

## MANUÁL VYUŽITÍ POP PROSTŘEDKŮ V LOKÁLNÍCH MO ŘETĚZCÍCH

**Vážený přítel,  
naše asociace POPAI Central Europe sdružuje subjekty podílející se na vzniku, realizaci a využití POP projektů. Jedním ze základních cílů je maximální snaha o zlepšování kultury místa prodeje.**

**Právě v rámci těchto snah vám předkládáme materiál, který by měl být prvotním vodítkem především pro vaše dodavatele (značek) v případě plánování nových komunikačních kampaní.**

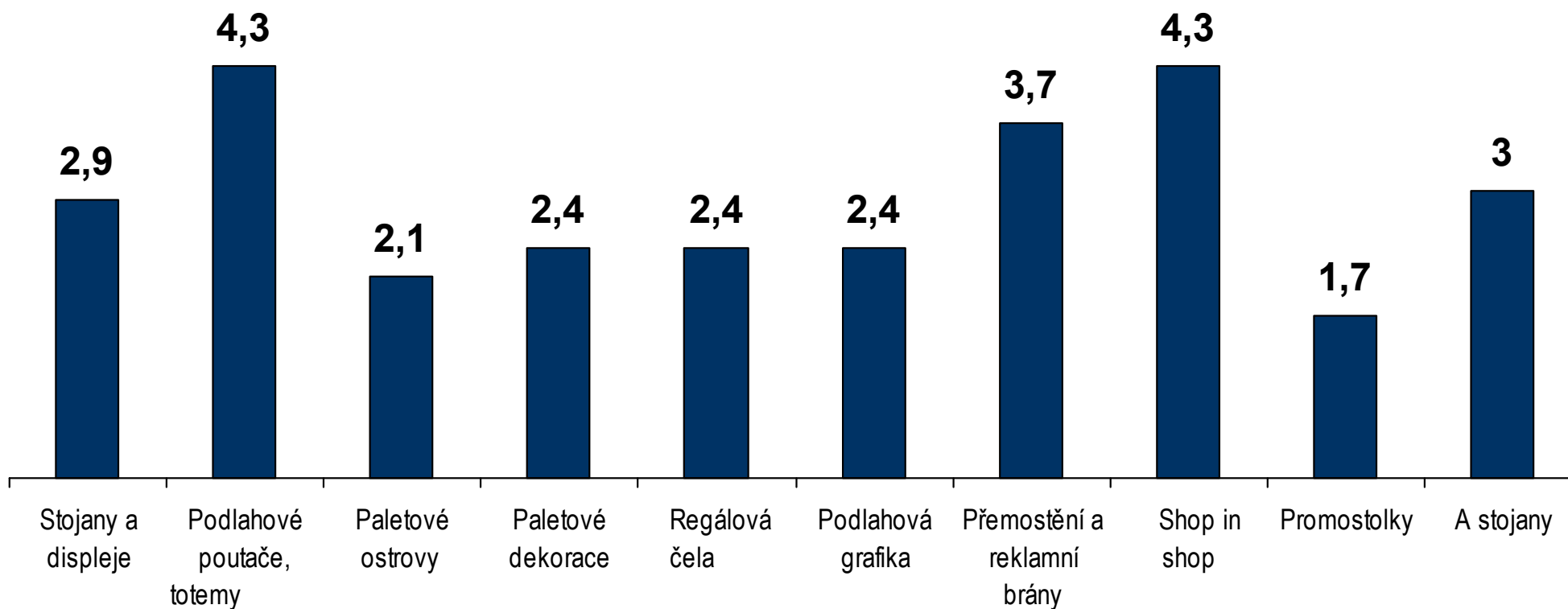
**Materiál obsahuje zhodnocení všech lokálních zástupců maloobchodních řetězců jednotlivých existujících typů POP prostředků.**

**POPAI Central Europe  
Daniela Krofiánová - General manager  
Daniel Jesenský - člen rady, sekce teorie POP**

## PODLAHOVÉ POP PROSTŘEDKY Průměr celkem

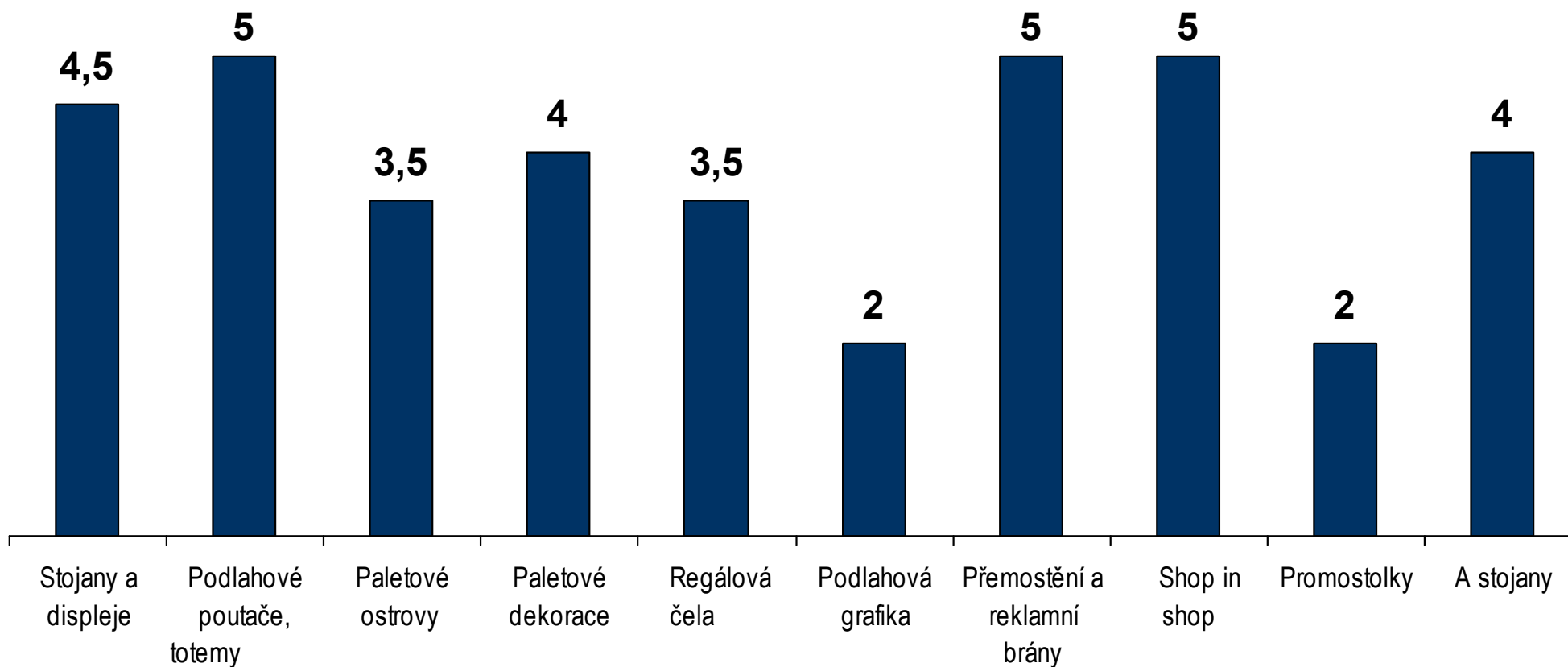
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]

