými požadavky:**

- Když se provádí mystery shopping u klientova vlastní společnosti, klient to musí oznámit svým zaměstnancům. Dále to musí také vědět příslušné odbory. Musí být předem jasné, kdy přibližně se mystery shopping bude konat, není ale nutností, aby zaměstnanci věděli přesné datum. Musí být jasné dáno, co je cílem mystery shoppingu a že výsledky nebudou použity k ztrátám na příjmu zaměstnanců. To vše se dozví od příslušné agentury, která provádí tento výzkum.

- Pokud je mystery shopping prováděn ve vlastní společnosti, vlastník musí předem znát čas a náklady, které souvisí s mystery shoppingem a tím i s nimi souhlasit.
- Pokud jde o mystery shopping, který se provádí v konkurenčních společnostech tak hlavním cílem je, aby náklady a čas, které souvisí s mystery shoppingem, byly co nejnižší. Je důležité, aby v žádném případě dotazované osoby nebyly nijak postiženy. A to především u osob, které podnikají na živnostenský list a pro ně i čas, který stráví s fiktivním zákazníkem, znamená, že mohou přijít o zisky.
- Doba provádění mystery shoppingu by neměla být příliš dlouhá, spíše by se mystery shopper měl snažit o to, aby byla co nejkratší. Doporučuje se, aby doba nepřesáhla 30 minut.
- Pokud se fiktivní zákazník dohodne se sledovaným zaměstnancem na další schůzce, měla by tato schůzka být co nejdříve zrušena, aby nedošlo ke ztrátě zaměstnancovo času a tím i ke ztrátě zisků.
- V žádném případě nesmí dojít k zneužití výsledků daného mystery shoppingu. Mystery shopper nesmí předávat získané informace třetím osobám. [40]

## **2 Praktická část**

### **2. 1 Charakteristika společnosti Nelan**

#### **2. 1. 1 Základní údaje**

Společnost byla založena dne 12. září 1991, tudíž je na trhu již přes dvacet let. Jednateli společnosti jsou pan Ing. Antonín Frank a pan Petr Jelínek. Hlavní činností společnosti Nelan je výroba a montáž plastových oken či dveří a dalších výrobků a služeb, jako například montáž žaluzií a následný prodej těchto výrobků. I výroba zimních zahrad je jednou z činností, které společnost Nelan provozuje.

Společnost si zakládá především na kvalitě svých výrobků a služeb, proto spolupracuje s firmami GEALAN (díky této společnosti vznikl také název NELAN, když předponu GEA nahradili předponou NE – Nebanice). Dále spolupracují se společnostmi Maco či Perito a s mnoho dalšími firmami. Vždy se snaží spolupracovat se solidními společnostmi, aby jejich výrobky a služby byly nadále kvalitní. [24]

Společnost Nelan sídlí v Horní Vsi u Františkových Lázní a zde má svojí výrobu. Výrobna je zde umístěna především kvůli úsporným opatřením a sídlí zde již od roku 2000. Společnost vlastní také dceřiné společnosti, první dceřinou společností je společnost CZ Gemini s. r. o., která se zabývá výrobou hliníkových oken a oken atypických tvarů (atypickými tvary se myslí tvary obloukové) [16]. Další dceřinou společností je Nelbys s.r.o., která se zabývá výrobou plastových oken a také sídlí v Horní Vsi. Společnost Nelan vlastní ještě jednu dceřinou společnost IQ Systeme s. r. o., která se nachází v Losiné a hlavním předmětem podnikání je výroba plastových oken a dveří a následná montáž. [35]

#### **2. 1. 2 Vize společnosti Nelan**

Dlouholetou vizí společnosti Nelan je to, že společnost dbá na dlouhodobou kvalitu svých výrobků a služeb. Kvalita a dlouhodobá spokojenost zákazníků je pro společnost nejdůležitější. Snaží se odvádět dobrou práci, protože věří, že spokojený zákazník se o svou zkušenost s určitou službou nebo výrobkem, podělí s několika potencionálními zákazníky. A to je prospěšné pro společnost. Snaží se, aby jméno Nelan bylo vždy spojováno s kvalitou, spolehlivostí a profesionalitou.

### **2. 1. 3 Poslání společnosti Nelan**

Posláním společnosti Nelan je především poskytnout zákazníkovi veškeré služby, které jsou spojené s výrobkem. Společnost se snaží co nejvíce uspokojit i ty nejnáročnější zákazníky a to pomocí široké nabídky doplňkového sortimentu či atypických tvarů oken a příslušenství.

### **2. 1. 4 Marketingový mix společnosti Nelan**

#### **Produkt**

Hlavním produktem společnosti Nelan jsou plastová okna, která si společnost vyrábí sama ve výrobě v Horní Vsi. Nabízí také hliníková okna a dveře. Dalším výrobkem, který společnost nabízí, jsou plastové dveře různých druhů – balkónové dveře či vchodové dveře. Společnost nabízí také interiérové dveře. Dalšími výrobky, které společnost poskytuje pro zákazníka, jsou zimní zahrady a okenní doplňky. [25] K tomu nabízí i zednické práce a montáž těchto výrobků. Nabízí také úklidové práce, ke kterým patří například vymalování a následná likvidace starých okenních výplní. Poslední nabízenou službou je kompletní servis, který provádí i pro ty, kteří nemají okna od společnosti Nelan. [26]

#### **Cena**

Cena je podrobně popisována v cenových nabídkách, které jsem obdržela po provedení mystery shoppingu. Jelikož jsem byla v chebské a v sokolovské pobočce, jsou zde dvě cenové nabídky. Sokolovská cenová nabídka se nachází v kapitole 2. 2. 2 Nelan Sokolov v průběhu schůzky. Chebská cenová nabídka v kapitole 2. 2. 3 Nelan Cheb v průběhu schůzky.

#### **Distribuce**

Společnost Nelan má tři pobočky, jedna je v Karlových Varech, další v Chebu a v Sokolově. V rámci mystery shoppingu jsem navštívila pobočky v Chebu a Sokolově a jejich vzhled a dostupnost je velice dobrý. Pouze u sokolovské pobočky je prodejna umístěna na nepříliš vhodném místě. Více o vzhledu kanceláře sokolovské prodejny v kapitole 2. 2. 2 Nelan Sokolov v průběhu schůzky. A vzhled chebské pobočky je popsán v kapitole 2. 2. 3 Nelan Cheb v průběhu schůzky.

Společnost Nelan využívá na plastová okna přímé distribuční cesty, tedy od výrobce k zákazníkovi. Interiérové dveře dodává od společnosti Solodoor a Classen.

## **Komunikace**

Společnost využívá osobního prodeje, který je nejdůležitější formou komunikace se zákazníkem. Zákazník může kdykoli v otevírací době přijít, objednat či neobjednat, do prodejny a profesionální pracovník Nelanu se mu bude věnovat. Může mu zodpovědět všechny otázky a dobrým vystupováním může zajistit sjednání zakázky.

Společnost využívá také reklamy v rádiu. Společnost Nelan si zaplatila spot v rádiu Egrensis: „Nelan, Nelan, pohodové bydlení.“ Toto je velmi účinný způsob komunikace, jelikož mnoho zákazníků to může nenásilnou formou vnímat a tím si společnost zajistí, že zákazník o společnosti ví. [20]

Společnost Nelan podporuje různé veřejné akce, například podporují Chebské dvorky a stacionář pro děti s vrozenou vadou. Dále také pečuje o své zaměstnance. Protože věří, že i to může působit jako reklama a spokojení zaměstnanci mohou odvádět kvalitnější práci, protože jim na práci záleží. [20]

Společnost vyhrála první místo v soutěži „*Stejná šance*“ a stala se tak zaměstnavatelem roku 2012. Vyhrála díky tomu, že zaměstnává osobu se zdravotním postižením – přímo v chebské pobočce pracuje jeden pracovník, který je upoután na invalidní vozík. [38]

Webové stránky jsou velice přehledné a lze zde najít vše, co zákazník může potřebovat. Jsou zde produkty, které firma nabízí a technologie, které používá. Jediné, co zde chybí, jsou ceny produktů, to ovšem lze předpokládat, protože ceny produktů se mění podle rozměrů. [23]

Využívá také propagačních materiálů, které se týkají společnosti Nelan. Při mystery shoppingu mi byly nabídnuty pouze v pobočce v Chebu. Propagační materiály jsou více rozebrané v průběhu mystery shoppingu v Chebu.

## **2. 2 Mystery shopping**

Mystery shopping jsem prováděla na konci srpna roku 2012. V plánu jsem měla provést mystery shopping u devíti společností, které se zabývají stejnou či podobnou činností, jako společnost Nelan. Bohužel jsem nakonec prováděla mystery shopping pouze u osmi společností a to proto, že některé společnosti zanikly nebo majitelé nebyly k zastížení. U zbylých osmi společností, které jsem navštívila, jsem obdržela nabídku pouze od šesti společností i poté, co jsem je urgovala po e-mailu či telefonicky.

Předem jsem si připravila formulář, do kterého jsem po konci každé schůzky doplňovala své poznatky viz příloha A. Měla jsem předem určené, co budu potřebovat pro svůj projekt. Projektem byla chata, kterou vlastníme na Počátkách u Kraslic. Požadovala jsem osm bílých plastových oken o rozměrech 95 x 145 cm, sedm plastových oken s rozměry 85 x 125 cm a jedno plastové okno s rozměry 60 x 137 cm. Dále jsem požadovala pět dveří s rozměry 80 x 197 cm a vstupní dveře s rozměry 95 x 200 cm. Všechny okna a dveře se měly otevírat na pravé straně. Dále sekční garážová vrata s rozměry 260 x 220 cm a zimní zahradu. Zimní zahrada měla být tři metry široká a šest metrů dlouhá. Vysoká měla být dva a půl metru na kratší straně a tři metry třicet centimetrů na delší straně. A v poslední řadě meziskelní žaluzie do druhého parta stavby pro sedm oken a parapety do všech oken.

## **2. 2. 1 OTHERM Sokolov**

### **Produkt**

Společnost Otherm nabízí plastová, dřevěná a hliníková okna a dveře. Dále také nabízí dřevohliníková a špaletová okna a příslušenství, jako je například kování. Služby, které společnost nabízí, jsou montáž, demontáž, zednické začíštění, likvidace a doprava. Dalšími službami jsou například zateplovací práce. [28]

### **Cena**

Cena produktů společnosti Otherm se určuje podle požadavků zákazníka. Cena je různá podle daných rozměrů. Cenová nabídka společnosti Otherm mi nebyla zaslána i po urgenci. [15]

### **Distribuce**

Společnost Otherm má několik poboček v České republice, jen v karlovarském kraji jsou dvě pobočky v Sokolově a v Aši. [27] O vzhledu sokolovské kanceláře více v průběhu schůzky.

Společnost Otherm je výrobcem svých produktů, tudíž využívá přímé distribuční cesty. [28]

### **Komunikace**

Osobní prodej je důležitou součástí komunikace se zákazníky. Více o komunikaci se společností Otherm v průběhu schůzky.

Společnost Otherm má také tištěnou reklamu v sokolovském časopise K-servis.

Webové stránky jsou přehledné, je zde mnoho potřebných informací o nabízených produktech a službách. Je zde i přehled všech poboček, které společnost Otherm má po celé České republice.

### **Průběh schůzky**

Schůzka se konala 21. 8. 2012 v 15:20 – 15:40. Do společnosti Otherm jsem přišla v 15:20 a při příchodu do prodejny jsem se snažila nalézt otevírací dobu, která zde nebyla. Pan Hoch mi otevřel, pozdravil a zeptal se, co potřebuji. Bylo poznat, že nebyl nadšený, že mě viděl. Poté mi řekl, že mají zavřeno z důvodu dovolené, a tak jsem se snažila zjistit otevírací dobu. Na to mi odpověděl, že otevírací doba není určena, protože to závisí na zákaznících a jejich potřebách.

Nejdříve pan Hoch byl odměřený, ale poté co zjistil, že bychom chtěli rekonstruovat chatu, a že bychom chtěli postavit zimní zahradu, jeho zájem se zvýšil. Začal být milejší a nejvíce ho zajímala zimní zahrada. O zimní zahradě se více rozpovídal, když viděl rozměry. Začal přemýšlet o tom, jak by se dala postavit, a pověděl mi, že by byla nutná hliníková konstrukce. Především kvůli bezpečnosti. Bylo mi oznámeno, že odhadem zimní zahrada by stála minimálně 300 000 Kč.

Chtěla jsem probírat plastová okna, ale to pan Hoch nechtěl. Jen se mě zeptal, zda chci plastová či dřevěná a počet oken. Vůbec nechtěl vědět, zda je budu chtít ve variantě dvojsklo či trojsklo. Ani nechtěl vědět, zda chceme do oken sítě nebo zda máme zájem o držáky na květiny. Řekl mi, že tohle je v řádu stovek korun a to doladíme později. Když jsem se ptala na interiérové dveře, tak mi řekl, že ty nenabízí jako držáky na květiny. U garážových vrat mi řekl, že je nenabízí, ale že mi zajistí firmu, která by mi je mohla zhotovit.

Nakonec jsem se začala ptát já. Nejdříve jsem se zeptala na záruku, o té mi řekl, že na všechny produkty je pět let záruka a není potřeba, protože jsou to velice kvalitní výrobky a zatím nezažil, že by byla potřeba okna vyměnit nebo opravit. Dále jsem se ptala na cenu, zda je montáž a začištění spolu s dopravou v ceně. Tak mi vysvětlil, že v nabídce, kterou mi zašle e-mailem, bude přesně uvedená jak cena za práci tak i za dopravu a zednické začištění. Ukázal mi pro lepší pochopení i jednu z nabídek. Nakonec jsem se zeptala na platební podmínky, které měly být také v nabídce.

Zeptala jsem se na propagační materiály. Vypadal, že je touto otázkou zaskočený. Nakonec mi podal dva – jeden o firmě Otherm, který je přehledný a pěkně zpracovaný. Nalezla jsem zde krátkou historii firmy, služby, které nabízí, nebo také normy, které firma plní. Dále jsou zde informace o plastových oknech a také řez plastovým oknem. Také jsou zde uvedeny různé doplňky, které firma nabízí. V druhém letáčku jsou uvedeny pouze dveřní výplně, bohužel bez cen. Když jsem chtěla letáček na zimní zahradu, bohužel žádný neměl.

Prostory byly velké a nebyl zde skoro žádný nábytek, pouze velký stůl s židlemi a jedna skříň a vzhledově to nevypadalo dobře. Na stole nebylo příliš uklizeno, bylo zde mnoho papírů a dojem to na mě neudělalo. V kanceláři bylo i malé dítě, které pokřikovalo, ale nakonec si ho sekretářka odnesla pryč a tak se dalo lépe komunikovat s panem Hochem.

Pan Hoch rozuměl svým produktům a to na mě působilo dobře, ale také působil netrpělivě. Bohužel jsem si všimla, že se dívá na hodinky, takže mi přišlo, že tam nejsem vítaná. Nakonec se mi omlouval, že se nechoval profesionálně, ale to už nezměnilo můj názor.

Schůzka celkově trvala asi dvacet minut. Nabídka měla být zaslána e-mailem do čtrnácti dnů. Bohužel i po urgenci po e-mailu mi sice bylo napsáno, že mi nabídku vyhotoví do týdne i s omluvou, ale žádnou nabídku jsem neobdržela. V příloze B je formulář, který jsem vyhotovila ihned po skončení schůzky.

## **2. 2. 2 Nelan Sokolov**

Společnost Nelan má pobočky v Sokolově, v Chebu a v Karlových Varech. Rozhodla jsem se, že porovná pobočku v Sokolově a v Chebu, abych zjistila, zda jsou nabízené služby stejné v obou pobočkách.

### **Průběh schůzky**

Schůzka se konala dne 22. 8. 2012 a do prodejny jsem přišla ve 14:15 hodin. Prodejna je dobře přístupná a lze ji snadno nalézt. Když jsem vešla do prodejny, tak jsem viděla dvě místnosti, v jedné místnosti seděl za stolem pan Braun. Přívětivě mě pozdravil a zeptal se mě, jaké mám přání. Když jsem řekla, co máme v plánu rekonstruovat, tak se začal vyptávat na podrobnosti – jakou barvu bychom chtěli mít vstupních dveří atp.



Odpověděla jsem, že ještě nevím, zda nemají nějaký vzorník, který bych si mohla odnést domů. Odpověděl mi, že všechno naleznou na internetových stránkách a podal mi vizitku. Přestali jsme tedy řešit detaily a začal zjišťovat technické parametry oken – např. způsob otevírání, a zda bychom chtěli okna ve variantě dvojsklo nebo trojsklo. Když jsem se ptala, jaký je v tom rozdíl a zda okna ve variantě dvojsklo jsou méně kvalitní tak mi odpověděl, že standardně se dává dvojsklo nejen kvůli ceně, ale také prý kvůli tomu, že jejich kvalita je dostačující. Oznámil mi, že doprava bude zdarma.

