

sadržaj

- 8 **Novi objekti**
- 10 **Domaće vijesti**
- 12 **Regionalne vijesti**
- 16 **Svjetske vijesti**
- 20 **Trade magazini**
Rekli ste o nama...
- 22 **Osvrt stručnjaka**
Saga se produžava
- 24 **Mišljenja i komentari**
BiH u pregovorima za novo zaduženje
- 26 **Istraživanja**
Valicon – Branding 2.0:
(Don't) Screw it
- 30 **Investicije**
Mesna industrija Semko d.o.o.
- 31 **Investicije u regiji**
Vivo Shopping Park
- 32 **Analiza**
IGD: Walmart
- 34 **InLiflet**
Promocije s puno pjene
- 36 **Category management**
Ocjena potencijala kategorije
proizvoda
- 38 **Na mjestu prodaje**
Različite vrste promocija – 2.dio
- 40 **In Promocije**
Rastite, na radost potrošača!
- 42 **Istraživanja**
Mediana Adria: Fudbal i brendovi
- 44 **Istorija brenda**
Coca-Cola
- 48 **Logistika**
Cross docking
- 50 **inKonferencije**
Dobar dan za branding u BiH
- 52 **Licem u lice**
Potrebno je poboljšanje statusa
domaćeg potrošača

Izdvajamo



Nenad Pacek, specijalno za InStore

22

Predsjednik kompanije Global Success Advisors i u ovom broju analizira krizu u euro zoni: „Sve kompanije su više, manje očekivale tešku godinu u Zapadnoj, te Centralnoj i Jugoistočnoj Europi. Međutim, godina je teža nego što se očekivalo. Skoro pola godine je iza nas, a ekonomski rast se skoro svugdje potpuno zaustavio, a čitav niz zemalja je ili već u recesiji ili im recesija prijete. Saga sa spašavanjem eura se i dalje produžava“.

Mišljenja i komentari

24

Fiskalno vijeće BiH na posljednjoj sjednici razgovaralo je o novom zaduživanju naše zemlje. Odlučeno je da entiteti dopune platforme za pregovore, te iste pošalju hitno na razmatranje MMF-u. Platforme trebaju biti dopunjene, nakon čega bi bili nastavljeni pregovori sa izaslanstvima MMF-a, Svjetske banke i Europske komisije. Tačan iznos novog kredita se još uvijek ne zna, ali je sigurno da su novi pregovori počeli. Šta će novo zaduženje značiti za BiH, te kako će se to odraziti na našu privredu, objasnili su nam stručnjaci iz ekonomije.



Investicije

30



Vrijedan 2.000.000 KM, novi proizvodni pogon mesne industrije Semko d.o.o. donijet će u Visokom otvaranje brojnih radnih mjesta u 2013. godini. Uz to, tradicionalna, visočka suhomesnata proizvodnja bit će obogaćena novim delikatesama.

InLiflet

34

Ernest Gergely, Project Coordinator kompanije Medialink d.o.o., Hiper-Com, u ovom broju analizira strategije proizvođača piva, koji se trude da povećaju svoju vidljivost u vrijeme kad je to najpotrebnije. Piva sa ukusom su sve više zastupljena u lifletima u ljetnom periodu.



Na mjestu prodaje

38

Patrik Zupančič, iz agencije PROMO.FIL, u ovom broju predstavlja primjere prodajnih i savjetodavnih promocija, koje često možemo vidjeti u našim trgovinama.



54 U maloj radnji

Za lakše poslovanje
Savjeti vlasnicima
Predstavljamo STR
Riječ po riječ

60 Noviteti za policu

62 Iz četiri ugla

Potrebno je poboljšanje statusa
domaćeg potrošača

64 Periskop

Ti uspješni poroci

66 Periskop iz regije

Pogrešna strategija spašavanja EU
Turizam – kao industrija kongresa i
doživljaja
Stari model nove vlade

68 Regija

Spori oporavak

70 U razgovoru sa...

Brend menadžerima

72 Humanost na djelu

Dukat donirao SOS Dječije selo
Sarajevo
Mercator BL: dobrovoljno davanje krvi
Meggles proslavio Dan mlijeka

74 Slovo zakona

Šta donosi novi zakon o radu?

76 Vjerovali ili ne...

78 Svijet u brojkama

Gdje je najskuplji m²?

80 Vox populi

inPromocije 40

Iz broja u broj, InStore predstavlja vam promocije organizovane u tržnim centrima širom Bosne i Hercegovine.



Istraživanja 42

Institut za istraživanje tržišta i medija Mediana Adria, zanimalo kakav je položaj nekih brendova povezanih sa fudbalom i šire. Analizirali su podatke prikupljene pomoću istraživanja Mediana TGI (Target Group Index) za godinu 2011. Model koji predstavljaju je Sponsorship Suitability Index i namijenjen je za pronalaženje potencijalnih sponzora ili sponzoriranih osoba, a također je koristan i za procjenu postojećih sponzorskih partnerstava.

U maloj radnji 54

Dragan Bjelić u ovom broju piše o značaju potrošačkih korpi. Iako vlasniku male radnje korpe ne izgledaju kao prva stvar na koju treba da obratite pažnju, one ipak mogu biti vrlo korisna alatka kojom ćete utjecati da vaši kupci ostave više novca u objektu. Miroslav Saračević, direktor poslovnog razvoja Logosofta smatra da dobar softver ima mogućnost pružanja obilja kvalitetnih informacija o poslovanju i mogućnost izvještavanja. Predstavljamo STR Orka u Neumu, našem jedinom gradu na Jadranskoj obali.



Periskop 64

InStore kolumnista, Kenan Uštović analizirao je poslovanje dvije uspješne kompanije: „One su interesantne iz više razloga: svoje proizvode uvoze i distribuiraju u BiH, jako su uspješne o tome šta rade i ono najbitnije za ovu priču, zadovoljavaju naše, ili barem većine nas, svakodnevne poroke. Osnovna karakteristika ove dvije kompanije jeste ta da su se uspjele izboriti sa jakom domaćom konkurencijom i postale lideri na tržištu“.



Vox Populi 80

U ovom broju za InStore piše kolumnistica Vedrana Seksan, koja nam je prenijela svoja iskustva prilikom kupovine. Pitali smo Adnana Redžovića, profesionalnog boksera šta ga to ometa u svakodnevnoj kupovini. Odgovorio je da mu najviše smetaju gužve na kasama, a Muhamed Konjić, nekadašnji fudbaler, voli otići do lokalne radnje gdje je kupuje najosnovnije namirnice: „To mi je stvarni užitek. Uz kupovinu znam stati sa komšijama i prijateljima i porazgovarati. To je neprocjenjivo, kad odeš u kupovinu, a ujedno možeš sa dragim ljudima razmijeniti par riječi“.