Mean



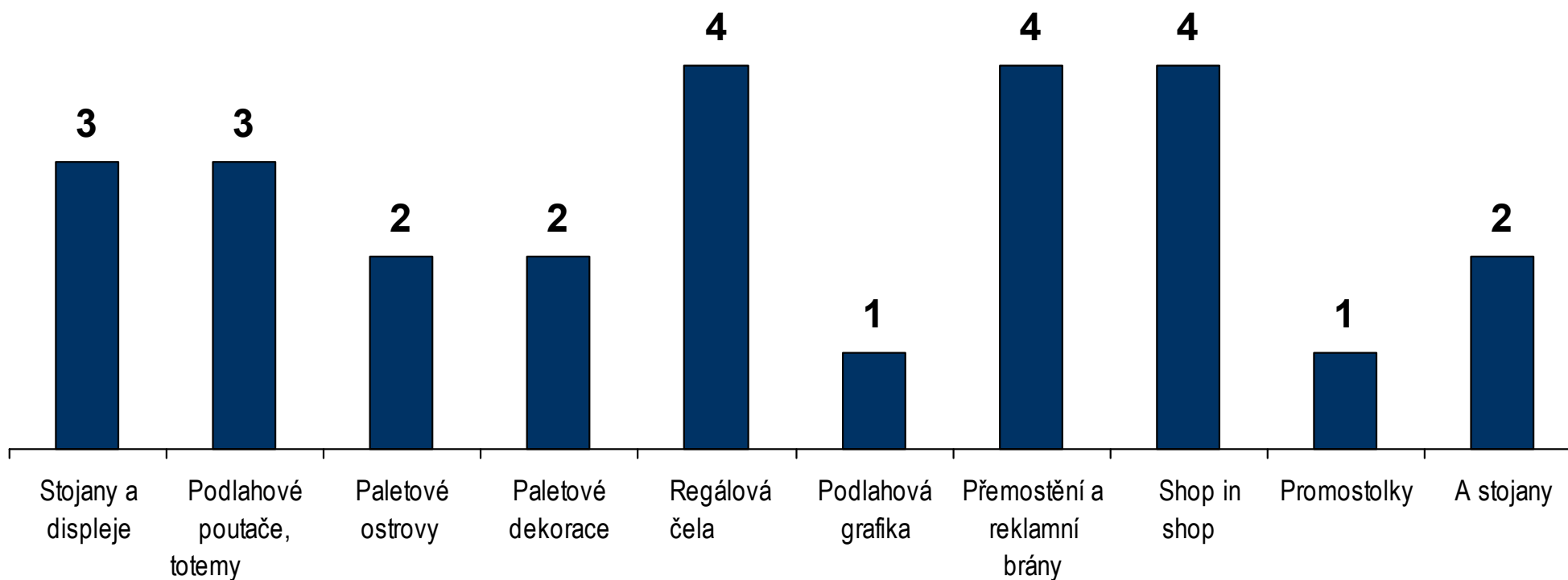
## PODLAHOVÉ POP PROSTŘEDKY Globus

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



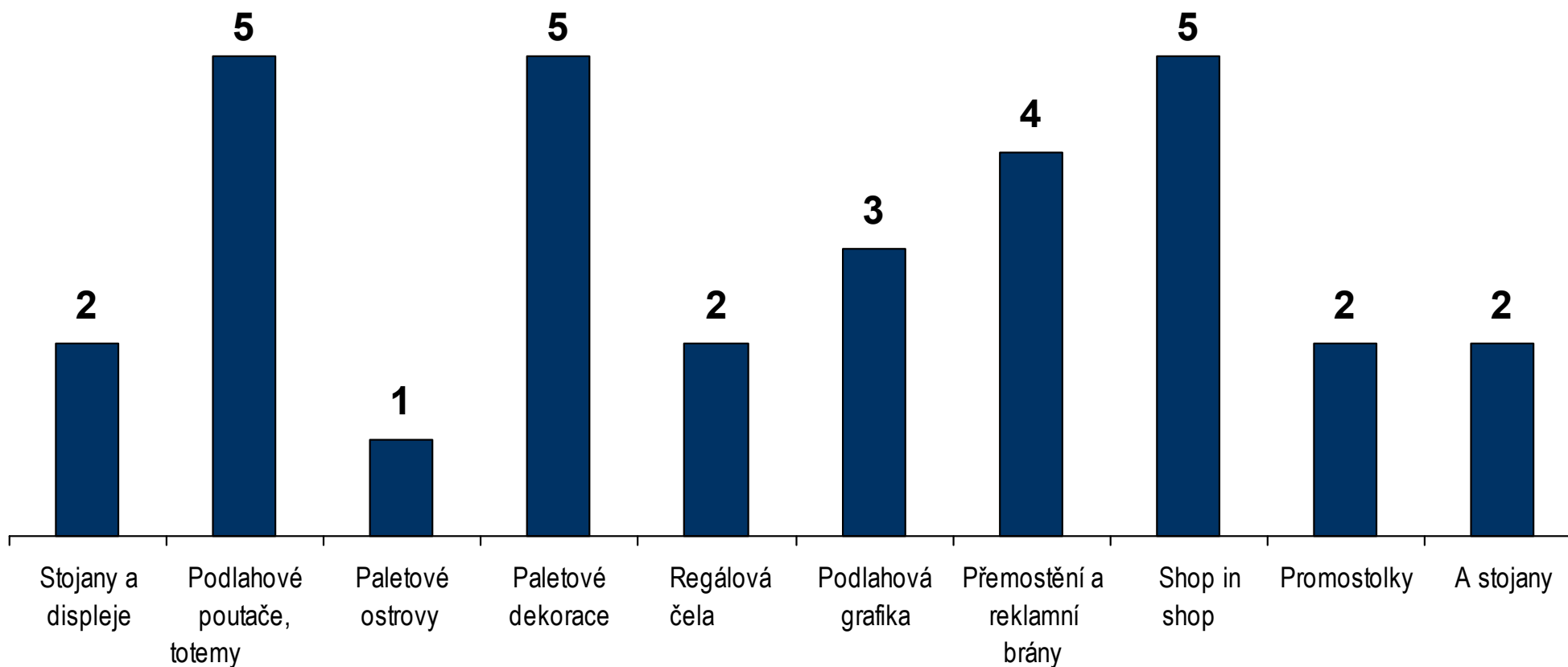
## PODLAHOVÉ POP PROSTŘEDKY Delvita

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



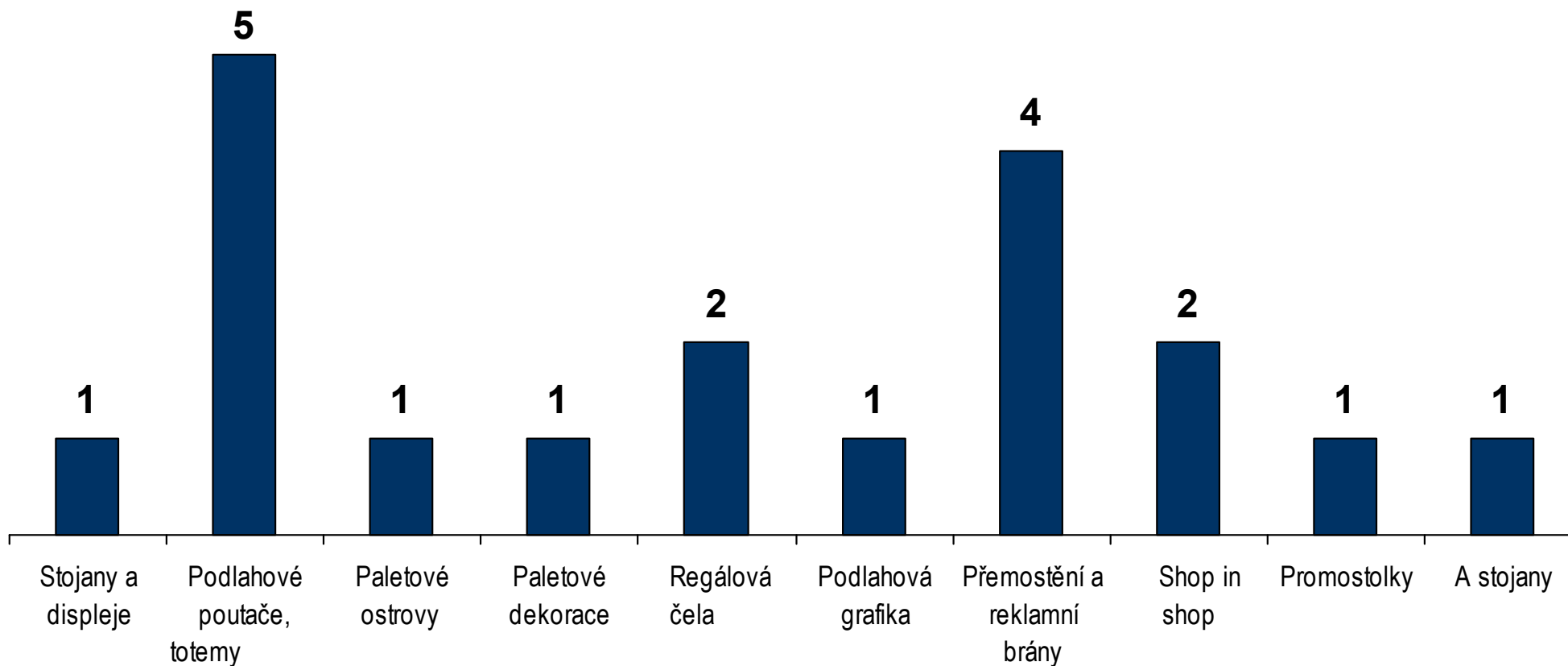
## PODLAHOVÉ POP PROSTŘEDKY Tesco

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



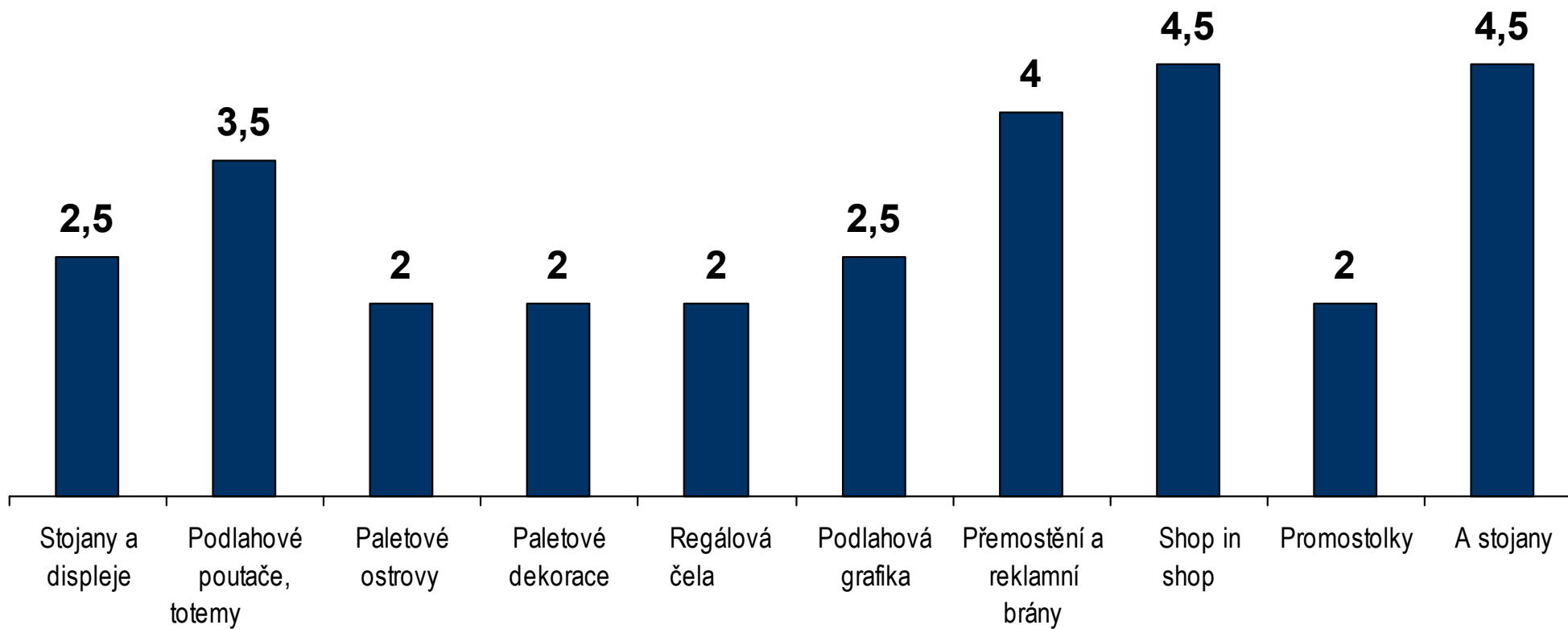
## PODLAHOVÉ POP PROSTŘEDKY Spar

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## PODLAHOVÉ POP PROSTŘEDKY Ahold

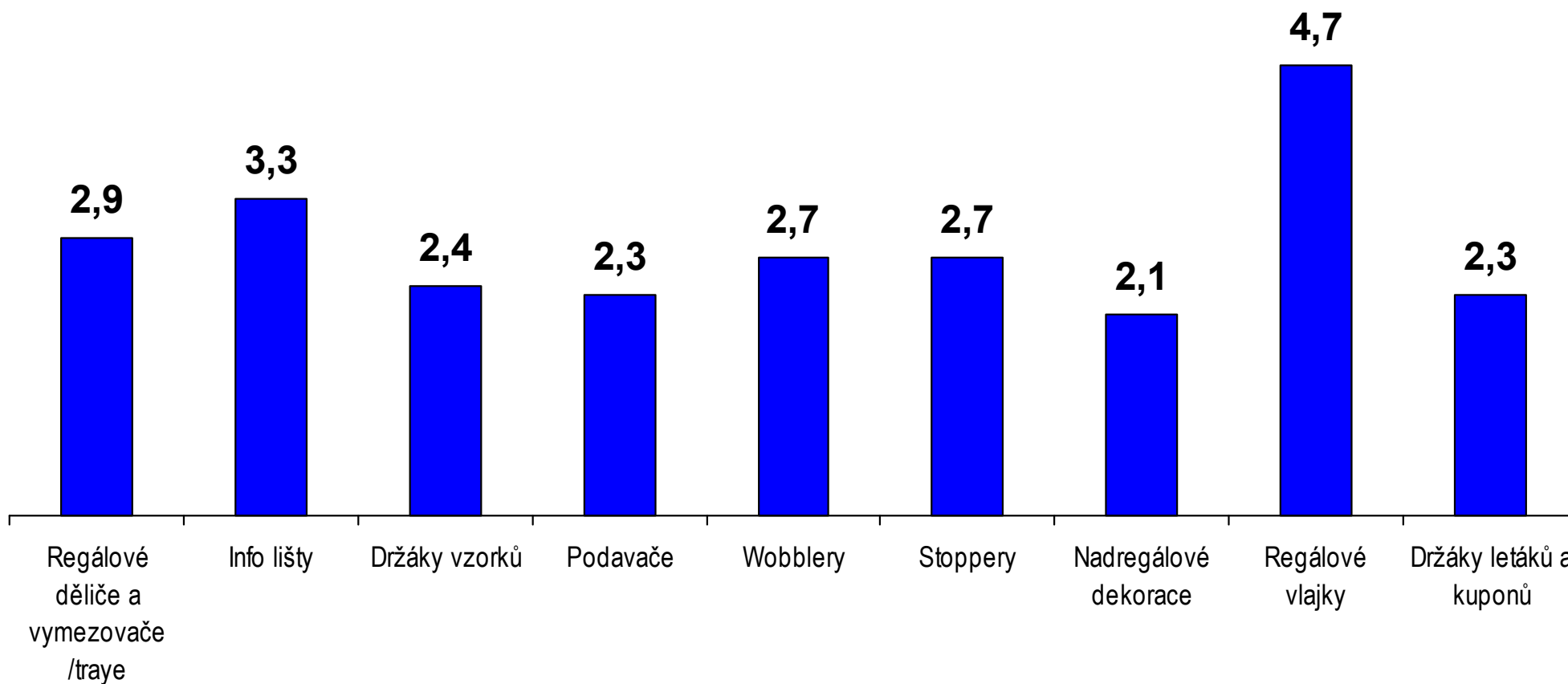
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## REGÁLOVÉ POP PROSTŘEDKY Průměr celkem

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]

