



MANUFAKTURA®

je značka kosmetiky a sítě značkových obchodů, kterou provozuje Český národní podnik, s. r. o. 100% česká společnost založená v roce 1991. Značkové obchody Manufaktura Vaše domácí lázně naleznete v obchodních centrech a obchody Manufaktura Original Czech tradition s českými lidovými řemesly a tradičními dřevěnými hračkami v historickém centru Prahy. Významnou aktivitou je vývoj, výroba a maloobchodní i velkoobchodní prodej kosmetiky MANUFAKTURA inspirované lázeňstvím a tradičními ingrediencemi. Naše redakce zpovídala pana Ing.arch. Karla Němečka, jednoho ze dvou spolujednatelů.



V loňském roce jste oslavili dvacetileté výročí. Když se ohlédnete, jaké byly začátky firmy? Jak vznikl nápad, jaký byl příběh? Co považujete za nejvýznamnější úspěchy? Co se povedlo? Čeho jste chtěli dosáhnout?

„Kdysi na začátku byl nápad pronajmout si tehdy zavřenou klášterní prádelnu v centru Prahy a pokusit se tam přečkat studentské prázdniny prodejem tehdy naprosto nerozšířených nebarvených dřevěných hraček a panenek ze šustí.“

Z bezvýznamného „konkurenta“ krásné jizby a ÚLUVu jsme se po letech stali jeho pokračovatelem, alespoň ve smyslu péče o pokračování Českých a Moravských lidových řemesel. Spolupracujeme s Ministerstvem kultury a jsme respektováni mnoha významnými institucemi vč. Kanceláře Prezidenta Republiky. V současnosti prodáváme česká lidová řemesla ve svých značkových prodejnách Manufaktura

„Originál Czech tradition“ na pražském letišti, Hradu, Zlaté uličce a v několika větších obchodech Manufaktura v historickém centru Prahy a na Hlavním nádraží. V letech 2001 a 2002, kdy byl incomingový turismus díky hrozbě terorismu a povodním v Čechách ochromen, se ukázalo, že soustředit se pouze na tento segment trhu není rozumné a rozhodli jsme se najít cestu jak oslovit více českého zákazníka.

Ten se ale pro návaly turistů centru Prahy vyhýbá a navíc míra zdravého patriotismu nejspíš není u Čechů vyvinuta tak, aby vybavovali své moderní domácnosti panenkami ze šustí a modrotiskem. Postupem času se nám tedy podařilo vybudovat souběžný projekt vycházející ze speciálně vyvíjené kosmetiky na tradičním, pokud možno Českém základě a s ojedinělou a moderní nosnou myšlenkou „Vaše domácí lázně“. Trvalo téměř deset let než se koncept podařilo doladit do dnešní podoby, kdy se stal díky podílu speciálně vyvíjených doplňků a malému segmentu potravinových produktů celkem životně stylovým spíš než kosmetickým.

Společně s franšizovými jednotkami se nám podařilo v posledních letech otevřít přes třicet jednotek tohoto konceptu. A je úspěšný. Letos naše maloobchodní tržby vykazují 48% meziroční růst, ale i stávající jednotky mají i v době krize meziročně 15% nárůst tržeb.“

Z Vašich obchodů a produktů je doslova cítit, že jsou vytvářeny s láskou. Je na nich vidět, že vznikaly s nadšením a rukama lidí, které práce baví. Jak se Vám podařilo skloubit takový tým? Jaká je Vaše firemní politika?

„Jakákoliv odpověď na toto téma bude znít jako klišé. Tým zapálených kolegyní a kolegů je skutečně naše bohatství, kterého si vážíme a snažíme se o něj pečovat.“

Známkou toho, že se nám v této oblasti daří, je skutečnost, že fluktuace v naší firmě v podstatě neexistuje a deseti až patnáctileté úvazky nejsou výjimkou. Velká část našich klíčových managerů vycházela z postu prodejních asistentů a postupně se vypracovala do funkcí ve strategickém managementu firmy. Díky jejich nabytí profesionalitě (která dávno přerostla



Obchody MANUFAKTURA Original Czech Tradition v historickém centru Prahy:

„Naši firmu jsme založili s cílem udržet a prezentovat česká a moravská řemesla, kterým tehdy hrozil zánik. Postupně se nám podařilo sdružit přes 250 drobných řemeslníků, bývalých mistrů lidové tvorby, nositelů tradice a tradičních českých firem, jejichž výrobky prodáváme v síti našich obchodů. Zajištěním pravidelného odbytu a spoluprací při vývoji, designu a ochraně jejich produktů tak napomáháme udržení mnoha unikátních řemeslných technik. Díky myšlence „českosti a kvality“, jsou naše obchody odlišné a unikátní. Design obchodů je koncipován tak, aby návštěva každého z nich působila jako milé pohlázení a evokovala atmosféru starých časů. V prosinci 1995 se stal Český Národní Podnik s.r.o. první společností, která získala ocenění Czech made za provozování sítě obchodů. V našich obchodech oceníte výběr sortimentu a originální řešení interiérů, ale také vynikající zákaznický servis a naučný informační systém.“

mojí), neutuchající aktivitě a kreativité je, podle mého názoru, nejlepší investicí vytváření příjemného pracovního prostředí a přátelských – rodinných podmínek jejich práce. A to je také, kromě sem tam nějakého strategického rozhodování ☺, mojí hlavní starostí a náplní.

