

MALL.SK

TISÍCE RODÍN, TISÍCE PRIANÍ, JEDEN OBCHOD

HISTÓRIA

Značka MALL.sk (Internet Mall Slovakia, s. r. o.) vznikla v roku 2005 ako dcérska spoločnosť českej firmy Internet Mall, a. s. Základnou myšlienkou bolo zmeniť model nakupovania na internete z „katalógového predaja“ na plnohodnotný proces s kompletnými informáciami o produktoch a zákaznickým servisom. V auguste 2016 dokončila prevzatie siete nákupných galérií MALL investičná skupina Rockaway. Vzniklo nové zoskupenie Mall Group, na čele ktorého stojí Jakub Haverlant. Skupina obsahuje aj špecializované e-shopy z doterajšieho portfólia Rockaway. Na úrovni MALL Group vznikol nový management tím, ktorý má za úlohu podporiť holding v dosahovaní cieľov. Medzi milníky vo vývoji značky patrí rok 2012, kedy spoločnosť zjednotila mobilné verzie webu vo všetkých krajinách pôsobenia. Do produktovej štruktúry pribudla značková móda ako prvá lastovička tzv. partnerského predaja. V roku 2013 bol zavedený unikátny benefit pre zákazníkov – DOPRAVA ZADARMO na všetko pri nákupe nad 60 €. Tento rok bol prelomový aj čo sa týka investícií do propagácie značky, keďže MALL.sk začal s masívnou komunikáciou aj v offline. Rok 2014 bol v znamení rozširovania sortimentu cez tzv. partnerský predaj. Kým v januári spoločnosť ponúkala 95 000 druhov tovaru, na konci roku to bolo už 140 000. Aktuálne spolupracuje s osemnástimi partnermi a v rámci partnerského predaja ponúka viac ako 82 000 druhov produktov. Doposiaľ najväčšia zmena z hľadiska dizajnu, štruktúry a funkčnosti e-shopu www.mall.sk sa udiala, keď spoločnosť prešla na úplne nový



responzívny dizajn v novembri 2016. Spoločnosť tým reagovala na stúpajúcu obľubu online nakupovania cez mobilné zariadenia. Tieto nákupy tvoria už viac ako 15 % obratu a podiel neustále rastie. V prvých týždňoch testovania zaznamenal e-shop nárast konverzií a navýšenie počtu transakcií o 20 - 30 %. Spoločnosť od začiatku svojho pôsobenia tiež neustále zvyšuje počet výdajných miest. Aktuálne pokrýva Bratislavu, Trnavu, Senec, Nitru, Trenčín, Žilinu, Poprad, Prešov a Košice. V tomto roku plánuje otvoriť predajňu v Banskej Bystrici a ďalších mestách. Vo výdajných miestach môžu zákazníci okrem vyzdvihnutia objednávky, vybavenia reklamácie a splátkového programu, vyskúšať aj objednané oblečenie a topánky, prípadne dokúpiť doplnkový a sezónny tovar.

INOVÁCIE

Značka MALL.sk počas celej svojej histórie prinášala novinky, ktoré formovali internetové nakupovanie na Slovensku. K dlhému radu inovácií spoločnosti patria: uvádzanie prelomových technologických noviniek,

responzívny e-shop, mobilná aplikácia, ale aj doprava zadarmo od 60 €, doručenie objednávky do 24 hodín do predajni, možnosť vynesenia, inštaláciu, ale aj znesenie ťažkého spotrebiča z bytu, splátkový predaj, predĺžené záruky alebo poistenie produktov. Roky 2015 a 2016 boli spojené s veľkými inováciami. Prebehla doposiaľ najväčšia zmena z hľadiska dizajnu, štruktúry a funkčnosti e-shopu. Spoločnosť prešla na nový responzívny dizajn, zjednodušila sa štruktúra menu, zákazník sa na stránke orientuje rýchlejšie, nákupný proces je

prehľadnejší a všetky podstatné informácie má po ruke. Zároveň došlo k výstavbe nového distribučného centra pri Prahe v obci Jirny. S plochou 30 000 m² a možnosťou rozšírenia o ďalších 20 000 m² patrí k najväčším svojho druhu v regióne. V sklade sa používajú najmodernejšie technológie a vysoký stupeň automatizácie z neho robí jednotku v on-line logistike v strednej a východnej Európe.

HODNOTA ZNAČKY

Pri vzniku spoločnosti bolo hlavným cieľom predovšetkým ušetriť čas zákazníkov. Tento cieľ bolo možné naplniť vďaka vytvoreniu profesionálneho nákupného prostredia, vyspelého technického zázemia, kvalifikovaného poradenstva a prepracovaného modelu logistiky. MALL.sk je internetová nákupná galéria s najširšou ponukou na internete. Veľkou devízou je práve možnosť nakúpiť na jednom mieste všetko, čo zákazník potrebuje do domácnosti – od základných hygienických potrieb, cez spotrebnú elektroniku, hračky, športové potreby až



po sklenky či sauny. Spoločnosť pripravila pre nakupujúcich aj množstvo ďalších výhod, napr. doručenie objednávky do 24 hodín do predajne, poistenie objednávky a mnohé ďalšie, ktoré zvýšili hodnotu vnímania značky MALL.sk.

