

31-2021

Magazín
profesionálů
ve světě
lišť a rámu

*in*FRAME

O novinkách ve výrobě
Příběh velkého rámu
Zpět ke kořenům
Environmentální
politika firmy

LARSON · JUHL®



Vážení a milí zákazníci, zaměstnanci,

opět Vás vítáme na stránkách našeho magazínu, který informuje o dění ze světa rámování, se zvláštním přihlédnutím k naší českokrumlovské firmě Larson-Juhl.

Od minulého vydání uplynuly řady měsíců a jakkoli jsme si přáli, aby koronavirová omezení skončila, tak opatření nepominula, naopak v některých směrech zesílila. Před rokem jsme čelili největšímu náhlému propadu tržeb, který jsme dokázali kompenzovat již na konci července minulého roku. Od léta pozorujeme lehké oživení a transformaci obchodu převážně do online prostředí.

Na novou realitu je třeba dívat se očima příležitosti. Lidé mají nyní více času zaobírat se zkrášlováním svých domovů, rekonstrukcí nebo tříděním svých vzpomínek, tedy i fotografií. Zakázkové rámování zaznamenalo 15 % propad prodeje, ale tento pokles je kompenzován vyšším nárůstem internetového prodeje. Bohužel osobní kontakt při výběru lišty nenahradíme, a tak se nám posouvá spektrum výběru lišt do jednoduchých tvarů, převážně černobílé barvy.

Jak jsme již avizovali, minulý rok 2020 jsme ponechali v cenách roku 2019, abychom pomohli našim partnerům přizpůsobit se nové době. Na červenec tohoto roku chystáme obnovu našeho portfolia, zejména pak kolekci paspart. Díky sjednocení nabídky na evropské úrovni můžeme zákazníkům od července nabídnout výrazné rozšíření nabídky o stovky nových položek. O nové kolekci budou klienti včas informováni včetně potřebných vzorků.

Nepříznivou situaci maloobchodních prodejen jsme využili k rozvoji marketingových aktivit, kupříkladu podpory prodejní sítě našich distributorů či cílenému zvýšení povědomí o značce Larson-Juhl. Jsme také více aktivní na sociálních sítích, a to nejen v Čechách, ale i u ostatních sesterských firem. A rád bych Vás tímto srdečně pozval ke sledování.

Z výroby přinášíme na těchto stránkách pohled na provoz distribučního centra, environmentální přístup k surovině nebo úspěšné zavedení tisku na základnu lišt. Zajímavý je také článek o nevsední realizaci krásného blondelového rámu a tradičně jsme opět požádali jednoho z našich zákazníků o krátký rozhovor.

Přeji příjemně strávený čas při čtení a vše dobré.

Jan Hůda / Obchodní ředitel

VIRON- ENTÁLNÍ LITIKA RMY

Certifikace FSC® představuje důvěryhodný systém 1. lesní certifikace a 2. certifikace zpracovatelského řetězce s celosvětovou působností. Díky své transparentnosti, otevřenosti všem zájmovým skupinám a díky striktním sociálním a ekologickým standardům má FSC podporu největších environmentálních organizací jako WWF, Friends of the Earth nebo Greenpeace, stejně jako velkých obchodních řetězců, jako je Hornbach, IKEA, B&Q či Home Depot.

PEFC je celosvětově nejrozšířenější systém certifikace lesů. Standardy hospodaření v lesích podle systému PEFC se snaží změnit způsob, jakým jsou lesy spravovány na lokální i globální úrovni.

Jedním z hlavních cílů certifikace lesů systémem PEFC je zachování lesů a jejich rozšiřování, abychom my i generace budoucí, mohli využívat environmentálních, sociálních a ekonomických přínosů, které lesy nabízejí se zachováním zodpovědného přístupu k lesním ekosystémům a respektu k přírodě.

Larson-Juhl s.r.o. je držitelem certifikátů PEFC® certifikát (100000209/C-O-C/2019) a FSC®-C089409 (Pozn.: Vysvětlení certifikace je pod tímto článkem.) Jako držitelé těchto certifikátů se zavazujeme používat jen takovou dřevní hmotu, která byla vytěžena se zásadami trvale udržitelného lesního hospodářství. Toto platí pro veškeré nákupy dřevní hmoty ve formě kulatiny, řeziva anebo výrobků z dřevní hmoty. Každý rok procházíme nezávislým auditem, který prověřuje, zda náš systém evidence a kontroly dodavatelů je dostatečný. Spolupracujeme jen s ověřenými dodavateli, a to jak v České republice, tak ve světě. Zpracováváme značné množství tropického řeziva a musíme si být jistí, že nepodporujeme kácení afrických deštných pralesů. Konkrétně v Africe má PEFC a FSC® environmentální, a hlavně sociální přesah. V konečném důsledku nám každý dodavatel musí být schopný předložit povolení k těžbě z lokality původu dřevní hmoty. Tímto zákazníkovi můžeme nabídnout obrazové lišty a rámy, které jsou vyrobeny z ekologické, obnovitelné suroviny.

