

Na místě stát neumím a ani se to nechci učit

Když si otevřete webové stránky společnosti Petrof a překliknete na e-shop, rázem vám je dobře a bavíte se. Opravdu. Zkuste to. Ocitnete se mezi unikátními výrobky, ze kterých sálá radost, hravost, emoce, touha nabídnout vám pohodu i perfektní zboží různorodého charakteru, ale se spojovacím motivem. A to je cesta, jak chytit zákazníka za srdce. Jak být s ním, jak mu dělat vhodnou společnost. Řeknete si, proč světoznámý producent hudebních nástrojů nabízí v online prostředí třeba trička nebo hračky pro děti, ale odpověď je jasná. Diverzifikovat možnosti je dnes cestou, která má smysl. Prezidentka skupiny PETROF Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová dala nahlédnout do strategie firmy i vlastních myšlenek. Její geniální schopnost přijít vždy a včas na trh s něčím ojedinělým a obchodně úspěšným je obdivuhodná:



Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová

V uplynulém roce jste se rozhodli zřídit e-shop. Proč právě světoznámý výrobce pianin a klavírů zvolil tuto cestu?

Nerozhodli jsme se v uplynulém roce. Byl to jeden z cílů naší střednědobé strategie, ale určitě nás k dřívější realizaci popíchly zavřené obchody.

Jde zatím spíše o image obchodní kanál, anebo má brzy začít generovat výrazný zisk?

Dlouhodobě máme v našem businessu skvělé obchodní vztahy s našimi dealery. Naším cílem ale také je budovat vztahy s konečnými zákazníky, dostat se k nim blíže a lépe pochopit

jejich potřeby. Samozřejmě ale projekt musí dávat smysl také ekonomicky, stejně jako naše ostatní nové projekty, kterými se snažíme diverzifikovat rizika spojená s naším podnikáním. Takže věříme, že nám e-shop přinese další stále tržby.

Na e-shopu se zdaleka neprodávají jen hudební nástroje, ale jde o mix nejrozličnějších výrobků, od kávy a čokolády přes šachy nebo originálně pojatou hru Člověče nezlob se až po šperky. Není to příliš odvážné?

Bez odvahy se podnikat nedá a zpětná vazba od našich zákazníků ukazuje, že se jim pestrost líbí. Navíc tam jednotlivé položky nejsou náhodně, mají mnoho společného – hudební zaměření/motiv, dřevo jako základní materiál apod.

Jaký ohlas u příznivců vaší značky online prodej získal? A rysují se už věrní spotřebitelé, kteří se vracejí?

Výrazně převažují pozitivní ohlasy. Někteří naši příznivci třeba nehrají na piano, ale něco od nás chtějí, protože si naši firmy váží. Případně zatím nemají dostatek financí na nákup nástroje, a proto si udělají radost něčím drobnějším. Opakované nákupy už evidujeme, ale jsme stále na začátku.

Podle čeho jste vymýšleli a skládali sortiment? Bylo to intuitivní, nebo přesně cílené?

Začátek byl cílený – udělali jsme si průzkum toho, co by naše zákazníci mohli zajímat. Následně jsme si vytvořili kategorie produktů a postupně začali vybírat nejvhodnější položky pro e-shop. Hned jsme si řekli, že chceme prodávat kvalitní zboží vyrobené námi, případně ve spolupráci s dalšími českými firmami. Přiznávám, že u některých z nich převládla radost z navázané spolupráce a hezkým výrobkem nad nějakými analýzami. Občas je potřeba poslechnout svoji intuici a zkrátka to

Hned jsme si řekli, že chceme prodávat kvalitní zboží vyrobené námi, případně ve spolupráci s dalšími českými firmami. Přiznávám, že u některých z nich převládla radost z navázané spolupráce a hezkým výrobkem nad nějakými analýzami. Občas je potřeba poslechnout svoji intuici a zkrátka to zkusit.



zkusit. A je mnoho českých výrobců, se kterými je potěšení spolupracovat.

