



...JSME VÁM STÁLE BLÍŽ.

## HISTORIE

Když před čtvrtstoletím přijeli do Holandska asi tak čtvrtstoletí staří kamarádi z vysoké školy, aby nakoupili kultovní cigaretový tabák Drum a lukovkový tabák Amphora, netušíli, že tím zakládají jednu z největších maloobchodních a velkoobchodních firem ve střední Evropě. Bylo v tom tehdy mnoho symbolického. Obě značky se daly do té doby pořídit pouze v Tuzexu.

Zvláště cigarety balené z tabáku Drum byly po změně režimu symbolem svobody a volnosti, jakou nové poměry nabízely. Amsterdam, hlavní město Holandska, se na začátku devadesátých let navíc těšil pověsti nejvíce „free“ ze všech světových metropolí. S energií a vůlí dokázat si, že sny se dojí plnit, se bývalí spolužáci pustili do práce a firma se pomalu rozrůstala. Následovala první prodejna na náměstí v Českých Budějovicích, získaná v malé privatizaci a provozovaná firmou dodnes, první velkoobchod v pražském Karlíně, první zaměstnanci. A první starosti. Uběhlo čtvrtstoletí a GECO se opět nechává inspirovat holandskou kreativitou, která tak úspěšně doplňuje tamního obchodního ducha a světový rozhled. GECO přijalo nový grafický styl, který je inspirován holandským malířem Pietem Mondrianem. Je jednoduchý, neopakovatelný a výrazný. Spojený se světovými centry obchodu a módy, Mondrian žil v Amsterdamu, Paříži, Londýně a New Yorku, jeho dilem se inspiroval legendární módní návrhář Yves Saint-Laurent a nyní zdobí sály prestižních světových galerií. Mondrian je Holanďan, ale nechal si upravit jméno (z Pieter Cornelis Mondriaan na Piet Mondrian), aby vyjádřil odstup od konzervativních holandských malířských tradic. Schopnost vnímat a začleňovat světové trendy do způsobu



přemýšlení o vlastní práci je také to, čím malíř oslovuje team lidí z GECO. Po čtvrtstoletí se tedy tak trochu kruh uzavřel. Ale přesněji řečeno, jedná se spíše o stoupající spirálu nežli kruh. Od roku 1991 se změnilo GECO, změnil se Amsterdam, změnil se svět. Chutě, potřeby, záliby zákazníků se posunuly jinam. Jsme téměř nepřetržitě on-line, zboží hledáme a kupujeme přes mobilní telefony. Méně čteme a více si prohlížíme obrázky. Zákazníci jsou nerosvratelně náročnější, sebevědomější a protřelejší. Víc než kdy jindy je důležité vědět, kam se „hýbe svět“. Protože obchod má nejen své premianty, ale i poražené. Značky, které před pár lety dominovaly, zmizely, protože vedení usnulo na vavřínech nebo špatně odhadlo budoucí přání a potřeby zákazníků. Proměna designu GECO nevznikla samoúčelně. GECO je zvyklé sledovat svět, nechat se inspirovat, ale také být tím, kdo určuje trendy. Řikal-li Jára Cimrman, že: „Někdo musel slepou uličku lidského poznání ohledat a ohlásit světu: Tudy ne, přátelé,“ pak GECO naopak za ta léta prokázalo, že umí najít správnou cestu a říct: „Tudy, přátelé!“ I to má představovat nový design, který je více novým vykočením než návratem ke kořenům. Veselost a barvitost nového grafického projevu GECO vyvažuje stávající logo. To nadále odkazuje svým tabákovým listem k pevným kořenům společnosti.

## INOVACE

Byli pro GECO něčím charakteristický rok 2014, tak bychom tento rys mohli shrnout jedním slovem jako zjednodušení. Jak v komunikaci se zákazníky, tak uvnitř firmy. Směrem ven pokračuje GECO ve všem, co funguje, na co zákazníci reagují pozitivně. Spotřebitelská hra Hrajte o poklady kapitána GECO je natolik oblíbená, že firma umožní zákazníkům účast v

dalších hrách na podobném principu, a nákup tak bude ještě výhodnější a zábavnější. Každý spotřebitel, který nakoupí za více než 250 Kč, má možnost zúčastnit se soutěže s nejvyšší cenou 1000 Kč ve formě bonusu na věrnostní kartě. Firma plánuje další rozvoj věrnostního programu, v němž je aktuálně zapojeno více než 840 000 spotřebitelů v Česku a na Slovensku. Cílovou skupinou je každý spotřebitel tabákových výrobků, kuřáckých potřeb, tisku, kreditů do mobilních telefonů a jakýkoli sázející číselných či stíracích loterií. Od května 2015 mohou nakupující v prodejnách GECO navíc využívat i výhod programu iBOD. Firma investovala 50 milionů korun do remodelingu prodejen v Česku a 10 milionů korun na Slovensku. Nový vzhled prodejen, mimo jiné, zpřehlednil vystavené produkty pro zákazníky a zjednodušil práci zaměstnancům. A opět tedy zjednodušení – tentokrát u firemních procesů a v oblasti motivace zaměstnanců. To vše přineslo reálné výsledky v podobě zvýšení obrátu celé skupiny o 33% a zisku dokonce o 50%. GECO prodává téměř výhradně silné značky s vlastní identitou, dominantním postavením na trhu a stanovenou pevnou či doporučenou cenou pro konečného spotřebitele. Od ostatních se odlišuje promyšleným věrnostním programem a v oboru ojedinělým, systematickým důrazem na profesionální, rychlou a ochotnou obsluhu.



