

prosinec 2024

# fresh<sup>®</sup> TIME

PROSPERITA

## Osobnosti tohoto vydání:

Petr Kosiner  
Vladimír Zikmunda  
Petr Budinský  
Zdeněk Novák  
Petr Tureček  
Petr Křivka  
Tadeáš Matoušek  
Viera Kotulánová  
Jan Zykmund



## Petr Kosiner Vladimír Zikmunda

O nobilese Velké knedlíkové kuchařky  
rozhovor na stranách 2-3



### Popsala byste vaše ponožkové předplatné?

Ponožky jsou především oblíbený vánoční dárek. Vypozorovala jsem, že většinou u nás nakupují ženy pro muže. Pro příslušníky rodu mužského je to tedy výzva, neměli by se ne-

**Naše zakázková výroba je oblíbená hlavně u firem, které tvoří zhruba 90 % všech objednávek. Mnoho z nich oceňuje kvalitní materiály a osobní přístup.**

chat zahanbit! Funguje to takto: zákazník si vybere délku předplatného, to je na tři, šest nebo dvanáct měsíců, a velikost ponožek, které budeme odesílat. V první zásilce najde obdarovaný dárkově zabalený pár ponožek a dopis, ve kterém mu můžeme poslat i vzkaz. Ponožky pečlivě připravujeme, v zimě posíláme tenké modely z merino vlny a v ostatních měsících je výběr náhodný. A tak to pokračuje podle zvolené délky předplatného.

### Je největší zájem tradičně před Vánocemi?

Ponožky se nejvíce prodávají v chladnějších měsících. Nicméně na firemních zakázkách pracujeme celoročně. Proces celé zakázky trvá

někdy i půl roku, a tak v některých případech začínáme už v dubnu.

### V nabídce máte i merino čepice. Plánujete další rozšíření sortimentu nebo jiné novinky?

V nadcházejícím roce bychom rádi pracovali s novými materiály. Aktuálně zkoušíme kombinovat kašmír, viskózu, česanou bavlnu nebo bambus s bavlnou. Jsou to skvělé přírodní obnovitelné materiály a první ponožky jsou již vyrobené. Nyní ale musíme pečlivě otestovat vzorky. Pokud budeme s kvalitou spokojeni, příští rok se naši klienti můžou na tyto novinky těšit.

ptala se Dana Halušková

## Osmicentimetrový Igráček porazil giganty

**Hry a hračky českého výrobce EFKO posbíraly v poslední době řadu prestižních ocenění. Tento úspěch potvrzuje, že se i relativně malá česká firma dokáže prosadit v silně konkurenčním prostředí. Důvěru si EFKO dlouhodobě buduje kvalitou a promyšleností svých výrobků. Nejnovějším oceněním se pyšní figurky Igráček, které již potřetí obhájily v největší české spotřebitelské anketě titul Nejdůvěryhodnější značka.**

Stavebnicový systém aut MultiGO a nová ekologická stavebnice ECO Roto získaly ocenění odborníků Správná hračka. Auta MultiGO obdržela zároveň i cenu Grand Prix odborné poroty veletrhu For Toys a známku Doporučujeme od portálu Testuj to. Ocenění Grand Prix nese i funkční Meteo domeček Pat a Mat. Hračkou roku se staly edukativní Hry pro předškoláky. Rodinná hra Tajemství Býčí skály autorů Jakuba a Daniely Pernesových získala třetí místo v soutěži Zlatý mamut. EFKO tak boduje, a jeho hry a hračky budou zajisté bodovat i pod vánočním stromečkem.

„Díky důvěře se zákazníci cítí jistě ve svých rozhodnutích, jsou ochotni se ke značce vra-

cet a sdílet své pozitivní zkušenosti. Pro samotné značky je důvěra silným nástrojem pro budování a upevnování svého postavení na trhu a rozvíjení dlouhodobého vztahu se svými zákazníky,“ uvedl Lukáš Matějka, manažer marketingové skupiny pořádající společnosti ATOZ Marketing Services. „V rámci ocenění Nejdůvěryhodnější značky je zajímavý přetrvávající fenomén oblíbenosti ryze českých značek. Důkazem může být opětovné vítězství figurek Igráček, který stále dominantně vede, a to i v konkurenci silných zahraničních brandů. Stejně tak například v nové kategorii Dekorativní kosmetika zvítězila tradiční česká značka Dermacol a v kategorii Kuchyňská

a koupelnová studia zase oblíbená česká značka Siko,“ dodal Lukáš Matějka.

„Silné nezávislé ocenění, jako je Nejdůvěryhodnější značka, může být zajímavým nástrojem komunikace v současné době, kdy se po několika letech stabilizuje inflace. Zároveň rostou reálné mzdy a zlepšuje se nálada spotřebitelů u nás i v celé Evropě,“ upřesnila Viktorie Škorvavová z výzkumné agentury NIQ, která průzkum realizovala. Důležitost ocenění potvrzuje i aktuální průzkum společnosti MNFORCE, dle kterého toto logo pozitivně motivuje k nákupu téměř dvě třetiny zákazníků.

„Za více než třicet let jsme v EFKU ušli opravdu dlouhou cestu. V roce 1993 jsme se orientovali na prodej hraček od různých dodavatelů. Mezi nimi byly hojně zastoupeny právě dovozené hračky, jejichž kvalita ale mnohdy nebyla na takové úrovni, jakou bychom si představovali. Proto jsem se rozhodl jít cestou dobrodružnější – vyvíjet a vyrábět vlastní hračky. Pod našima rukama tak začaly vznikat produkty úplně nové, ale i takové, které navazovaly na již dříve vyráběné hračky. A tak jsme mimo jiné zachránili i legendární značky jako Igráček a českou autodráhu Ites a vdechli jim nový život. Bylo by škoda zahodit výrobky, které byly oblíbené. A zákazníci to vítají,“ uvedl Miroslav Kotík, majitel a zakladatel firmy EFKO. (tz)

