

# Mountfield

## PRÍBEH ÚSPECHU

### 26-ROČNÁ HISTÓRIA

**Začínali sme v garáži. Rovnako ako Amazon, Google či Apple.**

Náš príbeh má ambíciu stať sa pre ľudí povzbudením a inšpiráciou, ako si americký sen splniť v Európe. Ako môže človek pomocou tvrdej práce, inteligencie, neúnavnej vôle a odvahy založiť a vybudovať firmu, ktorá sa stane lídom na trhu, a dosiahne postupom niekoľkých rokov miliardové obraty, ale aj najprestížnejšie komerčné a celospoločenské ocenenia a uznania.



V čom ešte spočívajú príčiny nášho stáleho rastu? Vo výbere kolegov, ktorí u nás pracujú – dnes sú ich v Slovenskej a Českej republike už takmer dve tisícky, v starostlivom načúvaní zákazníkom a, hlavne, v pokore. Pred každým a pred všetkým okolo nás. Preto venujeme peniaze na podporu desiatok sociálnych, zdravotných, kultúrnych a športových organizácií a projektov. Preto sa snažíme byť citlivými k prírode. V roku 1991 otvoril zakladateľ firmy Ivan Drbohlav v Mníchoviciach pri Prahe malú predajňu Mountfield. Nikto netušil, že sa práve rodí najväčší obchod so záhradnou technikou a bazénmi v Európe. Hlavným sortimentom boli kosačky, ktoré v tom čase predstavovali nedostatkový tovar. Kúpané boli vtedy bežne predovšetkým v Tuzexe. U nás, v Mountfiede, sa kosačky kupovali za české peniaze. Preto sa ani nečudujeme, že do predajne prichádzali ľudia z celej republiky. Záujem verejnosti o naše produkty bol taký enormný, že sa do troch rokov počet predajní v ČR rozrástol na 14. V roku 1995 sa objavil náš maskot Běda Trávníček, spojený s hlasom populárnej herečky Jiriny Bohdalovej. O rok neskôr prichádza legendárne Koleso šťastia. To si okamžite získava obľubu verejnosti. Vďaka Kolesu šťastia si zákazník sám určuje, s akou vysokou zľavou nakúpi. A pri troche šťastia si môže odniesť tovar domov úplne zadarmo! Nezabudnuteľný je slogan z toho

obdobia – radostný výkrik moderátora a veľkého propagátora záhradkárčenia a domáceho majstrovania Přemka Počlaha: „A mám to zadarmo!“ Pomocou Kolesa šťastia sa nám dari do predajni prilákať ľudí aj inokedy ako počas záhradkárskej sezóny. Koncom 90. rokov sa púšťame do budovania ucelenej siete servisov, ktoré boli vytvorené pri každej predajni. V roku 2001 bol spustený internetový predaj a o rok neskôr už náš obrat predstavoval viac ako 2 miliardy českých korún. V roku 2005 sme slávnostne otvorili jubilejnú 50. predajňu v Českej republike – spoločne s novou centrálou vo Všechemech pri Prahe. A s chuťou sme vstúpili aj na slovenský trh. V jackpote Kolesa šťastia bolo pripravených presne 15 miliónov českých korún! V roku 2011 sme predstavili špeciálne Koleso šťastia a pomoci. Nielen, že sme vďaka nemu opäť výrazne prilákali zákazníkov do predajni, ale odovzdali sme tiež 8 697 000 Kč charitatívnym organizáciám v SR a ČR. Rok 2016 priniesol nové rekordy – náš obrat predstavoval viac ako 6 miliárd českých korún. A počet zákazníkov tiež zaujal – už ich je viac ako 1,6 milióna. Navyše, zbierame jedno prestížne ocenenie za druhým: sme držiteľmi ceny SUPERBRANDS SLOVAKIA 2016 a CZECH SUPERBRANDS 2016. Získali sme tiež cenu „Najdôveryhodnejšia značka roka 2016“ v kategórii Záhradná technika. V každoročnej anketе „Českých

100 najlepších“, ktoré výsledky sú vyhlasované na Pražskom hrade s účasťou obchodnej, kultúrnej a politickej elity českého národa, sme sa umiestnili medzi všetkými komerčnými spoločnosťami pôsobiacimi na českom trhu na fantastickom 4. mieste. A rok 2017 sa začína tiež úspechom – získaním ceny SUPERBRANDS SLOVAKIA 2017 a CZECH SUPERBRANDS 2017. Za 26 rokov existencie sme toho dosiahli naozaj veľa. Aktuálne máme na Slovensku 18 a v Česku 56 predajných centier. Najnovšie boli začiatkom roka 2017 otvorené v Leviciach na Slovensku a v českom Jindřichoví Hradci.

