****

**Nový cenový program společnosti MAKRO**

*/Praha 7. října 2013/* **Velkoobchod MAKRO Cash & Carry Česká republika přichází s novým cenovým programem, který je zaměřen především na individuální přístup k zákazníkovi-podnikateli. Nový cenový program nabídne nejvýhodnější velkoobchodní ceny u nejprodávanějších položek v daném regionu, výrazné slevy akčního zboží u více než 2 000 položek a vyšší zpětné bonusy 3 a 5 % čtvrtletně podle výše obratu*.***

Axel Hluchy, generální ředitel MAKRO Cash & Carry ČR, k cenovému programu říká: „*MAKRO dlouhodobě podporuje nezávislé podnikání, přičemž se orientuje především na profesionální gastronomii a maloobchodníky, a tuto strategii chce do budoucna ještě upevnit. Prostřednictvím nového cenového programu MAKRO posiluje svou pozici velkoobchodníka a zohledňuje individuální přístup k zákazníkovi-podnikateli.”*

Cenovou politiku v MAKRO bude od 1. října 2013 zaštiťovat nově vzniklé **oddělení pro tvorbu cen**, pod vedením **Daniela Grafa**, který vedl plzeňskou pobočku MAKRO a poslední rok zastával pozici vedoucího manažera pro provoz.

**Nový cenový program stojí na třech pilířích:**

1. **Nízká velkoobchodní cena**

U nejprodávanějších položek nabízí MAKRO od 1. října 2013 nejvýhodnější velkoobchodní ceny v porovnání s konkurenčními velkoobchody v daném regionu. Ceny se kontrolují každé dva týdny.

Daniel Graf, manažer nově vzniklého oddělení pro cenotvorbu MAKRO Cash & Carry ČR, doplňuje: *„Zavedení nového cenového programu předcházel rozsáhlý průzkum trhu a mezi našimi zákazníky. Na základě jeho výsledků jsme upravili ceny tak, abychom u nejprodávanějších artiklů (jedná se o tzv. nákupní košík) nabídli nejvýhodnější velkoobchodní cenu v rámci konkrétního regionu*.“

1. **Akční nabídky**

MAKRO nabízí výrazné slevy akčního zboží u více než 2 000 položek každé dva týdny.

K tomu Daniel Graf říká*: „Zákazníci dlouhodobě hodnotí naše akční nabídky pozitivně, i přesto je budeme nadále optimalizovat, aby sortimentem přesně odpovídaly potřebám profesionálů. Jde především o letákové nabídky šité na míru našim hlavním zákaznickým skupinám, kterými jsou nezávislí maloobchodníci a profesionální gastronomie, tzv. HoReCa.“*

1. **Vyšší čtvrtletní bonusy**

****MAKRO nabízí nově čtvrtletní obratové bonusy 3 nebo 5 %, a to zpětně.

*„Vzhledem k výsledkům průzkumu jsme pozměnili náš stávající bonusový program, takže nyní mnohem více odpovídá nákupním zvyklostem našich zákazníků. Našim obchodním zástupcům navíc poskytuje větší flexibilitu při sjednávání individuálních podmínek,“ vysvětluje manažer oddělení pro cenotvorbu MAKRO Cash & Carry Daniel Graf.*

Axel Hluchy, generální ředitel MAKRO Cash & Carry ČR, dodává: *“V MAKRO vidíme naši budoucnost spjatou s nezávislým podnikáním v Čechách, kdy našim zákazníkům z řad profesionálů poskytujeme unikátní potravinový i nepotravinový sortiment ve vysoké kvalitě za jednoznačně konkurenční velkoobchodní ceny společně se službami, které podporují jejich podnikání a uspokojí rovněž jejich soukromou potřebu – a to vše na jednom místě.”*

*\*\*\**

*Příloha 1:*

**Komentář k novému cenovému programu**

***Axel Hluchy, generální ředitel MAKRO Cash & Carry ČR***

**Proč MAKRO přistoupilo k novému cenovému programu, v čem jsou výhody oproti předcházejícímu cenovému programu?**

Ve spolupráci s německou konzultační společností OC & C jsme v letošním roce provedli rozsáhlý průzkum trhu a chování zákazníků, jehož cílem bylo nastavit budoucí cenovou a obchodní strategii MAKRO tak, aby odpovídala potřebám především malého a středního podnikání. Konkrétně můžeme zmínit, že jsme upravili skladbu tzv. nákupního košíku, aby obsahoval artikly, které jsou pro tuto zákaznickou skupinu rozhodující, a nastavili zde nejvýhodnější ceny v porovnání s velkoobchodní konkurencí v daném regionu. U Bonusového programu jsme pak nově zavedli slevy ve výši 3 a 5 procent, které budeme vyplácet zákazníkovi zpětně na konci čtvrtletí. Tříprocentní sleva náleží zákazníkovi, který u nás utratí za čtvrtletí 100.000 Kč bez DPH (33.000,- měsíčně), pětiprocentní pak dostane zákazník, který přesáhne za tři měsíce obrat 250.000,- bez DPH (83.000,- měsíčně). Zrušili jsme jednoprocentní slevu z faktury při nákupu od 20.000,- do 40.000,- bez DPH měsíčně, která nebyla pro zákazníky dle výsledků průzkumu motivující. Ostatní podmínky zůstávají beze změny.