Vysvětlil mi, že okna Nelan vyrábí sám, ale dveře dostávají od dodavatelů.

Záruka je opět pět let na všechny produkty. První servis je zdarma, uskuteční se po půl roce od montáže oken. Lze si zaplatit servis po třech letech a po dalších třech letech znovu a tím se zvýší záruka na deset let.

Zajímalo mě, do jaké doby od podepsání smlouvy, bude rekonstrukce hotova. Okna a dveře, jak vstupní tak interiérová, budou hotova do čtyř týdnů, jen zimní zahrada bude trvat déle, přibližně šest až osm týdnů. I nabídku odhadoval, že bude trvat déle díky zimní zahradě, přibližně týden. Domluvili jsme se, že mi nabídku zašle jak pro trojsklo, tak i pro dvojsklo.

O platebních podmínkách mi řekl, že záruka je 50%. Pokud složíme zálohu 70%, dostaneme 3% skonto z ceny a pokud bychom zaplatili ihned, skonto by bylo 5%.

Montáž je zahrnuta v ceně, pokud bychom si přáli demontáž a následnou likvidaci oken, tak se cena liší podle oken. Na našem domě by cena za křídlo stála 90 Kč + doprava.

Prostory prodejny vypadaly pěkně a čistě, pouze na stole byly papíry, ale hned po mém příchodu se za to pan Braun omluvil. Byly zde ukázky dveří a oken, takže mi pan Braun ukazoval dveře přímo na ukázce a tak mi to nemusel ukazovat na obrázcích. Vzhled kanceláře bych hodnotila velice kladně, lépe jak v Othermu.

Pan Braun byl upravený a velice příjemný. Jeho vystupování ve mně vyvolalo dojem, že o produktech ví mnoho informací. Snažil se mi vysvětlit rozdíl mezi dvojsklem a trojsklem, ale nakonec mi řekl, že dvojsklo je dostatečně kvalitní. Zeptal se mě, zda mám další dotazy.

Schůzka trvala přibližně třicet minut. Nabídku jsem obdržela do čtyř dnů, ještě dříve, než bylo dohodnuto. V příloze C je vyplněný formulář ze schůzky.

## Cenová nabídka Nelan Sokolov

Tabulka č. 1: *Nabídka Nelan Sokolov plastová okna v KČ*

Cena	Rozměry oken v mm		
	950 x 1 450	850 x 1 250	600 x 1 370
Bez DPH	30 128	22 400	2 768
Sleva 18%	5 423	4 032	498
Včetně 14% DPH	28 164	20 940	2 588
Montáž	13 714		
Celkem	65 406		

Zdroj: Cenová nabídka Nelan Sokolov, 2012

V tabulce se počítá celková nabídka plastových oken v bílé barvě. Počet oken velikosti 950 x 1 450 mm je osm, cena za jedno plastové okno činí 3 766 Kč bez DPH. Počet oken velikosti 850 x 1 250 mm je sedm, cena bez DPH za jedno okno je 3 200 Kč. Poslední rozměry okna jsou 600 x 1 370 mm, zde je pouze jedno okno, cena za jedno okno je 2 768 Kč bez DPH. Sleva mi byla nabídnuta celkem 18%. Nabídka je ze srpna 2012, tudíž se počítá s 14% DPH. Cena montáže oken byla dána za všechny okna dohromady a činí 12 030 Kč bez DPH.

Výpočet:

Cena bez DPH:  $8 \times 3\,766 = 30\,128$  Kč

$7 \times 3\,200 = 22\,400$  Kč

$1 \times 2\,768 = 2\,768$  Kč

Sleva:  $30\,128 \times 0,18 = 5\,423$  Kč

$22\,400 \times 0,18 = 4\,032$  Kč

$2\,768 \times 0,18 = 498$  Kč

Cena včetně DPH:  $(30\,128 - 5\,423) \times 1,14 = 28\,164$  Kč

$(22\,400 - 4\,032) \times 1,14 = 20\,940$  Kč

$(2\,768 - 498) \times 1,14 = 2\,588$  Kč

Montáž včetně DPH:  $12\,030 \times 1,14 = 13\,714$  Kč

Cena celkem:  $28\,164 + 20\,940 + 2\,588 + 13\,714 = 65\,406$  Kč včetně DPH

Tabulka č. 2: Nabídka Nelan Sokolov vchodové, interiérové dveře, garážová vrata a zimní zahrada v Kč

Cena	Vchodové dveře	Interiérové dveře	Garážová vrata	Zimní zahrada
Bez DPH	20 860	13 745	26 011	398 423
Sleva 18%	3 755	0	0	51 795
Včetně 14% DPH	19 500	15 669	29 653	395 156
Montáž	0	3 705	4 560	57 000
Celkem	525 243			

Zdroj: Cenová nabídka Nelan Sokolov, 2012

Nabídka je na jedny vchodové dveře, na pět interiérových dveří a jedny sekční garážová vrata. U vchodových dveří je cena včetně montáže, tu společnost Nelan neuvádí, odečítá se zde sleva 18%. Cena pro jedny interiérové dveře činí 2 749 Kč bez DPH. Garážová vrata nejsou na požadované rozměry 2 600 x 2 200 mm, musely by se upravit na rozměry 2 500 x 2 250 mm a poté by se mohla využít akční sleva, která je již započítaná v ceně garážových vrat. Zimní zahrada je pouze odhadnuta, jelikož by musela být nejdříve přeměřena, výsledná cena by se mohla lišit. Sleva u zimní zahrady je 13%.

Výpočet:

Cena bez DPH: Interiérové dveře:  $5 \times 2\,749 = 13\,745$  Kč

Sleva: Vchodové dveře:  $20\,860 \times 0,18 = 3\,755$  Kč

Zimní zahrada:  $398\,423 \times 0,13 = 51\,795$  Kč

Cena včetně DPH: Vchodové dveře:  $(20\,860 - 3\,755) \times 1,14 = 19\,500$  Kč

Interiérové dveře:  $13\,745 \times 1,14 = 15\,669$  Kč

Garážová vrata:  $26\,011 \times 1,14 = 29\,653$  Kč

Zimní zahrada:  $(398\,423 - 51\,795) \times 1,14 = 395\,156$  Kč

Montáž včetně DPH: Interiérové dveře:  $3\,250 \times 1,14 = 3\,705$  Kč

Garážová vrata:  $4\,000 \text{ Kč} \times 1,14 = 4\,560$  Kč

Zimní zahrada:  $50\,000 \times 1,14 = 57\,000$  Kč

Cena celkem:  $19\,500 + 15\,669 + 29\,653 + 395\,156 + 3\,705 + 4\,560 + 57\,000$

Cena celkem: 525 273 Kč včetně DPH

Tabulka č. 3: *Nelan Sokolov celková nabídka v Kč*

Položka	Celková cena včetně DPH
Plastová okna	65 406
Dveře, vrata, zimní zahrada	525 273
Celkem	590 679

Zdroj: Cenová nabídka Nelan Sokolov, 2012

Celková cena navrhovaného projektu je 590 679 Kč včetně DPH. Jsou zde sečteny všechny položky, jako jsou plastová okna, vchodové dveře, garážová vrata, interiérové dveře a zimní zahrada.

V příloze D je cenová nabídka pro plastová okna, interiérové dveře a sekční garážová vrata. Jsou zde uvedeny i ceny včetně demontáže, letní sleva, která zde není započítaná, protože by se již nedala využít. V příloze E se nachází cenová nabídka pro zimní zahradu.

### **2. 2. 3 Nelan Cheb**

Navštívila jsem i pobočku v Chebu a to z důvodu, abych zjistila, zda poskytují stejné služby zákazníkům v Chebu i v Sokolově.

#### **Průběh schůzky**

Dne 23. 8. 2012 jsem přišla do prodejny v 10:15. Při příchodu mě ihned pan Chmelíř pozdravil a zeptal se na mé přání. Po vyslechnutí se ihned začal vyptávat na podrobnosti, které jsou potřeba vědět. První, co ho zajímalo, bylo, zda je to novostavba nebo rekonstrukce a kde se dům nachází. Každou informaci se mi snažil vysvětlit na názorných ukázkách, které jsou umístěny v prodejně. Jak barevná provedení nebo také rozdíl mezi okny ve variantě dvojsklo a trojsklo. Když viděl zimní zahradu, zeptal se mě, zda máme na tuto stavbu stavební povolení. Byl první, kdo mi řekl, že budu muset mít toto povolení, protože kdyby se něco stalo, pojišťovna by nám nic neuhradila. Dále bude potřeba náčrt jak domu, tak zimní zahrady a také prohlídka domu, než by začala případná stavba zimní zahrady. Zimní zahradu odhadl na 400 000 Kč.

Dále jsme u technických parametrů probírali jak způsob otevírání oken, tak i to, zda chceme bezpečnostní vstupní dveře, nebo interiérové dveře s protipožární vložkou.

Poté se mě zeptal, jestli nemám nějaké dotazy. Zeptala jsem se na záruku a ta odpovídala stejným podmínkám jako v Sokolově, tedy pět let standardně a první servis do půl roku zdarma a pokud si po třech letech a za další tři roky zaplatíme servis, záruka se zvedá na deset let.

Když jsem se ptala na montáž i demontáž řekl mi, že všechno je již v ceně dokonce i likvidace. Což v Sokolově mi bylo řečeno jinak. Odhad doby od podepsání smlouvy a montáž oken pan Chmelíř odhadl na čtyři až šest týdnů, ale klasicky to je pouze čtyři týdny. Stejně tak u vrat i vstupních či interiérových dveří. Pouze stavba zimní zahrady byla odhadována na šest až osm týdnů.

O platebních podmínkách mi řekl, že záruka je 40 - 50%. Pokud složíme zálohu 70%, dostaneme 3% slevu z ceny a pokud bychom zaplatili 100%, sleva by byla 5%.

Poté jsem se zeptala na propagační materiály a ty mi nejdříve nechtěl dát, protože je to lepší vidět na vlastní oči, než na papíře. Řekl mi, že vzorky vždy vozí s sebou. Nakonec mi, když jsem odcházela, podal pět letáčků. Jeden přímo o firmě Nelan – jeho služby. Je to pouze jeden papír, je to stručné a jasné. Druhý je o novém systému těsnění. Je srozumitelný a má pěkný design. Další tři jsou pouze papíry o statickém suchém zasklení atd.

Dále mi nabídl, že kdybych měla zájem, mohla bych vidět výrobu oken. Prostory kanceláře byly opět pěkné a čisté, na stole bylo pár papírů, ale nekazilo to vzhled prodejny. Byly zde ukázky oken, dveří, žaluzií, sítí do oken a dokonce i držáků na květináče. Vše bylo úhledně uspořádané.

Pan Chmelíř byl upravený, trpělivý a snažil se mi vše vysvětlit. Dohodli jsme se, že na okna mi udělá dvě varianty – dvojsklo a trojsklo.

Vystupování pana Chmelíře ve mně vyvolalo dojem, že o produktech ví mnoho informací.

Schůzka trvala přibližně třicet minut. A projekt na okna, dveře i vrata mi byl zaslán ještě ten den, projekt na zimní zahradu mi byl zaslán druhý den. Formulář viz příloha F.

## Cenová nabídka Nelan Cheb

Tabulka č. 4: *Nabídka Nelan Cheb plastová okna v Kč*

Cena	Rozměry oken v mm		
	950 x 1 450	850 x 1 250	600 x 1 370
Bez DPH	30 496	22 596	2 783
Sleva 18%	5 489	4 067	501
včetně 14% DPH	28 508	21 123	2 602
Montáž	15 818		
Celkem	68 049		

Zdroj: Cenová nabídka Nelan Cheb, 2012

Cena okna velikosti 950 x 1 450 mm je 3 812 Kč bez DPH. Cena bez DPH za jedno okno velikosti 850 x 1 250 mm je 3 228 Kč U posledního okna velikosti 600 x 1 370 mm cena činí 2 783Kč bez DPH. Sleva byla opět 18%, byla zde i letní sleva 5%, ta ovšem končila příliš brzy, tak není zde započítaná. Ceny se příliš neliší od sokolovské pobočky, výpočet je stejný jako u sokolovské pobočky.

Tabulka č. 5: *Nabídka Nelan Cheb vchodové a interiérové dveře, garážová vrata a zimní zahrada v Kč*

Cena	Vchodové dveře	Interiérové dveře	Garážová vrata	Zimní zahrada
Bez DPH	20 042	21 000	33 845	418 714
Sleva 18%	3 608	0	0	54 433
Včetně 14% DPH	18 735	23 940	38 583	415 281
Montáž	0	3 705	7 410	57 000
Celkem	564 654			

Zdroj: Cenová nabídka Nelan Cheb, 2012

Cena u vchodových je včetně montáže. Jedny interiérové dveře stojí 4 200 Kč bez DPH, to je oproti nabídce v Sokolově o dost dražší, v Sokolově jedny interiérové dveře stojí 2 749 Kč bez DPH. Sekční garážová vrata jsou dražší a to díky tomu, že nejsou akční jako v Sokolově. Zimní zahrada se liší oproti sokolovské pobočce o přibližně o 20 000 Kč, ale protože je cena jen odhadována a zimní zahrada není zaměřena, dalo se to očekávat. Výpočet se neliší od sokolovské pobočky.

Tabulka č. 6: *Celková Nabídka Nelan Cheb v Kč*

Položka	Celková cena včetně DPH
Plastová okna	57 992
Dveře, vrata, zimní zahrada	564 654
Celkem	622 646

Zdroj: Cenová nabídka Nelan Cheb, 2012

Celková cena byla vypočítána na 622 646 Kč včetně DPH. U sokolovské pobočky vyšla celková cena méně, ale to je především díky zimní zahradě, která nelze snadno odhadnout bez přeměření.

V příloze G se nachází cenová nabídka pro plastová okna a vchodové dveře. V příloze H se nachází cenová nabídka pro interiérové dveře. V příloze I je cenová nabídka pro garážová vrata. Cenová nabídka pro zimní zahradu se nachází v příloze J.

#### 2. 2. 4 Vency, s. r. o. Cheb

Společnost Vency, spol. s. r. o. vznikla roku 2008 a nemá tak dlouholetou tradici jako společnost Nelan. [44]

##### **Produkt**

Společnost Vency, s. .r. o. nabízí plastová okna, eurookna, vchodové dveře, garážová vrata, vchodové dveře a také doplňkový sortiment – žaluzie, předokenní rolety a sítě proti hmyzu. Dále nabízejí montáž či demontáž, zednické začištění společně s likvidací oken a dveří. [45]

##### **Cena**

Cenová nabídka byla zaslána prostřednictvím e-mailu po předchozí domluvě.

Tabulka č. 7: *Nabídka Vency plastová okna v Kč*

Cena	Rozměry oken v mm		
	950 x 1 450	850 x 1 250	600 x 1 370
Bez DPH	29 754	24 684	3 289
Včetně 14% DPH	33 920	28 140	3 750
Celkem	65 810		

Zdroj: Cenová nabídka Vency, 2012

Cena jednoho plastového okna, které má rozměr 950 x 1 450 mm je 3719 Kč bez DPH. Okno o rozměrech 850 x 1 250 Kč stojí u společnosti Vency 3 526 Kč bez DPH a poslední okno o velikosti 600 x 1 370 stojí 3 289 Kč bez DPH. Okna společnosti Vency jsou o nepatrný rozdíl levnější oproti společnosti Nelan, rozdíl je menší než 100 Kč bez DPH. V nabídce jsou určeny ceny včetně DPH.

Výpočet:

Cena bez DPH:      1. Typ okna:  $33\,920 \times (14/114) = 4\,166$  Kč DPH  
 $33\,920 - 4\,166 = 29\,754$  Kč bez DPH

2. typ okna:  $28\,140 \times (14/114) = 3\,456$  Kč DPH  
 $28\,140 - 3\,456 = 24\,684$  Kč bez DPH

3. typ okna:  $3\,750 \times (14/114) = 461$  Kč DPH  
 $3\,750 - 461 = 3\,289$  Kč včetně DPH

Tabulka č. 8: *Nabídka Vency vchodové dveře, garážová vrata a zimní zahrada v Kč*

Cena	Vchodové dveře	Garážová vrata	Zimní zahrada
Bez DPH	18 254	28 070	70 175
Včetně 14% DPH	20 810	32 000	80 000
Celkem	132 809		

Zdroj: Cenová nabídka Vency, 2012

Společnost Vency nenabízí interiérové dveře a cena zimní zahrady je pouze orientační, jedná se o cenu výplně skel do zimní zahrady, není zde započítána konstrukce ani montáž. Cena garážových vrat je pouze orientační, byla mi sdělena již na schůzce. Vchodové dveře jsou levnější než u společnosti Nelan přibližně o 2 000 Kč bez DPH. Výpočet ceny bez DPH je stejný jako u plastových oken společnosti Vency.

