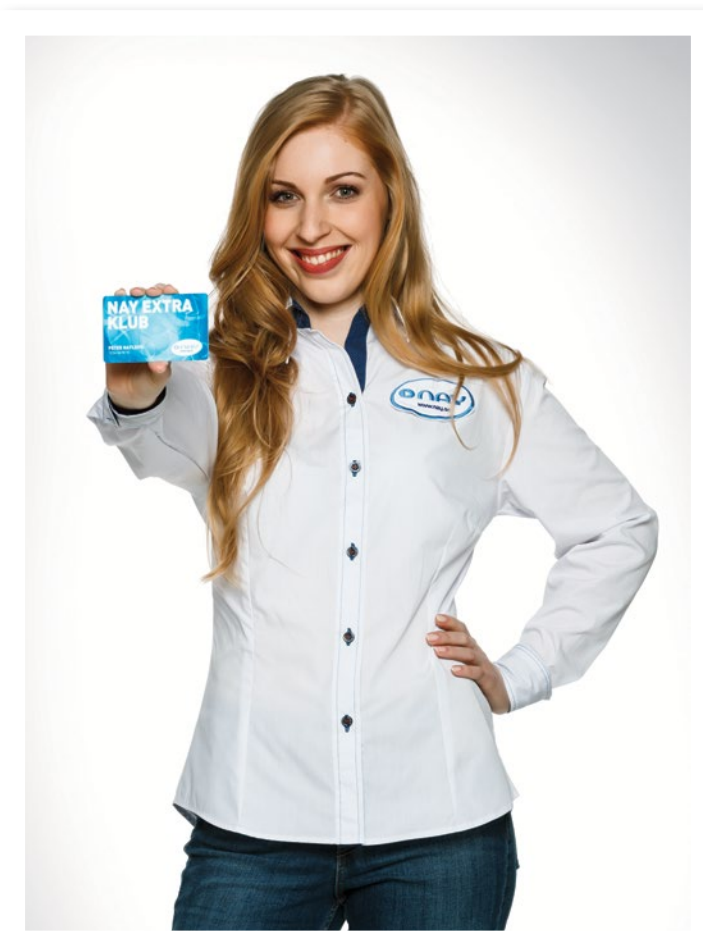




ŽIJEME TECHNIKOU

HISTÓRIA

Spoločnosť NAY a. s. je najväčším slovenským maloobchodným predajcom elektroniky s trhovým podielom približne 15 %. Na trhu pôsobí od začiatku 90-tych rokov minulého storočia. Založil ju Peter Zálešák a Ján Tomáš, ktorí sú dodnes majiteľmi spoločnosti. NAY sa stal tesne po svojom vzniku slovenským distribútorom svetových značiek elektroniky ako Sony, Panasonic, Grundig, Jamo či Yamaha. Keďže v tom čase neexistovali rozvinuté maloobchodné siete, do ktorých bolo možné distribuovať značkovú elektroniku, spoločnosť prišla s myšlienkou otvorenia predajní v centrách miest pod značkou NAY, ktoré prevádzkovali miestni podnikatelia. Koncept, ktorý je dnes známy ako franchising, nemal na začiatku 90-tych rokov na Slovensku žiadne tradície. Do roku 1997 takto spoločnosť otvorila 12 predajní malého formátu na Slovensku a na Morave. Ďalším prelomovým rokom bol rok 1998, keď spoločnosť NAY vytvorila prvý koncept veľkoplošných predajní v strednej Európe, a to pod novou značkou NAY Elektrodom. Nový koncept predajní vychádzal z marketingovej myšlienky ponúknuť zákazníkom maximálny výber tovaru a služieb pod jednou strechou. Napriek tomu, že išlo o prechod k novému, v krajine dovtedy nevyskúšanému modelu, bol projekt mimoriadne úspešný – do roku 2005 vzniklo 13 predajní NAY Elektrodom. V roku 2011 prešiel koncept ďalšou zmenou, ktorou spoločnosť reagovala na zmeny spotrebiteľského správania a trhu spôsobené rozšírením internetu. NAY a. s. od základov inovovala svoj e-shop www.nay.sk a začala konzistentne budovať omnichannel prístup k predaju. Zákazníci NAY majú dnes vďaka tomuto prístupu pohodlnú možnosť využívať akúkoľvek podobu nákupu, ktorú kombinácia e-shopu a kamenných predajní ponúka bez ohľadu na to, či zákazníci navštívia NAY osobne, cez smartfón, tablet, alebo počítač. V máji 2014 uzavrela spoločnosť NAY a. s. dohodu so spoločnosťou Dixons Retail