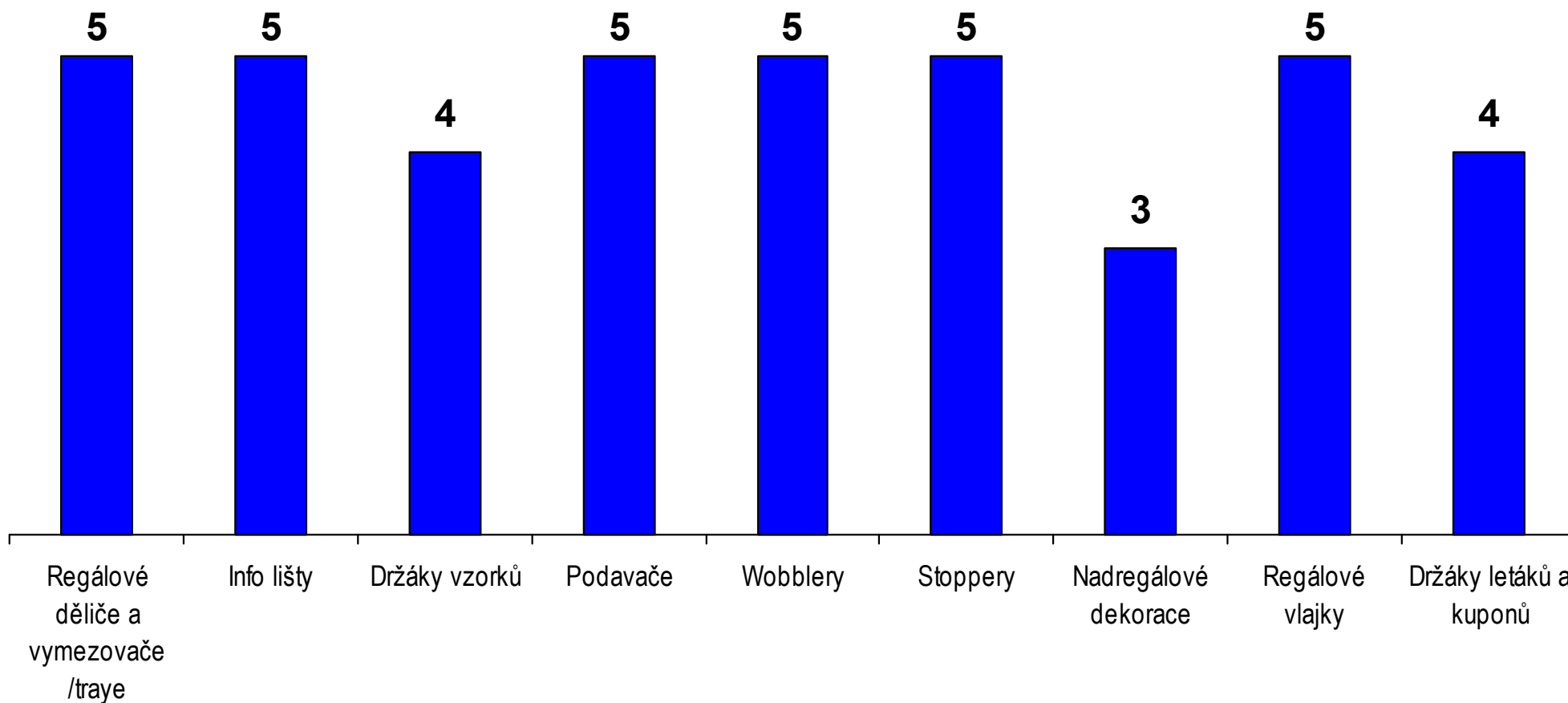
Mean





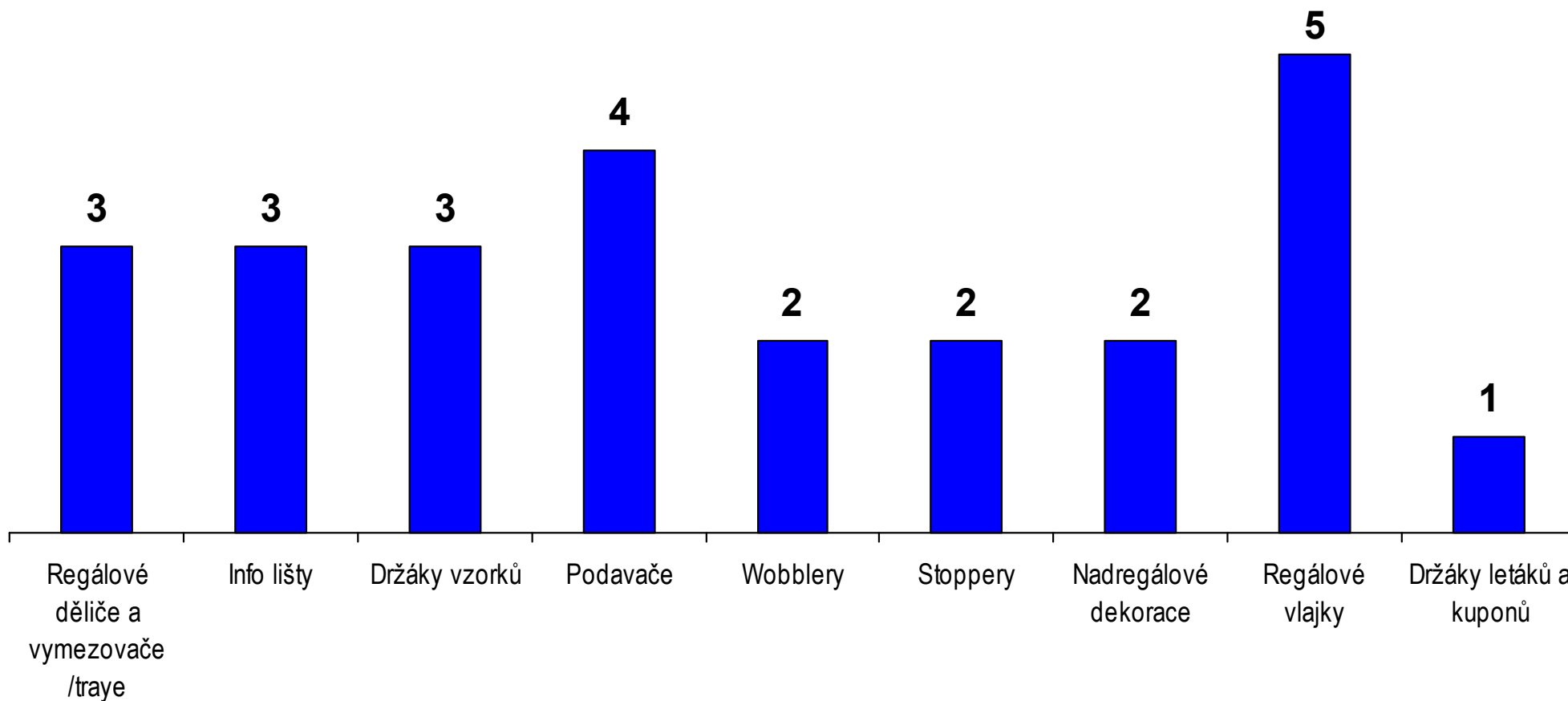
## REGÁLOVÉ POP PROSTŘEDKY Globus

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



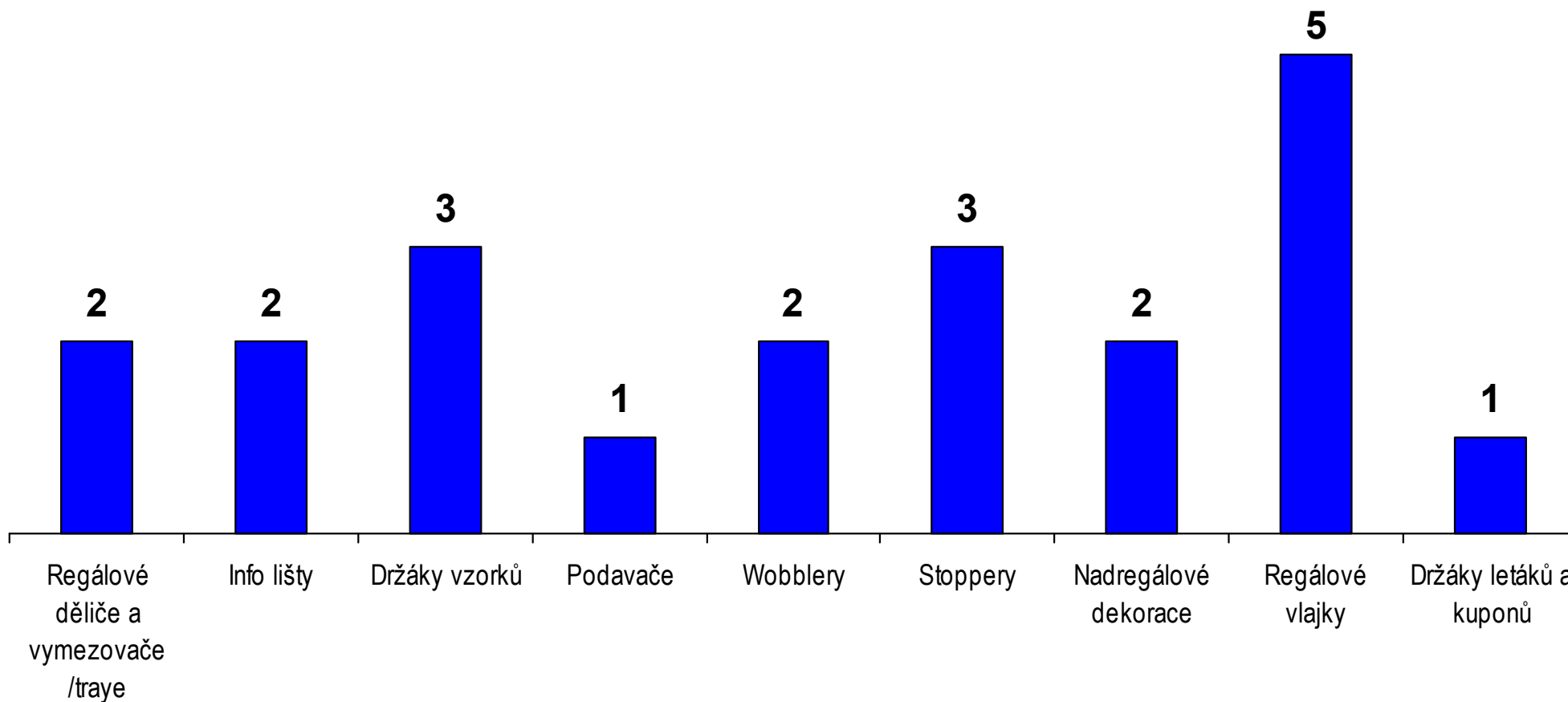
## REGÁLOVÉ POP PROSTŘEDKY Delvita

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



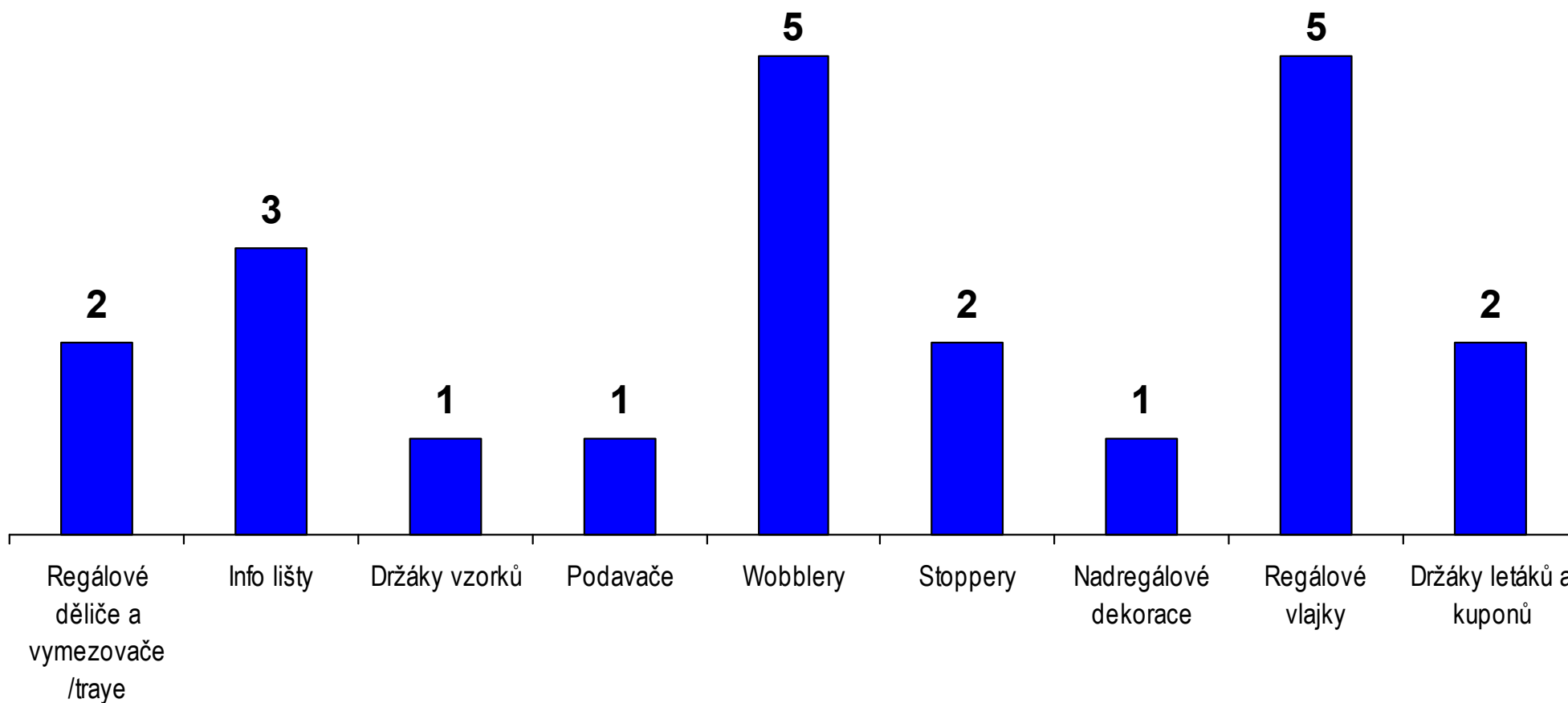
## REGÁLOVÉ POP PROSTŘEDKY Tesco

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



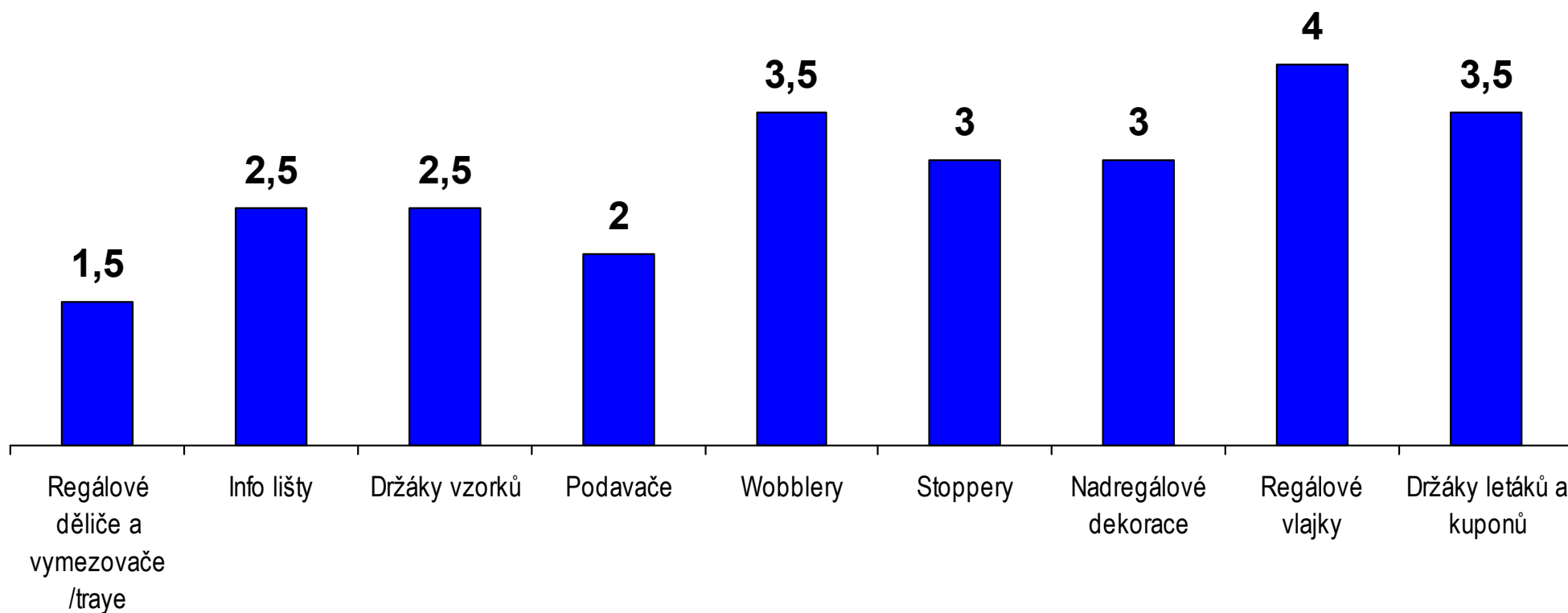
