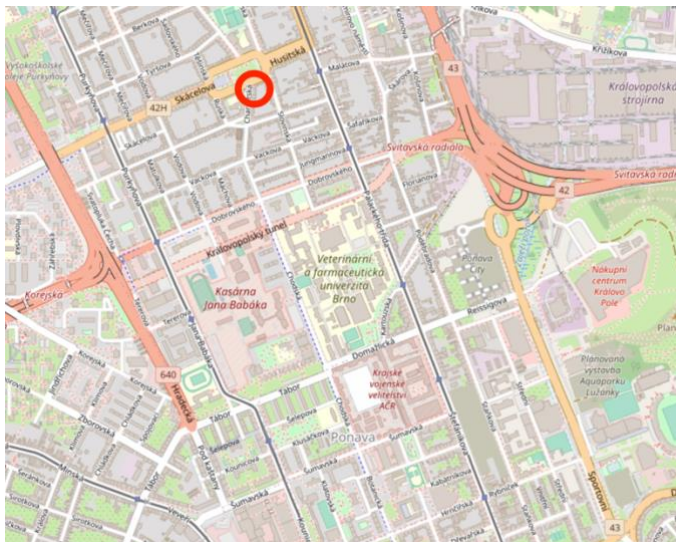


Klient: Marie

Marie provozuje prodejnu chlebičků již od roku 1994. Navázala tak na tradici mléčných barů a ve výrobě připravují její pracovnice široký sortiment dlouhodobě oblíbených chlebičků. Část surovin se snaží vyrábět sami, včetně vlastní receptury na pomazánky a večky. Ostatní suroviny nakupují ve velkoobchodě. Důležitá je připravenost na nárazové potřeby výroby. Velkou část prodeje totiž tvoří objednávky na firemní rauty či oslavy a jiné události. Provozovna má na svém místě dlouhodobou tradici a lidé jsou na ni zvyklí. Součástí sortimentu jsou také obložené mísy, ale chlebičky tvoří dlouhodobě nejžádanější zboží. Marie internet a sociální sítě v podnikání nikdy příliš nevyužívala, ale v poslední době pozoruje pozvolný úbytek zákazníků. V loňském roce proto spustili objednávky přes jednoduchý web. Na klasické marketingové aktivity ale příliš finančních prostředků nezbyvá, proto se na radu své dcery rozhodla vyzkoušet také novou formu propagace prostřednictvím sociálních sítí.



„Já na tohle popravdě moc nejsem. Nikdy jsme reklamu nepotřebovali, lidi jsou na nás zvyklí a vždy se rádi vraceli. Vždyť i tady ten krám tu máme od města pronajatý už přes dvacet pět roků. V posledních letech ale zákazníků pomalu ubývá. Tak jsem se rozhodla s tím něco udělat.

Vím, že samotný krám taky už není nejmodernější, ale momentálně nám na nové vybavení moc nezbyvají peníze. Věřím, že i tak zákazníci stále ocení poctivý český chlebiček. Jen je k tomu musíme trochu poštouchnout.

Já jsem takový tradicionalista, již několik let jsme nezměnili recepturu našich produktů, ani personál, který je prodává. Jediná novinka za poslední roky je systém na objednávky přes internet, který jsme spustili minulý rok. Objednávky přes něj chodí, ale není to žádná spása.“

internet, který jsme spustili minulý rok. Objednávky přes něj chodí, ale není to žádná spása.“