Rozrůstáme se a před týdnem jsme se přestěhovali do nových, větších kancelářských prostor. Dlouho jsme vybírali prostředí, o kterém bych byl přesvědčen, že bude pro naše zaměstnance a nás ideální. Našli jsme objekt bývalého mlýna na břehu Vltavy a nainvestovali do jeho nového interiéru. Nevadí mi, když se zaměstnanci zpoza svého stolu za šumění jezu kochají výhledem na Prahu. Naopak. Tráví zde tak významnou část života, že na podobný nadstandard a relax mají nárok. Výsledkem je, že toho nezneužívají, do práce chodí s úsměvem a vše nám vrací ve výsledcích své práce.“

Nadšení pro to, co děláte se odráží i v tom, že si vše i do posledních detailů navrhujete sami. Nejen produkty, receptury, obaly, etikety na výrobcích. Vy sám jste autorem i originálních interiérů obchodů, kdy každý z nich je zajímavý něčím jiným. Jak tyto koncepty vytváříte?

„Každý detail každé ze zhruba 400 položek našeho sortimentu kosmetiky a doplňků je řešen týmem zapálených kolegů od prvotní myšlenky po poslední detail hotového produktu. Vše je navíc promyšleno v souvislostech jednotlivých řad a návazností na zákazníkem vytvářené kombinace pro „jeho“ domácí lázně. Návrh i stavba nového obchodu je jen nedílnou součástí tohoto týmového nekonečného brainstormingu. Protože jsme přesvědčeni, že všechny myšlenky a souvislosti, vložené do detailů jednotlivých produktů mohou vyznít jako celek v příjemném prostředí interiéru našeho

obchodu Manufaktura a musí být prezentovány námi proškoleným příjemným personálem. Výstavba obchodu je pak doslova vyvrcholením této týmové práce desítek lidí. Dokončovací práce na každém z nich je vždy pro celý tým Manufaktury takovým malým svátkem a přestože poslední dobou máme těch svátků docela dost (otevíráme obchodů v Čechách i v zahraničí mnoho), stále si jej užíváme.“

Svým pojetím jste dali šanci i výrobcům, kteří by možná bez Vašich zakázek již měli existenční problémy a doslova jste pro ně vytvořili nový výrobní program?

„V oblasti lidových řemesel prodáváme výrobky od více než 250 výrobců. Kromě několika



Obchody MANUFAKTURA Vaše domácí lázně v obchodních centrech:

„Provozujeme také síť značkových obchodů MANUFAKTURA, které nabízejí atraktivní sortiment pro domácí lázně. Při vývoji unikátní lázeňské kosmetiky se inspirováme světoznámou českou lázeňskou tradicí a objevujeme nové účinné kosmetické ingredience - české pivo, moravské víno, karlovarskou vídelní sůl, léčivé byliny atd. Pro naši kosmetiku je typické pro-

málo větších, převážně výrobců dřevěných hraček, jsou to vesměs malé rodinné firmy. Jde např. o keramické dílny, rodiny zabývající se tradičními lidovými výrobky jako jsou malované kraslice, panenky z kukuřičného šustí, modrotisku apod. Díky našim odběrům se řemeslu mnohdy vyučily už další generace, od kterých odebíráme tak významnou část jejich produkce, že by pro ně výpadek našeho pravidelného odběru mohl mít velmi nepříjemné důsledky. Na „zodpovědnost“ za pokračování lidových řemesel v Čechách a na Moravě po pádu státní instituce ÚLUV již v devadesátých letech jsme si zvykli a ani situace nijak nezneužíváme.“

Pracujete i s chráněnými dílnami.

Co pro Vás vytváří?

„Například chráněná dílna Ignis je naším dlouholetým dodavatelem přírodních svíček ze včelího vosku, a co je důležité - významným a plnohodnotným, bez ohledu na jejich případná zdravotní specifika.“

Jaké máte další plány?

Na co se mohou Vaši příznivci těšit?

„Zeptám se kolegů ☺ Ne vážně: v našich obchodech Manufaktura se snažíme těšit zákazníky stále novými produkty a zajistit si tak jejich častou návštěvu a opakovaný nákup. Daří se: těch, kteří u nás nakupují pravidelně je přes 55 %.“

Dvakrát do roka inovujeme a prezentujeme tzv. limitované edice, průběžně vylepšujeme stávající řady.

V Čechách dokončujeme rozvoj obchodní sítě. V podstatě se nám v posledních dvou letech podařilo otevřít obchody v těch prvotních obchodních centrech, která jsme si vytipovali. Další rozvoj doma budeme zvažovat už velmi opatrně.

Intenzivně pracujeme na rozvoji vlastních obchodů na pracovně a franchisingových projektech v Evropě a především na náročném Japonském trhu.“

pojení mimořádné kvality, originálního složení, příznivé ceny a výjimečného designu. Naši zákazníci oceňují že, jako 1. česká firma jsme získali jediný mezinárodně uznávaný certifikát o netestování na zvířatech HCS - Human Cosmetics Standard. Strategickou úlohu v našich obchodech hraje kvalitní personál, který dokáže atraktivní formou seznámit zákazníky s lázeňskou kosmetikou a recepty na domácí lázně.

Pomohou každému sestavit si takovou kombinaci produktů, která by mu umožňovala vytvořit si doma své vlastní lázně pro domácí prostředí s modifikovanými procedurami. Kosmetika je dermatologicky testována, na recepturách spolupracují lázeňství a kosmetičtí odborníci. Parfémy pochází z předních světových parfemářských firem. Nepoužívají se žádné živočišné tuky.

Obchody jsou výjimečně napaditými architektonickým řešením a originálními aranžmá umocňujícími příjemnou lázeňskou atmosféru.“