## REGÁLOVÉ POP PROSTŘEDKY Spar

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## REGÁLOVÉ POP PROSTŘEDKY Ahold

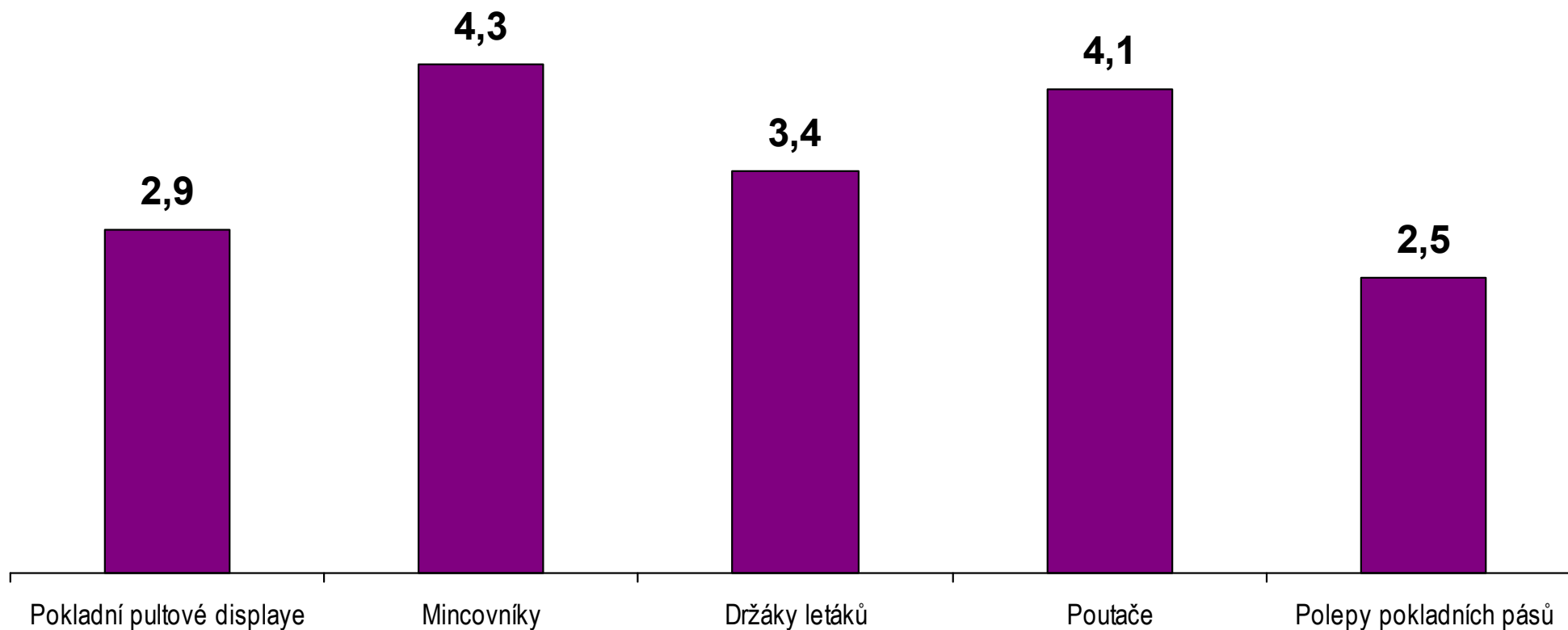
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## POP PROSTŘEDKY K POKLADNÁM Průměr celkem

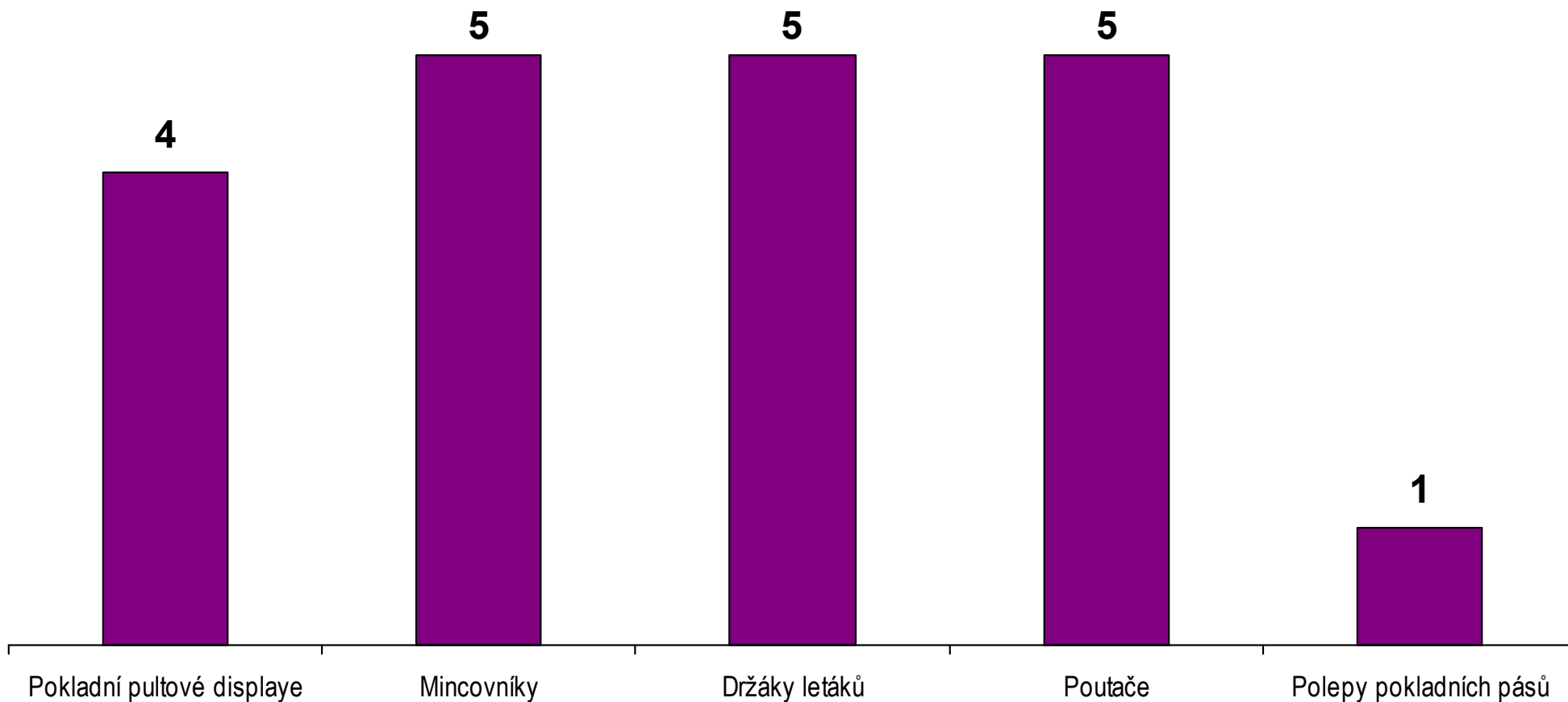
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]

Mean



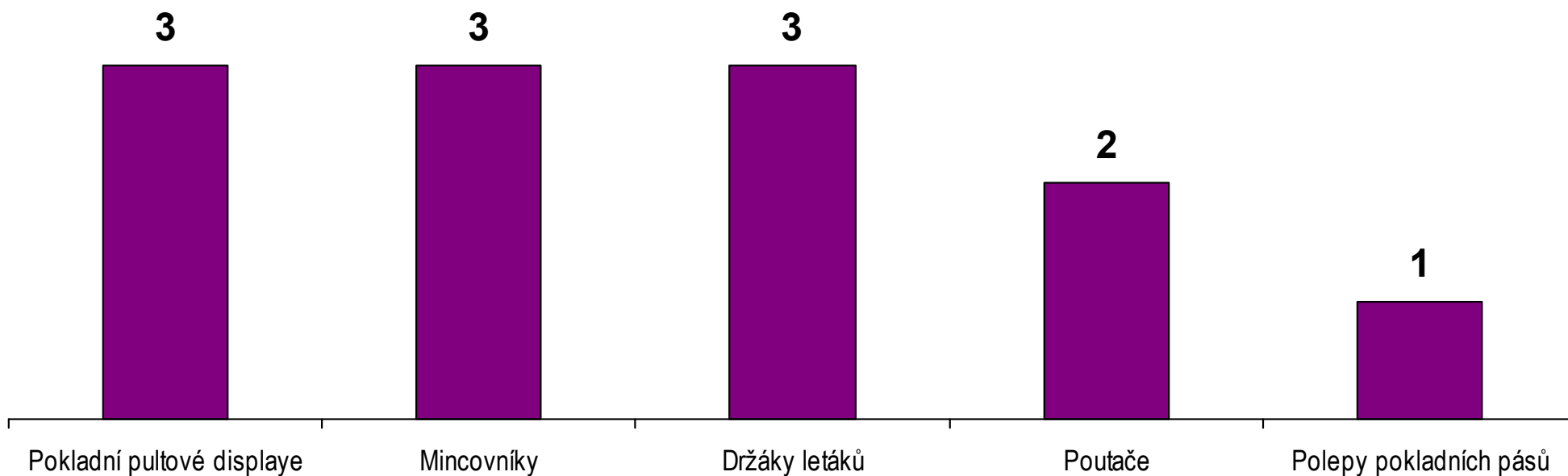
## POP PROSTŘEDKY K POKLADNÁM Globus

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## POP PROSTŘEDKY K POKLADNÁM Delvita