Výroba v naší společnosti se může pyšnit uzavřeným technologickým cyklem zpracování dřeva. To znamená, že jsme schopni stoprocentně zpracovat anebo dále zhodnotit veškerý dřevní odpad vzniklý při výrobě obrazových lišt a ráků. Při pořezu kulatiny na pilnici nám denně vzniká cca 10 tun kvalitní štěpky, kterou jsme schopni obchodovat za teplo s nedalekou výtopnou. Tato výtopna zásobuje teplem Český Krumlov. Další možností je přeměnit štěpku v teplo v naší kotelně. Dalším velkým zdrojem štěpky je linka nekonečného vlysu. Veškerá dřevní hmota, kterou skener WoodEye označí jako nepřijatelnou pro výrobu lišt, se transportuje do drtiče a posléze ve formě štěpky uskladňuje ve dvou velkokapacitních silech. Do těchto sil se také dopravují piliny a hobliny vzniklé při profilování. Síla nám slouží jako zásobník pro linku na výrobu briket. Brikety se vyrábí ze suché štěpky. Briketovací lis štěpku lisuje pod vysokým tlakem ve válcové matici do nekonečné válcové brikety. Briketa je následně přivedena do kapovací pily, kde je nařezána na přesně danou délku a posléze jsou brikety zabaleny na paletu a připraveny k transportu k zákazníkovi. V dnešní době jde o velmi kvalitní a žádaný ekologický zdroj vytápění.

Vlastním pořezem na pilnici máme velkou kontrolu nad vstupní kvalitou kulatiny, jsme velice flexibilní v pořezovém schématu, což znamená, že velmi rychle můžeme doplňovat chybějící dimenze řeziva na dřevoskladě a reagovat na požadavky zákazníků. Dalším podstatným aspektem je již zmíněný zdroj štěpky a materiál na výrobu palet. Vyrábíme si palety pro výrobu briket a značné množství palet také potřebuje distribuční centrum pro expedici výrobků k zákazníkům. Vykupujeme kvalitní kulatinu z jižních Čech a to především v podzimních a zimních měsících. V tento čas je kulatina nejvhodnější pro zpracování. Postupnou modernizací a investicemi do strojního vybavení se snažíme pracovníkům ulehčit práci v tomto náročném provozu.

Zdeněk Podskalský / vedoucí výroby

Zpět *ke kořenům* současné firmy Larson-Juhl

Možná málokdo z vás tuší, kdo stál u vzniku nyní mezinárodně působící firmy Larson-Juhl. Mnozí ji znají spíše pod názvem Lira, obrazové lišty a rámy. Avšak na počátku všeho byli bratři Ludwig a Leonard Schönbauerovi, kteří vybudovali továrnu v letech 1880-1881 na břehu řeky Vltavy, Domoradice č.p. 11, Český Krumlov. V roce 1923 se výhradním vlastníkem podniku stal Julius Tschunko, který si v roce 1897 vzal dceru Ludwiga Schönbauera Marii. Tschunkova rodina podnik vlastnila až do konce druhé světové války. Po znárodnění fungoval podnik pod jménem Lira. Výroba ráků se ovšem přesunula do Tovární ulice a zde se nyní nacházíme v průmyslové zóně.

Ale vraťme se úplně na začátek... Kdo byl Ludwig Schönbauer, jehož bystu můžeme vidět na hlavním schodišti v kancelářské budově? Bezpochyby schopný řezbář a obchodník. Zprvu se realizoval ve výrobě oltářů a svatyní. V r. 1901 instaloval oltář ve hřbitovní kapli v Českém Krumlově. Stále více se ale zabýval výrobou lišt. Vhodného dříví bylo v okolí dostatek a pracovní síly také. V roce 1893 zaměstnávala fabrika 98 lidí.

Nápady čerpal bral Ludwig Schönbauer z uměleckých sborníků, které se také dochovaly. Zde vidíme inspiraci různými styly, které se promítly například do výroby ozdob na ozdobné rámy.

Ze zajištěných písemností můžeme také vidět, jak například vypadala objednávka z r. 1900.

Z firemního archivu jsme se také dozvěděli, jak vypadal jeden z prvních tištěných katalogů nabídky lišt.

Od té doby uplynulo mnoho vody v řece Vltavě, která je symbolem tak krásného města, jako je Český Krumlov. Nyní mezinárodní firma s dosahem po celém světě je zajisté velice ovlivněna celosvětovým děním a není lehké řídit podnik takového rozměru. Je v zájmu nás všech podnik podporovat, vyrábět nové lišty a rámy, které budou zdobit naše domovy, kanceláře a hotely po další generace.





