

Mountfield

PŘÍBĚH ÚSPĚCHU

HISTORIE

Příběh značky Mountfield má ambici stát se lidem inspirací, jak si „americký sen“ splnit v Evropě. Jak může člověk pomoci 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 roce 1991 otevřel zakladatel firmy Ivan Drbohlav v Mnichovicích malou prodejnu Mountfield.

Nikdo netušil, že se právě rodi největší obchod se zahradní technikou a bazény v Evropě. Hlavním sortimentem byly sekačky, které v té době představovaly nedostatkové zboží, dříve kupované především v Tuzexu. V Mountfieldu sekačky k dostání byly, a navíc za českou cenu, takže se není čemu divit, že se do prodejny sjížděli lidé z celé republiky. Zájem veřejnosti byl tak enormní, že se do tří let počet prodejen v ČR rozrostl na 14.

V roce 1995 se objevil 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, s jak vysokou slevou nakoupí. A při troše štěstí si může odnést zboží domů úplně zadarmo! Nezapomenutelný je tehdejší slogan – radostný výkřik moderátora Přemka Podlahy: „A mám to zadarmo!“ Pomocí kola štěstí se daří přilákat do prodejen zákazníky i mimo zahradní sezónu.

Koncem 90. let se Mountfield pustil do budování ucelené sítě servisů, které byly zřízeny u každé prodejny. Roku 2001 byl zahájen internetový prodej a o rok později už činil obrát přes 2 miliardy korun.

V roce 2005 byla slavnostně otevřena jubilejní 50. prodejna v ČR (společně s novou centrálou ve Všechněm)



a značka pronikla i na slovenský trh. V jackpotu kola štěstí bylo připraveno rovných 15 milionů korun! V roce 2011 bylo představeno speciální kolo štěstí a pomoci. Návštěvnost prodejen se díky tomu opět zvýšila a značka předala 8 697 000 Kč charitativním organizacím v ČR a na Slovensku. V roce 2017 činil obrát již více než 6 miliard Kč a počet zákazníků přesáhl 1,7 miliónu. Navíc Mountfield „sbírá“ jedno prestižní ocenění za druhým. Je držitelem ceny CZECH SUPERBRANDS 2017. Získal i cenu Nejdůvěryhodnější značka roku 2017 v kategorii Zahradní technika. V každoroční anketě Českých 100 nejlepších, jejich výsledky jsou vyhlašovány na Pražském hradě za účasti obchodní, kulturní a politické elity českého národa, se umístil v roce 2017 mezi všemi komerčními společnostmi působícími na českém trhu na fantastickém 4. místě. A rok 2018 začíná také úspěchem – získáním ceny CZECH SUPERBRANDS 2018.

Za 27 let existence toho Mountfield dosáhl opravdu hodně. Nyní má v Česku 56 a na Slovensku 18 prodejních center a více než 1800 zaměstnanců.

A v čem spočívají příčiny tohoto úspěchu? Ve výběru kolegů, dále v pečlivém naslouchání zákazníkům a hlavně v pokoře – před každým a před vším. Proto

Mountfield věnuje peníze na podporu desítek sociálních, zdravotních, kulturních a sportovních organizací a projektů. Proto se snaží být citlivý k přírodě.

INOVACE

Neustálé inovace jsou základ – ať už jde o zahradní stroje, bazény, či obsáhlou skupinu doplňkového zboží. V rámci sekací techniky funguje Mountfield dokonce jako informační prostředník mezi zákazníky a výrobci, když předává výrobcům postřehy,

zkušenosti a náměty na další zvýšení užitečných vlastností jejich výrobků (sekačky, křovinořezy, zahradní traktory aj.). Pečlivě vybírá a důsledně testuje každý výrobek aspirující na zařazení do sortimentu. Výsledky těchto testů rovněž předává výrobcům. Pokud některý z výrobků náročná hodnotící kritéria nesplní, nemá šanci se do prodeje dostat. Velmi důležité je rovněž vyhledávání novinek v sortimentu a nových segmentů ve vztahu k zahradě, domu a volnému času. Ohromný úspěch má třeba krmivo pro psy a kočky, které bylo rozšířeno na tři řady – od standardního až po superpremiové. Sortiment se také přizpůsobil faktu, že zahrady plní stále častěji rekreační funkci, z níž plyne i velká poptávka po zahradních grilech, udrinách a venkovním nábytku. V současnosti nabízí Mountfield obsáhlou řadu nábytkových prvků nejen z exotických dřev, jako je teak, eukalyptus nebo mahagon, ale rovněž z moderních materiálů jako ratan, tahokov nebo hliník. Letošním hitem je vlastní řada aku přístrojů zahradní techniky.