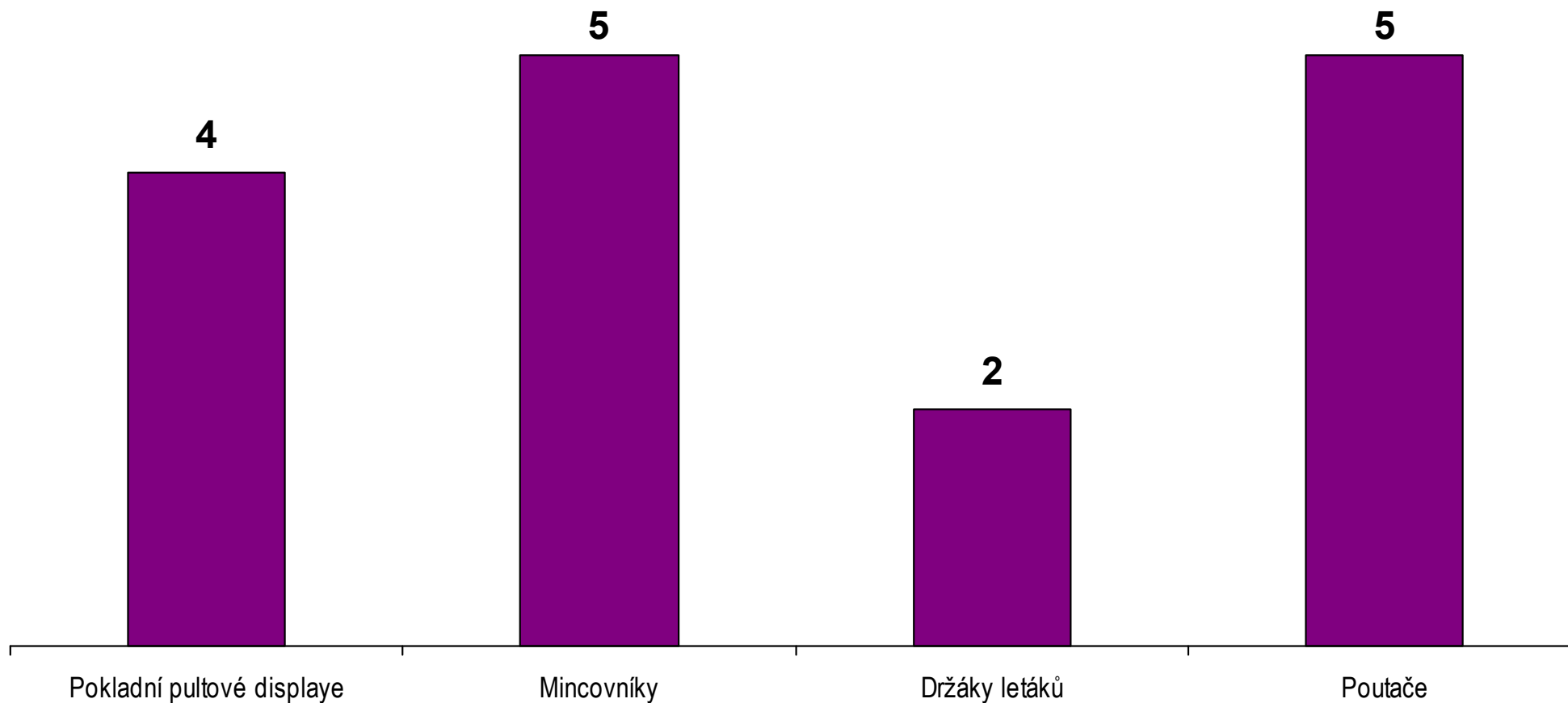
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]





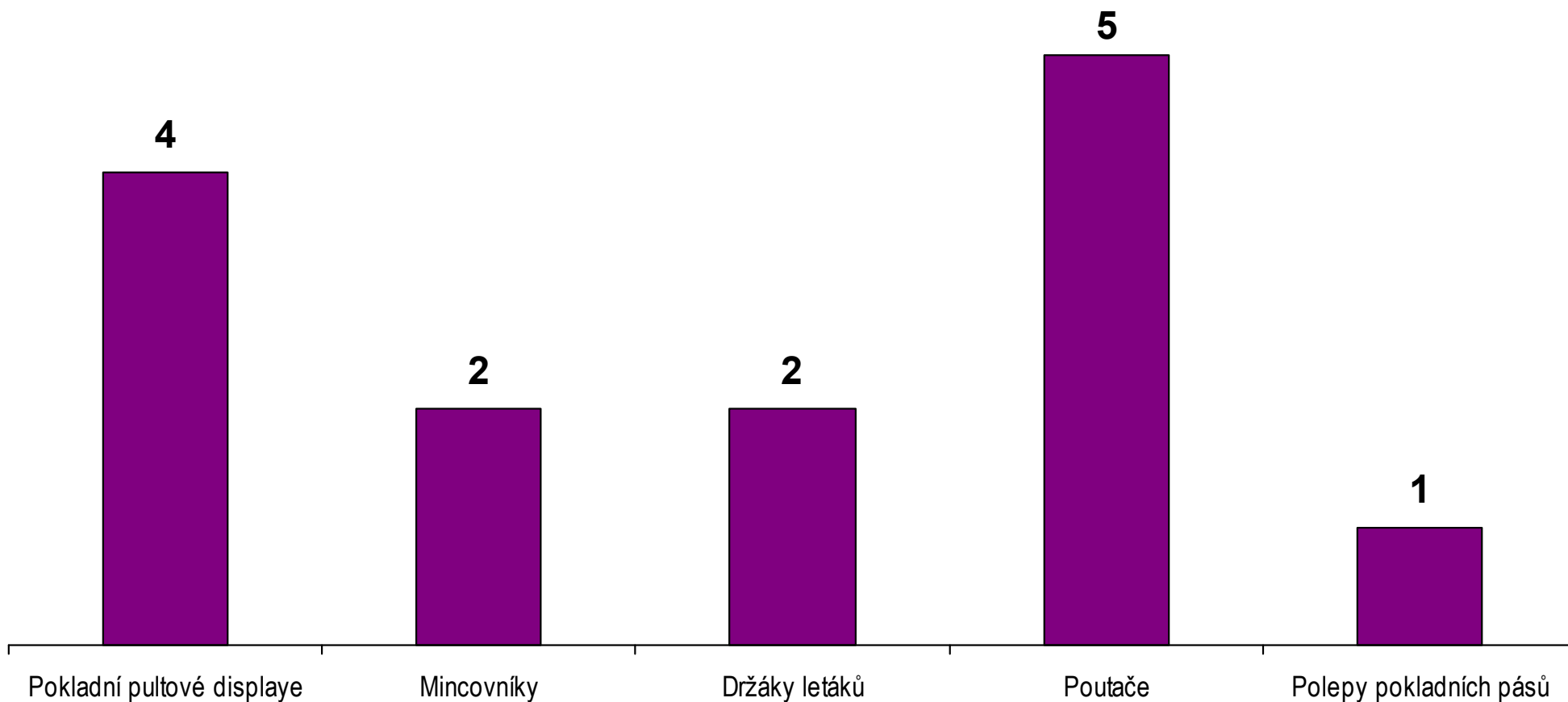
## POP PROSTŘEDKY K POKLADNÁM Tesco

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



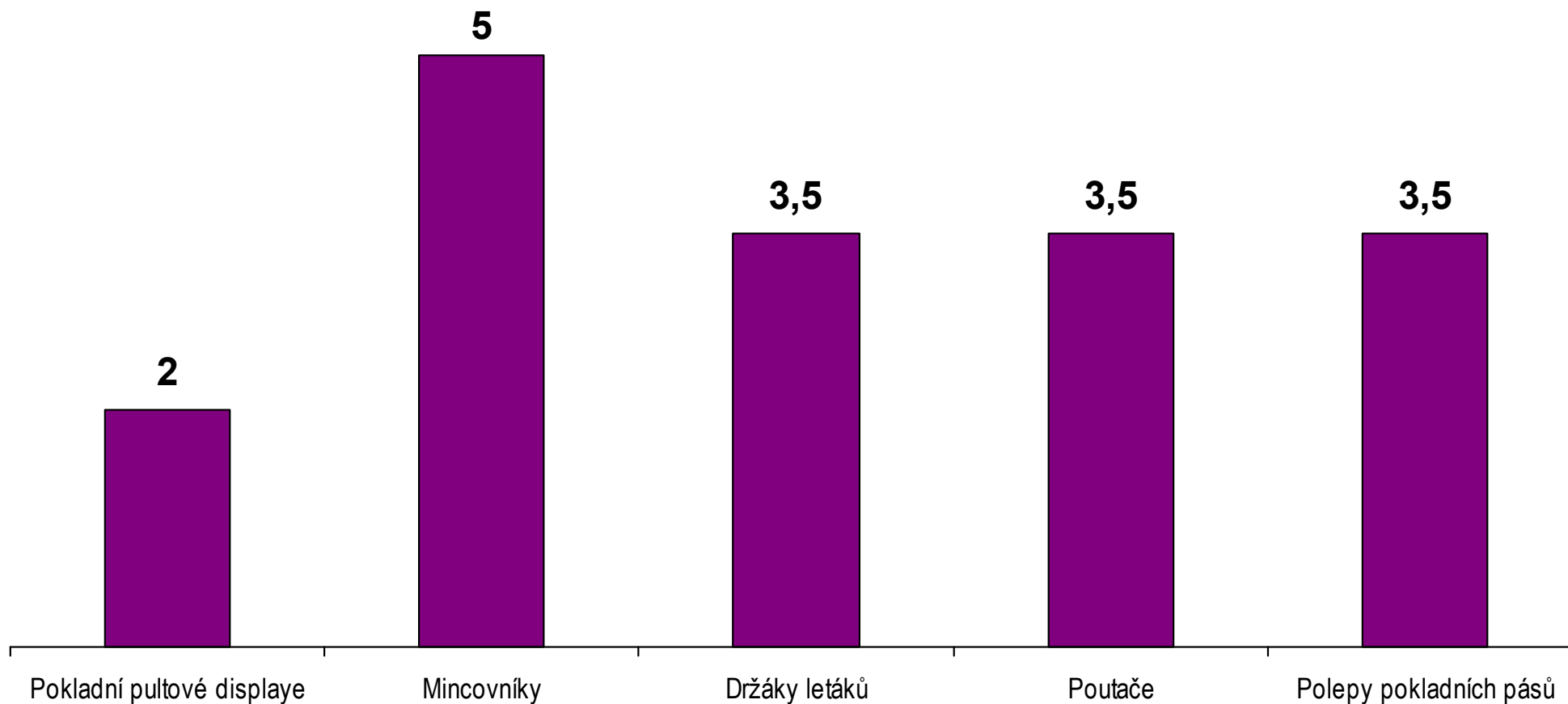
## POP PROSTŘEDKY K POKLADNÁM Spar

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## POP PROSTŘEDKY K POKLADNÁM Ahold