**Co zájemci nakupovali nejvíce před Vánoce-
mí?**

Očividně chtěli udělat radost svým blízkým. A znovu to bylo hodně pestré – od dřevěných hraček, nejvíce Biatlon do obývacího, přes módní doplňky až po klavírní stoličky. A také můj oblíbený produkt, rezonátory, které zesilují zvuk mobilního telefonu jen díky své konstrukci a použití kvalitního rezonančního dřeva, bez použití elektřiny a párování s telefonem.

Určitě se bude e-shop rozrůstat. V jakém slova smyslu?

Nové projekty si vždy krokujeme, nespěcháme na ně. Je to pro nás období ve znamení naslouchání zákazníkům. Kromě nabízeného portfolia si nastavujeme a upravujeme interní procesy. Cílem všeho toho snažení je spokojený zákazník, který si koupí originální produkt. Zároveň od nás musí získat skvělý servis.

To znamená, že si tu budu moci za čas koupit třeba zimní šálu s originálním designem jako módní doplněk, rukavice s vyobrazením kláves, jedinečný šálek na čaj nebo knížku o historii Petrof?

Uvidíme. Produkty stále přibývají. Některé z nich vyrábíme sami, neboť jsou spojeny se dřevem, jiné nakoupíme u českých firem. Vše je o inspiraci a příběhu.

Neuvažujete tedy o tom, že byste při obhacování nabídky kooperovali s nějakými dalšími firmami či značkami? Nebo zavedli na trh například vlastní kosmetickou značku krémů na ruce (nejen na ruce klavíristy), ortopedické křeslo pro namáhaná záda, dýmku pro fajnsmekry, designové dřevěné předměty do interiéru?

Samozřejmě uvažujeme, další české značky nás už oslovily a nyní se bavíme o tom, jak by to celé mohlo vypadat. Stejně tak máme na stole spoustu nápadů na nové produkty. Už jen proto, že jsme založili novou divizi mimopiano-
vých zakázek a kolegové mají mnoho zajímavých myšlenek, co kupujícím nabídnout. Je pro mě ale důležité, aby to celé dávalo smysl, zapadlo to do naší filozofie.

E-shop patrně zatím figuruje v povědomí české zákaznické obce. Přesto – začínají chodit i objednávky ze zahraničí? A počítáte s tím, že byste obchodovali s cizinou?

S piany obchodujeme na 65 trzích celého světa. E-shop jsme zaměřili na českého spotřebitele, kterému dodáváme české produkty. Nabídnout je také zákazníkům v zahraničí se jeví jako další logický krok, pracujeme na tom. Poptávky už máme i ze zámoří.

Může si u vás objednat i firma? Třeba 40 kusů ponožek, 50 čokolád nebo zástěr?

Ano, i tímto způsobem samozřejmě fungujeme. Naše produkty se velmi osvědčily jako vánoční dárky pro firmy.

Vždy sršíte energii, nápady a ráda experimentujete. Přemýšlíte nyní o něčem, čím byste opět překvapila?

Na místě stát neumím a ani se to nechci učit. Nových myšlenek nosím v hlavě hodně, některé konzultuji s rodinou i s kolegy v práci, jiné si zatím sama v sobě definuji. Reali-
zujeme jen ty, ze kterých „se nevyspím“, které obstojí. Nyní s kolegy z AVHN (Asociace výrobců hudebních nástrojů) plánujeme ryze český veletrh hudebních nástrojů Promuzika,

**Stejně tak máme na stole spoustu nápadů na nové produkty. Už jen proto, že jsme založili novou divizi mimopiano-
vých zakázek a kolegové mají mnoho zajímavých myšlenek, co kupujícím nabídnout. Je pro mě ale důležité, aby to celé dávalo smysl, zapadlo to do naší filozofie.**

který proběhne v květnu u nás v Hradci Králové. V této době považujeme za svou povinnost upozornit na to, kolik skvělých hudebních nástrojů v naší zemi vzniká a kolik skvělých hudebníků na ně hraje. Součástí veletrhu bude i bohatý doprovodný program, sledujte stránky www.promuzika.cz.

za odpovědi poděkovala Eva Brixová