**Co chce MAKRO novým cenovým programem dosáhnout v budoucnosti?**

Očekáváme, že vzhledem k vylepšeným podmínkám posílíme loajalitu stávajících profesionálních zákazníků a oslovíme nové. Přičemž z nové cenové strategie budou profitovat všichni, jelikož stávající výhody zachováváme. Všechny zákaznické karty zůstávají v platnosti. V případě dotazů či zájmu o zařazení do nového bonusového programu je možné kontaktovat naší zákaznickou linku 844 999 111, případně napsat na e-mail: [info@makro.cz](mailto:info@makro.cz).

*\*\*\**

*Příloha 2:*

**Malí a střední podnikatelé v České republice**

Malí a střední podnikatelé reprezentují více než milion ekonomických subjektů v ČR (MAKRO registruje milion vydaných karet, přičemž aktivně nakupuje 700 000 zákazníků), tj. 99,84 % všech podnikatelů. Zaměstnávají přes 1,8 mil. zaměstnanců, což představuje 60,88 % všech pracovníků ČR a na vývozu se podílejí cca 51 % a na dovozu cca 56 %. Podíl na HDP je 36,2 %.  
Zdroj: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/shrnuti-navrhu-koncepce-msp-2014-plus-3331.html>

*\*\*\**

*METRO Cash & Carry je zastoupeno 700 samoobslužnými velkoobchodními prodejnami ve 29 zemích. Společnost, která zaměstnává více než 100 000 lidí, dosáhla v roce 2011 tržeb 31 miliard €. METRO Cash & Carry je obchodní divizí METRO GROUP. METRO GROUP je jednou z největších mezinárodních maloobchodních společností. V roce 2011 dosáhla skupina METRO tržeb okolo 67 miliard €. Společnost zaměstnává téměř 280 000 lidí a provozuje přes 2 200 prodejen ve 33 zemích. Výsledky skupiny METRO závisí na výkonu jejích obchodních divizí, které samostatně operují v následujících segmentech trhu: METRO/MAKRO Cash & Carry – mezinárodní jednička na poli samoobslužných velkoobchodů, hypermarkety Real, Media Markt a Saturn – evropský lídr v prodeji spotřební elektroniky a obchodní domy Galeria Kaufhof. Pro více informací prosím navštivte* [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de/).

*V České republice patří do sítě MAKRO Cash & Carry ČR třináct velkoobchodních středisek pro podnikatele a tři provozy nového formátu DRIVE IN. Vysoká obrátka zboží, provozní výkonnost, omezený počet prodejen, vyspělá logistika a přímé nákupy ve velkých objemech umožňují společnosti MAKRO prodávat zboží za nejvýhodnější velkoobchodní ceny. MAKRO se v Čechách orientuje především na tři skupiny zákazníků-profesionálů, a to HoReCa, maloobchod a malé až střední firmy, které podporuje vedle nabídky sortimentu na míru i nadstavbovými službami.*

*Více na* [www.makro.cz](file://C:\Documents%20and%20Settings\romana.nydrle\Local%20Settings\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\Local%20Settings\Documents%20and%20Settings\romana.nydrle\Local%20Settings\Temporary%20Internet%20Files\AppData\Users\krautovas\Library\Caches\TemporaryItems\Outlook%20Temp\www.makro.cz).

**Pro více informací kontaktujte:**

Romana Nýdrle, ředitelka korporátní komunikace

MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o.

tel.: +420 220 389 521, fax: +420 251 111 150

e-mail: romana.nydrle@makro.cz

[www.makro.cz](http://www.makro.cz) , [www.facebook.com/makro.cz](file://C:\Documents%20and%20Settings\kermesovag\Local%20Settings\Temporary%20Internet%20Files\kermesovag\Local%20Settings\Temporary%20Internet%20Files\Local%20Settings\Temporary%20Internet%20Files\kermesovag\kermesovag\kermesovag\Local%20Settings\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\ICJW5J5H\www.facebook.com\makro.cz)

Simona Krautová, PR Director

PLEON Impact

tel: +420 602 284 282  
e-mail: [simona.krautova@pleon-impact.cz](mailto:simona.krautova@pleon-impact.cz)