



HISTÓRIA

Spoločnosť NAY a.s., ktorá prevádzkuje pod značkou NAY Elektrodom 31 predajní a internetový obchod www.naysk.sk, je najväčším špecializovaným maloobchodným predajcom elektroniky v Slovenskej republike s trhovým podielom približne 15 %. Na trhu pôsobí od začiatku 90. rokov minulého storočia; založil ju Peter Zálešák a Ján Tomáš, ktorí sú dodnes majiteľmi spoločnosti. Jej história je zaujímavá najmä z toho pohľadu, že vznikala bez dedičstva vyspelého trhu, z ktorého by mohla čerpať skúsenosti. Aj vďaka tomu mala leví podiel na vytvorení dnešnej podoby maloobchodu nielen na Slovensku, ale v celom stredoeurópskom regióne. NAY sa stala tesne po svojom vzniku slovenským distribútorom svetových značiek elektroniky ako Sony alebo Panasonic. 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 miestny podnikatelia. Koncept, ktorý je dnes aj na Slovensku známy ako franchising, nemal na začiatku 90. rokov minulého storočia 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. Prechod od stabilne fungujúceho konceptu k úplne novému, v krajine nevyskúšanému modelu, ktorý potreboval veľký kapitál, bol riskantný. Vychádzal z marketingovej myšlienky ponúknuť zákazníkom maximálny výber tovaru a služieb pod jednou strechou. Projekt bol napokon mimoriadne úspešný; do roku 2005 vzniklo 13 predajní NAY Elektrodom. Od roku 2005 do 2013 bola minoritným investorom spoločnosť Enterprise Investors, čím sa expanzia siete NAY Elektrodom dynamicky zrýchlila a počet predajní stúpil na 30. Ostatnú predajňu otvorila NAY a.s. v roku 2013 v Starej Ľubovni. Aktuálne spoločnosť prevádzkuje na Slovensku 31 predajní NAY Elektrodom v 25 mestách.

INOVÁCIE

Najvýznamnejšou inováciou roku 2013 je zavedenie novej formy nákupu vybraných produktov - Paušál na istotu. Zákazník si s ním kupuje najmä úžitok z výrobu. Pri tomto spôsobe nákupu získa aj komplexnú

starostlivosť o zabezpečenie jeho chodu počas niekoľkých rokov. V nedávnom období zaviedla spoločnosť NAY aj dve nové možnosti spôsobu dopravy objednaného tovaru - „Klikni a vyzdvihni“ a Balíkomat. Pri prvej z nich si zákazník môže cez internet vybrať a nezáväzne rezervovať produkt v ktorejkoľvek predajni, kde ho preňho pripraví do jednej hodiny. Balíkomat umožňuje aj zaneprázdneným zákazníkom vyzdvihnúť si tovar v 50 odberných miestach 24 hodín denne, 7 dní v týždni. Spoločnosť si zakladá aj na prvenstve v uvedení produktových novínok, v minulom roku uviedla na slovenský trh ako prvá dlhoočakávanú novinku - hernú konzolu PS4. Medzi historicky najväčšie marketingové inovácie patrilo aj spustenie lojalitného programu NAY Extra Klub, ktorý odmeňuje zákazníkov za vernosť značke a má aktuálne až 750 000 členov. Veľkým priestorom pre inovácie boli pre spoločnosť služby. Mnohé z nich sú dnes štandardom, ale medzi prvými ich zaviedol práve NAY Elektrodom. Dovoz kdekoľvek na Slovensku aj s odvozom a ekologickou likvidáciou starých elektrospotrebičov, splátkový predaj a iné finančné služby, predĺžená záruka



na spotrebiče, poistenia proti odcudzeniu či poškodeniu alebo inštalácie spotrebičov sú súčasťou dlhého radu služieb, ktoré dnes okrem hardvéru zákazníci nájdu v predajniach NAY Elektrodom. V súčasnosti sa môže NAY Elektrodom pochváliť najširšou základňou fanúšikov na sociálnych sieťach v tomto segmente trhu a tiež rozsiahlym videokanáлом. Aj vďaka týmto aktivitám na sociálnych sieťach spoločnosť viackrát ocenili odborné poroty renomovaných slovenských periodík Stratégie a Trend.

