

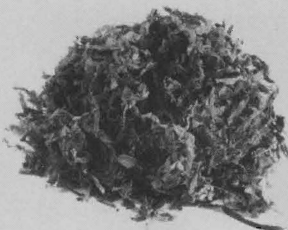
sadržaj

- 8 **Novi objekti**
- 10 **Domaće vijesti**
- 12 **Regionalne vijesti**
- 16 **Veliki trgovci**
- 18 **Svjetske vijesti**
- 20 **Svjetske vijesti: istraživanja**
- 22 **Top trgovci u svijetu**
Makro City
- 24 **Mišljenja i komentari**
Raste sivo tržište cigareta i rezanih duhana
- 26 **Investicije**
Škafa: Investicije u vrijednosti pet miliona KM
- 28 **Analiza**
IGD: Evolucija privatnih robnih marki
- 30 **Intervju s povodom**
Spanish Market d.o.o.
- 32 **Istraživanja**
IPSOS: Kada potrošač ne šteti
- 34 **Category management**
Integrirani set aktivnosti (II dio)
- 36 **Na mjestu prodaje**
Lakša obrada i analiziranje podataka
- 38 **Na mjestu prodaje**
Ekрани bliže proizvodu
- 42 **In Promocije**
- 44 **Preporuke**
Online pomoć pri izvozu u EU

Izdvajamo

24 **Mišljenja i komentari**

Naglo i izuzetno visoko oporezivanje duhanskih proizvoda uslovalo povećanje njihovih maloprodajnih cijena, što je uz godinama prisutne posljedice ekonomske krize, nezaposlenosti i teških životnih uslova većine stanovništva u BiH predstavljalo dodatni veliki udar na kućne budžete potrošača, a što je opet uslovalo poremećaj legalnog duhanskog tržišta u BiH tako da se iz godine u godinu povećava nelegalno, crno tržište švercovanih cigareta i duhana dok legalno tržište proizvodnje i prodaje cigareta bilježi konstantan pad.

30 **Intervju s povodom**

Kompanija Spanish Market d.o.o. od početka je usmjerena ka distribuciji konditorskih proizvoda, trenutno ekskluzivno zastupa i distribuira neke od vodećih svjetskih brendova u tom segmentu. Mnoge kompanije su prepoznale njihov rad na terenu i kvalitetne odnose sa kupcima koje grade već dugi niz godina.



inPromocije

I ovaj put InStore je zabilježio promocije organizovane u tržnim centrima širom Bosne i Hercegovine.

45 **NOVO Vodič kroz kategoriju: Kućna hemija**60 **Intervju iz regije**

Miloš Jelić, generalni menadžer, Nelt

Dvadeset godina, koje su iza nas, su pokazatelj da smo učili, napredovali i rasli na tržištu. Ispred kompanije Nelt uvijek stoji više od jednog izazova. Naša strategija poslovanja u sebi sadrži nekoliko prioriteta koji predstavljaju putokaze koje pratimo, evaluiramo i mjerimo. I u kriznim vremenima, kao što je nekoliko proteklih, ali i sljedeća godina, stabilno i sigurno povećavamo obim poslovanja.



45 **Vodič kroz kategoriju: Kućna hemija**

60 **Intervju iz regije**
Miloš Jelić, generalni menadžer, Nelt

62 **U maloj radnji**
Predstavljamo STR
Savjeti vlasnicima
Za lakše poslovanje

68 **Intervju**
Marko Pejić, Rekord Tim

70 **Istorija brenda**
Negro

72 **Trendovi**
Važan brend komunikator

74 **Periskop**
Sakupljanje članaka

76 **Periskop iz regije**
Kipar ruši ravnotežu EU
Porezi i blagostanje nacije
(Ne)vidljiva ruka
Kartice kao "pomoć prijatelja"

78 **Nove tehnologije**
Gejmifikacija

80 **inMarketing**
Chipsy hot – najbolji uz pivo

82 **PR članak**
Kolba: 10. uspješnih godina rada

85 **Društvena odgovornost**
Glavni cilj svih aktivnosti

86 **U razgovoru sa...**
PR i marketing menadžerima

88 **Posjetili smo...**
Drinktec 2013

89 **Vjerovali ili ne...**

90 **Vox populi**



U maloj radnji 62

U ovom broju donosimo odgovore o tome zašto je malim prodavnicama potreban dio za prodaju ekskluzivnih proizvoda: „Idealan način izlaganja ove grupe proizvoda zahtijeva stvaranje izdvojene i samostalne prodajne cjeline, odnosno minut shopa, a njegovo pozicioniranje je moguće sprovesti na tri načina.“ U ovom broju predstavljamo vam STR Mini miks iz Mostara.

Istorija brenda

Negro se proizvodi od davne 1928. godine i još je jedan od najprodavanijih i najprepoznatljivijih brendova Pionira na regionalnim tržištima. Najprije se proizvodio ručno i pakovao u drvene sanduke i limene kutije, da bi u godinama koje su dolazile bombon dobijao i svoj omotač, najprije od papira a mnogo kasnije od celofana. Pakovanje u kesicama, za pojedinačnu kupovinu, uslijedilo je decenijama kasnije. Pakovanje je u nekoliko faza blago redizajnirano, prilagođavajući se trendovima u ambalažiranju i dizajnu, zadržavajući elemente prepoznatljivosti sa prethodnim. Tradicionalni odžačar sa kapičom, zamijenjen je šarmantnim likom odžačara sa cilindrom, ne narušavajući atmosferu samog idejnog rješenja.

70



Trendovi

Rowland Heming nastavlja pisati o značaju i ulozi dizajnera pakovanja u životu brenda: „Najveći broj pravih dizajnera, za razliku od najvećeg broja brend menadžera, provodi značajno vrijeme u supermarketima, najviše zbog toga što vjerujemo da istinski efektan dizajn ne može da se stvori u kancelariji, sjedeći za računarom.“

72

Periskop

Kolumnista Kenan Uštović za InStore ovaj put piše o press clippingu: „Press clipping je mnogo više od skupljanja članaka, mnogo više od praćenja reklama i internet portala. To je alat koji vam može uštediti plaće desetak radnika koji bi svaki dan morali pratiti sve printane, televizijske i internet sadržaje.“

74



Vox Populi

„Odlučila sam ja da hodam do posla. Zato jer je hodanje zdravo. Zato jer je hodanje jeftino. Zato jer dolazi proljeće i sve mislim da će mi se kad konačno zbacim ovu zimsku garderobu jasno vidjeti svaki ponoćni zimski obrok pod dekičom uz televiziju. I hodala. Od haustora do ulice...“, a šta se to na „kraju balade“ desilo, pročitajte u kolumni Vedrane Seksan.

90