

## sadržaj

- 6 Novi objekti
- 8 Domaće vijesti
- 10 Regionalne vijesti
- 14 Veliki trgovci
- 16 Svjetske vijesti
- 18 Svjetske vijesti: istraživanja
- 20 Top trgovci u svijetu  
Casino
- 22 Osvrt stručnjaka  
I dalje loše
- 24 Mišljenja i komentari  
Skandinavski model na Balkanu -  
može li da uspije?
- 26 InLiflet  
Tehnika na akciji
- 28 Istraživanja: Valicon  
ReRegionalizacija
- 32 Intervju  
Urša Fečur, direktorica,  
Storck Adria d.o.o.
- 34 Category management  
Spriječiti pad prodaje (I dio)
- 36 Na mjestu prodaje - POS  
rješenja  
Nova era kupovine
- 38 Na mjestu prodaje  
Kako Salespod pomaže
- 40 In Promocije
- 42 Slovo zakona  
Stečaj ne mora uvijek značiti bankrot
- 44 inPoslovi  
Lizing kadrova

## Izdvajamo

22

Nenad Pacek, specijalno za  
InStore

„Rezultati prodaje i profita multinacionalnih korporacija u Sloveniji, Hrvatskoj, Srbiji, Bosni i Hercegovini i Makedoniji prošle godine su opet bili među najgorima u regiji, ali i svijetu. Od ukupno šest najgorih zemalja u regiji, čak njih pet su zemlje bivše Jugoslavije“, piše Pacek.



## InLiflet

26

Ernest Gergely, Project Coordinator kompanije Medialink d.o.o., Hiper-Com, analizira kategoriju bijele tehnike u regiji: „Posmatrajući regiju u prošloj godini, najveći udio po broju promocija, u kategoriji bijela tehnika među praćenim lifletima imalo je Gorenje“.

## Istraživanje 28

Zahtijeva se posmatranje regije kao jednog tržišta. Trenutno je dominantna filozofija izvozna i multitržišna, koja odvojeno posmatra svako tržište. To podiže troškove marketinga i brend menadžmenta.



## Regionalni intervju 32



Urša Fečur, direktorica, Storck Adria d.o.o.  
„...ako radiš srcem i ako znaš kako da se otvoreno suočiš i sa usponima i sa padovima, onda ovaj posao nije naporan. Svakako su očekivanja visoka sve vrijeme. Moramo biti svjesni da je Storck ipak porodično preduzeće i to se osjeća na svim nivoima. Na čelu je Axel Oberwelland, koji predstavlja već četvrtu generaciju od stvaranja firme i u rijetkim prilikama kada ga vidim, mogu da mu rezultate i izazove uvijek kažem direktno.“

## inPromocije 40

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



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

**52 Istraživanje: Regus**  
Blago je tu - treba ga otkriti

**54 Istorija brenda**  
Fructal

**56 E-trgovina**  
Web site - vaš izlog u svijet

**58 Standardizacija**  
U nježnim bojama

**60 Iz četiri ugla**  
Pariramo francuskim i švajcarskim  
sirevima

**62 Nove tehnologije**  
Potpuna usluga

**64 Noviteti za policu**

**65 Periskop**  
Sve nam pada

**68 Periskop iz regije**  
Privatizacija trči treći krug  
Kada i kako će u Hrvatskoj plate -  
porasti  
Optimizam kratkog daha  
(Ne)moć privatnog sektora

**70 Trendovi**  
Neraskidiva veza

**72 U razgovoru sa...**  
Rukovodiocem programa neprehrane

**74 Posjetili smo...**

**76 Svijet u brojkama**  
Laktaza kao konkurentna prednost

**78 Vjerovali ili ne...**

**80 Vox populi**



## U maloj radnji

46

InStore donosi savjete stručnjaka o retro-pultovima: „Ovi pultovi služe da se njima pozicionira oprema neophodna prodavcu za obavljanje poslova uslužnog karaktera kao što su sječenje, mjerenje, mljevenje i pakovanje izloženih proizvoda po zahtjevu potrošača.“ Otvaranje tržnih centara, konkurencija, slabija kupovna moć stanovništva, razlozi su smanjenja broja malih trgovačkih radnji. Ipak, neke male radnje iz susjedstva i dalje odolijevaju brojnim iskušenjima. Jedan od primjera uspješnog poslovanja je STR Želja koju predstavljamo u ovom broju.

## Iz četiri ugla

60

Jedna od stvari koje našoj zemlji mogu donijeti prepoznatljivost u svijetu zasigurno su autohtoni proizvodi, spravljeni po tradicionalnoj recepturi koji maksimalno koriste prednosti onog što kod nas nesumnjivo postoji - čist zrak, nezagađena voda i zemlja. Sigurno bi proizvođači sireva mogli povećati proizvodnju kada bi država prepoznala isplativost ulaganja u ovaj vid proizvodnje.



## Periskop

65

Kolumnista Kenan Uštović za InStore piše: „Proslave su završene, novac potrošen i jedino što nam preostaje jeste da se uhvatimo u koštac sa svakodnevnim problemima. Na jednom seminaru su me učili da ne smijemo reći problem, nego izazov. Dobro onda, ali sada više nisam siguran ko koga više izaziva, mi život ili život nas. U svakom slučaju, novogodišnje blještavilo se posprema pod krevet... a nimalo sjajna svakodnevnica počinje opet obuzimati naše misli.“

## Trendovi

70

Rowland Heming piše o značaju i ulozi dizajnera pakovanja u životu brenda: „Brendovi veoma rijetko pripadaju proizvođačima, kao što to oni misle. Brendovi postoje zato što ih potrošači kupuju i potrošači su ti koji ih čine uspješnim.“



## Vox Populi

80

Vedrana Seksan za magazin InStore piše o malim trgovinama: „Sasvim sam sigurna da će bez obzira na svo širenje velikih samoposluga i tržnih centra, mali granapi opstati. Ne zato jer smo mi emotivno vezani za period kada se sva fasunga kupovala u takvim granapima i kada je čudo bila samoposluga u kojoj ima korpa na točkiće. Nego zato jer će uvijek biti onih koji ne voze automobil, nemaju snage vući cekere i više vole izaći svaki dan da malo vide svijeta, nego sve kupiti odjednom pa se zatvoriti u kuću mjesec dana.“