

**sadržaj**

- 6 Novi objekti**
- 8 Domaće vijesti**
- 10 Regionalne vijesti**
- 14 Svjetske vijesti**
- 18 Osvrt stručnjaka**  
Trendovi prodaje u FMCG sektoru
- 20 Mišljenja i komentari**  
Jesen bi mogla donijeti nova poskupljenja
- 22 Poslovanje**  
Meggle nastavlja investirati u BiH
- 24 Investicije u regiji**  
Logistički centar IMMOPARK  
Stadion šoping centar
- 26 Regionalni intervju**  
Brigitte Streller, generalni direktor,  
L'Oréal Adria-Balkan regije
- 30 Preporuke**  
Vanjskotrgovinska komora BiH
- 34 Analiza**  
IGD: Dobra prilika za trgovce
- 36 InLiflet**  
Ledene promocije
- 38 Na mjestu prodaje**  
Znanja i vještine potrebne za dobrog promotera
- 40 In Promocije**
- 42 Category management**  
Karta ciljeva kategorije proizvoda
- 46 InMedia**  
Via Media Reach
- 48 InMarketing**  
Nije svejedno
- 50 Istorija brenda**  
Cedevita
- 52 Licem u lice**  
Privatne robne marke ugrožavaju brendove
- 54 Logistika**  
Povratna logistika

**Izdvajamo****Nenad Pacek,  
specijalno za InStore****18**

U nedavno objavljenom istraživanju o poslovanju multinacionalni u jugoistočnoj Europi, koje je sprovela agencija GSA, predstavljeni su rezultati koji pokazuju zabrinjavajuće trendove u svim zemljama ove regije. Rezultati su znatno slabiji nego u zemljama bivšeg Sovjetskog Saveza, Poljske, Turske, Slovačke. „Kada govorimo o trendu kupovine jeftinijih brendova, Srbija je druga na rang listi 27 zemalja (čak 30 posto multinacionalni vidi pomak ka kupovini jeftinijih brendova), Hrvatska je peta, Slovenija sedma, a Bosna i Hercegovina tek šesnaesta. Ništa vam drugo ne preostaje, dragi čitaoci, nego da se oslonite na premium segment u BiH!”

**Mišljenja i komentari** **20**

Jesenja poskupljenja u Bosni i Hercegovini polako postaju tradicija. Naime, i ove godine bh. građani mogli bi se suočiti sa rastom cijena hljeba. Glavni razlog za to je suša i slab prinos pšenice. S druge strane, postavlja se pitanje kako će novo poskupljenje podnijeti domaći potrošač, čija je kupovna moć ionako slaba.

**Poslovanje** **22**

Kompanija Meggle je lider na tržištu mlijeka i mliječnih proizvoda u BiH. Na bh. tržište ušla je prije deset godina kupovinom mljekare u Bihaću i do sada u BiH investirala 24 miliona maraka. Posljednja veća investicija je 1,2 miliona eura u novu tehnologiju i infrastrukturu u proizvodnim pogonima mljekare u Bihaću.

**Regionalni intervju** **26**

Brigitte Streller, generalni direktor, L'Oréal Adria-Balkan regije

Na pitanje šta smatra svojim najvećim doprinosom kompaniji, Brigitte Streller odgovara skromno, uz osmijeh: „Na sreću ili nesreću, ja nisam stara 100 godina. Kompaniji sam se pridružila prije 23 godine, i to kao mali produkt menadžer u Austriji. Tako da mislim da moj lični doprinos nije nešto naročito veliki. Ali, učestvovala sam u otvaranju predstavništva u regiji, prvo 1997. u Sloveniji, 2004. u Srbiji a 2005. u Bugarskoj. Na to sam posebno ponosna. Na neki način ovo su moje bebe i, kao i svaka majka, i ja sam ponosna na svoje bebe, odnosno na sve ove zemlje“.