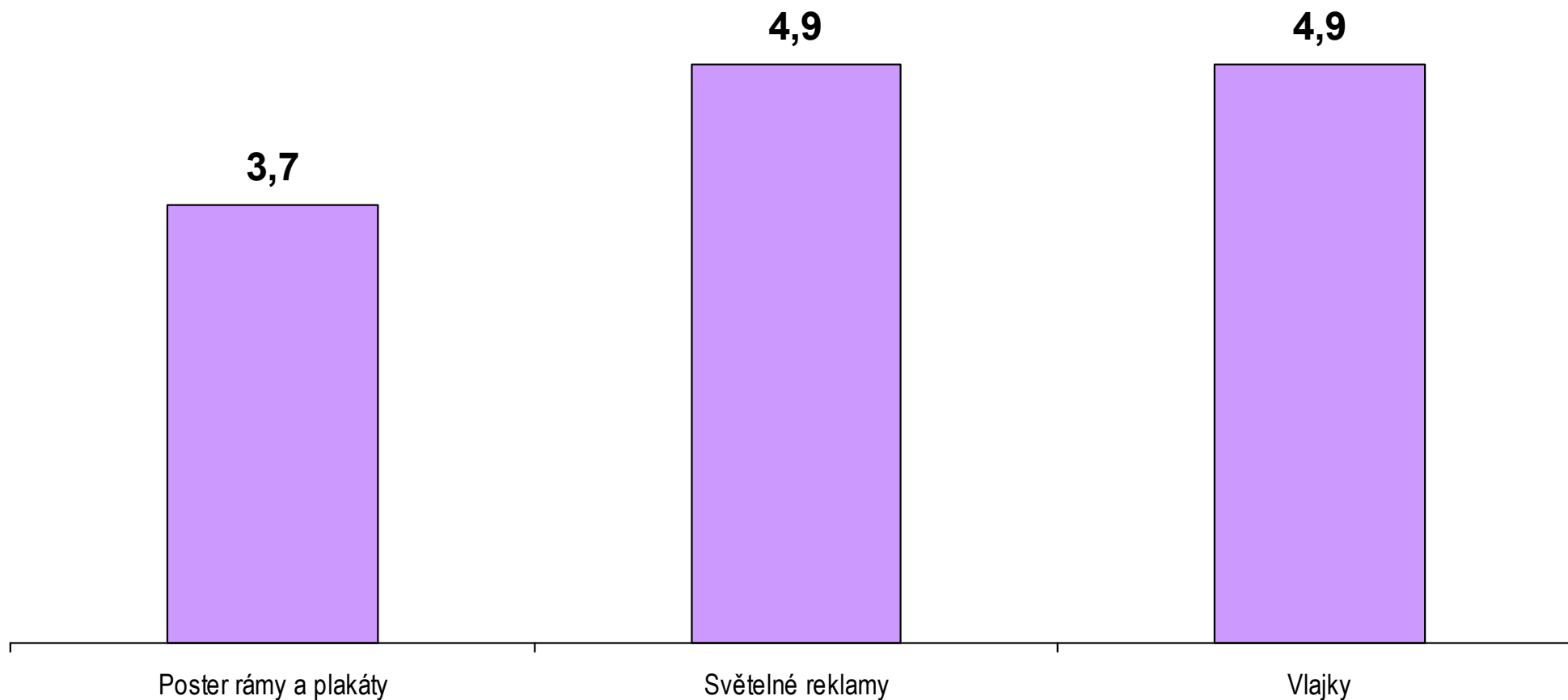
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## NÁSTĚNNÉ POP PROSTŘEDKY Průměr celkem

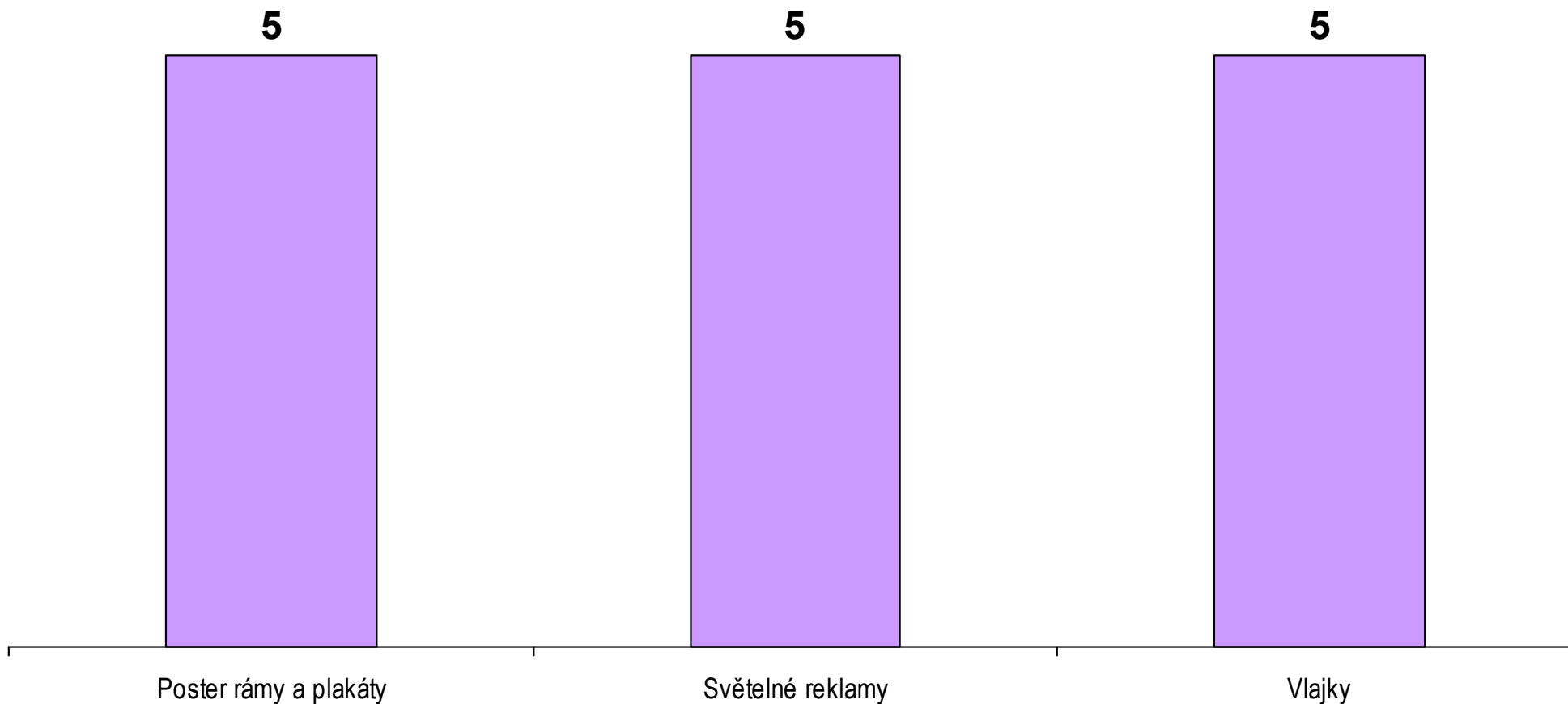
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]

