

sadržaj

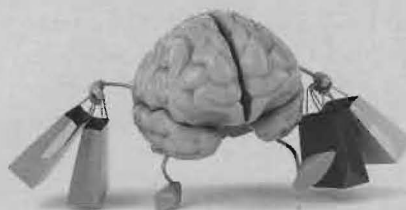
- 8 Novi objekti
- 10 Domaće vijesti
- 12 Regionalne vijesti
- 18 Veliki trgovci
- 20 Svjetske vijesti
- 22 Top trgovci u svijetu
Top 10 svjetskih trgovaca
- 24 Osvrt stručnjaka
Strateški trendovi u maloprodaji
- 26 Aktuelno
Odluka o koncentraciji Agrokora i Mercatora u regiji
- 28 Analiza
Utjecaj sa Istoka
- 32 inMarketing
Veza kupovine i mozga
- 34 Na mjestu prodaje:
studija slučaja
Rast prodaje i zadovoljni potrošači
- 36 Category management
Shopper marketing
- 38 InPromocije
- 40 Društvena odgovornost
- 41 Vodič kroz kategoriju:
Slatki program

Izdvajamo

24

dr. Nenad Pacek, specijalno za InStore

Filipović o trendovima u regiji: „Najočigledniji trend u regiji je, nažalost, recesija, koja se odražava smanjenom kupovnom moći stanovnika. Ocjene većine makroekonomista su saglasne: razlozi za recesiju su strukturalne prirode i trenutno samo u manjoj mjeri zavise od globalne makroekonomske situacije. Pošto će promjena strukture biti zahtjevan zadatak, nije očekivano da će se ekonomska situacija u regiji u bližoj budućnosti znatnije poboljšati.“

**inMarketing 32**

Mozak nema posebno „dugme za kupovinu“, nego podstiče nekoliko procesa tokom obavljanja takvih zadataka, pri čemu su istraživači utvrdili da je prednji dio mozga (eng. *prefrontal cortex*) snažno umiješan u ograničavanje emocija koje se manifestuju za vrijeme impulsivne kupovine.

Na mjestu prodaje: studija slučaja 34

Dubljim poznavanjem svake robne grupe i njenih segmenata (potkategorija), izradom planograma, implementacijom na prodajnim mjestima, kao i njihovim čuvanjem i osvježavanjem, pozitivno utječemo na prodajne rezultate.

**inPromocije 38**

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

Vodič kroz kategoriju: Slatki program 41

60 **Istorija brenda**
L'Oréal Professionnel

62 **U maloj radnji**
Za lakše poslovanje

66 **Periskop**
Kada muzika budućnosti postane tišina

68 **Periskop iz regije**
Svijetla budućnost (uz sivocrnu boju)
Bolje je vratiti se s pola, nego... s kraja puta
Na slijepom kolosijeku
Optimizam u rezervi

70 **Poslovanje**
Efikasni poslovni modeli

72 **Vjerovali ili ne...**

73 **InFokus**
Oralna higijena

80 **Trendovi**
„Veliki“ ili „mali“ direktor?

82 **Business support**
Planiranje u preduzeću

84 **Vox populi**

60



Istorija brenda

Veoma smjelo za to doba, i sa početnim kapitalom od tadašnjih 800 franaka, Eugène Schueller je patentirao prvu formulu boje za kosu pod imenom L' Auréale, koju je prodavao frizerskim salonima u Parizu. Ova boja je bila prava revolucija za francusko tržište u to vrijeme i postala je hit među frizerima.

U maloj radnji 62

Miroslav Saračević članak u ovom broju posvećuje taktikama zbog kojih će vaš loyalty program donijeti profit: *„Suština ideje o stvaranju lojalnosti je vrlo jednostavna: ako zadržimo svoje kupce i navedemo ih da nam se vraćaju, obično ćemo imati veće promete i profite od konkurenta koji stalno pokušava da stekne nove klijente i ne brine za stare.“*



U maloj radnji 66

Kolumnista Kenan Uštović u ovom broju piše: *„Postoje tri načina kako opstati u ovom poslu: biti prvi, biti pametniji ili varati. Ja mislim da i dosta naših biznismena razmišlja upravo ovako. S tim da imaju jako dobra opravdanja zašto ne mogu poslovati u skladu sa prva dva načina, nego samo sa trećim. Naime, BiH je malo tržište i nikako se ne može očekivati da mi budemo u nečemu prvi. Ako uzmemo svjetske ekonomske sile i njihove industrije, odjele za istraživanje i razvoj, mi smo samo mali ljudi koji nemaju mogućnost da budu prvi.“*

InFokus: Oralna higijena

73



Trendovi

Učeći i kopirajući od velikih multinacionalnih korporacija, na našim tržištima često dolazi do pogrešnih interpretacija i zabuna. Što bi rekao narod: *„Vid'la žaba da konje potkivaju, pa i ona digla nogu“*. Razrađujući dalje terminologiju menadžmenta, želja mi je da se podstaknemo na razmišljanje u vezi sa titulama i ostalim novotarijama koje u vezi sa njima uvodimo u svakodnevnu komunikaciju i poslovanje.

80



Vox Populi 84

„I zato, kažem - treba sreće. Sretan vam, sretan. Jer ćemo nakon što otkuca čuvenih 12 sati, odbrojimo od deset do nula, sakrijemo se od tradicionalne pucnjave iz sveg mogućeg oružja, pojedemo sarmu uz klasiku iz Beča, skontati da je počela druga vrsta odbrojavanja. Ona koja traje duže od deset. I manje je radosna. A čestitke koje stižu nemaju ugodnih sličica. Samo brojeva. I slova upozorenja“, piše InStore kolumnistica Vedrana Seksan.