Tabulka č. 9: *Celková Nabídka Vency v Kč*

Položka	Celková cena včetně DPH
Plastová okna	65 810
Dveře, vrata, zimní zahrada	132 809
Celkem	198 619

Zdroj: Cenová nabídka Vency, 2012



Celková cena je o poznání levnější a to především díky tomu, že zde není započítaná konstrukce zimní zahrady, která zvedne cenu. Společnost Vency nenabízí interiérové dveře.

V příloze K se nachází cenová nabídka pro plastová okna a vchodové dveře. V nabídce jsou ceny uvedeny včetně DPH.

### **Distribuce**

Společnost Vency má pouze jednu pobočku v Chebu, přístup k prodejně je dobrý, ale vzhled prodejny nebyl příliš uspokojivý. Více o vzhledu kanceláře v průběhu schůzky.

Společnost Vency, dodává plastová okna od německých dodavatelů ALUPLAST® a eurookna od českého dodavatele TWW. Vchodové dveře odebírají od dodavatele VP trend, s. r. o. Síť proti hmyzu, garážová vrata a žaluzie dodává společnost KASKO. Společnost tedy nevyužívá přímých distribučních cest, ale nepřímých. [45]

### **Komunikace**

Společnost Vency využívá především osobního prodeje, který tvoří největší část komunikace se zákazníkem. Zákazník si sjedná schůzku, či přijde neohlášen a pracovník společnosti Vency se mu bude věnovat. Dále je možná telefonická komunikace a v případě zaslání cenové nabídky společnost Vency využívá e-mailovou komunikaci. Podrobnější popis komunikace se společností Vency je v průběhu schůzky.

Společnost Vency má své webové stránky, které vzhledově nejsou tak zajímavé jako u společnosti Nelan. Je zde mnoho užitečných informací, jako například z čeho jsou plastová okna vyrobena a od jakého výrobce společnost dodává. Je zde i ceník, který je pouze orientační a mění se podle požadovaných rozměrů. [43]

Společnost nesponzoruje žádné projekty, které by mohly pomoci rozšířit povědomí o této společnosti.

Propagační materiál, který jsem dostala je pouze o výrobcích, které firma poskytuje. Nejsou zde žádné informace o společnosti.

## **Průběh schůzky**

Dne 22. 8. 2012 jsem vešla do budovy v 11:40 a ihned jsem byla pozvána do prodejny. Mluvila jsem s panem Pflugem. Ihned se mě zeptal, jaké mám přání a rovnou mi řekl, že interiérové dveře nenabízí. O zimní zahradě mi řekl, že s ní nemají zkušenosti, že ji stavěli jen jednou, a že o to nemají velký zájem, díky nedostatečným zkušenostem. Tím mě odradil. Tak jsme začali řešit technické parametry a řekl mi, že jediné, co nabízí, jsou pětikomorová okna. Když jsem se zeptala, jestli nenabízí jiné tak mi řekl, že by bylo možné ještě sedmikomorová, ale pětikomorová postačí. Když jsem chtěla v okně příčku, začal mi ukazovat různé varianty příček na vzorcích. Chtěla jsem si vzít leták domů, tak mi dal pouze jeden leták.

Dále jsme řešili doplňky – firma nenabízí držáky truhlíků ani sušáky prádla. Zeptala jsem se na záruku. Ta je standardně pět let a pravidelný servis je i po záruce zdarma. Záloha je ve výši 50 – 60%. Doba montáže oken je maximálně čtyři týdny. Nakonec jsem odešla a za chvíli mi volali, zda bych se nemohla vrátit, že přišel odborník. Ten se mi snažil ukázat levnější varianty zimní zahrady. Například místo hliníkové střechy, střechu normální s taškami. Také by mohly být trámy dřevěné, které by nám mohl zhotovit truhlář. Dohodli jsme se tedy, že v nabídce budou pouze skla, která jsou potřebná na zimní zahradu.

Letáček obsahuje systém plastových okenních profilů a je dobře srozumitelný.

Prostory byly malé a nevzhledné – byla zde tma a vzorky ležely na zemi anebo byly v poličkách. Nepořádek na stole nebyl, to ale nevylepšilo celkový dojem, který na mě prodejna udělala. Pan Pflug mi moc nepřišel, že by byl profesionální, ale byl trpělivý a zodpověděl mi mé otázky. Rozhodně se mi s ním lépe komunikovalo než s odborníkem. Odborník mi přišel nesympatický, ale to byl spíše subjektivní pocit. Ve formuláři jsem je hodnotila dohromady.

Schůzka trvala přibližně čtyřicet minut dohromady, nabídku jsem obdržela do dvou pracovních dnů, jak mi bylo slíbeno. V příloze L je vyplněný formulář ze schůzky.

### **2. 2. 5 Elements system, s. r. o.**

Elements system existuje na trhu již čtrnáct let a za dobu svojí praxe již proběhlo 4 800 zakázek. [17]

## Produkt

Společnost Elements system nabízí plastová okna, garážová vrata a brány, zasklívání balkónů, stínící techniku (žaluzie, síť proti hmyzu apod.) a dveřní systémy.

Dále poskytuje zákazníkům montáž těchto produktů, demontáž s následnou likvidací a zednickým začištěním. [17]

## Cena

Cena je dána na základě cenové nabídky, která mi byla zaslána prostřednictvím e-mailu.

Tabulka č. 10: *Nabídka Elements system, s. r. o. plastová okna v Kč*

Cena	Rozměry oken v mm		
	950 x 1 450	850 x 1 250	600 x 1 370
Bez DPH	42 376	32 851	4 029
Sleva 10%	4 238	3 285	403
Objektový rabat 15%	5 721	4 435	544
Včetně 14% DPH	36 956	28 649	3 514
Montáž, demontáž	17 087		
Celkem	86 207		

Zdroj: Cenová nabídka Elements system, s. r. o., 2012

Cena za okno o rozměru 950 x 1 450 mm činí 5 297 Kč bez DPH. Cena okno o rozměrech 850 x 1 250 mm je 4 693 Kč bez DPH. Ceny jsou vyšší než u společnosti Nelan, ale v konečné nabídce je 10% sleva a ještě 15% objektový rabat, který se vypočítá až po odečtení slev. Cena montáže oken činí 14 989 Kč bez DPH.

Výpočet pro první typ oken:

Sleva 10%:  $42\,376 \times 0,1 = 4\,238$  Kč

Cena po slevě:  $42\,376 - 4\,238 = 38\,138$  Kč

Objektový rabat 15%:  $38\,138 \times 0,15 = 5\,721$  Kč

Cena včetně 14 DPH:  $(38\,138 - 5\,721) \times 1,14 = 36\,956$  Kč včetně DPH

U ostatních typů oken se výpočet nemění.

Tabulka č. 11: *Nabídka Elements system, s. r. o. Vchodové a interiérové dveře, garážová vrata a zimní zahrada v Kč*

Cena	Vchodové dveře	Interiérové dveře	Garážová vrata	Zimní zahrada okna	Zimní zahrada střecha
Bez DPH	18 437	7 445	21 564	108 266	164 600
Sleva	1 844	0	0	10827	0
Objektový rabat	2 489	0	0	14616	0
Včetně 14% DPH	16 079	8 487	24 583	94 419	187 644
Montáž	3 192	5 130	1	33 060	
Celkem	369 403				

Zdroj: Cenová nabídka Elements system, s. r. o., 2012

Pro vchodové dveře platí stejná sleva 10% jako u plastových oken a dále objektový rabat 15%. Výpočet slev a rabatu je stejný, jako u výpočtu u plastových oken. Interiérové dveře firma Elements system nabízí od společnosti Sapeli, jedny interiérové dveře stojí 1 489 Kč bez DPH. Vchodové dveře jsou vyrobeny společností Trocal. Garážová vrata společnost dodává od společnosti Hörman, musely by být zmenšeny na akční rozměr 2 500 x 2 250 mm, jinak by cena byla vyšší. U zimní zahrady je zvlášť cena pro skelné výplně a zvlášť pro střechu. U skelné výplně se počítá sleva 10% a poté objektový rabat 15%, výpočet je stejný jako u plastových oken. Cena montáže vchodových dveří je 2 800 Kč bez DPH, u interiérových dveří cena montáže je 4 500 Kč bez DPH. Cena montáže zimní zahrady je 29 000 Kč bez DPH a je společná pro výplně i střechu.

Tabulka č. 12: *Celková Nabídka Elements system, s. r. o. v Kč*

Položka	Celková cena včetně DPH
Plastová okna	86 207
Dveře, vrata, zimní zahrada	369 403
Celkem	455 610

Zdroj: Cenová nabídka Elements system, s. r. o., 2012

Celková cena nabídky Elements system, s. r. o. je levnější než u společnosti Nelan a to díky zimní zahradě, která u společnosti Nelan má hliníkovou konstrukci.

Cenová nabídka pro plastová okna viz příloha M. Cenová nabídka pro interiérové dveře se nachází v příloze N. Vchodové dveře se nachází v příloze O a garážová vrata v příloze P. Zimní zahrada viz příloha Q.

## **Distribuce**

Společnost Elements system má pouze jednu pobočku, která je umístěna v Chebu. Nalézt pobočku není žádný problém, pobočka je označená a společnost má na svých webových stránkách i mapu. Více o vzhledu kanceláře v průběhu schůzky.

Společnost si produkty sama nevyrábí, tudíž využívá nepřímých distribučních cest, své produkty dodává od různých dodavatelů. Plastová okna dodává od společnosti Trocal, interiérové dveře od společnosti Sapeli a garážová vrata od společnosti Hörman. [32]

## **Komunikace**

Jako ostatní společnosti, i společnost Elements system se nejvíce zaměřuje na osobní prodej. Po osobní schůzce po domluvě je cenová nabídka zaslána na e-mail.

Společnost má i webové stránky, na kterých se nacházejí především produkty a služby, které společnost poskytuje. Je zde i kontakt a mapa sídla společnosti. [17]

## **Průběh schůzky**

Schůzka se konala dne 22. 8. 2012. Prodejna byla dobře viditelná, když jsem vešla, paní Dojčarová mě ihned usadila a nabídla mi něco k pití. Prodejna byla tvořena ze dvou místností, v obou bylo dostatek vzorových předmětů. První, na co se zeptala, bylo, zda je to rekonstrukce. U každé položky chtěla vědět i doplňkové předměty jako jsou parapety, kliky a dokonce mi i doporučovala předměty, které byly ve slevě. U každého výrobku řekla svůj názor a porovnávala více výrobků mezi sebou. Buď výrobek ukazovala na obrázku, nebo přímo v prodejně. Řekla mi, že okna a vstupní dveře vyrábí společnost Trocal, která je mateřská společnost společnosti Elements system, s. r. o., vrata jsou od firmy Hörman. Dále jsme se dohodly, že mi nabídku udělá jak na okna ve variantě dvojsklo tak i na trojsklo. Zimní zahrada bude jen odhad, protože na to je důležitý odborník.

Zeptala se mě, jaké mám dotazy. Záruka na skla v oknech, v zimní zahradě nebo také ve dveřích je dva roky, na plasty je až sedm let. Na žaluzie je záruka čtyři roky. Pravidelný servis je po celé první dva roky zdarma, poté je placený. U platebních podmínek je to 70% záloha předem. Dále v té době byla akce na dveře a na vrata, což mi paní ihned pověděla a dávala mi vybrat právě z těchto produktů. Dále je možná množstevní sleva.

Paní Dojčarová mi sama nabídla letáček, na kterém jsou právě zlevněná vrata. Jsou zde i ceny. Nejsou rozepsané jako v nabídce, je zde pouze konečná cena.

Prostory kanceláře byly uklizené i na stole nebyl žádný nepořádek. Bylo zde spousty ukázkových i propagačních materiálů. Byl zde i pes, ale ten nijak nenarušoval průběh schůzky. Paní Dojčarová na mě působila dobrým dojmem, líbilo se mi, že porovnávala různé varianty.

Schůzka trvala přibližně čtyřicet minut. Nabídka měla přijít do týdne, bohužel přišla až po třech týdnech. Formulář ze schůzky je přiložený v příloze R.

## **2. 2. 6 Maršál Sokolov**

Společnost Maršál je na trhu již od roku 1992 a je to rodinný podnik, který se zabývá více obory v podnikání kromě montáže plastových oken. Dalšími obory je zámečnictví, reklamní služby či sklenářství a servis plastových oken. [26]

### **Produkt**

Hlavním produktem společnosti Maršál jsou plastová okna, dveře, zimní zahrady a zasklívání balkónů. [30]

### **Cena**

Cenová nabídka společnosti Maršál mi nebyla zaslána i přes urgování e-mailem.

### **Distribuce**

Firma má jednu pobočku v Sokolově. Více o pobočce v průběhu schůzky.

Firma spolupracuje se společností Nelan, od které odebírá okna a také se společností Veka a Unionplast. Využívá tedy nepřímé distribuční cesty. [19]

### **Komunikace**

Osobní prodej je jedním z nástrojů komunikace, který firma Maršál využívá. Dále využívá e-mailové komunikace, díky které firma zasílá své nabídky. Více o komunikaci s firmou Maršál v průběhu schůzky.

Webové stránky jsou nepřehledné. Dokonce jsou považovány za škodlivé pro počítač.

## **Průběh schůzky**

Schůzka proběhla dne 24. 8. 2012 v deset hodin, po předchozí telefonické domluvě, jelikož jsem poprvé pana Maršíčka nezastihla. Ihned jsme začali probírat rekonstrukci. Zajímalo ho vše – způsob otevírání, doplňky i design. Když jsme se dostali k zimní zahradě tak se snažil vymyslet jiné varianty než hliníkovou střechu, protože hliníková střecha je podle jeho názoru nevzhledná. Zeptal se i na to, kolik stupňů bychom chtěli mít v zimní zahradě v zimním období. Vysvětlil mi, že čím vyšší teplota tam v zimě bude, tím bude projekt dražší. Se zimními zahradami má pan Maršíček zkušenosti a dle jeho názoru jsou nejlepší firmou na zimní zahrady v Sokolově. Uváděl mi i zimní zahrady, které postavili, abych měla představu jejich práce.

Dále mi řekl, s jakými firmami spolupracuje: Nelan, Unionplast a Veka. O Vece hodně mluvil, je to jedna z nejlepších firem v Německu.

Řekl mi, že ví, že půjdu i ke konkurenci, a že když mu zašlu nejlevnější nabídku, kterou dostanu od konkurence, bude se snažit udělat nabídku ještě levnější. Dělá to kvůli konkurenčnímu boji.

Poté jsem se zeptala na záruku. Ta je standardně pět let. U platebních podmínek mi řekl, že je to podle dohody, ale pokud je dodávka velká, bude potřeba větší záloha na nákup materiálu. V našem případě by záloha činila minimálně 60%. Pravidelný servis provádí zdarma po dobu pěti let, poté je placený. Placený servis provádí i u oken, které nejsou původem od nich.

Žádný propagační materiál jsem nedostala, vše se nachází na internetových stránkách a vzorníky má s sebou také při každé schůzce.

Prostory byly malé, nebyl zde žádný stůl, ale malý stolek, vypadalo to útulně, i když to bylo malé.

Pan Maršíček na mě působil jako milý pán, který má rodinnou společnost a také se choval lidštěji, snažil se vtipkovat. Když jsme se bavili o technických záležitostech, mluvil srozumitelně.

Schůzka trvala přibližně čtyřicet minut, nabídka mi měla být zaslána do týdne, bohužel i po urgování mi žádná nabídka nepřišla. Formulář ze schůzky je v příloze S.

## 2. 2. 7 Hilzinger, s. r. o. Kraslice

Společnost Hilzinger s. r. o. Existuje na trhu již od roku 1994 a je to česká pobočka německé společnosti Hilzinger GmbH.. [34]

### Produkt

Společnost se zabývá vlastní výrobou a montáží plastových oken či dveří. Dále nabízí také příslušenství, jako jsou například parapety či žaluzie. Poskytuje také pro své zákazníky garážová vrata.

### Cena

Tabulka č. 13: *Nabídka Hilzinger, s. r. o., plastová okna v Kč*

Cena	Rozměry oken v mm		
	950 x 1 450	850 x 1 250	600 x 1 370
Bez DPH	37 964	29 573	3 743
Sleva 20%	7 593	5 915	749
Včetně 14% DPH	34 623	26 971	3 414
Montáž	26 733		
Celkem	91 740		

Zdroj: Cenová nabídka Hilzinger, s. r. o., 2012

Nabízená sleva činí 20% z ceny bez DPH. Cena jednoho okna o rozměru 950 x 1 450 mm vychází na 4 746 Kč bez DPH. Cena plastového okna o rozměrech 850 x 1 250 mm činí 4 255 Kč bez DPH. Poslední okno je navrhované na opačné rozměry, než byly požadované. Rozměry jsou tedy 1 370 x 600 mm a okno je výklopné. Montáž je zde zahrnuta pro celý projekt, tudíž se nebude již nikde vyskytovat, cena bez DPH pro montáž je 23 450 Kč. V ceně oken jsou započítány i ceny parapetů.