Mean



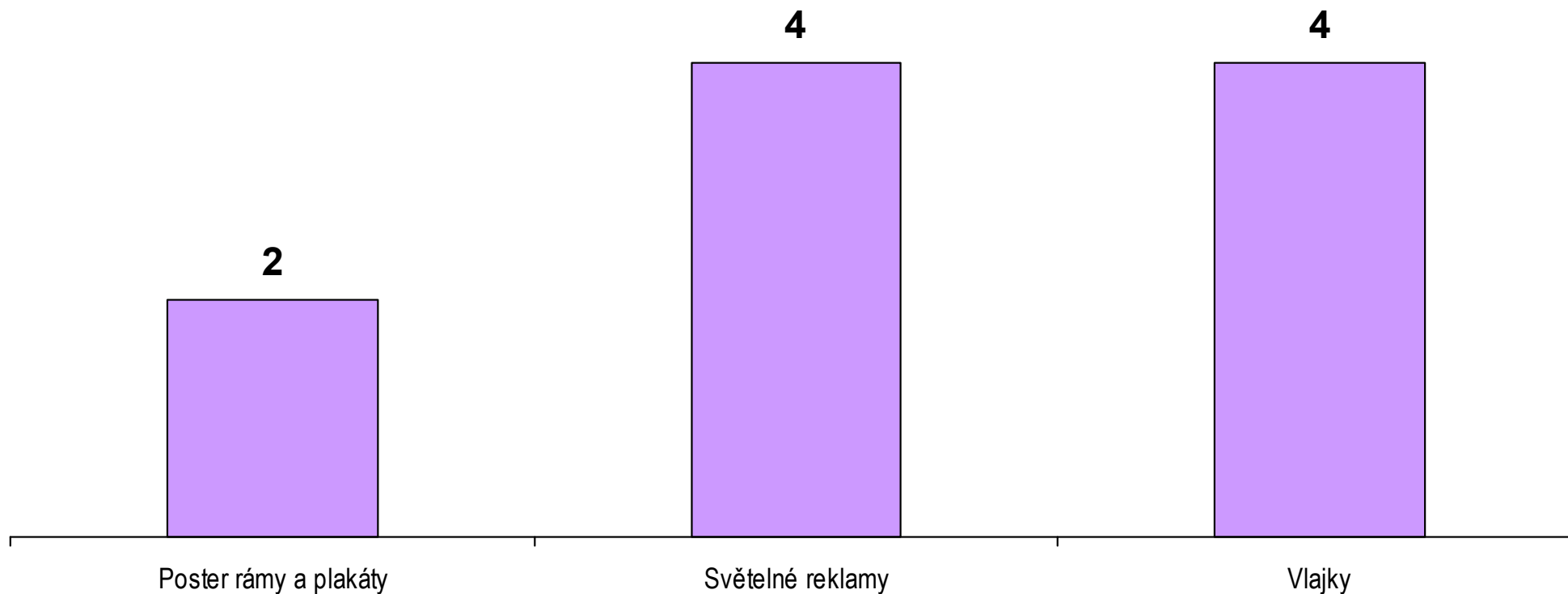
## NÁSTĚNNÉ POP PROSTŘEDKY Globus

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



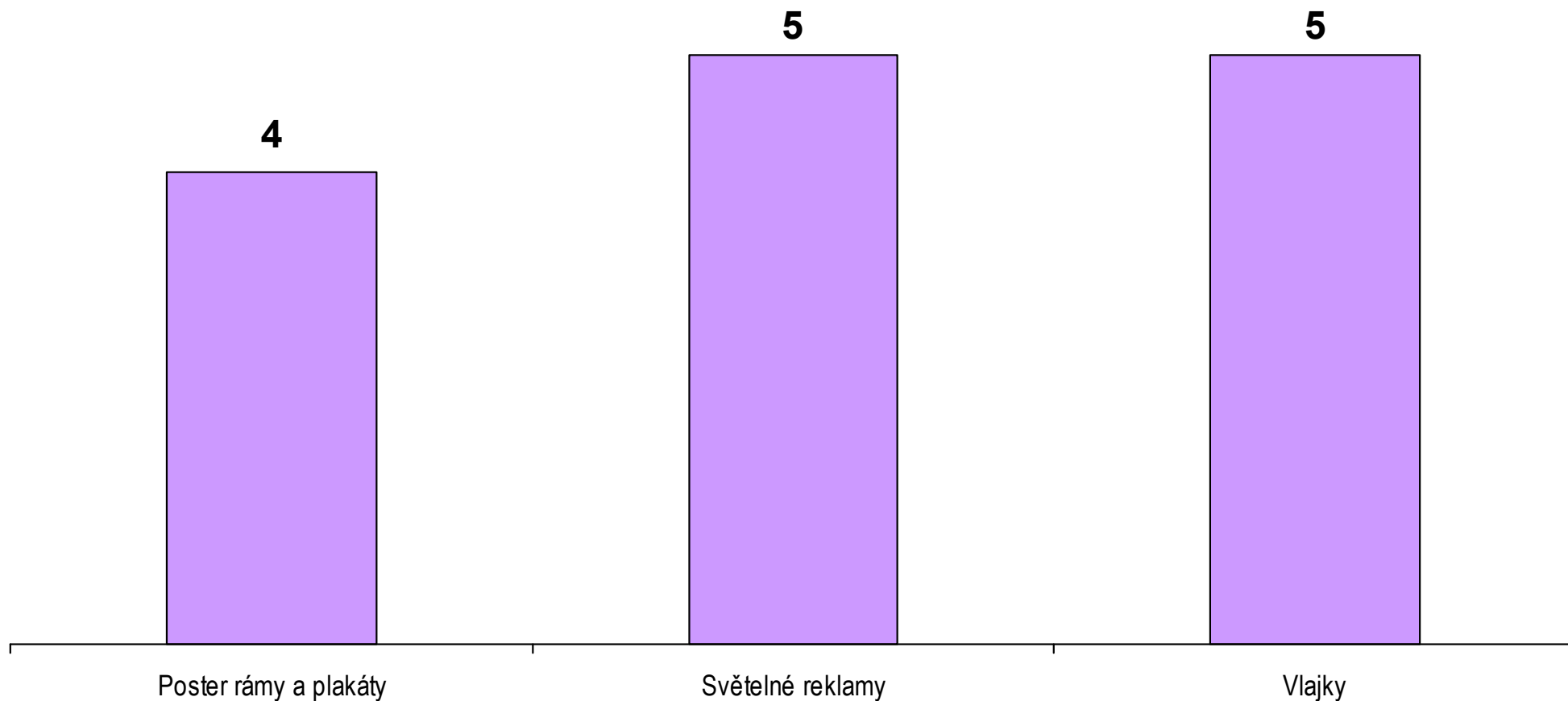
## NÁSTĚNNÉ POP PROSTŘEDKY Delvita

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



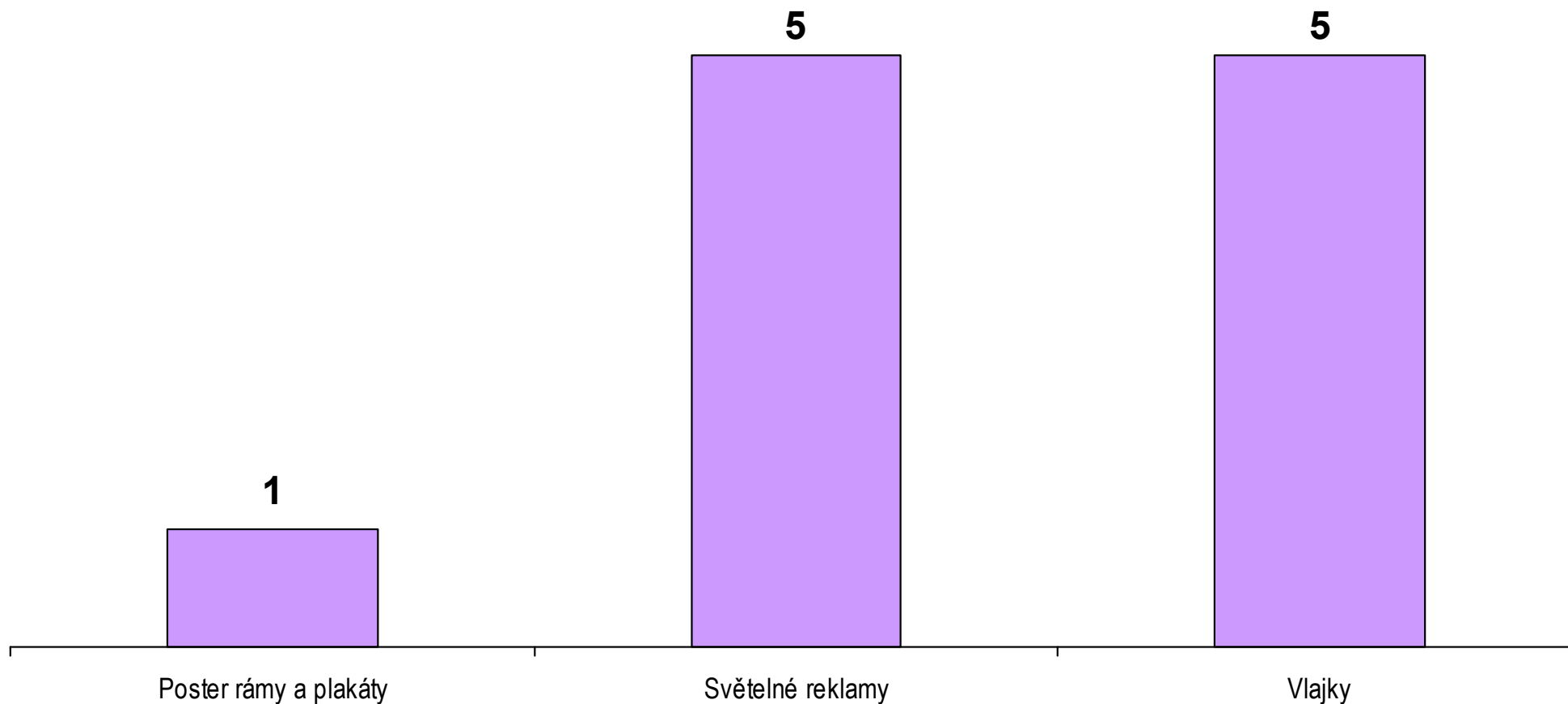
## NÁSTĚNNÉ POP PROSTŘEDKY Tesco

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## NÁSTĚNNÉ POP PROSTŘEDKY Spar

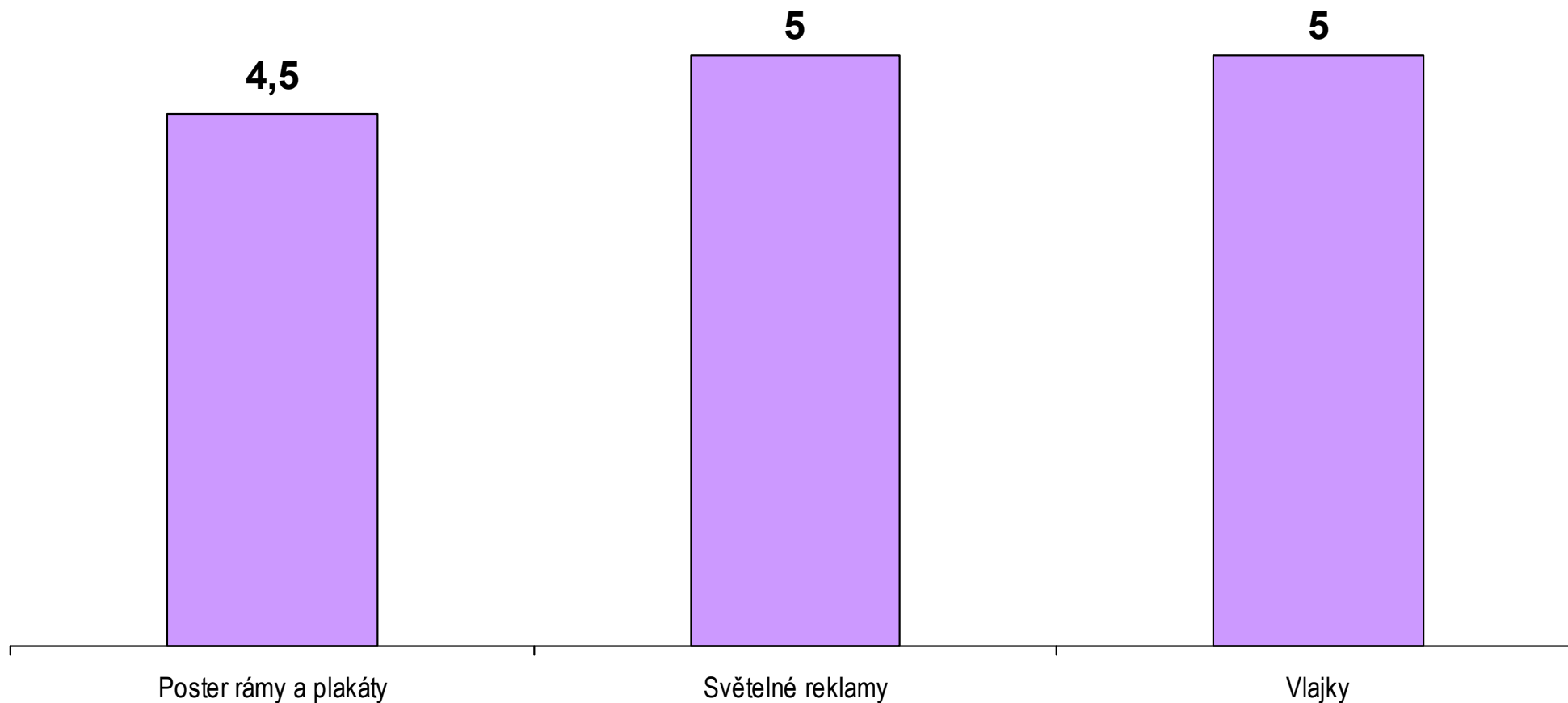
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]





## NÁSTĚNNÉ POP PROSTŘEDKY Ahold

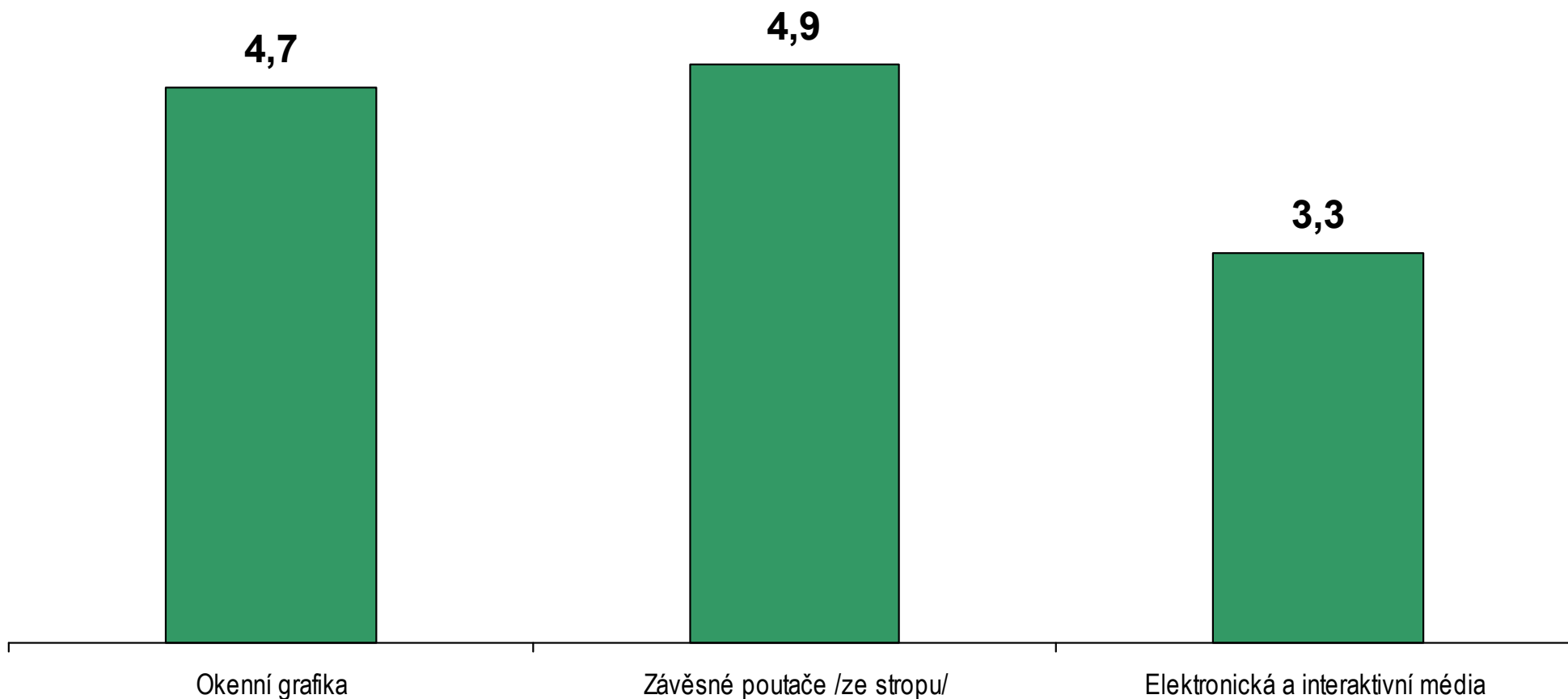
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## OSTATNÍ POP PROSTŘEDKY Průměr celkem

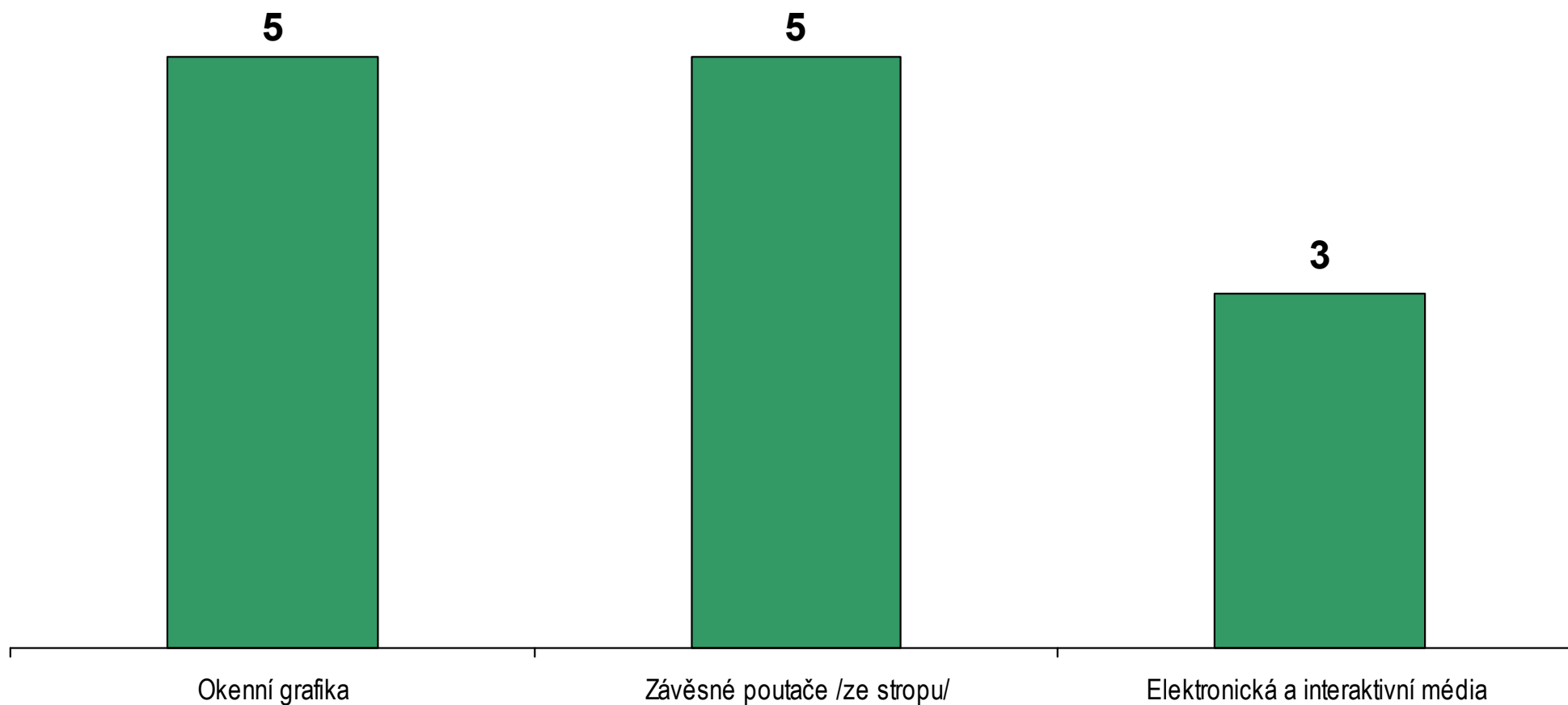
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]