ÚSPECHY A MARCOM

Vďaka verným zákazníkom a odborným inštitúciám je značka držiteľom viacerých ocenení a certifikátov, ktoré vníma ako ohodnotenie dobrej práce všetkých zamestnancov. Aj v tomto roku získal MALL.sk prestížne ocenenie Slovak Superbrands Award 2017, čím spoločnosť obhájila svoje začlenenie sa do elitného klubu najlepších značiek na slovenskom trhu. Ďalším významným ocenením je obhájenie prvenstva v obľúbenej súťaži ShopRoku 2016 v kategórii CENA POPULARITY. Značka MALL.sk získala aj tento rok opätovne prestížny certifikát SAEC – Bezpečný nákup, Slovenskej asociácie pre elektronický obchod (SAEC). V tomto roku sa spoločnosť rozhodla zmeniť nudný konkurenčný boj na zábavu. MALL.sk sa v spolupráci s pražskou pobočkou kreatívnej agentúry ZARAGUZA rozhodol pre odvážny krok, vybudovať si vlastnú konkurenciu. V úvodnej časti novej brandovej kampane sa MALL.sk zamerail na komunikáciu fiktívneho e-shopu Vrkuu.sk. Animovaný spot, v ktorom tri ambiciózne holuby predstavujú svoj podnikateľský zámer, si behom jedného týždňa získal veľkú pozornosť. Komunikácia odkazovala

na nefunkčný e-shop vrkuu.sk, ktorý slúžil na zber dát pre následný remarketing. Úvodná fáza kampane, počas ktorej bol e-shop Vrkuu.sk propagovaný bez súvislosti s MALL.sk, mala za úlohu vzbudiť očakávanie a vybudovať vzťah verejnosti k animovaným holubom. Na teasingovú fázu nadviazala séria zábavných animovaných televíznych a online spotov, v ktorých sa snažia holuby prekonať MALL.sk. Kampaň bola spustená zároveň v Česku aj na Slovensku. V oboch krajinách je séria televíznych a online spotov doplnená o display kampaň a komunikáciu na sociálnych sieťach.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Filozofia spoločenskej zodpovednosti v MALL.sk spočíva v tom, že značka každý rok podporuje iné projekty. V roku 2014 pomohla spoločnosť defom s hematologickými a onkologickými ochoreniami spolu s Nadáciou Kvapka nádeje a prispela na technické vybavenie Klinike detskej hematológie a onkológie Detskej fakultnej nemocnice s poliklinikou v Bratislave. V tom istom roku podporila aj Slovenskú nadáciu srdca. V roku 2015 upriamil MALL.sk pozornosť na štvornohých miláčikov. Značka darovala mesačne 0,05 € z každej objednávky v kategórii chovateľské potreby na pomoc zvieracím útulkom, ktoré vybrali v hlasovaní zákazníci. V tom istom roku vznikol aj charitatívny projekt so Slovenským červeným krížom. Model bol veľmi podobný ako pri zvieracích útulkoch, len mesačná hodnota sa spočítavala z objednávok v kategórii starostlivosť o dieťa, zdravie a krásu.



MAREK ČIČMANEC
COUNTRY MANAGER

„Spoločnosť MALL.sk pôsobí na slovenskom online trhu už dlhšie roky a dianie v spoločnosti zodpovedá dynamike prostredia, v ktorom sa pohybuje. Neustála nutnosť napredovania a zlepšovania sa, ktorú si vyžaduje online trh, nás núti tvrdo pracovať na sebe a ľudoch, ktorí spoločnosť tvoria, tak aj na procesoch a produktoch, ktoré ponúkame našim zákazníkom. Vďaka možnostiam, ktoré nám ponúka aktuálne Naša materská základňa, som presvedčený že sa opäť posunieme skokom dopredu a naďalej budeme našim zákazníkom ponúkať ešte lepší a pohodlnejší zážitok z online nakupovania.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 1 – PRVÝ PREDANÝ PRODUKT BOLA CHLADNIČKA EXPEDOVANÁ JEDNÝM ZO ZAKLADATEĽOV SPOLOČNOSTI, ONDREJOM FRICOM, KTORÝ SI PREŠIEL VŠETKÝMI PRACOVNÝMI POZÍCIAMI VO FIRME, OD VODIČA AŽ PO PREDSEDU DOZORNEJ RADY.
- 13 – POČET ROKOV NA SLOVENSKOM TRHU.
- 11 – POČET VÝDAJNÝCH MIEST NA SLOVENSKU.
- 140 000 – TOĽKO DRUHOV TOVARU JE DOSTUPNÝCH NA SKLADE.
- 62 – POČET ZAMESTNANCOV.
- 30 000 M² – PLOCHA DISTRIBUČNÉHO CENTRA.
- VIAC AKO 400 000 REGISTROVANÝCH ZÁKAZNÍKOV.
- VIAC AKO 70 000 FACEBOOKOVÝCH FANÚŠIKOV.