Tabulka č. 14: *Nabídka Hilzinger, s. r. o. Vchodové dveře a zimní zahrada v Kč*

Cena	Vchodové dveře	Zimní zahrada
Bez DPH	21189	139951
Sleva 20%	4238	27990
Včetně 14% DPH	19324	127635
Celkem	146960	

Zdroj: Cenová nabídka Hilzinger, s. r. o., 2012



Garážová vrata společnost Hilzinger nenabízí, ovšem poskytl mi leták společnosti Hörmann, stejný jsem obdržela u společnosti Elements, systém, s. r. o. Cena sekčních garážových vrat stojí 20 950 Kč bez DPH. Interiérové dveře také nenabízí.

Tabulka č. 15: *Celková Nabídka Hilzinger, s. r. o. v Kč*

Položka	Celková cena včetně DPH
Plastová okna	91 740
Dveře, vrata, zimní zahrada	146 960
Celkem	238 700

Zdroj: Cenová nabídka Hilzinger, s. r. o., 2012

Celkový projekt by vyšel na 238 700 Kč včetně DPH. Cena projektu je levnější díky tomu, že střecha není z hliníku, nýbrž ze skla.

V příloze T se nachází celková nabídka.

### **Distribuce**

Společnost má několik poboček po celé Evropě – v Německu, ve Francii a v České republice. Jediná pobočka v České republice je v Kraslicích, poblíž německých hranic. [34] O vzhledu a přístupnosti k prodejně více v průběhu schůzky.

Společnost si sama vyrábí plastová okna a dveře, využívá tedy přímé distribuční cesty u těchto výrobků. Garážová vrata dodává od společnosti Hörmann. Zde využívá nepřímých distribučních cest. [34]

### **Komunikace**

Opět společnost využívá osobní prodej, který probíhá v prodejně v Kraslicích. Objednávka přichází z pravidla na e-mail. Přesnější popis komunikace se nachází v průběhu schůzky.

Společnost Hilzinger má spot v západočeském rádiu: „Okna, dveře plastová, Hilzinger“ Reklamu má také v tištěné podobě a to v sokolovském deníku K-servis.

Na webových stránkách je mnoho informací, které mohou zákazníkovi pomoci v rozhodování. Informace jsou přehledné. Je zde uveden popis nabízených produktů, rady a nejčastější dotazy a třeba také certifikáty, které společnosti vlastní. [34]

## **Průběh schůzky**

Mystery shopping byl prováděn dne 27. 8. 2012. Do budovy jsem přišla přibližně v 13:10 a ihned jsme začali probírat detaily naší rekonstrukce. Bohužel skoro po celou schůzku jsem stála, protože nebyla zde žádná židle naproti stolu, u kterého seděl pán, který se mi ani nepředstavil. Zajímaly ho jen zásadní věci – barva a styl oken. Žádné technické parametry jsme neřešili, jen to, kde bychom chtěli mít otevírání u oken a balkonové dveře u zimní zahrady. U sekčních vrat mi nabídl, že je teď akce u Hörmanna 30% sleva, ale bylo by potřeba naše vrata zmenšit – teď je máme moc dlouhé, takže bychom je o deset centimetrů zkrátili. To bylo jediné, co jsme spolu řešili ohledně technických parametrů.

Poté jsem se začala ptát já a až tehdy mi nabídl, abych se posadila a podal mi židli. Záruka je klasicky pět let, v záruce jsou zdarma pravidelné servisy, poté jsou placené. U platebních podmínek mi řekl, že záloha je 70% ihned. Jako propagační materiál jsem dostala stejný leták jako u společnosti Elements system, s. r. o., tudíž by cena měla být stejná.

Prostory byly průměrné, byly zde dva stoly. Nevypadalo to moc úhledně, i když zde bylo uklizeno.

Pan mi nebyl sympatický především kvůli tomu, že se mi nepředstavil a nenechal mě sednout. Mluvil stručně, aby to zbytečně moc neprotahoval. Říkal, že má další schůzku a vše ostatní, jako doplňky vyřešíme poté, co se pro ně rozhodnu.

Schůzka trvala přibližně deset minut a nabídka mi byla zaslána do druhého dne. Formulář je v příloze U.

## **2. 2. 8 Vekra**

Společnost má již dvacetiletou tradici, tudíž je velkým a silným konkurentem pro společnost Nelan. Přibližný podíl na trhu činí 15%. V roce 2011 bylo vyrobeno přes pět milionů plastových oken. [28]

### **Produkt**

Společnost vyrábí plastová, dřevěná a hliníková okna a vchodové dveře a garážová vrata, což je u společnosti novinkou. [33]

Samozřejmostí je také doplňkový sortiment, jako jsou sítě proti hmyzu či parapety, dokonce i klepadla. Společnost také poskytuje montáž, demontáž a zednické začištění. Dále také nabízí servis. [41]

## Cena

Tabulka č. 16: *Nabídka Vekra pro plastová okna v Kč*

Cena	Rozměry oken v mm		
	950 x 1 450	850 x 1 250	600 x 1 370
Bez DPH	48 064	35 567	4 004
Sleva 19%	9 132	6 758	761
Objemová sleva 6 %	2 884	2 134	240
Včetně 14% DPH	41 095	30 410	3 423
Montáž, demontáž	54 434		
Celkem	129 362		

Zdroj: Cenová nabídka Vekra, 2012

Cena jednoho okna o rozměrech 950 x 1 450 mm vychází na 6 008 Kč bez DPH. Cena pro okno o rozměrech 850 x 1 250 mm je 5 081 Kč bez DPH. V nabídce je započítána i sleva, která není vyjádřena procentuálně. V nabídce je celková sleva určena na 35 932 Kč a je vypočítána z celkové nabídky 188 480 Kč. Procenta se vypočítají klasickou trojčlenkou. Objemová sleva činí 10 899 Kč a procenta se dají vypočítat opět pomocí trojčlenky. Okna od společnosti Vekra jsou o mnoho dražší než u společnosti Nelan.

Tabulka č. 17: *Nabídka Vekra Vchodové dveře v Kč*

Cena	Vchodové dveře
Bez DPH	31737
Sleva 19%	6030
Objemová sleva 6%	1904
Včetně 14% DPH	36180
Celkem	36180

Zdroj: Cenová nabídka Vekra, 2012

Společnost Vekra nenabízí interiérové dveře, sekční garážová vrata ani zimní zahradu. Specializuje se především na plastová okna. Vchodové dveře nabízí, ale jsou téměř o 10 000 Kč bez DPH dražší než u společnosti Nelan.

Tabulka č. 18: *Celková nabídka Vekra v Kč*

Položka	Celková cena včetně DPH
Plastová okna	129 362
Vchodové dveře	36 180
Celkem	165 542

Zdroj: Cenová nabídka Vekra, 2012

Celková cena nabídky Vekra je nižší než u ostatních společností a to díky tomu, že nabízí pouze plastová okna a vchodové dveře. Celková cena je včetně DPH.

V Příloze V se nachází cenová nabídka.

### **Distribuce**

Společnost Vekra má mnoho poboček po celé České republice, jen v karlovarském kraji jsou dvě pobočky v Chebu a v Karlových Varech. [18] Pobočka v Chebu se nachází na pěší zóně, tudíž přístup k pobočce je velmi dobrý. Více o vzhledu kanceláře v průběhu schůzky.

Společnost Vekra je výrobcem svých nabízených produktů. Využívá tedy přímé distribuční cesty.

### **Komunikace**

Osobní prodej je hlavní komunikační strategií, kterou společnost Vekra využívá. Dále je možná komunikace přes e-mail či telefon. Popis komunikace se společností Vekra je v průběhu schůzky.

Společnost Vekra má na radiu Beat třiceti sekundový spot, hlavní myšlenkou tohoto spotu je přesvědčení zákazníka, že společnost Vekra je kvalitním dodavatelem oken a dveří. [37]

Společnost se věnuje také několika projektům, jako je například projekt „Motorsport ve školách“. Je to soutěž o výlet na Mistrovství světa cestovních vozů, který bude kompletně financován pro 15 lidí. [36]

Webové stránky společnosti jsou velice přehledné, jedny z nejpřehlednějších stránek všech konkurentů společnosti Nelan. Jsou zde informace o službách a produktech, informace o společnosti nebo také novinky společnosti Vekra. Samozřejmostí je také seznam poboček společnosti Vekra. [29]

## **Průběh schůzky**

Schůzka se konala dne 28. 8. 2012, po příchodu do prodejny jsem byla ihned vyzvána k tomu, abych si sedla. Jednala jsem s paní, která se mi nepředstavila. Ihned si myslela, že to bude rekonstrukce. Hned ze začátku mi pověděla, že garážová vrata nedělají. Ale snažila se mi poradit, která společnost by mi s tímhle mohla pomoci. Doporučila mi firmu Lomax a dala mi i propagační materiál od firmy Lomax. Stejně i předokenní rolety nenabízejí, ale firma Lomax ano. Dále mi řekla, že ani interiérové dveře nenabízí, tak mi doporučila firmu Sapeli. Dále nedělají ani zimní zahrady, prý kvůli tomu, že nejsou schopni zajistit kvalitní sváry v zimní zahradě.

Přešly jsme tedy k tomu, co nabízejí – okna. U těch jsme se domluvily, že budou pětikomorová, jiná nedělají. Ukázala mi pětikomorová okna v letáčku, který mi přenechala. Poprosila jsem ji, aby mi udělala dvě varianty na dvojsklo a trojsklo. Vše co potřebovala mi ukázat, tak mi ukázala buď na názorné ukázce v prodejně, nebo v letáčku.

Poté jsme přešly k dotazům. Záruka pět let je tehdy, pokud okna namontuje firma Vekra. Pokud to tak bude, DPH bude 14%. Pokud bychom si chtěli sami namontovat okna, DPH by se zvedlo na 20% a záruka se snížila na dva roky. U platebních podmínek je to tak, že buď můžeme dát 100% ihned, nebo 70% a po montáži zbytek. S montáží se začne teprve tehdy, když budou na jejich účet připsány peněžní prostředky. U pravidelného servisu po dobu záruky stačí zavolat a dojednat si schůzku. Po skončení záruky dělají také servis, ale ten není zdarma. Odhad doby od podepsání smlouvy do montáže oken paní odhadovala na čtyři až pět týdnů.

Propagační materiály mi nabídla sama hned v úvodu schůzky. Dostala jsem celkem tři – jeden o již zmiňované firmě Lomax, kde mohu najít garážová vrata a předokenní rolety. Jsou zde většinou barevná provedení a typy vrat a rolet. Ceny zde nejsou uvedeny. Dalším materiálem, který mi poskytla, jsou dveřní výplně. Jsou zde typy dveřních výplní a také doplňky ke dveřím – klepadla, kukátka atp. Zde je uvedeno, že záruka je sedm let na plastové dveřní výplně. Poslední je produktový katalog firmy Vekra. Jsou zde typy oken, výplně dveří, doplňky a srovnání veškerých typů oken, které Vekra nabízí. Tento propagační materiál je velmi přehledný.

Prostory kanceláře byly velice upravené a nejhezčí ze všech kanceláří vůbec. Vše bylo esteticky uspořádané a na první pohled to nebylo přeplácené. Byly zde ukázky oken, dveří i sítí do oken.

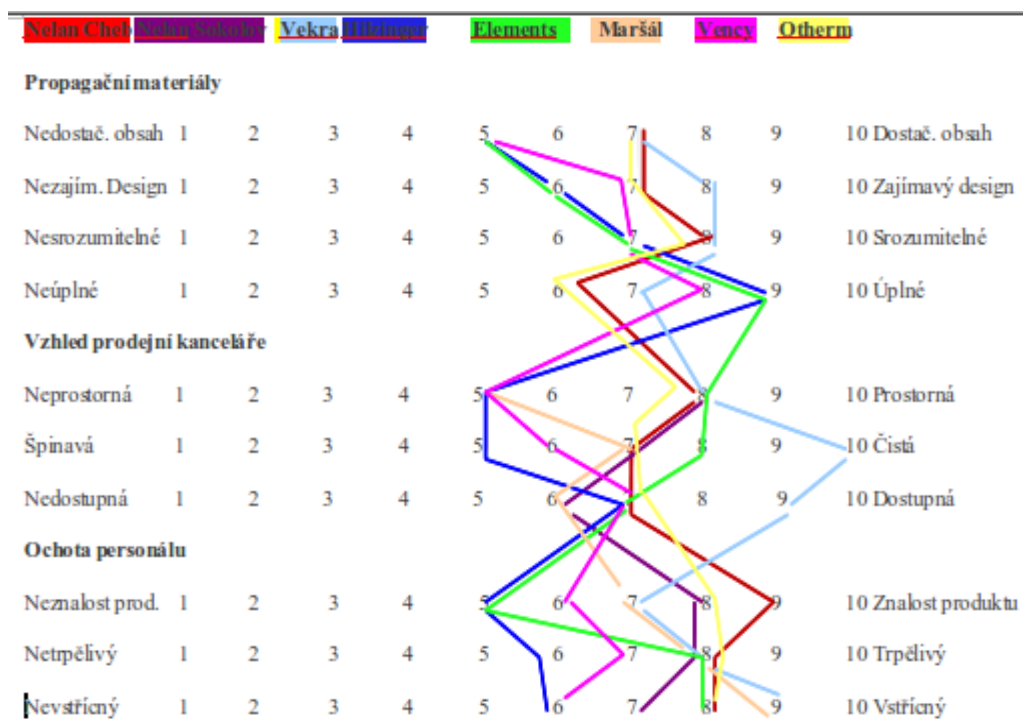
Paní, se kterou jsem jednala, byla milá paní. Po technické stránce toho věděla dost, dokonce mi i snažila se vysvětlit, kdy je lepší dvojsklo a kdy trojsklo. Do našeho domu by se hodilo trojsklo, kvůli tepelné izolaci. Ale dohodly jsme se, že mi udělá nabídku na dvojsklo i trojsklo.

Schůzka trvala přibližně čtyřicet pět minut. A projekt byl zaslán ještě toho dne. Vyplněný formulář je v příloze W.

### **2. 3 Vyhodnocení mystery shoppingu**

Obě pobočky společnosti Nelan, s. r. o. si v mém mystery shoppingu vedly velice dobře. Pobočka v Sokolově neposkytla propagační materiály, ale bylo to vysvětleno tím, že lze vše najít na internetových stránkách. Nejlepší dojem na mě udělala společnost Vekra a také Nelan pobočka v Chebu. A to díky příjemnému vystupování, znalostmi produktů a příjemným vzhledem kanceláře. Nejhůře na mě působila společnost Hilzinger v Kraslicích a to především díky špatnému chování a velmi nevkusnou prodejnou. Společnost Vency v Chebu ve mně také nevyvolala dobré dojmy, především proto, že mi nepřipadali jako profesionálové. Toto jsou však pouze subjektivní pocity, je také možné, že kdybych přišla v jiný den, schůzka by vypadala jinak.

Obrázek č. 2: *Sémantický diferenciál*



Zdroj: Vlastní zpracování, 2013

V sémantickém diferenciálu je vidět, že společnosti si vedly velmi podobně. Nejvíce bodů u sekce propagačních materiálů, získala společnost Vekra. Ze 40 možných, získala 30 bodů. Naopak nejméně bodů dostaly společnosti Nelan Sokolov a Maršál, jelikož ani jedna z firem neposkytla své propagační materiály.

Nejlepší vzhled prodejny byl u společnosti Vekra. Společnost Vekra dosáhla 27 bodů z 30 možných. Naopak nejhorší vzhled prodejny byl u společnosti Hilzinger, který dosáhl pouhých 17 bodů, velmi obdobně na tom byla společnost Vency s 18 body.

U ochoty personálu jsem se setkala především s velice milým personálem skoro u všech společností. Byli milí a snažili se co nejvíce, abych jim rozuměla. Nejlépe v této sekci byla společnost Nelan v Chebu s dosaženými 25 body, nejhůře opět společnost Hilzinger, která dosáhla pouhých 17 bodů.

Celkově bylo možné dosáhnout 100 bodů. Nejlepší hodnocení dostala společnost Vekra, která dosáhla celkově 81 bodů. Druhou nejlepší společností, je společnost Nelan Cheb, která dosáhla 75 bodů. Další společností, je společnost Otherm, která dosáhla 74 bodů, společnost Elements system, s. r. o. dosáhla 71 bodů. Dále společnost Vency, která má ve výsledku 64 bodů. Další je společnost Hilzinger s 61 body. A o poslední místa se dělí

společnosti, které nenabídly žádné propagační materiály. Společnost Nelan Sokolov dosáhla 44 bodů a společnost Maršál 42 bodů.