plc o odpredaji prevádzok Electro World v Českej republike a na Slovensku. Štyri slovenské predajne Electro World otvorili v auguste 2014 už ako NAY a v Českej republike pokračujú všetky prevádzky aj naďalej pod značkou Electro World. V roku 2016 sa sieť NAY rozšírila o 4 ďalšie predajne a v roku 2017 otvorila odberné miesto v centrálnom sklade v Senci. V roku 2017 tak NAY prevádzkovala 36 predajní NAY a 1 odberné miesto na Slovensku a 18 predajní Electro World v Českej republike. Zákazníci môžu nakupovať okrem kamenných predajní aj v e-shopoch www.nay.sk a www.electroworld.cz.

INOVÁCIE

Spoločnosť NAY počas celej svojej histórie prinášala novinky, ktoré často formovali maloobchodný trh na Slovensku. Inokedy dokázala inovovať seba pri zmenách, ktoré si naopak vyzíadal trh. Najmä však dlhodobo svojimi produktami a službami určuje štandardy, ktoré dnes

od maloobchodného predajcu očakávajú slovenskí spotrebiteľia. K dlhému radu inovácií patria franchisingový model, koncept veľkoplošných predajní „všetko pod jednou strechou“, omnichannel, vernostný program NAY Extra klub s viac ako 950 000 členmi, uvádzanie prelomových technologických noviniek na trh, ale aj doprava zadarmo s bezplatnou vynáškou, Balíkomat, splátkový predaj, Paušál na istotu, predĺžené záruky, poistenia produktov či fotoslužby.

V ostatných rokoch priniesla značka NAY niekoľko inovácií v oblasti služieb. Pre členov svojho vernostného klubu začala archivovať bločky z nákupov v kamenných predajniach a pri záručných reklamáciách tovaru do 30 eur im vymieňa tovar na počkanie za nový namiesto opravy. Obe služby výrazne zvyšujú komfort zákazníkov NAY pri reklamáciách, čo sa pri prieskumoch ukazuje ako jedna z kľúčových oblastí, ktoré zákazníci pri výbere

predajcu zvažujú. Okrem toho NAY uviedol vo vybraných prevádzkach servis mobilných telefónov na mieste, aby urýchlil servisný proces a vybavil jednoduchšie poruchy na mieste a na počkanie.

HODNOTA ZNAČKY

NAY je dlhodobo najznámejšou značkou maloobchodných elektropredajní. Medzi základné hodnoty značky patria v prvom rade férovosť, jednoduchosť, odbornosť a ústretovosť. V skratke povedané: jej poslaním je zjednodušiť zákazníkovi život – od momentu výberu až po starostlivosť o daný spotrebič. Okolo týchto hodnôt a filozofie je vybudovaná obchodná aj marketingová stratégia firmy. NAY sa od svojho vzniku snažil priniesť zákazníkovi čo najširšiu ponuku produktov, ich maximálnu dostupnosť, vyškolený odborný personál, ktorý im dokáže kvalifikovane poradiť, jednoduché služby pokrývajúce všetky situácie či možnosti komunikácie zákazníka so spoločnosťou. NAY je mimoriadne hrdý na svoj tím zamestnancov

– oni sú totiž najdôležitejším marketingovým nástrojom a najdôležitejšou pridanou hodnotou značky. Od roku 2012 sú práve zamestnanci tvármi spoločnosti. Pod svojimi pravými menami vystupujú vo všetkých kampaniach počnúc televíznymi spotmi až po letáky. NAY verí, že práve jeho zamestnanci sú ideálnym stelesnením jeho sloganu „Žijeme technikou“.

