



... SME VÁM STÁLE BLIŽŠIE.

HISTORIA

Zrod spoločnosti GECO je spojený s Amsterdamom, tradičným miestom slobodného obchodu aj slobodného spôsobu života. Odtiaľ na samom začiatku deväťdesiatych rokov priviezla partia vysokoškolských kumarátov pivé balíčky cigaretového tabaku Drum do Českej republiky. A nová image GECO sa nechala inšpirovať holandským maliarom Pietrom Mondrianom. Hravosť a prítom určitý rad, variabilita spojená s pevným vnútorným systémom. Sloboda rozhodovania a nekonečnosť možností. Tak chce GECO pôsobiť na svojich zákazníkov aj partnerov. Občasný nový obal bez obsahu, to by ale bolo málo. Zákazníci ilúziu tohto druhu časom preuknú. A GECO stávalo vždy na solidných základoch. Tohto roku prišlo teda aj rozšírenie obsahu. Nové súťaže, v Česku a na Slovensku úplne unikátna ponuka produktov, zmysluplné napojenie na online svet. Obchody GECO sa stávajú miestom nielen predaja produktov, ale tiež služieb.

Každý spotrebiteľ, ktorý nakúpi za viac ako 11 EUR, má možnosť zúčastniť sa súťaže s najvyššou cenou 40 EUR vo forme bonusu na vernostnej karte. Firma plánuje ďalší rozvoj vernostného programu, v ktorom je aktuálne zapojených viac ako 520 000 spotrebiteľov v Česku a na Slovensku. Cieľovou skupinou je každý spotrebiteľ tabakových výrobkov, fajčiarskych potrieb, tlačie, kreditov do mobilných telefónov a akýchkoľvek stávkujúcich číselných či okamžitých lotérií.

V lete 2015 prebehla v českých predajniach nová, osemťždenná akčná hra, v rámci ktorej

zákazníci mohli získať ročný prenájom novej Škody Fabia zdarma, konkrétne pri nákupe nad 750 Kč. Od novembra 2015 do júna 2016 GECO rozdalo v ČR viac ako 3000 smartfónov HUAWEI a tisíce ďalších menších výhier - opäť boli odmenení tí zákazníci, ktorí svojím nákupom presiahli čiastku 750 Kč. Takmer polovica celkového tržieb maloobchodu je sprevádzaná niektorou z hier O poklady kapitána GECO. Hra sa teší obľube nielen pre svoju jednoduchosť a prísľub okamžite získanej výhry, ale tiež vďaka kladným emóciám, ktoré vyvoláva. V novembri 2015 bola hra O poklady kapitána GECO zavedená aj na Slovensku, kde sa darí dosahovať podobné úspechy ako v ČR.



Na jar 2016 GECO na českých predajniach rozšíri svoje služby o možnosť získať mikropôžičku - behom pár minút v hotovosti a hoci aj cez víkend. Sprostredkovanie mikro-pôžičiek prebieha v spolupráci s firmou ZAPLO. Na jeseň 2016 GECO chystá ďalšiu zaujímavú spoluprácu, tento krát s firmou Western Union. Partnerstvo oboch firiem umožní zákazníkom transfery hotovosti omnoho jednoduchšie a rýchlejšie než v iných agentov v ČR a na Slovensku. Na jar GECO rovnako spustilo možnosť kúpy alebo pre-

daja bitcoinov v českých predajniach, od leta aj v slovenských. Takáto služba aktuálne nemá obdobu nikde v Európe.

INOVÁCIE

Obchod - ako miesto predaja - sa zmenil. Zákazník už neprihádza s nejasnou predstavou, iba zhruba informovaný z televíznej alebo tlačenej reklamy či skúsenosti známym. Stále viac zákazníkov má vo vrecku alebo v kabelke chytrý telefón s pripojením na internet a taktiež sú pripravení všetko, čo im obchodník ponúka, na mieste prekontrolovať, porovnať s inými ponukami. Vďaka rozvoju sociálnych sietí je zákazník súčasne pripravovaný podeliť sa o svoje skúsenosti so stále sa rozširujúcim okruhom svojich známych. Jeden zlý deň predavačky bez nálady alebo nedomyšlená forma ponuky môže zničiť prácu celého firemného tímu. Nad tým nie je potrebné žiaľovať a sťažovať si, je to nutné prijať ako fakt. Informovaný zákazník so svojím názorom, to nie je marketingová fráza, ale hold skutočnosť. Súčasní ľudia chcú všetko ihneď a na jednom mieste. A najlepšie tak, aby "to mail" aj na sieť. Virtuálny on-line priestor sa stáva novou dimenziou reality. S tým všetkým musí šikovný obchodník počítať, musí sa naučiť v novej realite žiť a ovládnuť ju.

Firma GECO bola vždy priateľská a ústretová k svojim zákazníkom. Zároveň sa nebála inovácií a väčšinou stála v ich čele. Či to boli obrázky v ich obchodoch alebo súťaže, ktoré voľne prechádzajú z priestoru predajní do online sveta a späť. Práve týmto smerom sa vydalo GECO v uplynulom období. Prvotným krokom smerom k väčšej interaktivite, k intenzívnějšímu zapojeniu zákazníka a súčasne k veľkému vplyvu kreativity bola zmena image spoločnosti. Akoby sa v dobe štvrtoročia svojho trvania firma vrátila na začiatok, aby sa odrazila k novým obzorom.