### 3 Doporučení

Společnost Nelan mi v mém průzkumu vyšla jako konkurenceschopná společnost. Společnost má správně nastavené ceny svých produktů, které nejsou ani příliš levné, ani příliš drahé jako u společnosti Vekra. Jejich dodací lhůta je také v porovnání s ostatními společnostmi rychlá. Při vypracování nabídek, byla společnost Nelan s. r. o. nejrychlejší.

Prvním navrhovaným zlepšením je, aby pobočky v Sokolově a v Chebu (popřípadě v Karlových Varech) poskytovaly stejné informace. V mém průzkumu jsem přišla na malé nesrovnalosti v poskytovaných informacích. Například v pobočce v Chebu mi bylo sděleno, že cena demontáže je ZDARMA a v pobočce v Sokolově mi bylo řečeno, že demontáž je placená. Obě pobočky by měly nabízet služby za stejnou cenu, nemělo by se stát, že to tak není. U cen plastových oken jsou rozdíly zanedbatelné, což je v pořádku. Rozdíly mezi cenami zimních zahrad jsou větší, ale to mi bylo řečeno již na začátku každé schůzky, že cena je především informační, konečná cena se stanoví až po patřičném zaměření zimní zahrady.

Další navrhované zlepšení se týká webových stránek. Na webových stránkách by mohla být vystavena univerzální cenová nabídka, která by zákazníkovi pomohla představit si přibližnou cenu plastových oken.

Poslední navrhované zlepšení se týká pobočky v Sokolově. Dostupnost této pobočky je horší, než u pobočky v Chebu. Sokolovská pobočka se nachází v ulici Divadelní, ta je známá tím, že zde není příliš bezpečno. To může některé klienty (především ženy) odradit. Já sama jsem byla zaskočená lokací prodejny. Ani značení prodejny není dostačující, navrhovala bych v nejlepším případě přestěhování prodejny, nebo zlepšit značení prodejny pomocí cedulí.

## 4 Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo zjistit, jak si společnost Nelan vede v boji s konkurencí pomocí mystery shoppingu a porovnat marketingové aktivity společnosti Nelan s jejími hlavními konkurenty. Mystery shopping jsem prováděla v srpnu minulého roku a zjistila jsem, že společnost Nelan jedná se svými zákazníky velice mile, jsou trpěliví a snaží se, aby každý zákazník porozuměl dané problematice. Jejich propagační materiály jsou srozumitelné a jejich prostory jsou čisté a dostupné. Lépe si v mém mystery shoppingu vedla společnost Vekra, proto bych jí označila za největšího konkurenta, kterého společnost Nelan má. Ovšem v porovnání cen u společností Vekry a Nelanu, je společnost Nelan levnější a to si myslím, že je důležitým faktorem v lidském rozhodování. V porovnání marketingových aktivit si společnost Nelan vede na výbornou. Má velmi propracovanou komunikační politiku, účastní se různých soutěží, jako je například soutěž „Stejná šance“, kterou společnost Nelan vyhrála. Webové stránky jsou na vysoké úrovni, jsou přehledné a stále se aktualizují. Společnost má také spot v rádiu, který je poutavý a může zaujmout zákazníka.

Za hlavní konkurenční výhodu, kterou společnost Nelan má, se dá považovat fakt, že je již na trhu přes dvacet let a jedná se o rodinný podnik. Lidé společnost Nelan znají a to, že si již dvacet let drží své místo na trhu a kvalita se nesnižuje, může být rozhodujícím faktorem, který ovlivní zákazníka.

## 5 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Nabídka Nelan Sokolov plastová okna v Kč .....	34
Tabulka č. 2: Nabídka Nelan Sokolov vchodové, interiérové dveře, garážová vrata a zimní zahrada v Kč.....	35
Tabulka č. 3: Nelan Sokolov celková nabídka v Kč .....	36
Tabulka č. 4: Nabídka Nelan Cheb plastová okna v Kč .....	38
Tabulka č. 5: Nabídka Nelan Cheb vchodové a interiérové dveře, garážová vrata a zimní zahrada v Kč .....	38
Tabulka č. 6: Celková Nabídka Nelan Cheb v Kč .....	39
Tabulka č. 7: Nabídka Vency plastová okna v Kč.....	39
Tabulka č. 8: Nabídka Vency vchodové dveře, garážová vrata a zimní zahrada v Kč....	40
Tabulka č. 9: Celková Nabídka Vency v Kč .....	40
Tabulka č. 10: Nabídka Elements system, s. r. o. plastová okna v Kč .....	43
Tabulka č. 11: Nabídka Elements system, s. r.o. Vchodové a interiérové dveře, garážová vrata a zimní zahrada v Kč .....	44
Tabulka č. 12: Celková Nabídka Elements system, s. r. o. v Kč.....	44
Tabulka č. 13: Nabídka Hilzinger, s. r. o., plastová okna v Kč.....	48
Tabulka č. 14: Nabídka Hilzinger, s. r.o. Vchodové dveře a zimní zahrada v Kč .....	48
Tabulka č. 15: Celková Nabídka Hilzinger, s. r. o. v Kč .....	49
Tabulka č. 16: Nabídka Vekra pro plastová okna v Kč .....	51
Tabulka č. 17: Nabídka Vekra Vchodové dveře v Kč .....	51
Tabulka č. 18: Celková nabídka Vekra v Kč.....	52

## 6 Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Porterova analýza konkurenčních sil .....	22
Obrázek č. 2: Sémantický diferenciál.....	55

## 7 Seznam použité literatury

- [1] BARTES, František, *Konkurenční strategie firmy*. 1. vydání, Praha Management Press, Ringier ČR, a. s., 1997, 124 s., ISBN 80-85943-41-7
- [2] BLAŽKOVÁ, Martina, *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2007, 280 s., ISBN 978-80-247-1525-3
- [3] BOUČKOVÁ, Jana a kol., *Marketing*. 1. vydání, Praha: C. H. Beck, 2003, 432. s., ISBN 80-7179-577-1
- [4] ČICHOVSKÝ, Ludvík, *Marketing konkurenceschopnosti*. 1. vydání, Praha: RADIX, 2002, 268 s., ISBN: 80-86031-35-7
- [5] FORET, M., STÁVKOVÁ, J. *Marketingový výzkum*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2003, 160 s., ISBN: 80-247-0385-8
- [6] HORÁKOVÁ, Helena, *Strategický marketing*, 2. rozšířené a aktualizované vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2003, 204 s., ISBN 80-247-0447-1
- [7] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing*. 1. vydání Praha: Vysoká škola ekonomická., 2005, 208 s., ISBN: 80-245-0902-4
- [8] KOTLER Philip, *Marketing od A do Z. 80 pojmů, které by měl znát každý manažer*. 1. vydání, Praha: Management Press, 2003, 203 s., ISBN 80-7261-082
- [9] KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, *Marketing*. 6. vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2004, 856 s., ISBN 80-247-0513-3
- [10] KOTLER, Philip. KELLER, Kevin, Lane. *Marketing management*. 12. vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2007, 792 s., ISBN 978-80-247-1359-5
- [11] KOZEL Roman, MYNÁŘOVÁ Lenka, SVOBODOVÁ Hana, *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing a.s., 2011, 304 s., ISBN 978-80-247-3527-6
- [12] MACÁKOVÁ, Libuše a kol., *Mikroekonomie základní kurs*. 10. vydání, Slaný: Melandrium, 2007, 275 s., ISBN 978-80-86175-56-0
- [13] SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing – cesta k trhu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, s.r.o., 2005, 340 s., ISBN 80-86898-48-2
- [14] ZAMAZALOVÁ Marcela a kol., *Marketing*. 2. přepracované a doplněné vydání,

## 8 Elektronické a ostatní zdroje

- [15] Ceny oken. *Otherm* [online]. [cit. 2013-04- 26] Dostupné z: <<http://www.otherm.cz/1484-ceny-oken.html>>
- [16] CZ Gemini s.r.o- úvod. *Gemini s. r. o.* [online]. [cit. 2013-04- 10] Dostupné z: <<http://www.czgemini.cz/cz/uvod/>>
- [17] ELEMENTS system. *Elements system* [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.elements-system.cz>>
- [18] Karlovarský kraj. *Vekra* [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.vekra.cz/kde-nas-najdete/obchodni-zastoupeni/karlovarsky-kraj.aspx>>
- [19] Majitel firmy Maršál, 24. 8. 2012. Osobní komunikace
- [20] Management firmy Nelan. s. r. o., 10. 2. 2013. Osobní komunikace
- [21] Mystery calling. *Mystery shopping* [online]. [cit. 2013-02- 04] Dostupné z: <[http://www.multi-value.com/mystery\\_shopping/mystery\\_calling.html](http://www.multi-value.com/mystery_shopping/mystery_calling.html)>
- [22] Mystery Shopper - *Market Vision s.r.o.* [online]. [cit. 2013-03- 04] Dostupné z: <<http://www.marketvision.cz/en/mystery-shopper>>
- [23] NELAN - plastová okna a dveře. *Nelan, s. r. o.* [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.nelan.cz/>>
- [24] NELAN - plastová okna a dveře - O společnosti. *Nelan* [online]. [cit. 2013-04- 10] Dostupné z: < [http://www.nelan.cz/o-spolecnosti/page/o\\_spolecnosti/](http://www.nelan.cz/o-spolecnosti/page/o_spolecnosti/)>
- [25] NELAN - plastová okna a dveře – Produkty. *Nelan*, [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.nelan.cz/produkty/page/produkty/>>
- [26] NELAN - plastová okna a dveře – Služby. *Nelan, s. r. o.* [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.nelan.cz/sluzby/page/sluzby/>>
- [27] Okna, dveře Otherm | Kontakty | Karlovarský | plastová okna a plastové dveře vysoké kvality. *Otherm* [online]. [cit. 2013-04- 27] Dostupné z: <<http://www.otherm.cz/1074-karlovarsky.html>>
- [28] Okna, dveře Otherm | plastová okna dveře, eurookna, hliníková okna. *Otherm.* [online]. [cit. 2013-04- 27] Dostupné z: <<http://www.otherm.cz/1-uvod.html>>

- [29] Plastová okna, eurookna, hliníková okna, montáž a výměna oken. *Vekra*. [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.vekra.cz/>>
- [30] Plastová okna – Sklenářství Maršíček. Maršál [online]. [cit. 2013-04- 29] Dostupné z: <<http://www.marsal.cz/plastova-okna.html>>
- [31] Porterova analýza 5 sil vám prozradí, co ovlivní váš business. *BusinessVize.cz* [online]. [cit. 2013-03- 29] Dostupné z: <<http://www.businessvize.cz/planovani/porterova-analyza-5-sil-vam-prozradi-co-ovlivni-vas-business>>
- [32] Pracovnice firmy Elements system, s. r. o., 22. 8. 2012. Osobní komunikace
- [33] Produkty. *Vekra* [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.vekra.cz/produkty.aspx>>
- [34] Profil firmy. *Hilzinger* [online]. [cit. 2013-04- 17] Dostupné z: <<http://www.hilzinger.cz/index.php/profil>>
- [35] Profil společnosti. *IQ systeme* [online]. [cit. 2013-04- 10] Dostupné z: <<http://www.iqsysteme.cz/cz/profil-spolecnosti/>>
- [36] Projekt Motorsport ve školách jde do finále *Vekra*. [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.vekra.cz/novinky/projekt-motorsport-ve-skolach-jde-do-finale.aspx>>
- [37] Reklama na okna Vekra na rádiu Beat. *Vekra*. [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.vekra.cz/novinky/reklama-na-okna-vekra-na-radiu-beat.aspx>>
- [38] REJSEK, Martin. V prestižní soutěži „Stejná šance“ vyhrála firma z Chebu. *Deník.cz*, 2012 [online]. [cit. 2013-04-29] Dostupné z: <<http://www.denik.cz/karlovarsky-kraj/v-prestizni-soutezi-stejna-sance-vyhrala-firma-z-chebu-20120522-k89o.html>>
- [39] Resource.cz *Mystery shopping* [online]. [cit. 2013-04- 04] Dostupné z: <[http://www.recourse.cz/mystery\\_shopping.htm](http://www.recourse.cz/mystery_shopping.htm)>
- [40] SIMAR - Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění *Mystery shopping* [online]. [cit. 2013-04- 04] Dostupné z: <<http://simar.cz/standardy/kvalitativni-standardy/mystery-shopping.html>>

- [41] Služby. *Vekra* [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.vekra.cz/sluzby.aspx>>
- [42] Synext.cz - Analýza konkurence, jejích úspěšných a neúspěšných kroků, jejího potenciálu. *Synext.cz* [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.synext.cz/analyza-konkurence-jejich-uspesnych-a-neuspesnych-kroku-jejeho-potencialu.html>>
- [43] VENCY – ceník. *Vency* [online]. [cit. 2013-04- 28] Dostupné z: <<http://www.vency.cz/cenik.html>>
- [44] Vency, plastová okna. *Vency* [online]. [cit. 2013-04- 16] Dostupné z: <<http://www.vency.cz/>>
- [45] VENCY – produkty. *Vency* [online]. [cit. 2013-04- 27] Dostupné z: <<http://www.vency.cz/produkt.html>>

## **9 Seznam příloh**

Příloha A: Formulář pro mystery shopping

Příloha B: Formulář Otherm

Příloha C: Formulář Nelan, Sokolov

Příloha D: Cenová nabídka plastová okna a vchodové dveře Nelan Sokolov

Příloha E: Cenová nabídka pro zimní zahradu Nelan Sokolov

Příloha F: Formulář Nelan Cheb

Příloha G: Cenová nabídka pro plastová okna a vchodové dveře Nelan Cheb

Příloha H: Cenová nabídka pro interiérové dveře Nelan Cheb

Příloha I: Cenová nabídka pro garážová vrata Nelan Cheb

Příloha J: Cenová nabídka pro zimní zahradu Nelan Cheb

Příloha K: Cenová nabídka Vency

Příloha L: Formulář Vency, spol. s. r. o.

Příloha M: Cenová nabídka Elements system, s. r. o. plastová okna

Příloha N: Cenová nabídka interiérové dveře Elements system, s. r. o.

Příloha O: Cenová nabídka vchodové dveře Elements syseém, s. r. o.

Příloha P: Cenová nabídka garážová vrata Elements system, s. r. o.

Příloha Q: Cenová nabídka Elements system, s. r. o. zimní zahrada

Příloha R: Formulář Elements system s. r. o.

Příloha S: Formulář Maršál Sokolov

Příloha T: Celková cenová nabídka Hilzinger Kraslice

Příloha U: Formulář Hilzinger Kraslice

Příloha V: Celková nabídka Vekra Cheb

Příloha W: Formulář Vekra Cheb



*Příloha A: Formulář pro mystery shopping*

**Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas:

Adresa:

Otevírací doba:

Doba montáže:

**Propagační materiály:**

Obsah	1- 10
Design	1- 10
Srozumitelnost	1- 10
Úplnost	1- 10

**Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor	1- 10
Čistota	1- 10
Dostupnost	1- 10

**Ochota personálu:**

Znalost produktu	1- 10
Trpělivost	1- 10
Vstřícnost	1- 10
Dotaz na další přání	Ano / Ne
Pozdrav jako první	Ano / Ne

**Nabízený sortiment:**

Okna

Plastová	Ano / Ne
Hliníková	Ano / Ne
Dřevěná	Ano / Ne
Zednické začištění v ceně	Ano / Ne
Montáž v ceně	Ano / Ne
Cena za dopravu oken a montérů v ceně	Ano / Ne

Dveře

Venkovní Ano / Ne

Interiérové Ano / Ne

Zimní zahrada

Sekční garážová vrata

**Okenní doplňky:**

Sušáky prádla Ano / Ne

Držáky truhlíků Ano / Ne

Sítě proti hmyzu Ano / Ne

Předokenní rolety Ano / Ne

**Technické parametry:**

Záruka:

Pravidelný servis:

Platební podmínky:

Celkový dojem:

Poznámky:

*Příloha B: Formulář Otherm*

**Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas: 21. 8. 2012, 15:20

Adresa: Otherm, Bendlova 572, Sokolov 356 01

Otevírací doba: neurčena

Doba montáže: okna, vstupní dveře – do 4 týdnů; zimní zahrada a garážové vrata do 8 týdnů

**Propagační materiály:**

Obsah	6
Design	5
Srozumitelnost	7
Úplnost	7

**Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor	6
Čistota	4
Dostupnost	5

**Ochota personálu:**

Znalost produktu	7
Trpělivost	3
Vstřícnost	4
Dotaz na další přání	Ano
Pozdrav jako první	Ne

**Nabízený sortiment:**

Okna

Plastová	Ano
Hliníková	Ano
Dřevěná	Ano
Zednické začištění v ceně	Ano
Montáž v ceně	Ano
Cena za dopravu oken a montérů v ceně	Ano

Dveře

Venkovní Ano

Interiérové Ne

Zimní zahrada - projekt na zimní zahradu zhotoví do dvou týdnů a zašle ho na e-mail.