HODNOTA ZNAČKY

NAY Elektrodom je dlhodobo najznámejšou značkou maloobchodných elektroobchodov. Dosiahla úspech, akým sa môže pochváliť len pár značiek: v hovorovom jazyku sa ustálila ako synonymum pre celý segment trhu. Mnohí zákazníci, keď chcú označiť akúkoľvek predajňu so spotrebnou elektronikou, jednoducho použijú výraz „elektrodom“. 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 snažila priniesť

zákazníkom čo najširšiu ponuku produktov, ich maximálnu dostupnosť, vyskolený odborný personál, ktorý im dokáže kvalifikovane poradiť, jednoduché služby pokrývajúce všetky situácie či možnosti komunikácie zákazníka so spoločnosťou. NAY je mimoriadne hrdá 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 jej zamestnanci sú ideálnym stelesnením jej sloganu „Žijeme technikou“, hodnôt férovosti, ústretovosti a odbornosti, ktorú značka vyznáva.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

NAY už od roku 2007 podporuje nadáciu Dobrý Anjel, ktorá pomáha rodinám s nezaopatrenými deťmi, kde je niekto chorý na rakovinu alebo dieťa trpí na inú závažnú chorobu a kde táto choroba dostala rodinu do finančnej tiesne. Len minulý rok prispela NAY 102 produktami prostredníctvom tejto nadácie rodinám, ktoré to potrebovali. 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 workshoppoch, kde sa ich môžu

naučiť a vyskúšať. Tento projekt sa od roku 2006 predstavuje na najúspešnejšom slovenskom hudobnom festivale Bažant Pohoda, kde patrí medzi najobľúbenejšie scény. Ďalšie takéto významné slovenské projekty, ktoré NAY podporuje, sú napríklad Divadelná Nitra - medzinárodný divadelný festival, Medzinárodný filmový festival, festival Hory a mesto, Cirkul'art - festival nového cirkusu a podobne. Jedným z najvýznamnejších ocenení, ktoré spoločnosť získala, je cena Podnikateľ roka 2008 od spoločnosti Ernst & Young, ktorú získal zakladateľ spoločnosti Ing. Peter Zálešák. Neskôr zastupoval Slovensko aj v celosvetovom finále. Nay Elektrodom už v roku 2005 získal status Superbrand. V rebríčku Firma roka renomovaného ekonomického magazínu Trend sa v rokoch 2002 až 2008 umiestnil vždy v prvej dvadsiatke. Okrem toho spoločnosť získala aj Zlatý dukát od Moderného obchodu v roku 2006. Najčerstvejším ocenením je víťazstvo MasterCard Obchodník roka 2013 v kategórii Predajca elektroniky.

EMIL HURAJ
MARKETINGOVÝ RIADITEĽ

„NAY je slovenská značka, ktorá je už vyše 20 rokov jednotkou na trhu, namá vďaka tomu, že sa dokáže neustále inovovať a prinášať nové produkty a riešenia. Pre mnohých slovenských zákazníkov sa značka stala doslova synonymom pre predajňu s elektronikou.“



ZNAČKA A ČÍSLA

- 23 ROKOV NA TRHU
- 1998 BOLA OTVORENÁ PRVÁ PREDAJŇA POD ZNAČKOU NAY ELEKTRODOM
- 31 PREDJŇÍ NAY ELEKTRODOM
- 35 942M² PREDAJNÁ PLOCHA PREDJŇÍ NAY ELEKTRODOM
- 750 000 ČLENOV NAY EXTRA KLUBU
- 785 ZAMESTNANCOV
- 55 529 FANÚŠIKOV NA FACEBOOKU
- VIAC AKO 2 000 000 OBSLUŽENÝCH ZÁKAZNÍKOV V ROKU 2013
- 102 PRODUKTOV DAROVANÝCH NADÁCII DOBRÝ ANJEL