HODNOTA ZNAČKY

Hodnota značky Mountfield spočívá v její široké známosti a je tvořena pestrou mozaikou činností, které do sebe harmonicky

zapadají. Tato značka je veřejnosti vnímána jako tradiční prodejce zahradní techniky a bazénů. Je také stabilní společností – zákazník se může vždy spolehnout, že mu je v kterémkoliv prodejním centru nabízeno zboží vysoké kvality a široká škála doprovodných služeb. Ohromuje i širší sortimentu, protože nabízí už více než 4500 druhů výrobků a na mnohé z nich poskytuje prodlouženou sedmiletou záruku. Filozofie značky je být zákazníkům co nejbližší 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 zdarma až na zahradu a předání všech strojů připravených k okamžitému provozu. Mountfield provádí instalaci zakoupených bazénů či bezplatné posezónní prohlídky zahradní techniky.

Výjimečné je rovněž spojení s výrobou. Na rozdíl od jiných firem totiž není jen čistým prodejcem, ale většinu svého zboží odebírá přímo od výrobců. Díky tomu nevyužívá služby různých prostředníků, kteří cestu zboží k zákazníkovi zbytečně prodražují. Proto se Mountfield už před lety pustil 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 odběrem zboží přímo z výroby dokáže Mountfield nabízet velmi dobré ceny. Vlastní produkce pomáhá pružněji reagovat na změny v poptávce a být vždy o krok před konkurencí.

KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

Mountfield intenzivně komunikuje s veřejností prostřednictvím internetu, billboardů a tištěných médií. Významným komunikačním kanálem je televize a rozhlas. Kampaně jsou pestré, úderné a originální. Proto také značka Mountfield (jako první firma v ČR) před několika lety angažovala coby hrdinu svého TV spotu hollywoodskou hvězdu Dannyho Treja známého z filmu



Desperado. Nebála se rozdat zákazníkům 294 špičkových automobilů včetně 53 luxusních nablýskaných vozů Cadillac a 58 špičkových vozů Volvo V70. Neváhala dát zákazníkům, kteří si u ní pořídili zahradní techniku se spalovacím motorem, velkorysý dárek: ke každému zakoupenému stroji dostal zákazník benzín na sedm let zadarmo – to je až 700 litrů v některých případech.

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

Svou společenskou odpovědnost si Mountfield plně uvědomuje. Dlouhodobě podporuje například dětské domovy a sociálně charitativní projekty. Letos se opět zapojil do veřejné sbírky pro nemocné a handicapované děti nadace Pomozte dětem a nově také podpořil Nadaci Olgy Havlové. Velmi aktivní je Mountfield i v podpoře sportu: jmenujme nejen známý extraligový hokejový klub Mountfield Hradec Králové, ale třeba i Rugby Club v Říčanech, TJ v Mnichovicích a další. V oblasti kultury je značka dlouholetým generálním partnerem populárního pražského Divadla Na Jezerce. Od roku 2015 je hlavním partnerem PKF Prague Philharmonia a letos nově se stala hlavním partnerem Cen Thálie.



JANA MORAVOVÁ

PŘEDSEDKYNĚ PŘEDSTAVENSTVA
A GENERÁLNÍ ŘEDITELKA MOUNTFIELD, A. S.

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

ZAJÍMAVOSTI

- VÍCE NEŽ 6 MILIARD KORUN – TAKOVÉ TRŽBY MĚL MOUNTFIELD V ROCE 2017.
- BONUSY A VÝHODY VĚRNOSTNÍHO PROGRAMU VYUŽIVÁ UŽ 1,7 MILIONU ZÁKAZNÍKŮ.
- MOUNTFIELD PROVOZUJE 56 PRODEJNÍCH CENTER V ČESKÉ REPUBLICE A 18 NA SLOVENSKU.
- V ROCE 2018 POKRAČUJE MOUNTFIELD V REVITALIZACI SVÝCH PRODEJNÍCH CENTER – JIŽ 17 BYLO PLNĚ ZMODERNIZOVÁNO.
- MOUNTFIELD ZAMĚŠTNÁVÁ 1800 LIDÍ.