Sekční garážová vrata - Ano, ale nezhotoví je on, ale nějaká jiná firma, kterou mi zajistí

**Okenní doplňky:**

Sušáky prádla Ano

Držáky truhlíků Ano

Sítě proti hmyzu Ano

Předokenní rolety Ano

**Technické parametry:**

O technických parametrech nechtěl mluvit, jen se zmínil o té zimní zahradě, že bude potřeba vyhotovit hliníkovou konstrukci.

Záruka:

Na vše je 5 let záruka

Pravidelný servis:

Ano, zda-li bude potřeba.

Platební podmínky:

Na ty už jsme se nedostali, neměl tolik času.

Celkový dojem:

Velice špatný, ze začátku se mnou vůbec nechtěl mluvit do té doby, dokud nezjistil, že v mém projektu je i zimní zahrada, poté už byl o poznání příjemnější.

Poznámky:

*Příloha C: Formulář Nelan, Sokolov*

## **Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas: 22. 8. 2012, 14:15

Adresa: Nelan, U Divadla 4, Sokolov 356 01

Otevírací doba: Po – Pá – 8:00 – 16:30

Doba montáže: okna, dveře a garážové vrata – do 4 týdnů; zimní zahrada do 8 týdnů

### **Propagační materiály:**

Obsah

Design

Srozumitelnost

Úplnost

\* žádný propagační materiál jsem nedostala, vše je na internetových stránkách

### **Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor 8

Čistota 7

Dostupnost 6

### **Ochota personálu:**

Znalost produktu 8

Trpělivost 8

Vstřícnost 7

Dotaz na další přání Ano

Pozdrav jako první Ano

### **Nabízený sortiment:**

#### Okna

Plastová Ano

Hliníková Ano

Dřevěná Ano

Zednické začištění v ceně Ano

Montáž v ceně Ano

Cena za dopravu oken a montérů v ceně zdarma

### Dveře

Venkovní Ano

Interiérové Ano

Zimní zahrada - projekt na zimní zahradu zhotoví do týdne a zašle ho na e-mail.

Sekční garážová vrata - Ano

### **Okenní doplňky:**

Sušáky prádla Ano

Držáky truhlíků Ano

Sítě proti hmyzu Ano

Předokenní rolety Ano

### **Technické parametry:**

Probírali jsme, jak by měla vypadat zimní zahrada a také jsme se domluvili, že okna budou dvoukomorová.

### Záruka:

Na vše je 5 let záruka

### Pravidelný servis:

První servis zdarma po půl roce, pokud si zaplatíme servis po třech letech a další za další tři roky, tak se zvyšuje záruka oken na 10 let

### Platební podmínky:

Minimální záloha je 50%. Pokud zákazník zaplatí 70% dostane 3% skonto, pokud zaplatí ihned, skonto je 5%

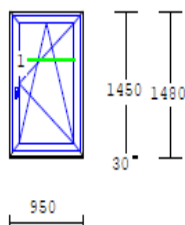
### Celkový dojem:

Dojem na mě udělal dobrý, hlavně kvůli znalosti produktu a přívětivosti. Byl velice trpělivý a snažil se mi vysvětlit co nejvíce informací, které budu při rozhodování potřebovat.

### Poznámky:

Příloha D: Cenová nabídka plastová okna a vchodové dveře Nelan Sokolov

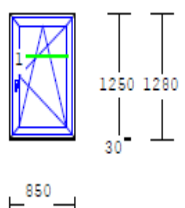
1 8 ks



1-dílný element

Barva : 00 bílá  
 Rám : rám 6 komor, 74mm  
 podkladní profil 30mm  
 Křídlo :  
 1 x křídlo 6 komor + 8302 STV! r  
 Příčky : mřížka 18mm bílá  
 Výplň : 1 x iz.dvojsklo U 1.1  
 3.766,-- 30.128,--

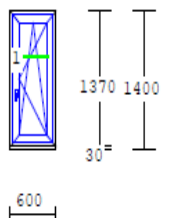
2 7 ks



1-dílný element

Barva : 00 bílá  
 Rám : rám 6 komor, 74mm  
 podkladní profil 30mm  
 Křídlo :  
 1 x křídlo 6 komor + 8302  
 Příčky : mřížka 18mm bílá  
 Výplň : 1 x iz.dvojsklo U 1.1  
 3.200,-- 22.400,--

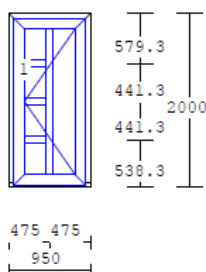
3 1 ks



1-dílný element

Barva : 00 bílá  
 Rám : rám 6 komor, 74mm  
 podkladní profil 30mm  
 Křídlo :  
 1 x křídlo 6 komor + 8302  
 Příčky : mřížka 18mm bílá  
 Výplň : 1 x iz.dvojsklo U 1.1  
 2.768,-- 2.768,--

4 1 ks



1-dílný element

ven otvíravé vchodové dveře  
 Barva : 22 zlatý dub  
 Rám : rám 8012,práh 5 komor  
 Křídlo : 1 x křídlo 8042-4 komory  
 Příčky : příčka 8039  
 Výplň : 4 x iz.dvojsklo U 1.1  
 1 x výplň PVC 24mm dekor  
 20.288,-- 20.288,--

1.00 ks úzká klika/klika Tokio bronzová  
 572,-- 572,--

Převod : 76.156,--

částka položek		76.156,--
Sleva	-18.00 %	-13.708,08
Letní sleva do 30.8.2012	-5.00 %	-3.122,40
Demontáž (špal.okna)		8.580,--
Montáž typ 3 (špal.okna)		12.030,--
Zednické začištění typ 3		23.400,--
Garážová vrata		26.011,--
montáž gar.vrat		4.000,--
iter.dveře 5 Ks		13.745,--
Montáž intr.dveří		3.250,--
		<hr/>
částka netto		150.341,52
DPH 14%	14.00 %	21.047,81
		<hr/>
částka brutto		171.389,33
		íííííííííííííí



Příloha E: Cenová nabídka pro zimní zahradu Nelan Sokolov

	<p>Barva : 00 bílá  Rám : rám 6 komor, 74mm  podkladní profil 30mm  Křídlo : 5 x pevné zasklení  Příčky : příčka 8039  Spojovací systém :  4 x stat. spojka rámu 7291 S8000  Výplň : 10 x iz.dvojsklo U 1.1  / CONEX 33.1</p>	<p>41.829,-      41.829,-</p>
--	---	-------------------------------

	<p>Barva : 00 bílá  Rám : rám 6 komor, 74mm  podkladní profil 30mm  Křídlo :  3 x pevné zasklení  1 x křídlo 6 komor + 8302 STV!    r  Příčky : příčka 8039  Poutec : 1 x příčka 82mm  Spojovací systém :  1 x spojka rámu 3284  1 x stat. spojka rámu 7291 S8000  Výplň : 7 x iz.dvojsklo U 1.1  / CONEX 33.1</p>	<p>27.102,-      27.102,-</p>
--	--	-------------------------------

	<p>Barva : 00 bílá  Rám : rám 6 komor, 74mm  podkladní profil 30mm  Křídlo :  5 x pevné zasklení  1 x křídlo 6 komor + 8302 STV!    r  Poutec : 4 x příčka 82mm  Spojovací systém :  1 x spojka rámu 3284  1 x stat. spojka rámu 7291 S8000  Výplň : 7 x iz.dvojsklo U 1.1  / CONEX 33.1</p>	<p>26.387,-      26.387,-</p>
--	--	-------------------------------

<p>4      1</p>	<p>Střcha Van Beveren hliníková   bílá s okapem a svody po obou stranách  Výplň : iz.dvojsklo U 1.1  / CONEX 33.1</p>	<p>303.105,-      303.105,-</p>
-----------------	---	---------------------------------

<p>částka položek  Sleva  Montáž typ 1</p>	<p>-13.00 %</p>	<p>398.423,-  -51.795,-  50.000,-</p>
<p>částka netto  DPH 14%</p>	<p>14.00 %</p>	<p>396.628,-  55.527,9</p>
<p>částka brutto</p>		<p>452.155,9</p>

## **Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas: 22. 8. 2012, 10:15 - 1045

Adresa: Nelan, Valdštejnova 22, Cheb 350 02

Otevírací doba: Po – Pá: 7:30 – 16:30

Doba montáže: okna, vstupní dveře, garážová vrata, interiérové dveře – 4-6 týdnů;  
zimní zahrada 6 - 8 týdnů

### **Propagační materiály:**

Obsah	7
Design	7
Srozumitelnost	8
Úplnost	6

### **Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor	8
Čistota	7
Dostupnost	7

### **Ochota personálu:**

Znalost produktu	9
Trpělivost	8
Vstřícnost	8
Dotaz na další přání	Ano
Pozdrav jako první	Ano

### **Nabízený sortiment:**

#### Okna

Plastová	Ano
Hliníková	Ano
Dřevěná	Ano
Zednické začištění v ceně	Ano
Montáž v ceně	Ano
Cena za dopravu oken a montérů v ceně	Ano

### Dveře

Venkovní Ano

Interiérové Ano

Zimní zahrada - projekt na zimní zahradu zhotoví do týdne a zašle ho na e-mail.

Sekční garážová vrata - Ano

### **Okenní doplňky:**

Sušáky prádla Ano

Držáky truhlíků Ano

Sítě proti hmyzu Ano

Předokenní rolety Ano

### **Technické parametry:**

Pan Václav Chmelíř se snažil mi vysvětlit rozdíl mezi dvoukomorovými a tříkomorovými okny. Vše jsem si mohla prohlédnout na vzorcích.

### Záruka:

Na vše je 5 let záruka

### Pravidelný servis:

První servis zdarma po půl roce, pokud si zaplatíme servis po třech letech a další za další tři roky, tak se zvyšuje záruka oken na 10 let

### Platební podmínky:

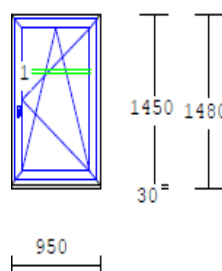
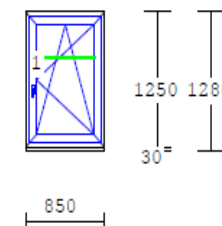
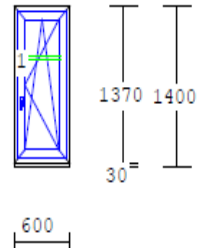
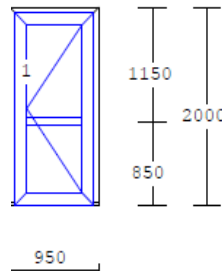
Minimální záloha je 40 - 50%. Pokud zákazník zaplatí 70% dostane 3% skonto, pokud zaplatí ihned, skonto je 5%

### Celkový dojem:

Pan Chmelíř na mě udělal dobrý dojem. Vše se se mnou snažil konzultovat a ihned mi to ukazoval na vzorcích v prodejně. Jako jediný mi řekl, že na zimní zahradu ze zákona musíme mít stavební povolení.

### Poznámky:

*Příloha G: Cenová nabídka pro plastová okna a vchodové dveře Nelan Cheb*

	<p>Barva : 00 bílá  Rám : rám 6 komor, 74mm  podkladní profil 30mm  Křídlo :  1 x křídlo 6 komor + 8302 STV! r  Příčky : mřížka 26mm bílá  Výplň : 1 x iz.dvojsklo U 1.1  3.812,-- 30.496,--</p>
	<p>Barva : 00 bílá  Rám : rám 6 komor, 74mm  podkladní profil 30mm  Křídlo :  1 x křídlo 6 komor + 8302 STV! r  Příčky : mřížka 26mm bílá  Výplň : 1 x iz.dvojsklo U 1.1  3.228,-- 22.596,--</p>
	<p>Barva : 00 bílá  Rám : rám 6 komor, 74mm  podkladní profil 30mm  Křídlo :  1 x křídlo 6 komor + 8302 STV! r  Příčky : mřížka 26mm bílá  Výplň : 1 x iz.dvojsklo U 1.1  2.783,-- 2.783,--</p>
	<p>Vchodové dveře, otviravé ven  Barva : 1. dřevobarva/bílá  Rám : rám 8012,práh  Křídlo : 1 x křídlo 8042  Příčky : příčka 8039  Výplň :  2 x výplň PVC 24mm polodekor  upřesnění vzhledu  Al práh  FAB  19.399,-- 19.399,--</p>
<p>1.00 ks</p>	<p>úzká klika/koule Tokio stříbrná  obyčejná  643,-- 643,--</p>
<p>částka položek  sleva  letní sleva do 30.8.2012  montáž typ 2</p>	<p>75.917,--  -18.00 % -13.665,06  -5.00 % -3.112,60  13.875,--</p>
<p>částka netto  DPH 14%</p>	<p>73.014,34  14.00 % 10.222,01</p>

*Příloha H: Cenová nabídka pro interiérové dveře Nelan Cheb*

1	5 ks	interiérové dveře		
		barva bílá		
		plné, hladké, obyčejné		
		Klika/klika stříbrná Al		
		rozteč 72 mm	4.200,--	21.000,--
				<hr/>
		částka položek		21.000,--
		montáž typ 3		3.250,--
				<hr/>
		částka netto		24.250,--
		DPH 14%	14.00 %	3.395,--
				<hr/>
		částka brutto		27.645,--

*Příloha I: Cenová nabídka pro garážová vrata Nelan Cheb*

Paní  
Hladíková

Rozpočet – garážová vrata

Sekční garážová vrata – výrobce HORMANN  
Barva – dřevobarva  
Typ – LPU 40  
Vzhled M drážka  
Rozměr 2750 x 2250  
El. pohon  
Ovladač

Cena:	33.845 Kč
Montáž:	6.500 Kč

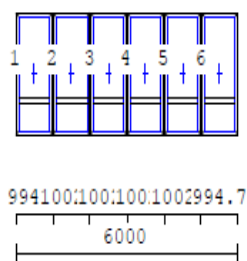
---

40.345 Kč

DPH 14%	5.648 Kč
---------	----------

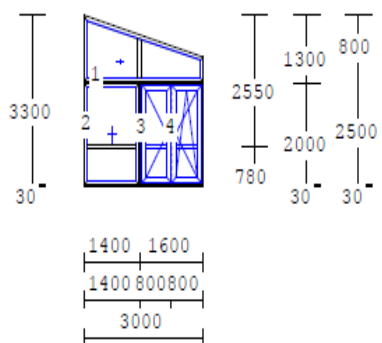
Celkem	45.993 Kč
--------	-----------

Příloha J: Cenová nabídka pro zimní zahradu Nelan Cheb



<p>1800 + 730 30</p>	<p>2500 2530 30</p>	<p>Zimní zahrada Přední strana Barva : 00 bílá Rám : rám 8010-6 komor podkladní profil 30mm Křídlo : 6 x pevné zasklení Příčky : příčka 8039 Spojovací systém : 5 x stat. spojka S8000 s plochou o Výplň : 12 x iz.dvojsklo U 1.1</p>
		<p>47.739,-      47.739,-</p>

2      2      ks      4-dílný element



<p>3300 30</p>	<p>2550 780 30</p>	<p>1300 800 2500 3330 30</p>	<p>Zimní zahrada Boční díly Balkónové dveře Barva : 00 bílá Rám : rám 8010-6 komor podkladní profil 30mm Křídlo : 2 x pevné zasklení 2 x křídlo 8081 Příčky : příčka 8039 Spojovací systém : 2 x stat. spojka S8000 s plochou o Výplň : 8 x iz.dvojsklo U 1.1</p>
			<p>33.935,-      67.870,-</p>

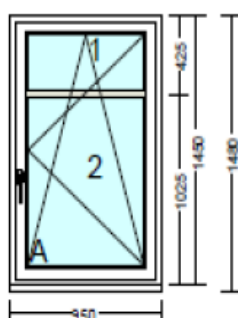
3      1      ks      Hliníková střecha

303.105,-      303.105,-

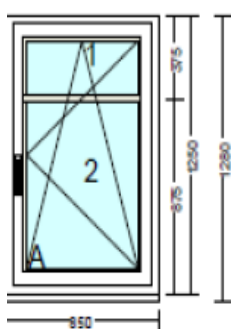
4      42      m      celkem obvodových metrů rámu:

částka položek		418.714,-
sleva	-13.00 %	-54.432,8
montáž typ 3		50.200,-
<hr/>		
částka netto		414.481,2
DPH 14%	14.00 %	58.027,4
<hr/>		
částka brutto		472.508,6