### LÍDER TRHU VĎAKA INOVÁCIÁM

**Ponúkame čoraz kvalitnejšie výrobky a stále sa rozširujúci sortiment – napríklad ponuku AKU techniky pre tichú záhradu, wellness program, grily Jamie Oliver...**

Neustále inovácie sú základ. Či už ide o záhradné stroje, bazény, či širokú skupinu doplnkových produktov. V rámci kosačiek fungujeme dokonca ako informačný prostredník medzi zákazníkmi a výrobcami. Zákazníkom poskytujeme postrehy, skúsenosti a námety na ďalšie zvýšenie úžitku z ich výrobkov – od kosačiek až po krovinořezy či záhradné traktory. Starostlivo vyberáme a dôsledne testujeme každý výrobok aspirujúci na zaraďenie do našej ponuky. Výsledky týchto testov tiež poskytujeme výrobcovi. Pokiaľ niektorý z výrobkov náročne hodnotiace kritériá nespĺňa, nemá šancu sa dostať do predaja. Veľmi dôležité je tiež vyhľadávanie noviniek, ktoré by sme mohli svojim zákazníkom ponúknuť. Ohromný úspech má napríklad krmivo pre psy a mačky, ktoré bolo rozšírené na tri rady – od štandardného po luxusný. Sortiment sa tiež prispôbil faktu, že záhrady plnia čoraz častejšie rekreačnú funkciu, z ktorej vyplýva tiež veľký dopyt po záhradných



ktorí cestu tovaru k zákazníkovi zbytočne predražujú. Preto sme už pred rokmi spustili vlastnú produkciu – ide napríklad o multifunkčné kultivátory, solárne ohrevy a solárne sprchy, bazénovú chémiu, niektoré typy bazénov alebo ich zastrešenia. Z toho všetkého ťažia naši zákazníci, pretože im vďaka vlastnej produkcii a odberom tovaru priamo z výroby

griloch a exteriérovom nábytku. V súčasnosti ponúkame široký rad nábytkových prvkov nielen z tradičných exotických drev – ako je tik, eukalyptus či mahagón, ale tiež moderných materiálov, ako napríklad ratan, kov či hliník, vrátane slnečnikov a dizajnových textílií. Začali sme tiež spolupracovať so svetoznáмым kuchárom Jamie Oliverom – máme v ponuke grily, ktoré Jamie osobne navrhuje, testuje a odporúča pre ich mimoriadnu kvalitu.

### HODNOTA ZNAČKY

**To prvé, čo si ľudia predstavia, keď sa povie záhrada: Mountfield.**

Hodnota našej značky vychádza z jej popularity a je vytvorená pestrou mozaikou činností, ktoré do seba harmonicky zapadajú. Značka Mountfield je verejnosťou vnímaná ako tradičný predajca záhradnej techniky a bazénov. Sme tiež stabilnou spoločnosťou – zákazník sa môže vždy spoľahnúť, že mu v akomkoľvek predajnom centre ponúkne tovar vysokej kvality a tiež široké možnosti sprievodných služieb. Zákazníka očaríme aj ponukou sortimentu – máme k dispozícii viac ako 4500 druhov výrobkov a na mnohé z nich poskytujeme predĺženú sedemročnú záruku. Filozofiou našej značky je byť zákazníkom čo najbližšie a pružne reagovať na ich záujmy a priority. Ponúkaj kvalitné výrobky a kvalitné služby, inovovať sortiment a poskytovať vždy viac, než dokáže konkurencia. Samozrejmosťou je dovoz veľkých vecí zadarmo až do záhrady a množstvo produktov pripravených na okamžitý odvoz a používanie. Ponúkame inštaláciu zakúpených bazénov či bezplatnú posezonnú prehliadku záhradnej techniky. Výnimočné je tiež spojenie s výrobou. Narozdiel od iných firiem nie sme iba čistým predajcom, ale väčšinu tovaru preberáme priamo od výrobcov. Vďaka tomu nevyužívame služby rôznych prostredníkov,

dokážeme natrvalo ponúkať veľmi dobré ceny. Vlastná produkcia nám tiež pomáha pružnejšie reagovať na zmeny dopytu a byť vždy o krok pred konkurenciou.

