

sadržaj

- 8 **Novi objekti**
- 10 **Domaće vijesti**
- 14 **Regionalne vijesti**
- 18 **Veliki trgovci**
- 20 **Svjetske vijesti**
- 22 **Intervju**
Ante Jelović, Regional
Manager Adriatic Area, Kelly/
Intersnack Group
- 24 **Category management**
Shopper marketing: planiranje
i praćenje aktivnosti
- 26 **InPromocije**
- 28 **Istraživanja**
Valicon Top 25 brendova
- 29 **Vodič kroz kategoriju:**
Duhanski proizvodi

Izdvajamo

Intervju **22**

Ante Jelović, Regional Manager Adriatic Area, Kelly/Intersnack Group o poslovanju u regiji: „U svim zemljama Adriatic regije, Intersnack/Kelly proizvodi su dostupni preko mreže naših kvalitetnih distributera, dugogodišnjih partnera Intersnacka. Poslovni rezultati i aktivnosti pokazuju kako je trenutni poslovni model optimalan te efikasan za cjelokupan lanac vrijednosti čitave regije. Proizvodi su prisutni na nacionalnom nivou svakoga od tržišta, što je i primarna osnova za daljnji razvoj poslovanja. Naravno, prostora za unapređenje poslovnih procesa još uvijek ima.“

inPromocije **26**

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

Istraživanja **28**

Brendovi iz zemalja bivše Jugoslavije dominantno su zastupljeni na regionalnoj rang listi. Među prvih deset brendova u ovoj godini šest ih je regionalnog porijekla: Vegeta, Argeta, Cedevisa, Cockta, Smoki i Fructal. Violeta je najjači bh. brend u regiji.

Vodič kroz kategoriju: **Duhanski proizvodi** **29**Trendovi **44**

Od posljednjeg EuroShopa, održanog u februaru 2011. godine, mnogo toga se dogodilo u svijetu maloprodaje. Ekonomska situacija u razvijenim zemljama je uglavnom ostala napeta, a čak su i tržišta zemalja u razvoju doživjela pad nakon naglog rasta o kojem se toliko govorilo.



44 Trendovi

Teška vremena, visoka kreativnost i pravi izazovi

46 U maloj radnji

Za lakše poslovanje
Riječ po riječ

49 InFokus

Baterije i sijalice

56 Periskop

Šta da radi ovaj zalog?

57 Periskop iz regije

Trojka
Petak, 13.

58 Business support

Poslovati koristeći napredne ERP funkcije

60 Vjerovali ili ne...

61 Dodatak o poslovnom turizmu

68 Vox populi



U maloj radnji

46

Miroslav Saračević u ovom broju piše o tome kako pridobiti i zadržati vjernost potrošača, postići da dolaze češće i postići da troše više. Također, donosimo priče iz regije kako male radnje uspješno posluju uprkos lošem položaju u odnosu na velike trgovačke centre.

InFokus: Baterije i sijalice

49



Periskop

56

Kolumnista Kenan Ustović u ovom broju piše: „Žao mi je vidjeti ovakvu situaciju u svojoj državi. Državi čiji je svaki stub jedno trulo drvo, koje samo čekamo da otpadne i postane prošlost. Mladi moraju postati vizionari, ali se zadovoljavati prosjekom, moraju biti uporni, ali iz neuspjeha izlaziti jači. Trebaju znati šta hoće, ali i šta mogu i tražiti sredinu. Borbom ostvariti svoje planove.“

Dodatak o poslovnom turizmu

61

U širem značenju, poslovni turizam uključuje sva putovanja čija je svrha povezana s putovanjima zaposlenih ili poslovnim interesima. Poslovni turizam obuhvaća: individualna poslovna putovanja, susrete (kongrese, seminare, konferencije i dr.), poticajna putovanja (insentive), sajmove, izlaganja i team building.



Vox Populi

68

„I dok dugim manikiranim noktima nabada po tastaturi otpuhuje i ona kao da stoji u redu. I svako malo pogleda koliko nas je i kolutne očima kad nam se pridruži još neko. Ko mora stati na kraj i ne, ne može ništa pitati i nema teorije da ga pustimo preko reda. Što mu se da do znanja odmah, dok još prilazi redu. Da ne bi bilo zabune“, piše InStore kolumnistica Vedrana Seksan.