

## ZPRAVODAJ ASOCIACE OSOBNÍHO PRODEJE

Jarním Zpravodajem bychom rádi otevřeli seriál o historii a současnosti přímého prodeje. V prvním letošním čísle vás seznámíme s jeho tradicí v Čechách i ve světě. A nezapomeneme ani na novinky ze života jednotlivých členských firem.

### Tradice přímého prodeje

Vezmeme-li to opravdu od Adama, je přímý prodej **zřejmě nejstarší obchodní metodou vůbec**. Dávno před vznikem „stálých maloobchodních jednotek“ si mezi sebou lidé čile směňovali zboží za zboží a později zboží za peníze. Nejprve ale asi vzali zboží do košíku a šli ho prostě nabízet.

Ale zpět do současnosti. Jako účinná metoda funguje přímý prodej jistě **již přes sto let** a dařit se mu začalo zejména tam, kde nebyla vybudovaná obchodní síť. Jako velmi výhodný se tento způsob prodeje ukázal i tehdy, když vznikl nový výrobek. Vyškolení prodejci zamířili za svými potenciálními zákazníky, aby jim ho názorně předvedli. Mezi průkopníky patří firmy Lux, Vorwerk, Tupperware, Nutrilite a další.

V českých zemích se stal legendou příběh tatínka spisovatele Oty Pavla, který jako mimořádně úspěšný prodejce tehdy převratné novinky, vysavače švédské firmy Lux, dokázal přesvědčit s šarmem a elegancí k jeho koupi každou pořádkumilovnou hospodyňku. Značka se i díky němu stala známou natolik, že obohatila češtinu o nový výraz, který si většina z nás spojuje s nepříliš oblíbenou činností.

Největší rozkvět přímého prodeje v Čechách nastal po roce 1989. Zavedené světové firmy s dlouholetou tradicí vstoupily do českého prostředí a mnohým lidem přinesly dosud nevídané

možnosti pohodlně nakupovat kvalitní výrobky, příležitost podnikat, osobně růst a zdokonalovat se v obchodních dovednostech.

Úspěch těchto mezinárodních společností se setkal s mimořádným zájmem veřejnosti a na tomto solidním základě dodnes firmy staví svůj další rozvoj i prodejní metody. Nový obchodní model a **unikátní podnikatelská příležitost** se staly inspirací pro statisíce občanů, z nichž mnozí vybudovali prosperující firmy, jež prodávají své zboží systémem přímého prodeje.

*V druhém dílu našeho seriálu se dozvíte více o historii Asociace osobního prodeje.*

---

## Řešení spotřebitelských sporů mimosoudními postupy

**Evropská Komise zahájila 15. února novou platformu pro řešení spotřebitelských sporů online.**

Platforma se týká výrobků či služeb zakoupených přes internet. Subjekty pro alternativní řešení sporů musí při práci splňovat přísná evropská kritéria, která zaručí, že spor bude řešen efektivně, spravedlivě, nezávisle a transparentně. Podle právních předpisů EU se lze na tyto subjekty obracet ve všech smluvních sporech, které vzniknou s obchodníky v rámci EU.

Věra Jourová, evropská komisařka pro spravedlnost, ochranu spotřebitelů a otázky rovnosti pohlaví k tomu uvádí: „*Většina spotřebitelů si v případě problémů při online nákupu nestěžuje. Často se domnívají, že postup řešení a doba vyřízení je příliš dlouhá a záležitost se nakonec nevyřeší. Online platforma řešení sporů je inovativní nástroj. Šetří čas a peníze spotřebitelů a obchodníků. Zvýší důvěru při nakupování on-line a bude podporovat firmy poskytující přeshraniční nákupy, přispívá k digitálnímu jednotnému evropskému trhu.*“

Klíčové vlastnosti platformy:

- Platforma je uživatelsky přívětivá a přístupná. Spotřebitelé mohou vyplnit formulář stížnosti ve třech jednoduchých krocích.
- Platforma nabízí uživatelům možnost provést celé řešení online.
- Platforma je vícejazyčná.
- Výhodou je i jedno vstupní místo pro řešení stížnosti.

Doba pro vyřešení stížnosti by neměla být delší než 90 dnů. Tento nový způsob řešení spotřebitelských stížností umožňuje zachovat dobré vztahy mezi zákazníkem a obchodníkem, vyhnete se nákladným soudním poplatkům.

