

Mountfield

PŘÍBĚH ÚSPĚCHU

26LETÁ HISTORIE

Začínali jsme v garáži. Stejně jako Amazon, Google či Apple. Náš příběh má ambici stát se lidem povzbuzením a inspirací, jak si „americký sen“ splnit v Evropě. Jak může člověk, pomocí tvrdé práce, inteligence, neúnavné vůle a odvahy založit a vybudovat firmu, která se stane lídrem trhu a dosáhne postupem několika let nejen miliardových obrátů, ale i těch nejprestižnějších komerčních a celospolečenských ocenění a uznání.

V čem dále spočívají příčiny našeho stálého růstu? Ve výběru kolegů, kteří u nás pracují – dnes jich jsou v ČR a na Slovensku již téměř dvě tisícovky. V pečlivém naslouchání zákazníkům. A hlavně v pokoře. Před každým a před vším kolem nás. Proto například věnujeme peníze na podporu desítek sociálních, zdravotních, kulturních a sportovních organizací a projektů. Proto se snažíme být citliví k přírodě. V roce 1991 otevřel zakladatel firmy Ivan Dřoblav v Mnichovicích malou prodejnu Mountfield. Nikdo netušil, že se právě rodí největší obchod se zahradní technikou a bazény v Evropě. Hlavním sortimentem byly sekačky, které v té době představovaly nedostatečné zboží, dříve kupované především v Tuzexu. U nás v Mountfieldu sekačky k dostání byly a navíc za českou měnu, takže se není čemu divit, že se do prodejny sjížděli lidé z celé republiky. Zájem veřejnosti o naše produkty byl tak enormní, že se do tří let počet prodejen v ČR rozrostl na 14. V roce 1995 se objevil náš maskot Běda Trávníček, spojený s hlasem herečky Jiřiny Bohdalové. O rok později přichází legendární Kolo štěstí. To si okamžitě získává oblibu veřejnosti. Díky Kolu štěstí si zákazník sám určuje, jak vysokou slevou nakoupí. A při troše štěstí si může odnést zboží domů úplně zadarmo! Nezapomenutelný je z té



doby slogan – radostný výkřik moderátora Přemka Podlahy: „A mám to zadarmo!“ Pomocí Kola štěstí se nám daří přilákat do prodejen lidi i mimo zahradní sezónu. Koncem 90. let se pouštíme do budování ucelené sítě servisů, které byly zřízeny u každé prodejny. Roku 2001 byl zahájen internetový prodej a o rok později už náš obrát činil přes 2 miliardy korun. V roce 2005 jsme slavnostně otevřeli jubilejní 50. prodejnu v ČR – společně s novou centrálou ve Všemchomech. A s chutí jsme vstoupili i na slovenský trh. V jackpotu Kola štěstí bylo připraveno rovných 15 milionů korun! V roce 2011 jsme připravili speciální Kolo štěstí a pomoci. Nejen že jsme díky němu opět výrazně přilákali zákazníky do prodejen, ale předali jsme také 8 697 000 Kč charitativním organizacím v ČR a na Slovensku. Rok 2016 přináší nové rekordy: Náš obrát činí již více než 6 miliard Kč. A zákazníků máme již více než 1,6 miliónu. Navíc „sbíráme“ jedno prestižní ocenění za druhým: Jsme držiteli ceny CZECH SUPERBRANDS 2016. Ziskáváme cenu „Nejdůvěryhodnější značka roku 2016“ v kategorii Zahradní technika. V každoroční anketě „Českých 100 nejlepších“, jejíž výsledky jsou vyhlašovány na Pražském hradě za účasti obchodní, kulturní a politické elity

českého národa, se umísťujeme mezi všemi komerčními společnostmi působícími na českém trhu na fantastickém 4. místě. A rok 2017 začíná také úspěchem – získáním ceny CZECH SUPERBRANDS 2017. Za 26 let existence jsme toho dosáhli opravdu hodně. Nyní máme v Česku 56 a na Slovensku 18 prodejních center – nejnovější byla počátkem roku 2017 otevřena v Jindřichově Hradci a ve slovenských Levicích.

LÍDREM TRHU DÍKY INOVACÍM

Nabízíme stále kvalitnější výrobky. A stále se rozšiřující sortiment: třeba o nabídku AKU techniky pro „tichou zahradu“, wellness program, grily Jamie Oliver...

Neustálé inovace jsou základ. Ať už jde o zahradní stroje, bazény či obsáhlou skupinu doplňkového zboží. Například v rámci sekací techniky fungujeme dokonce jako informační prostředník mezi zákazníky a výrobci, kdy předáváme výrobcům postřehy, zkušenosti a náměty na další zvýšení užitečných vlastností jejich výrobků – sekačkami počínaje a křovinořezy nebo zahradními traktory konče. Pečlivě vybíráme a důsledně testujeme každý výrobek aspirující na zařazení do sortimentu. Výsledky těchto testů rovněž předáváme výrobcům. Pokud některý z výrobků náročná hodnocení kritéria nesplní, nemá šanci se do prodeje dostat. Velmi důležitá je rovněž vyhledávání novinek, které bychom mohli svým zákazníkům nabídnout. Ohromný úspěch má třeba krmivo pro psy a kočky, které bylo rozšířeno na 3 řady – od standardního po luxusní. Sortiment se také přizpůsobil faktu, že zahrady plní stále častěji rekreační funkci, z níž plyne i velká poptávka po zahradních grilech a venkovním nábytku. V současnosti



kteří cestu zboží k zákazníkovi zbytečně prodražují. Proto jsme se už před lety pustili také do vlastní produkce: jde například o multifunkční kultivátory, solární ohřevy a solární sprchy, bazénovou chemii, některé typy bazénů nebo bazénová zastřešení. Z toho všeho těží zákazníci, protože jim díky vlastní produkci a odběru zboží

nabízíme obsáhlou řadu nábytkových prvků nejen z tradičních exotických dřev, jako je teak, eukalyptus nebo mahagon, ale rovněž z moderních materiálů, jako je ratan, tahokov nebo hliník, a to včetně slunečníků a designovaných potahů. Začali jsme také spolupracovat se světoznámým kuchařem Jamie Oliverem – máme v sortimentu grily, které Jamie Oliver osobně navrhuje, testuje a doporučuje pro jejich mimořádnou kvalitu.