ÚSPECHY

NAY je držiteľom množstva ocenení od odborných médií, organizácií, obchodných partnerov a najmä zákazníkov. K najdôležitejším oceneniam patria tituly MasterCard Obchodník roka v kategórii Obchodník s elektronikou z rokov 2016, 2015, 2014 a 2013. Historicky medzi najprestížnejšie ocenenia patrí titul Podnikateľ roka 2008 od spoločnosti Ernst & Young, ktorú získal zakladateľ spoločnosti Ing. Peter Zálešák. Neskôr zastupoval Slovensko aj v celosvetovom finále. Titul Superbrands Slovakia NAY obhájilo už 6. rok po sebe.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

V roku 2014 spoločnosť NAY v spolupráci so spoločnosťou SEWA, a. s. realizovala prvý ročník akcie Čistíme Slovensko. Cieľom akcie bolo umožniť ľuďom na Slovensku bezplatne, jednoducho a ekologicky vyčistiť svoje domácnosti, pivnice a povaly od starých spotrebičov. Akcia sa stretla s nečakanou veľkou odozvou a zapojilo sa do nej viac ako 3 500 domácností zo 705 miest a obcí. Dohromady bolo počas akcie vyzbieraných a odovzdaných až 9 203 spotrebičov s celkovou hmotnosťou takmer 300 ton. V roku 2015 prebehol druhý ročník akcie,



v ktorom sa do čistenia Slovenska zapojilo ďalších 2 577 domácností z 564 obcí a vyzbieralo sa 7 956 spotrebičov. NAY už od roku 2007 podporuje nadáciu Dobry anjel, ktorá pomáha rodinám s nezaopatrenými deťmi, v ktorých je niekto chorý na rakovinu alebo dieťa trpí na inú závažnú chorobu a kde táto choroba dostala rodinu do finančnej tiesne. V súčasnosti NAY podporuje Dobrého anjela hneď niekoľkými spôsobmi: finančne na základe obratu svojich členov vernostného klubu – umožňuje zákazníkom zaokrúhliť cenu svojho nákupu a prispieť tak prostredníctvom NAY vlastnými prostriedkami a taktiež spotrebičmi, ktoré

putujú do rodín, ktoré ich potrebujú. NAY ako úspešná slovenská spoločnosť dlhodobo podporuje najmä úspešné a unikátne slovenské kultúrne projekty a značky, ktoré si často získali aj medzinárodnú pozornosť. Najznámejší je NAY Tanečný dom, folklórny projekt, ktorý približuje tradičné slovenské tance mladým ľuďom na workshopoch, kde sa ich môžu naučiť a vyskúšať. Tento projekt sa od roku 2006 predstavuje na najúspešnejšom slovenskom hudobnom festivale Pohoda, kde patrí medzi najobľúbenejšie scény. Ďalšie takéto významné slovenské projekty, ktoré NAY podporuje, sú napríklad Divadelná Nitra – medzinárodný divadelný festival, festival Hory a mesto či Cirkul'art – festival nového cirkusu.

ZNAČKA A ČÍSLA

- 26 ROKOV NA TRHU
- V ROKU 1998 BOLA OTVORENÁ PRVÁ PREDAJŇA POD ZNAČKOU NAY ELEKTRODOM
- 36 PREDAJŇÍ NAY NA SLOVENSKU
- 18 PREDAJŇÍ ELECTRO WORLD V ČESKEJ REPUBLIKE
- 1116 ZAMESTNANCOV NA SLOVENSKU
- 704 ZAMESTNANCOV V ČESKEJ REPUBLIKE
- 950 000 ČLENOV NAY EXTRA KLUBU NA SLOVENSKU