### ODVÁŽNA, NÁPADITÁ A EFEKTÍVNA KOMUNIKÁCIA

**Nekomunikujeme s „cieľovou skupinou“, ale vždy s človekom.**

Intenzívne komunikujeme s verejnosťou prostredníctvom internetu, billboardov a tlačenej médií. Významným posilňujúcim doplnkom konkrétnych kampaní je často aj televízia a rozhlas. Naše kampane sú pestré, úderné a originálne. A to nevravíme len o slávnom Koleso šťastia. Našou snahou je pristupovať ku každej marketingovej kampani svižou – s novými nápadmi a novou kreativitou. Nebáli sme sa preto napríklad (ako prvá firma v Česku) angažovať ako hrdinu nášho TV spotu hollywoodsku hviezdu Dannyho Treja, „tvrdása“ známeho napríklad z filmu Desperado. Nebáli sme sa rozdať zákazníkovi 294 špičkových automobilov vrátane 53 naleštených vozidiel Cadillac a 58 špičkových vozidiel Volvo V70. Nebáli sme sa dať zákazníkovi, ktorí si u nás zakúpili záhradnú techniku so spaľovacím motorom, veľkorysý darček – ku každému zakúpenému prístroju dostal zákazník benzín zadarmo na 7 rokov – to je až 700 litrov k niektorým strojom. A príkladov odvážnej a úspešnej marketingovej komunikácie by sme mohli uviesť množstvo.



### ZODPOVEDNOSŤ ZA NAŠU ZEM

**Podnikáme tak, aby sme mohli finančne podporovať organizácie pomáhajúce deťom, chorým a hendikepovaným ľuďom, sociálne slabším a podobne. Podporujeme tiež kultúru a šport.**

Naplnilo si uvedomujeme svoju spoločenskú zodpovednosť. Dlhodobu podporujeme napríklad detské domovy a sociálne charitatívne projekty. Najnovšie sme sa tento rok zapojili do verejnej zbierky pre choré a hendikepované deti nadácie Pomozte deťom. Veľmi aktívni sme aj v podpore športu – po nás je pomenovaný napríklad český extraligový hokejový klub HC Mountfield Hradec Králové alebo v minulosti tiež klub MHC Mountfield Martin na Slovensku. Tiež aj Rugby Club v Říčanech, TJ v Mníchoviciach a ďalšie. V oblasti kultúry sme dlhoročným generálnym partnerom populárneho pražského Divadla na Jezerce, kde je princípálom Rudolf Hrušínský ml., a od roku 2015 sme aj hlavným partnerom PKF Prague Philharmonia.



**JANA MORAVOVÁ**

GENERÁLNA RIADITEĽKA, MOUNTFIELD, A. S.

„Staráť sa o firmu a jej zákazníkov je ako starať sa celoročne o záhradu – nič nesmiete uponáhľať, všetkému musíte venovať pozornosť, ku všetkému musíte pristupovať naplno a s láskou. Potom sa vám to vráti úrokmi.“

### ZNAČKA A ČÍSLA

- 6 MILIÁRD ČESKÝCH KORÚN – TAKÉ TRŽBY MAL MOUNTFIELD V ROKU 2016.
- BONUSY A VÝHODY VERNOSTNÉHO PROGRAMU VYUŽIVA UŽ 1,6 MILIÓNA ZÁKAZNÍKOV.
- V ROKU 2017 ZAVÁDZA ZNAČKA VO VYBRANÝCH PREDAJNÝCH CENTRÁCH AKO NOVINKU SAMOOBSLUŽNÝ PREDAJ.
- AKTÍVNE VYSTUPUJE AJ NA SOCIÁLNYCH SIETACH, NAPRIKLAD NA FACEBOOKU.