HODNOTA ZNAČKY

První, co si lidé vybaví, když se řekne zahrada: Mountfield

Hodnota naší značky spočívá v její široké známosti a je tvořena pestrou mozaikou činností, které do sebe harmonicky zapadají. Značka Mountfield je veřejnosti vnímána jako tradiční prodejce zahradní techniky a bazénů. Jsme také stabilní společností – zákazník se může vždy spolehnout, že mu je v kterémkoliv prodejním centru nabízeno zboží vysoké kvality a široká škála doprovodných služeb. Ohromujeme i širší sortiment, protože nabízíme už více než 4 500 druhů výrobků a na mnohé z nich poskytujeme prodlouženou sedmiletou záruku. Filosofii naší značky je být zákazníkům co nejbliže a pružně reagovat na jejich zájmy a priority. Nabízet kvalitní výrobky a kvalitní služby, inovovat sortiment, poskytovat vždy víc, než dokáže konkurence. Samozřejmostí je dovoz velkých věcí zadarmo až na zahradu a předání všech strojů připravených k okamžitému provozu. Nabízíme instalaci zakoupených bazénů či bezplatné posezónní prohlídky zahradní techniky. Výjimečné je rovněž spojení s výrobou. Na rozdíl od jiných firem totiž nejsme jen čistým prodejcem, ale většinu svého zboží odebíráme přímo od výrobců. Díky tomu nevyužíváme služby různých prostředníků,

přímo z výroby dokážeme trvale nabízet velmi dobré ceny. Vlastní produkce rovněž pomáhá pružněji reagovat na změny v poptávce a být vždy o krok před konkurencí.

ODVÁŽNÁ, NÁPADITÁ A EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE

Nekomunikujeme s „cílovou skupinou“, ale vždy s člověkem.

Intenzivně komunikujeme s veřejností prostřednictvím internetu, billboardů a tištěných médií, jakými jsou noviny a časopisy. Významným posilujícím doplňkem konkrétních kampaní je často i televize a rozhlas. Naše kampaně jsou pestré, úderné a originální, a to nemluvíme jen o slavném Kolu štěstí. Naši snahou je přistupovat ke každé marketingové kampani nově – s novými nápady, s novou kreativitou. Nebáli jsme se proto například (jako první firma v naší zemi) angažovat coby hrdinu našeho TV spotu hollywoodskou hvězdu – Dannyho Trejo, „tvrdáka“ známého třeba z filmu Desperado. Nebáli jsme se rozdat zákazníkům 294 špičkových automobilů včetně 53 luxusních nablýskaných vozů Cadillac a 58 špičkových vozů Volvo V70. Nebáli jsme se dát zákazníkům, kteří si u nás pořídili zahradní techniku se spalovacím motorem, velkorysý dárek: ke každému zakoupenému stroji dostal zákazník benzin na 7 let zadarmo – to je až 700 litrů k některým strojům. Příkladů odvážné a úspěšné marketingové komunikace bychom mohli uvést mnoho.



ODPOVĚDNOST ZA NAŠI ZEMI

Podnikáme tak, abychom mohli finančně podporovat organizace pomáhající dětem, nemocným a handicapovaným lidem, sociálně slabým. A také kulturu a sport.

Plně si uvědomujeme svoji společenskou odpovědnost. Dlouhodobě podporujeme například dětské domovy a sociálně charitativní projekty. Nejnověji jsme se letos zapojili do veřejné sbírky pro nemocné a handicapované děti Nadace Pomozte dětem. Velmi aktivní jsme i co se týče podpory sportu: jmenujme nejen známé prvoligové hokejové kluby HC Mountfield Hradec Králové v ČR a MHC Mountfield Martin v SR, ale třeba i Rugby Club v Říčanech, TJ v Mnichovicích a další. V oblasti kultury jsme dlouholetým Generálním partnerem populárního pražského Divadla Na Jezerce a od roku 2015 jsme Hlavním partnerem PKF Prague Philharmonia.



JANA MORAVOVÁ
GENERÁLNÍ ŘEDITELKA, MOUNTFIELD A. S.

„Pečovat o firmu a její zákazníky je jako celoročně pečovat o zahradu – nic nesmíte uspěchat, všemu musíte věnovat pozornost, ke všemu musíte přistupovat naplno a s láskou. Pak se vám to vrátí. I s úroky.“

ZAJÍMAVOSTI

- 6 MILIARD KORUN – TAKOVÉ TRŽBY JSME MĚLI V ROCE 2016.
- BONUSY A VÝHODY NAŠEHO VĚRNOSTNÍHO PROGRAMU VYUŽIVÁ UŽ 1,6 MILIONU ZÁKAZNÍKŮ.
- V ROCE 2017 ZAVÁDÍME VE VYBRANÝCH PRODEJNÍCH CENTRECH JAKO NOVINKU SAMOOBSLUŽNÝ PRODEJ.
- AKTIVNĚ VYSTUPUJEME I NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH, NAPŘÍKLAD NA FACEBOOKU.