**InLiflet** **36**

Ernest Gergely, Project Coordinator kompanije Medialink d.o.o., Hiper-Com, u ovom broju analizira strategije proizvođača sladoleda: „Vanila, čokolada, Devil, Angel, Mozart, Pina Colada, mliječni, voćni, profiterole, krem biskvit... i mogao bih tako još dugo da nabrajam sve te vrste sladoleda koje se nađu u lifletima, kako se živa u termometru podiže na viši podiok. Kako ljeto odmiče, proizvođači sladoleda kreću u akciju, i promocija sladoleda je sve više“.

## 56 U maloj radnji

Za lakše poslovanje

Savjeti vlasnicima

Predstavljamo STR

## 60 Periskop

Ili znaš, il' te znaju

## 62 Periskop iz regije

Zelena ekonomija za budućnost

Mobilnost, logistika, distribucija i ...

BDP

Sto dana

## 64 U razgovoru sa...

PR menadžerima

## 66 inPoslovi

Ljeto i HR

## 68 Regija

Pritisak u svim sektorima

## 70 Humanost na djelu

100 hiljada KM bolnici u Konjicu

Crveni Krst i Mercator BH

Konzum donirao Centar za djecu s

višestrukim smetnjama u razvoju

Petrol donirao gorivo SOS Dječijem

selu BiH

## 72 Trendovi

„Op-cup“ kupovina

## 74 Na mjestu događaja

## 76 Vjerovali ili ne...

## 78 Svijet u brojkama

Mjesto pod suncem

## 80 Vox populi

## inPromocije 40

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



## InMedia 46

Via Media Reach

Tržište naše zemlje je dobilo još jednu specijaliziranu oglašivačku agenciju za planiranje i zakup medija. Agencija Via Media Reach je, prema riječima direktora Harisa Kulovića prepoznala određeni prostor za djelovanje. Mnoge aktivnosti su nedorečene u svim segmentima i osjetila se mogućnost unaprijeđenja tog stanja: „Na medijskoj sceni BiH jako mnogo stvari je nedorečeno. Upravo u toj nedorečenosti, mi smo prepoznali veoma veliki prostor u kojem možemo djelovati“.

## U maloj radnji 56

Dragan Bjelić u ovom broju donosi par ideja kako da iskoristite višekrake kuke kako biste na njih postavili blister pakovanja na različite pozicije u objektu te na taj način iskoristili dragocjeni prostor i stimulisti vezanu kupovinu. Miroslav Saračević, direktor poslovnog razvoja Logosofta, u ovom broju piše o tome kako vlasnici malih radnji optimizacijom poslovanja ukrštanjem podataka o posjetama i o ponašanju zaposlenih mogu ostvariti veću zaradu, bez ulaganja. Predstavljamo STR Minko iz Mostara, koju je, prije sedam godina, otvorio Marinko Krešić.



## Periskop 60

InStore kolumnista, Kenan Uštović u ovom broju, kroz izmišljeni lik turista koji dolazi u Sarajevo, tokom održavanja SFF-a, analizira usluge turizama, ugostiteljstva i maloprodaje: „Usluga u većini objekata i dalje ostaje, slobodno mogu reći, primitivna. Navest ću samo nekoliko primjera ugostitelja, maloprodavača, gradskog servisa, i njihovog ponašanja, ne samo prema građanima Sarajeva, nego i prema turistima, za koje stvarno ne znamo što ne dolaze u još većem broju jer im dajemo sve. Dok mnogi drugi gradovi u svijetu turistima većinu stvari opraštaju, želeći da oni dođu opet, mi imamo drugačiju strategiju zvanu Uzmi mu što više sada, on ima para, k'o da će on opet dolaziti“.



## Vox Populi 80

InStore kolumnistica Vedrana Seksan, ovaj put piše o prijateljima. Oni se, kaže, poznaju u nevolji. Pitali smo Eminu Hodžić i Brankicu Rudan, TV novinarku, da nam prenesu svoja mišljenja i iskustva u svakodnevnoj kupovini. Emini količina namirnica koju planira uzeti određuje mjesto kupovine, malu radnju ili tržni centar. Brankica za sebe voli reći da nije tip žene koja uživa u kupovini. „Ja nisam od kupoholičarki koje uživaju u šoping u i kupovini. Kada je hrana u pitanju, više uživam spremajući je u kuhinji“.