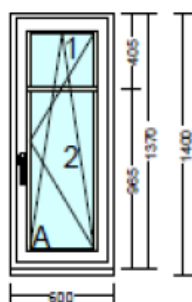
Příloha K: Cenová nabídka Vency



profil okna	Aluplast Ideal 4000
system	5-ti komorový
typ	<b>1-dílné</b>
šířka	950
výška	1450
barva	bílá/bílá
meziskelní příčka	ano – šířka 26 mm
sklo	U=1,0 W/m2K
těsnění	šedé
<b>kusů oken</b>	<b>8</b>
cena za kus	4.240,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>33.920,- Kč</b>



profil okna	Aluplast Ideal 4000
system	5-ti komorový
typ	<b>1-dílné</b>
šířka	850
výška	1250
barva	bílá/bílá
meziskelní příčka	ano – šířka 26 mm
sklo	U=1,0 W/m2K
těsnění	šedé
<b>kusů oken</b>	<b>7</b>
cena za kus	4.020,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>28.140,- Kč</b>



profil okna	Aluplast Ideal 4000
system	5-ti komorový
typ	<b>1-dílné</b>
šířka	600
výška	1370
barva	bílá/bílá
meziskelní příčka	ano – šířka 26 mm
sklo	U=1,0 W/m2K
těsnění	šedé
<b>kusů oken</b>	<b>1</b>
cena za kus	3.750,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>3.750,- Kč</b>



profil dveří	Aluplast Ideal 4000
system	5-ti komorový
typ	<b>1-dílné s 3-bodovým zámekem</b>
šířka	950
výška	2000
barva	ořech27/ořech27
Koule+klíka+FAB	ano + 3 klíče
těsnění	černé
<b>kusů dveří</b>	<b>1</b>
cena za kus	20.810,- Kč
<b>Celkem</b>	<b>20.810,- Kč</b>



*Příloha L: Formulář Vency, spol. s. r. o.*

## **Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas: 22. 8. 2012, 11:40 – 11:55; 12:05 – 12:20

Adresa: Vency, spol. s. r. o. Mánesova 47, Cheb 350 02

Otevírací doba: Po, Út, Čt, Pá – 8:00 – 15:00; St – 8:00 – 15:15

Doba montáže: okna, vstupní dveře – do 4 týdnů

### **Propagační materiály:**

Obsah	5
Design	7
Srozumitelnost	7
Úplnost	8

### **Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor	5
Čistota	6
Dostupnost	7

### **Ochota personálu:**

Znalost produktu	6
Trpělivost	7
Vstřícnost	6
Dotaz na další přání	Ne
Pozdrav jako první	Ano

### **Nabízený sortiment:**

#### Okna

Plastová	Ano
Hliníková	Ne
Dřevěná	Ano
Zednické začištění v ceně	Ano
Montáž v ceně	Ano
Cena za dopravu oken	Ne
Cena montérů v ceně	Ne

Dveře

Venkovní Ano

Interiérové Ne

Zimní zahrada - Pokusí se mi vypočítat cenu, ale jen pro výplně oken.

Sekční garážová vrata - Ne, pouze rolovací vrata

**Okenní doplňky:**

Sušáky prádla Ne

Držáky truhlíků Ne

Sítě proti hmyzu Ano

Předokenní rolety Ano

**Technické parametry:**

Dlouho jsme probírali zimní zahradu, jak jí udělat levněji – např. střecha s taškami atd.

Záruka:

Na vše je 5 let záruka

Pravidelný servis:

Servis je zdarma i po záruce

Platební podmínky:

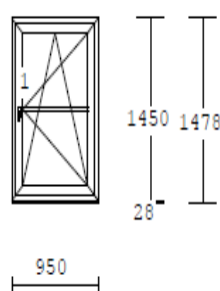
Záloha je 50 – 60%

Celkový dojem:

Dojem na mě moc neudělali, už jen kvůli vzhledu prodejny.

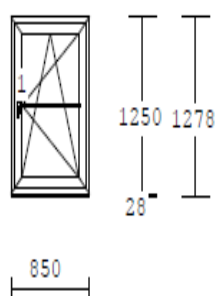
Poznámky:

Příloha M: Cenová nabídka Elements system, s. r. o. plastová okna



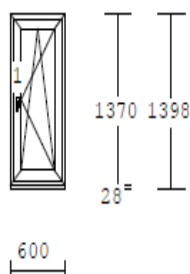
profil : INNO-70  
 rám : 510300, 75 mm 5kom.  
 křídlo : 78mm 520600 5 komor  
 barva : bílá 9016 BŠ  
 kování : OS pravé TITAN AF  
 945536 / Basis 32mm  
 příčky : ve skle 26mm bílá  
 výplň : 4-16-4 U=1,1  
 rozměry: 950 x1478

5.297,00 42.376,00



profil : INNO-70  
 rám : 510300, 75 mm 5kom.  
 křídlo : 78mm 520600 5 komor  
 barva : bílá 9016 BŠ  
 kování : OS pravé TITAN AF  
 945536 / Basis 32mm  
 příčky : ve skle 18mm bílá  
 výplň : 4-16-4 U=1,1  
 rozměry: 850 x1278

4.693,00 32.851,00



profil : INNO-70  
 rám : 510300, 75 mm 5kom.  
 křídlo : 78mm 520600 5 komor  
 barva : bílá 9016 BŠ  
 kování : OS pravé TITAN AF  
 945536 / Basis 32mm  
 výplň : 4-16-4 U=1,1  
 rozměry: 600 x1398

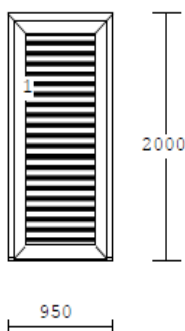
4.029,00 4.029,00

částka položek		79.256,00
Poskytnutá sleva	-10.00 %	-7.926,00
Objektový rabat	-15.00 %	-10.700,00
Demontáž, montáž a likvidace		14.989,00
Zednické zač.s Apu lištou*		15.120,00
částka netto		90.739,00
DPH 14%	14.00 %	12.703,00
částka brutto		103.442,00

*Příloha N: Cenová nabídka interiérové dveře Elements system, s. r. o.*

pol.	Popis	rozměr stěna	L	P	L+P	dveře	záručeň	celkem
1	Dveřní křídlo SAPELI, Elegant Fólie ořech AM, M10	80/197	0	5	5	1 190		5 950
						Celkem		<b>5 950</b>
						Doprava a montáž dveří na stávající záručeň		4 500
						Klika Praktik M1(á 299,-Kč)-5Ks		1 495
							Celkem Kč bez DPH	<b>11 945</b>
							DPH 14%	<b>1 672</b>
							Celkem Kč s DPH	<b>13 617</b>

Příloha O: Cenová nabídka vchodové dveře Elements syseém, s. r. o.



profil : INNO-AD  
 rám : 610200 s Al. prahem 5kom  
 křídlo :  
 622100 104 mm DVEŘE +práh 5kom  
 barva : 2178007 ořech 1BŠ  
 kování : BT-P-FUHR-rolny-HAHNY  
 výplň :  
 ořech/bílá 2178007 H24  
 rozměry: 950 x2000

17.338,00 17.338,00

1.00 ks	BT klika + klika TOKYO, F4 elox - bronz, úzký štítek, nekrytá vložka	507,00	507,00
1.00 ks	Zámková vložka 45*50 ABUS D6	592,00	592,00
	částka položek		18.437,00
	Poskytnutá sleva	-10.00 %	-1.844,00
	Objektový rabat	-15.00 %	-2.489,00
	Doprava a montáž		2.800,00
	Zednické začištění s Apu lišto		1.900,00
	částka netto		18.804,00
	DPH 14%	14.00 %	2.633,00
	částka brutto		21.437,00

*Příloha P: Cenová nabídka garážová vrata Elements system, s. r. o.*

- rozměr **2500x2250mm(v AKCI)**
- dvoustěnné žárově pozinkované ocelové lamely-motiv střední drážka
- šíře segmentu – 42/20 mm vypěněné polyuretanem
- tepelný koeficient lamely U=1.0 W/m2k
- všechny ocelové komponenty žárově pozinkovány proti korozi
- ochrana proti přivření prstů
- celoobvodové těsnění proti úniku tepla
- barva: Decograin **Tmavý dub-ořech** EXTERIÉR /Bílá INTERIÉR
- kování: **stavebnicové, výška překladu 115mm**
- pohon: **PROMATIC 75, řemenová lišta, 1x ovladač dálkový čtyřkanálový HSM4.**
- záruka: 48 měsíců
- dodací termín: 14 dnů
- platební podmínky: před započatím výroby podpis SOD a složení zálohy ve výši 70%  
(na BÚ nebo hotově-dle dohody)

GSV komplet s pohonem 1ks		23 883 Kč
Doprava		700 Kč
Montáž vrat do připravených otvorů		1 Kč
Celkem částka s DPH 14%		24 584 Kč

Příloha Q: Cenová nabídka Elements system, s. r. o. zimní zahrada

		<p>rám : 610100 68 mm 5kom.                      křídlo : pevné zasklení                      620600 78 mm 5kom.                      barva : bílá 9016 BŠ                      kování : pevný rám                      OS pravé TITAN AF                      945536 / Basis profil 30 mm                      Rozšíření 60 bílé BV                      Roh sloupek 90 stupňů                      výplň : 4-16-4 U=1,1                      rozměry: 3075x3392</p>	<p>35.107,00</p>	<p>35.107,00</p>
		<p>rám : 610100 68 mm 5kom.                      křídlo : pevné zasklení                      620600 78 mm 5kom.                      barva : bílá 9016 BŠ                      kování :                      pevný rám                      OS balkon levý + zámek FAB                      945536 / Basis profil 30 mm                      Rozšíření 60 bílé BV                      Roh sloupek 90 stupňů                      výplň : 4-16-4 U=1,1                      rozměry: 3075x3392</p>	<p>35.168,00</p>	<p>35.168,00</p>
<p>1.00 ks</p>	<p>Zámková vložka 45*50 ABUS D6</p>	<p>947,00</p>	<p>947,00</p>	
		<p>592,00</p>	<p>592,00</p>	
		<p>rám : 610100 68 mm 5kom.                      křídlo : pevné zasklení                      barva : bílá 9016 BŠ                      kování : pevný rám                      velké H 54 08 00                      945536 / Basis profil 30 mm                      Rozšíření 60 mm v barvě rámu                      příčky :                      82mm rámový kempfr/příčka                      výplň : 4-16-4 U=1,1                      rozměry: 5860x2590</p>	<p>36.452,00</p>	<p>36.452,00</p>
<p>částka položek                      Poskytnutá sleva                      Objektový rabat                      Doprava a montáž zimní zahrady                      Střecha*</p>	<p>-10.00 %                      -15.00 %</p>	<p>108.266,00                      -10.827,00                      -14.616,00                      29.000,00                      164.600,00</p>		
<p>částka netto                      DPH 14%</p>	<p>14.00 %</p>	<p>276.423,00                      38.699,00</p>		
<p>částka brutto</p>		<p>315.122,00</p>		

*Příloha R: Formulář Elements system s. r. o.*

## **Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas: 22. 8. 2012, 13:10 – 13:50

Adresa: Elements system, s. r. o., Palackého 1567, Cheb 350 02

Otevírací doba: Po – Pá: 8:00 – 16:00

Doba montáže: Vrata – do 2 týdnů, okna, vstupní dveře, zimní zahrada – do 4 týdnů,  
interiérové dveře – do 8 týdnů

### **Propagační materiály:**

Obsah	5
Design	6
Srozumitelnost	7
Úplnost	9

### **Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor	8
Čistota	8
Dostupnost	7

### **Ochota personálu:**

Znalost produktu	5
Trpělivost	8
Vstřícnost	8
Dotaz na další přání	Ano
Pozdrav jako první	Ano

### **Nabízený sortiment:**

#### Okna

Plastová	Ano
Hliníková	Ano
Dřevěná	Ano
Zednické začištění v ceně	Ano
Montáž v ceně	Ano
Cena za dopravu oken	Ano
Cena montérů v ceně	Ano



### Dveře

Venkovní Ano

Interiérové Ano

Zimní zahrada - Ano, projekt bude hotový do týdne, bude více variant

Sekční garážová vrata - Ano

### **Okenní doplňky:**

Sušáky prádla Ano

Držáky truhlíků Ano

Sítě proti hmyzu Ano

Předokenní rolety Ano

### **Technické parametry:**

Dohodli jsme se, že v nabídce v nabídce bude dvoukomorová i tříkomorová okna

#### Záruka:

Na skla (v oknech a v zimní zahradě) je 2 roky, na plasty 7 let. Žaluzie – 4 roky, dveře a vrata 2 roky

#### Pravidelný servis:

Servis zdarma po 2 roky, poté placený servis.

#### Platební podmínky:

Záloha je 70%

#### Celkový dojem:

Dojem na mě paní Dojčarová udělala dobrý, hlavně kvůli vstřícnosti a ochotě mi vše vysvětlit. Bohužel na techničtější věci jako jestli máme mít dvou či tříkomorová okna mi řekla, že to by vyřešil pan Dojčar, který zde není.

#### Poznámky:

## **Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas: 24. 8. 2012, 10:00 – 10:35

Adresa: Maršál, Tovární 950, Sokolov 356 01

Ot. doba: Po, St – 8:00 – 11:30; 12:00 – 17:00; Út,Čt,Pá – 8:00 – 11:30; 12:00 – 15:30

Doba montáže: vše do 4 týdnů, kromě zimní zahrady – ta až 8 týdnů

### **Propagační materiály:**

Obsah

Design

Srozumitelnost

Úplnost

\* žádný jsem nedostala, prý vše je na internetových stránkách

### **Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor 5

Čistota 7

Dostupnost 6

### **Ochota personálu:**

Znalost produktu 7

Trpělivost 8

Vstřícnost 9

Dotaz na další přání Ano

Pozdrav jako první Ano

### **Nabízený sortiment:**

#### Okna

Plastová Ano

Hliníková Ano

Dřevěná Ano

Zednické začištění v ceně Ano

Montáž v ceně Ano

Cena za dopravu oken a montérů v ceně Ano

### Dveře

Venkovní Ano

Interiérové Ano

Zimní zahrada - projekt na zimní zahradu zhotoví do týdne a zašle ho na e-mail.

Sekční garážová vrata - Ano

### **Okenní doplňky:**

Sušáky prádla Ano

Držáky truhlíků Ano, může je vyrobit sám

Sítě proti hmyzu Ano

Předokenní rolety Ano

### **Technické parametry:**

Pan Václav Maršíček se mnou konzultoval jiné možnosti postavení zimní zahrady – jiná střecha než hliníková. Navrhoval dvojitě sklo a mezi to dát bezpečnostní vložku.

### Záruka:

Na vše je 5 let záruka

### Pravidelný servis:

Servis je zdarma po záruční dobu, poté je placený.

### Platební podmínky:

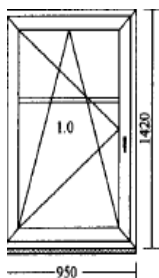
Záloha je dána po dohodě, mezi 50 – 70% nejčastěji. Při větších dodávkách se záloha zvyšuje.

### Celkový dojem:

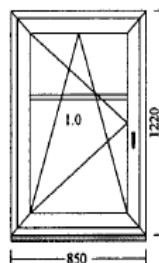
Pan Maršíček na mě udělal dobrý dojem. Vzbudil na mně dojem rodinného podniku.