## HODNOTA ZNAČKY

Již od svého založení se GECO profiluje jako tradiční a důvěryhodná česká značka. Od roku 2000 společnost působí i na trhu Slovenska, a to prostřednictvím dceřiné firmy GECO, s.r.o. Ve Spolkové republice Německo působí značka od roku 2010 a to pod názvem GECO GmbH. Aby maloobchodní divize GECO naplnila svůj slogan „Jsme Vám stále blíž“, soustředí svoje prodejny do velkých nákupních center v České republice, Německu a na Slovensku. Současně nepřetržitě vyhledává nové prodejní příležitosti, blíž zákazníkům. Velkoobchodní divize firmy pokrývá svými pobočkami celou Českou republiku a každodenně dodává tabákové výrobky a kuřácké potřeby do dalších cca deseti tisíc prodejních míst. GECO, a.s. patří v ČR mezi největší dovozce tabákových výrobků a kuřáckých potřeb a jako jediná obchodní firma v oboru pokrývá distribuci a vlastním velkoobchodním prodejem trh v celé České republice. Současně společnost provozuje síť specializovaných prodejen typu TABÁK – TISK se širokou nabídkou tabákových výrobků, kuřáckých potřeb,

periodického tisku, telefonních kupónů, jízdenek MHD, poštovních známek, stíracích losů, zprostředkováním příjmu sázek a výplat výher pro loterijní společnosti a s dalším doplňkovým sortimentem. Na tuzemském trhu dosahuje společnost GECO více než třetinového podílu na trhu cigaret a tabáku; nadpolovičního podílu na trhu s doutníky a více než 20% na trhu s číselnými loteriemi (Sportka, Euromilióny, Loto) a stíracími losy. Přestože podíl na slovenském a německém trhu roste, je dosud minoritní. Být nejvýznamnějším obchodníkem v oboru a nejlepším partnerem pro své zákazníky, zaměstnance a dodavatele – to je vize firmy, kterou se vedení snaží naplňovat a která je základem úspěchu. U svých zaměstnanců podporuje firma osobní a profesní rozvoj i týmovou spolupráci. Rovněž korektní spolupráce a upevňování obchodních vztahů jsou prioritou ve vztahu k dodavatelům. Prvořadým objektem zájmu však nadále zůstává zákazník, kterému firma GECO poskytuje kvalitní služby. Jen spokojený zákazník se totiž bude stále a rád vracet. A počet věrných zákazníků neustále roste, což je pro firmu tím nejcenějším důkazem, že její cesta je správná.



## LIBOR CHROBOK

PŘEDSEDA PŘEDSTAVENSTVA GECO, A.S.

„Během uplynulého roku jsme se ohlédli, zamysleli se, co nás udělalo úspěšnou firmou, a přišli se spoustou nových řešení. Ta mají společné principy: jsou jednoduchá, přívětivá pro zákazníky, výhodná pro partnery a motivující pro zaměstnance. Jsme podobní obrazům od Mondriana: zjednodušujeme svět, aniž ho zbavujeme imaginace a kreativity.“

## ZAJÍMAVOSTI

- 2120 - PŘÍBLIŽNĚ TOLIK ZAMĚSTNANCŮ PRACUJE PRO SPOLEČNOST GECO VE TŘECH ZEMÍCH
- 840 000 - VÍCE NEŽ 840 000 SPOTŘEBITELŮ JE ZAPOJENO DO BONUSOVÉHO PROGRAMU
- 18 - POKUD BY SE NASKLÁDALY ZA SEBE CIGARETY, KTERÉ GECO PRODALO JEN V ROCE 2014, TAK BY OBEHNALY NAŠÍ ZEMĚKOULI TĚMĚŘ 18X
- 5 - KAŽDOU VTEŘINU NAKOUPI V NĚKTERÉ Z MALOOBCHODNÍCH PRODEJEN GECO TABÁK TISK VE VŠECH 3 ZEMÍCH PRŮMĚRNĚ 5 ZÁKAZNÍKŮ
- 15 - KAŽDOU MINUTU NA KAŽDĚ PRODEJNĚ GECO V ČR ZÍSKÁVÁ 15 ZÁKAZNÍKŮ DODATEČNĚ VĚRNOSTNÍ BODY V INTERAKTIVNÍ HŘE O POKLADY KAPITÁNA GECO.