

## Soutěž PET SHOP ROKU 2019

Provozujete pet shop, na který jste hrdí, do kterého se spokojení zákazníci vracejí díky širokému sortimentu zboží, jež jinde nemají, a milé a vstřícné obsluze ochotné vždy dobře poradit? V tom případě neváhejte a přihlaste svou prodejnu do soutěže PET SHOP ROKU 2019, kterou pořádá společnost Blue Events při příležitosti každoročního odborného setkání Friends of Pets 2019 a oborový časopis PETmedia.

### Pro koho je soutěž určena?

Soutěž je určena pro jakoukoliv **nezávislou maloobchodní prodejnu provozovanou na území České republiky a Slovenska**. Účast v soutěži je bezplatná, hodnocení probíhá jen v zákaznickém prostoru prodejny (bez prohlídky zázemí). Kromě uvedeného srovnání s konkurencí mohou provozovatelé soutěžících prodejen od odborných hodnotitelů získat množství cenných rad z oblasti organizace prodeje a marketingu.

### Co můžete získat?

Vybraných **10 finalistů získá zdarma vstup na odborné setkání Friends of Pets 2019**, které se koná 3. 4. 2019 v Praze, a certifikát pro prodejnu splňující standard kvalitní obsluhy zákazníků. **První tři nejlépe hodnocené prodejny** dále získají **ceny od partnerů soutěže a certifikát PET SHOP ROKU 2019** od organizátorů soutěže.

### Soutěžní podmínky

Podrobné podmínky průběhu soutěže a hodnocení jsou uvedené v samostatných pravidlech soutěže na webu oborového časopisu PetMedia. Tento manuál má zájemcům o soutěž přiblížit platná hodnotící kritéria, aby se mohli kvalifikovaně rozhodnout ohledně přihlášení své prodejny do soutěže, a také jim pomoci zvýšit šance na co největší bodový zisk a přední umístění v celkovém hodnocení. Pokud provozujete více prodejen, vyberte tu, která má podle Vás největší šanci uspět.

### Hlavní hodnotící kritéria

ke každému kritériu je přidělováno 0 – 5 bodů

#### 1 Vizuální stránka prodejny a kultura prodeje

Prodejna by měla být viditelně označena pro snadnou lokalizaci ze strany zákazníků. Upravené bezprostřední okolí vstupu do prodejny, pořádek a čistota v prodejně. V případě prodeje krmiva na váhu manipulace a nabízení zboží k prodeji v předepsaných hygienických a teplotních podmínkách.

#### 2 Plnění informačních povinností konečnému spotřebiteli

Přesné a viditelné uvedení platných cen každého nabízeného zboží.

#### 3 Šíře sortimentu

Pestrost sortimentu v závislosti na rozloze prodejní plochy prodejny. Nabídka kompletního sortimentu krmiv pro kočky a psy ve smyslu suché/mokré, malé/velké balení. U velkých balení suchých krmiv se počítá i možnost zajištění na objednávku zákazníka. Doplnkový sortiment v podobě pamlsků, doplňků stravy, ale i kosmetiky, zboží dlouhodobé spotřeby jako pelíšky, hračky, klece, steliva, vodítka atd.

#### 4 Úroveň prezentace sortimentu

Zboží přehledně a vzhledně založené do regálů kdykoliv v průběhu otvírací doby prodejny. Netolerujeme prázdné plochy v prodejních regálech, nepřehlednost. Případy, kdy vystavené propagační materiály ať už před prodejnou nebo uvnitř neodpovídají skutečné nabídce. Doporučujeme zajistit vždy dostatečné množství jednotlivých položek sortimentu v prodejních regálech. Využívat další vhodné prostory prodejny k vystavení nabízeného zboží nad rámec prodejních regálů včetně užití propagačních materiálů.

#### 5 Úroveň obsluhujícího personálu (zbožiznalství, vstřícnost, ochota)

Ochotný, vstřícný, vyškolený personál se schopností poskytovat, byť s využitím katalogů, základní popis prodáváného zboží, ale také doporučovat použití daného zboží pro druh, rasu, stáří a další specifika zvířete.

Netolerujeme hrubé neznalosti, dezinformace, neochotu a přehlíživost ze strany personálu. Doporučujeme personál školit, školit, školit, motivovat a důsledně kontrolovat. Kvalitní prodejnu dělá především kvalitní a ochotný personál!

### Pomocná kritéria hodnocení

ke každému kritériu jsou přidělovány 0 – 2 body

#### 1 Láková zóna pro impulsní nákup, vhodně zvolený typ sortimentu

#### 2 Akce pro zákazníky

věrnostní/sběratelské akce, poradenství (např. spolupráce s místním veterinářem, tematické dny apod.)

#### 3 Vstřícnost k přítomnosti domácích mazlíčků v prodejně

misky s vodou před prodejnou či uvnitř

#### 4 Komunikace s komunitou zákazníků prostřednictvím internetu/sociálních sítí

#### 5 Personál přirozeně využívající cross-sell/up-sell

#### 6 Možnost parkování v blízkosti prodejny