### Poznámky:

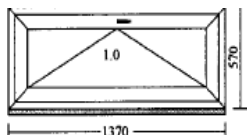
Příloha T: Celková cenová nabídka Hilzinger Kraslice



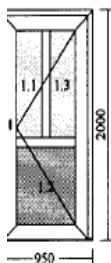
otevíravé levé 4 746 CZK 37 964 CZK  
 Barva rámu: bílá 9016  
 5-komorový systém 70mm; šedá  
 Izolační dvojsklo Ug=1,1 4/16/4  
 (1.0) 1 ks okenní klika s logem hilzinger; bílá  
 Meziskelní příčky 26mm; Weiss 9016; bílá 9016  
 (1.0) Meziskelní příčky 26mm; Weiss 9016  
 1 ks Venkovní parapet-hliníkový 195 mm ;  
 Maß: 950 \* 195 mm; Weiss  
 1 Pár Bočnice pro venk.par.KF250-plastová 195mm; bílá  
 1 ks Vnitřní parapet PVC 200mm;  
 Maß: 950 \* 200 mm; TOR weiß  
 1 Pár bočnice pro vnitřní parapet; bílá  
 Poěky vodorovné.: 880/540 mm  
 Zasklívací lišta 20 mm bíla 9016  
 distanční rámeček 16 mm Swisspacer grau  
 KBE BA 342 délka: 950 mm šířka: 30 mm . dole Regenerát 950 mm



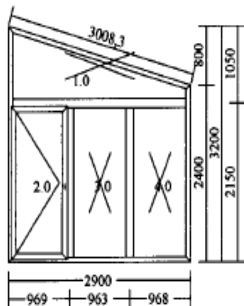
otevíravé levé 4 225 CZK 29 573 CZK  
 Barva rámu: bílá 9016  
 5-komorový systém 70mm; šedá  
 Izolační dvojsklo Ug=1,1 4/16/4  
 (1.0) 1 ks okenní klika s logem hilzinger; bílá  
 Meziskelní příčky 26mm; Weiss 9016; bílá 9016  
 (1.0) Meziskelní příčky 26mm; Weiss 9016  
 1 ks Venkovní parapet-hliníkový 195 mm ;  
 Maß: 850 \* 195 mm; Weiss  
 1 Pár Bočnice pro venk.par.KF250-plastová 195mm; bílá  
 1 ks Vnitřní parapet PVC 200mm;  
 Maß: 850 \* 200 mm; TOR weiß  
 1 Pár bočnice pro vnitřní parapet; bílá



výklopné 3 743 CZK 3 743 CZK  
 Barva rámu: bílá 9016  
 5-komorový systém 70mm; šedá  
 Izolační dvojsklo Ug=1,1 4/16/4  
 (1.0) 1 ks okenní klika s logem hilzinger; bílá  
 1 ks Venkovní parapet-hliníkový 195 mm ;  
 Maß: 850 \* 195 mm; Weiss  
 1 Pár Bočnice pro venk.par.KF250-plastová 195mm; bílá  
 1 ks Vnitřní parapet PVC 200mm;  
 Maß: 850 \* 200 mm; TOR weiß  
 1 Pár bočnice pro vnitřní parapet; bílá  
 Zasklívací lišta 20 mm bíla 9016  
 distanční rámeček 16 mm Swisspacer grau  
 KBE BA 342 délka: 1370 mm šířka: 30 mm dole Regenerát 1370 mm

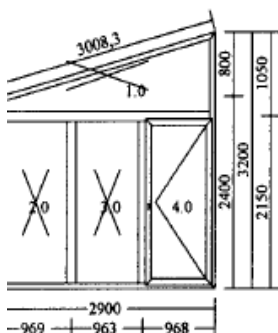


1-flügelige PRESTIGE Haustür Model EXCELLENCE 21 189 CZK 21 189 CZK  
 innen öffnend rechts  
 Barva rámu: Ořech Renolit 3-2178-007  
 5-komorový systém 70mm; černá  
 Izolační dvojsklo Ug=1,1 4/16/4 (1.1; 1.3)  
 Izolační deska 24mm k1,18-27dB dekor (1.2)  
 Nußbaum 3-2178-007 beidseitig  
 außen Ornament 178 (Silvit) bílý (1.1; 1.3)  
 (1.0) 1 ks Wetterschenkel 247 für AD 70 + Endkappen mont.  
 (1.0) 5-komorový rám 372 (79mm); nahofe; vlevo; vpravo  
 Příčka 380 (82mm); Ořech Renolit 3-2178-007  
 (1.0) 2\*Příčka 380 (82mm); Ořech Renolit 3-2178-007  
 1 ks Drückergarnitur i/a LUXEMBOURG braun mont.  
 Poěky vodorovné.: 850/1150 mm  
 Poěky svislé.: 475/475 mm  
 Glasleiste 20 mm mit 4mm Dichtung schwarz Ořech Renolit 3-2178-007  
 distanční rámeček 16 mm Swisspacer grau



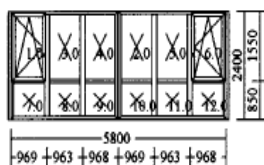
Barva rámu: bílá 9016  
 5-komorový systém 70mm; šedá  
 Wärmeschutzglas Ug=1,1 6/16/6 TL=78% g=60% (1.0)  
 Izolační dvojsklo Ug=1,1 4/16/4 (2.0; 3.0; 4.0)  
 (2.0) 1 ks okenní klika s logem hilzinger; bílá  
 (1.0) Sloupek 381 (126mm)  
 Zuschlag für 2 schräge Ecken am BLR  
 Glasleiste 16 mm mit 4mm Dichtung lichtgrau bílá 9016  
 Zasklívací lišta 20 mm bílá 9016  
 distanční rámeček 16 mm Swisspacer grau  
 3\*Sloupek 381 (126mm)

23 163 CZK 23 163 CZK



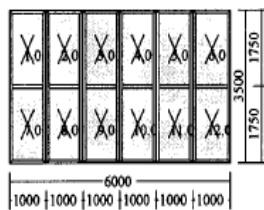
Barva rámu: bílá 9016  
 5-komorový systém 70mm; šedá  
 Wärmeschutzglas Ug=1,1 6/16/6 TL=78% g=60% (1.0)  
 Izolační dvojsklo Ug=1,1 4/16/4 (2.0; 3.0; 4.0)  
 (4.0) 1 ks okenní klika s logem hilzinger; bílá  
 (1.0) Sloupek 381 (126mm)  
 Zuschlag für 2 schräge Ecken am BLR  
 Glasleiste 16 mm mit 4mm Dichtung lichtgrau bílá 9016  
 Zasklívací lišta 20 mm bílá 9016  
 distanční rámeček 16 mm Swisspacer grau  
 3\*Sloupek 381 (126mm)

23 163 CZK



Sestava  
 Barva rámu: bílá 9016  
 5-komorový systém 70mm; šedá  
 Izolační dvojsklo Ug=1,1 4/16/4  
 (1.0; 2.0; 3.0; 4.0; 5.0; 6.0; 7.0; 8.0; 9.0; 10.0; 11.0; 12.0)  
 2 ks okenní klika s logem hilzinger; bílá  
 (1.0) Sloupek 381 (126mm)  
 Zasklívací lišta 20 mm bílá 9016  
 distanční rámeček 16 mm Swisspacer grau  
 4\*Sloupek 381 (126mm) / 6\*Sloupek 380 (82mm)

35 125 CZK 35 125 CZK



Sestava  
 Barva rámu: bílá 9016  
 5-komorový systém 70mm; šedá  
 Izolační dvojsklo Ug=1,1 4/16/4  
 (1.0; 2.0; 3.0; 4.0; 5.0; 6.0; 7.0; 8.0; 9.0; 10.0; 11.0; 12.0)  
 außen connex 6mm  
 (1.0; 2.0; 3.0; 4.0; 5.0; 6.0; 7.0; 8.0; 9.0; 10.0; 11.0; 12.0)  
 zasklívací lišta 20 mm bílá 9016

58 500 CZK 58 500 CZK

**Plastové elementy celkem: 232 420 CZK**

Sleva na plastové elementy: 20% 46 484 CZK

**Plastové elementy celkem: 185 936 CZK**

Montáže a příslušenství: 23 450 CZK

**Cena bez daně 209 386 CZK**

DPH 14% 29 314 CZK

**Celková cena nabídky vč.DPH 238 700 CZK**

Montáž nových oken a dveří (osazení jednotlivých prvků do stávků, ukotvení turbošrouby, utěsnění PU pěnou, seřízení a kontrola funkčnosti).  
 Cena včetně montáže zimní zahrady.

23 450 CZK

23 450 CZK

## **Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas: 27. 8. 2012, 13:10 – 13:20

Adresa: Hilzinger, B. Smetany 749, Kraslice 358 2

Otevírací doba: Po – Pá: 8:00 – 16:00

Doba montáže: Vše do 4 týdnů

### **Propagační materiály:**

Obsah	5
Design	6
Srozumitelnost	7
Úplnost	9

### **Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor	5
Čistota	5
Dostupnost	7

### **Ochota personálu:**

Znalost produktu	5
Trpělivost	6
Vstřícnost	6
Dotaz na další přání	Ne
Pozdrav jako první	Ano

### **Nabízený sortiment:**

#### Okna

Plastová	Ano
Hliníková	Ano
Dřevěná	Ano
Zednické začištění v ceně	Ano
montáž v ceně	Ano
Cena za dopravu oken	Ano
Cena montérů v ceně	Ano

Dveře

Venkovní Ano

Interiérové Ne

Zimní zahrada - Ano, projekt bude hotový do týdne

Sekční garážová vrata - Ano

**Okenní doplňky:**

Sušáky prádla

Držáky truhlíků

Sítě proti hmyzu

Předokenní rolety

- O doplňcích jsme se nebavili, bohužel neměl tolik času

**Technické parametry:**

O žádných jsme se nebavili.

Záruka:

5 let na vše

Pravidelný servis:

Servis zdarma po 2 roky, poté placený servis.

Platební podmínky:

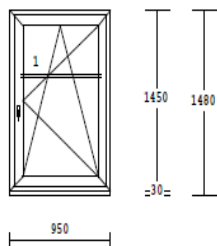
Záloha je 70%

Celkový dojem:

Dojem na mě neudělali moc dobrý, byli neochotní.

Poznámky:

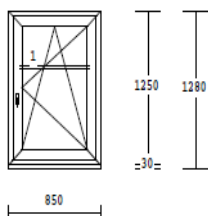
Příloha V: Celková nabídka Vekra Cheb



1 x 1-DÍLNĚ OKNO CSP  
 Série : CLASSIC  
 Barva : bílá  
 Rám : SL rám 67mm  
 Křídlo : SL křídlo 80mm  
 Výplň : 4-16-4 Float-FTN+, Ug 1,1  
 Kování : otevíravé sklcpné pravé  
 Příčky : meziskel.bílá 26mm

Základní cena za 1 ks:  
 Klička Tokyo s logem bílá F99  
 Cena celkem za 1 ks :

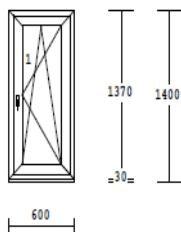
6.008 Kč  
 6.008 Kč CENA CELKEM: 48.064 Kč



1 x 1-DÍLNĚ OKNO CSP  
 Série : CLASSIC  
 Barva : bílá  
 Rám : SL rám 67mm  
 Křídlo : SL křídlo 80mm  
 Výplň : 4-16-4 Float-FTN+, Ug 1,1  
 Kování : otevíravé sklcpné pravé  
 Příčky : meziskel.bílá 26mm

Základní cena za 1 ks:  
 Klička Tokyo s logem bílá F99  
 Cena celkem za 1 ks :

5.081 Kč  
 5.081 Kč CENA CELKEM: 35.567 Kč

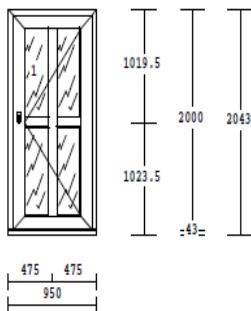


1 x 1-DÍLNĚ OKNO CSP  
 Série : CLASSIC  
 Barva : bílá  
 Rám : SL rám 67mm  
 Křídlo : SL křídlo 80mm  
 Výplň : 4-16-4 Float-FTN+, Ug 1,1  
 Kování : otevíravé sklcpné pravé

Základní cena za 1 ks:  
 Klička Tokyo s logem bílá F99  
 Cena celkem za 1 ks :

4.404 Kč  
 4.404 Kč CENA CELKEM: 4.404 Kč





1 x 1-DÍLNĚ VCHOLOVĚ DV.PRAVĚ  
 Série : CLASSIC  
 Barva : nussbaum  
 Rám : SL rám VD 80mm, ALU-práh  
 Křídlo : SL křídlo VD 120mm  
 Výplň : Ferizol 24mm nussbaum 2x  
 Kování : vch. dveře pravé  
 Příčky :  
 SL sklodělicí příčka 85mm

Základní cena za 1 ks:  
 Koule/klika LUXEMB. s krytím bronz  
 Cena celkem za 1 ks :

31.737 Kč  
 31.737 Kč CENA CELKEM: 31.737 Kč

Cena za montáž, demontáž, přizdění  
 špaleta do rovna; obv. 50 - 100 bm

Základní cena za 1 m :  
 Cena celkem za 1 m :

615 Kč  
 615 Kč CENA CELKEM: 47.749 Kč

Likvidace špaletových oken - ost.  
 regiony mimo Prahu a Stř. Čechy  
 50-80 bm

Základní cena za 1 m :  
 Cena celkem za 1 m :

85 Kč  
 85 Kč CENA CELKEM: 6.599 Kč



Dodávka parapetů (nezaměřené)

-----  
 16ks vnitřní parapet  
 - FVC - barva bílá - 200mm  
 16ks vnější parapet  
 - AL - barva bílá - 200mm  
 -----

Základní cena za 1 ks:  
 - dodávka parapetů  
 - montáž parapetů  
 Cena celkem za 1 ks :

4.329 Kč  
 7.680 Kč  
 12.009 Kč CENA CELKEM: 12.009 Kč



Dodávka žaluzií

-----  
7ks žaluzií  
- barva bílá  
-----

Základní cena za 1 ks:

- dodávka žaluzií

1.511 Kč

- montáž žaluzií

840 Kč

Cena celkem za 1 ks :

2.351 Kč CENA CELKEM: 2.351 Kč

**CENA :**

celková cena pozic

188.480 Kč

základní sleva

-35.932 Kč

objemová sleva

-10.899 Kč

prázdninová sleva

-5.835 Kč

2% sleva za 100% platbu předem

-1.342 Kč

suma netto

-----  
134.472 Kč

DPH 14% snížená

14.0 %

18.826 Kč

suma brutto

-----  
153.298 Kč

## **Formulář pro mystery shopping pro firmu Nelan**

Datum a čas: 28. 8. 2012, 9:15 – 10:00

Adresa: Vekra, Nám. Krále Jiřího z Poděbrad 479, Cheb 350 02

Ot. doba: Po - Čt – 7:30- 16:30, Pá – 7:30 – 14:00

Doba montáže: vše do 5 týdnů

### **Propagační materiály:**

Obsah	7
Design	8
Srozumitelnost	8
Úplnost	7

### **Vzhled prodejní kanceláře:**

Prostor	8
Čistota	10
Dostupnost	9

### **Ochota personálu:**

Znalost produktu	7
Trpělivost	8
Vstřícnost	9
Dotaz na další přání	Ano
Pozdrav jako první	Ano

### **Nabízený sortiment:**

#### Okna

Plastová	Ano
Hliníková	Ano
Dřevěná	Ano
Zednické začištění v ceně	Ano
Montáž v ceně	Ano
Cena za dopravu oken a montérů v ceně	Ano

Dveře

Venkovní Ano

Interiérové Ne

Zimní zahrada - bohužel zimní zahradu nedělají

Sekční garážová vrata - Ne

**Okenní doplňky:**

Sušáky prádla Ne

Držáky truhlíků Ne

Sítě proti hmyzu Ano

Předokenní rolety Ne

**Technické parametry:**

Domluvily jsme se, že nabídku na okna udělá z dvojskla i trojskla a okna budou pětikomorová.

Záruka:

Na vše je pět let záruka, pokud montáž provede firma Vekra. Pokud bychom chtěli sami si udělat montáž, záruka by se zkrátila na dva roky.

Pravidelný servis:

Servis je zdarma po záruční dobu, poté je placený.

Platební podmínky:

Záloha je 70% nebo 100%

Celkový dojem:

Paní z Vekry na mě udělala dobrý dojem, byla vstřícná a její prodejna byla čistě uklizená.

Poznámky:

## **Abstrakt**

HLADÍKOVÁ, N. *Konkurenční analýza firmy Nelan*. Bakalářská práce. Cheb: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni, 64 s., 2013

**Klíčová slova:** marketing, konkurence, konkurenční analýza, marketingový mix, mystery shopping.

Předložená práce je zaměřena na téma „Konkurenční analýza firmy Nelan“. Cílem této práce bylo zjistit, jak společnost Nelan dokáže bojovat s konkurencí a porovnání marketingových aktivit s konkurencí.

Práce je rozdělena teoretickou a praktickou část. V teoretické části jsem se zaměřila na pojmy jako je marketing, konkurence, konkurenční analýza a mystery shopping.

V praktické části jsem se zaměřila na marketingové aktivity společnosti Nelan a jejich konkurentů

V závěru práce jsou uvedeny zlepšující návrhy a doporučení.

## **Abstract**

HLADÍKOVÁ, N. „Competitive analysis of Nelan company“. Bachelor thesis. Cheb: Faculty of Economy ZCU in Pilsen, 64p., 2013

**Key words:** marketing, competition, competitive analysis, marketing mix, mystery shopping.

This work is focused on topic „*Competitive analysis of Nelan company*“. The aim of this thesis was to find out how Nelan company can fight with competition and compare marketing activities.

This work is divided to theoretical and practical part. In theoretical part I focused on concepts such as marketing, competition, competitive analysis and mystery shopping.

In practical part I focused on marketing activities of Nelan company and their competitors.

At the end of this thesis there are improving proposals and recommendations