Odkaz na platformu ODR (Online Dispute Resolution): <http://ec.europa.eu/odr>

Více info na: [www.seldia.eu](http://www.seldia.eu)

---

## Úspěchy a aktivity členských firem

Společnosti Mary Kay i Oriflame vstoupily do nového roku s dalšími úspěchy. Již po třetí získala **Mary Kay** v České republice ocenění Superbrands, které hodnotí značky na základě preferencí zákazníků a názoru odborné poroty. Tento úspěch je pro firmu důkazem speciálního postavení a uznání značky na lokálním trhu. Za Českou republiku převzala diplom s oceněním Barbora Chuecos, generální ředitelka Mary Kay Czech Republic, s.r.o.



Dalším úspěchem pro firmu je právo užívat označení Doporučeno AVS-ČR, které získala Mary Kay produktem TimeWise® Mikrodermální sada Plus. V Mary Kay tohoto označení dosáhlo již 26 přípravků.

Toto ocenění bylo uděleno za rok 2015 i společnosti **Oriflame**, jejíž Prodlužující řasenka Incredible Giordani Gold tak může nést titul „doporučeno AVS ČR“. Soutěž je určena pro dekorativní kosmetiku a produkty, jež vizážisté mohou využívat při své práci. Profesionálové po několikátýdenním používání hodnotí funkci, příjemnost při používání, jednoduchost aplikace a vzhled výrobku.

Za podpory společnosti **Amway** se druhý březnový víkend uskutečnil ve Špindlerově Mlýně již tradiční volejbal na sněhu. Poprvé v dějinách začalo dobrodružství této sportovní disciplíny roku 2008 v horách u rakouského Wagrainu. V roce 2012 se k sérii turnajů v Rakousku a Německu poprvé připojila společnost Amway. V roce 2013 a 2014 pak následovala expanze do Švýcarska, Itálie a ČR. Letošního turnaje se zúčastnil rekordní počet týmů, jejichž vítězové si rozdělili výhru 1600 EUR.

---

## **Podpora podnikání žen v přímém prodeji**

**Evropská asociace přímého prodeje (Seldia) podporuje neziskové sdružení Women Entrepreneurship Platform (WEP) se sídlem v Bruselu, jež spojuje organizace zastřešující podnikání žen. Sdružení umožňuje ženám přístup k informacím a využívání osvědčených metod v souvislosti s rozvojem jejich firem. Platforma se věnuje podnikání žen v rámci Evropské unie a před evropskými institucemi a je prvním kontaktním místem pro tvůrce politiky a zúčastněné strany ochotné řešit tuto problematiku.**

Koncem minulého roku zaznamenalo WEP na půdě Evropského parlamentu další významný úspěch. U společného diskusního oběda pořádaného WEP, Seldia a Deloitte on Digital Networking se sešlo více než 100 zástupců Evropského parlamentu. Jedním z hlavních témat bylo nedostatečné oceňování žen podnikajících v oblasti přímého prodeje.



V této souvislosti jedna z diskutujících, poslankyně Evropského parlamentu Sirpa Pietikäinen, uvedla: *"Naženy v přímém prodeji se stále ještě často pohlíží spatra, a proto potřebují více uznání"*. Ve svém vystoupení dále zdůraznila skutečnost, že financování malých podniků vlastněných ženami je obtížné a proto je nezbytné nacházet řešení s cílem zvýšit podporu jejich podnikání.

Jednoznačný příklad úspěšného podnikání žen v přímém prodeji představuje Emma Joos de Ter Beerst, generální ředitelka známé francouzské společnosti Stella & Dot, která se zabývá prodejem módních šperků. Její společnost umožňuje ženám budovat podnikání v souladu s jejich životním stylem na jedné straně tím, že se zaměřuje na způsob podnikání "out of the box" s nezbytným využitím sociálních médií i dalších digitálních nástrojů a na straně druhé tím, že nabízí cenově dostupné lifestyleové produkty.

Více info na: [www.seldia.eu](http://www.seldia.eu)

---

Podrobnější informace naleznete na stránkách: [www.osobniprodej.cz](http://www.osobniprodej.cz)