Mean



## OSTATNÍ POP PROSTŘEDKY Globus

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## OSTATNÍ POP PROSTŘEDKY Delvita

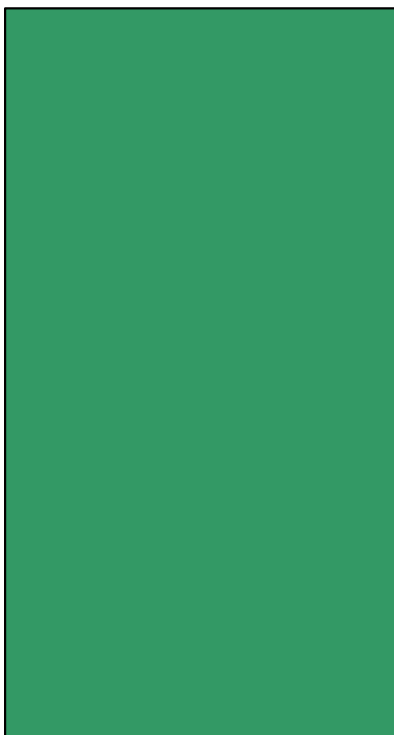
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## OSTATNÍ POP PROSTŘEDKY Tesco

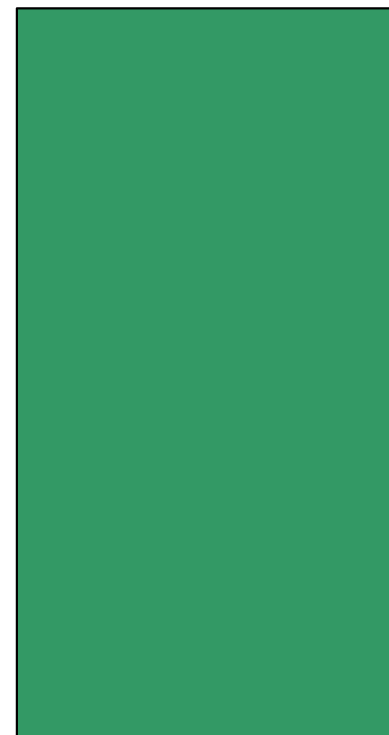
Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]

**5**



Okenní grafika

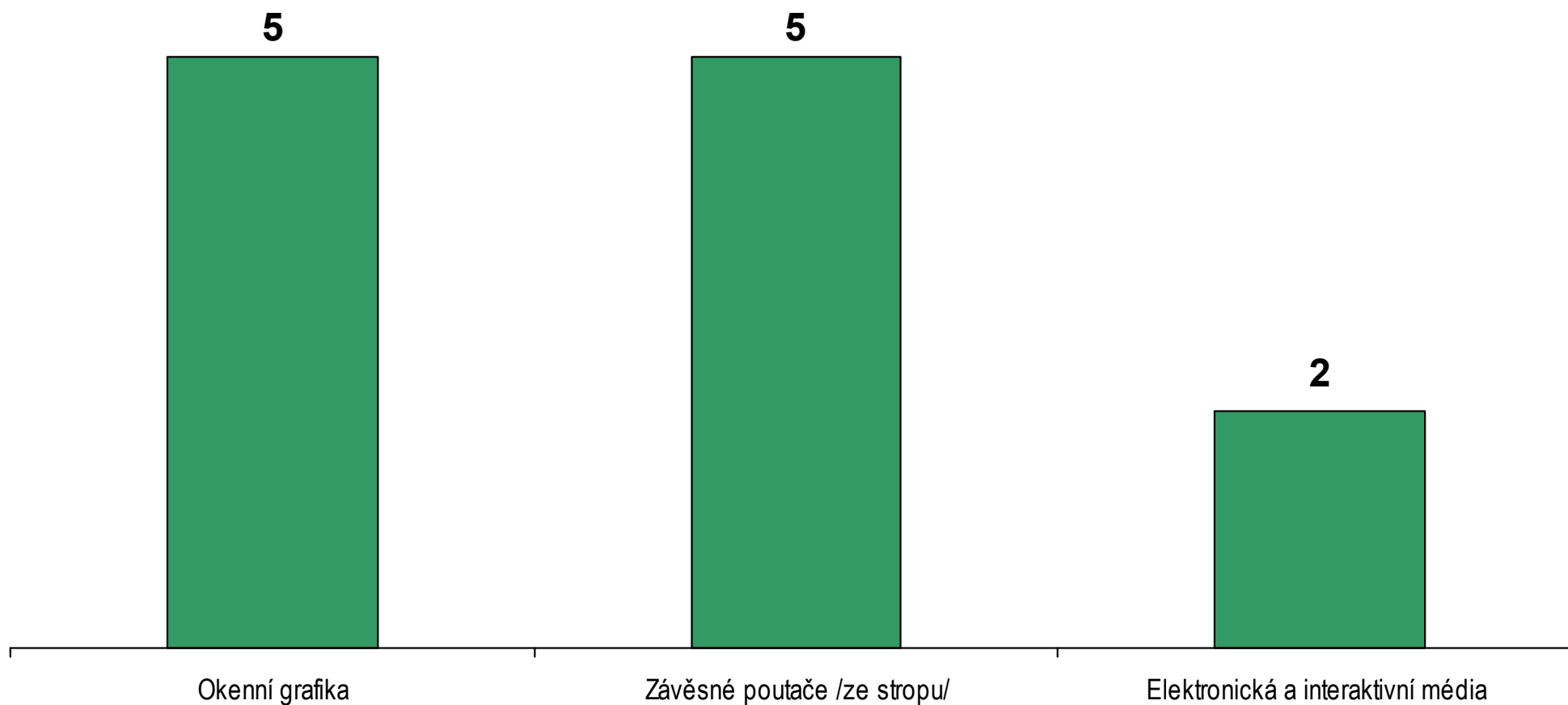
**5**



Závěsné poutače /ze stropu/

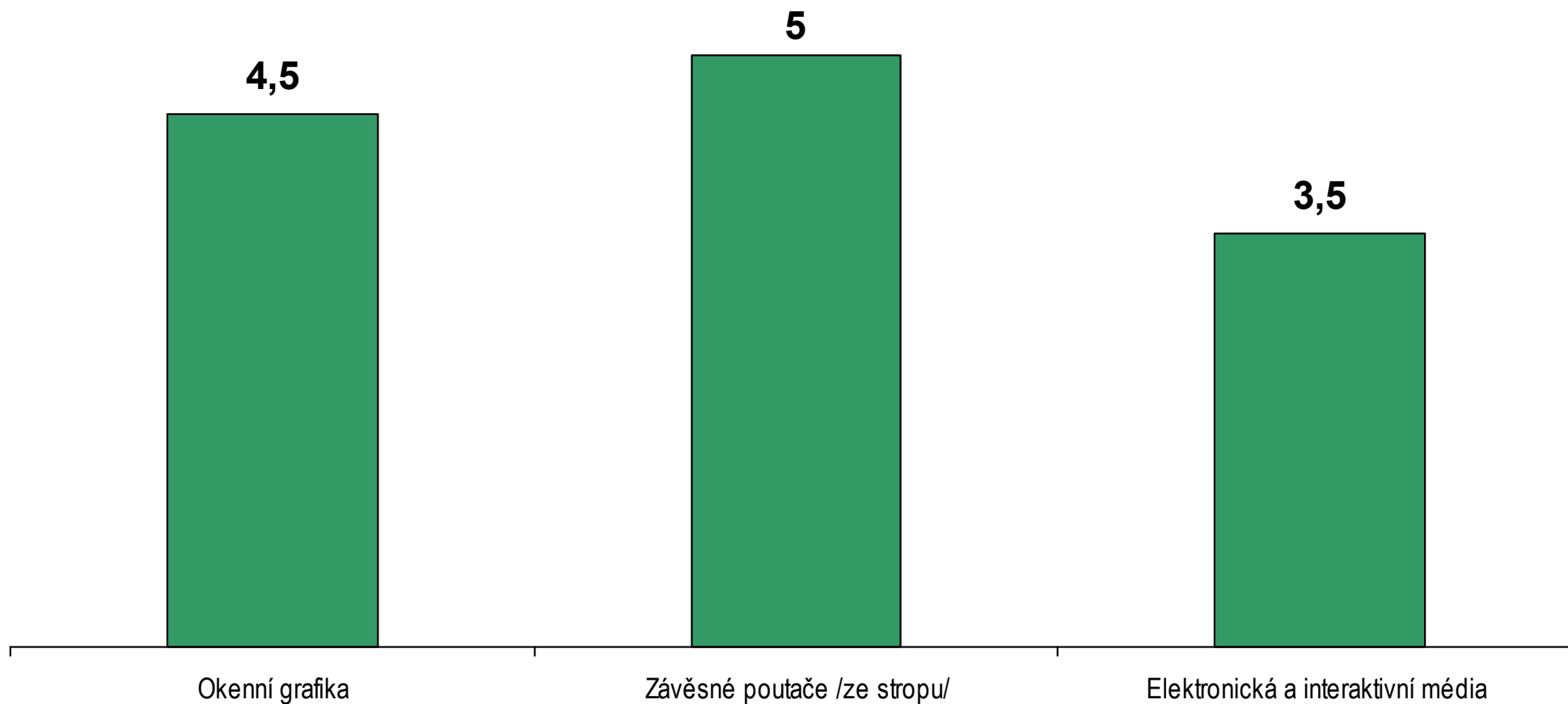
## OSTATNÍ POP PROSTŘEDKY Spar

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## OSTATNÍ POP PROSTŘEDKY Ahold

Akceptace POP aplikace na škále 1 – 5, kde 1 = akceptováno a 5 = neakceptováno  
+ CELKOVÉ HODNOCENÍ [suma průměrů]



## **DALŠÍ POSTŘEHY**

- **Včasná komunikace ohledně instalace zjednodušuje celý proces**
- **Optimální je spolupráce s řetězcí ohledně POP aplikací již ve fázi jejich příprav, několik měsíců před zamýšlenou instalací**
- **Vítána je pomoc obchodního zástupce během instalace**
- **POP materiály v podobě prodejního zařízení by měly být umístěny a zkonstruovány tak, aby bylo snadné do nich doplňovat zboží**
- **Zákazník by měl mít k prodejním zařízením na prodejně snadný přístup**
- **Na rozhodnutí o povolení POP prostředků se podílejí oddělení marketingu, merchandisingu, nákupu a prodeje**



## **DALŠÍ POSTŘEHY**

**POP aplikace by měly splňovat následující kriteria :**

- **kvalita provedení – papírové lepenky jsou často nestabilní**
- **přiměřené prostorové nároky – nesmí omezovat výhled**
- **musí respektovat specifika plochy**
- **alespoň obecná konzistence s vizuální prezentací řetězce**
- **nenarušující atmosféru prodejny**
- **zabezpečení péče o POP aplikaci**
- **vítány jsou pružné, snadno modifikovatelné materiály přizpůsobitelné především velikostně SM/HM**
- **snadná manipulace a instalace**
- **nenáročná údržba**