Očima vedoucího distribučního centra Jana Šimka



Do firmy jsem nastoupil v září 2019. V předchozím zaměstnání jsem pracoval v malé výrobní firmě a po více než deseti letech jsem cítil, že už je nejvyšší čas na změnu. Vzhledem k tomu, že jsem původně truhlář, chtěl jsem se už nějakou dobu vrátit k práci se dřevem. To bylo při hledání nové práce tím hlavním kritériem. Pak jsem se spíše náhodou dozvěděl, že v Liři je několik volných pracovních míst (do té doby jsem samozřejmě nevěděl, že se společnost přejmenovala na Larson-Juhl).

Pracovní pohovor jsem absolvoval v podstatě naslepo, protože jsem téměř do poslední chvíle nevěděl, na jakou pozici budu moci nastoupit. V předchozím zaměstnání jsem se domluvil na šestiměsíční výpovědní lhůtě, a tak bylo pro tehdejší personální manažerku obtížné nabídnout mi odpovídající pozici a zároveň včas obsadit volné pozice.

První tři měsíce jsem absolvoval klasické „kolečko“ celým výrobním úsekem. Začal jsem ve velké výrobě v přízemí a postupně jsem se dostal až do třetího patra. Během té doby jsem měl možnost nahlédnout do tajů výroby lišt. Záměrně říkám „nahlédnout“, protože se jedná opravdu o unikátní výrobu, kterou se zabývá jen hrstka firem na světě, a je proto plná originálních postupů předávaných z generace na generaci. Ve všech částech výroby lišt jsem se setkal s velkou profesionalitou, citem pro detail a také s ochotou zasvětit nováčka do pracovních technik a postupů.

Po uplynutí zkušební doby jsem začal postupně přebírat vedení Distribučního centra od předchozí vedoucí Zdenky Papežové. Zpětně si myslím, že předání proběhlo celkem plynule a to nejen proto, že jsem měl nadstandardní dobu na převzetí, ale také díky velmi pozitivnímu přístupu celého týmu Distribučního centra a expedice.

Každá firma, ať už se zabývá čímkoliv, má svou sezónu, a tak je to samozřejmě i zde v Larson-Juhl. Ta první, kterou jsem na přelomu roku 2019 a 2020 prošel v DC, byla více než úspěšná a vše nasvědčovalo tomu, že firmu čeká úspěšná budoucnost a bude proto možné realizovat některé důležité, v minulosti naplánované projekty. Mám na mysli modernizaci a revitalizaci výrobního úseku a také zázemí. O to více mne zaskočila zprvu velmi nenápadná celosvětová pandemie koronaviru, se kterou se většina plánů rozplynula a musela být odložena na dobu neurčitou. Ale jak se říká: „Vše špatné je i pro něco dobré“, a tak zavřené obchody nahradil internet. Samozřejmě jsme zaznamenali obrovský pokles zakázek a bohužel jsme se museli rozloučit i s některými novými zaměstnanci, jež vůbec nebylo lehké vybrat v době s tak malou nezaměstnaností. Avšak například úsek, na kterém vyrábíme kompletní rámy včetně tisků, byl během krátké doby zaplavený objednávkami. Na tomto pracovišti plníme přání a požadavky klientů přesně dle jejich představ. Objednávky jsou výhradně internetové. Výsledný produkt je rám s vaším oblíbeným dílem. To jediné, co zbývá, je pověsit ho.

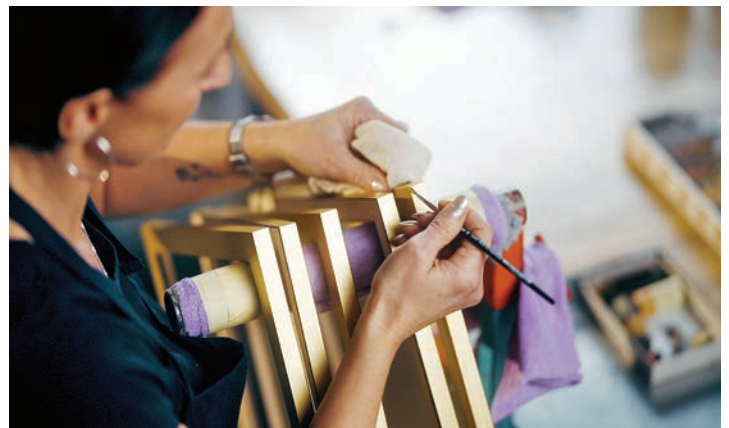
I přes nesnáze a komplikace jsme toho v uplynulém roce zvládli v DC více než dost. Především bych chtěl zmínit rozšíření portfolia zákazníků obsluhovaných z Českého Krumlova o zákazníky sesterské firmy Senelar, působící na francouzském trhu. Přes počáteční obtíže na začátku spolupráce se nám v současnosti daří realizovat většinu zakázek, a to i přes značné komplikace, které nám působí různé úrovně lockdownu napříč Evropou. To se samozřejmě týká nejen zakázek pro Francii, ale i ostatních exportních odběratelů včetně domácího trhu. Pro navýšení kapacity výroby bylo nutné provést několik úprav. Nejdůležitější změnou bylo zavedení dvousměnného provozu v DC. S tím souvisí i navýšení počtu zaměstnanců přibližně o 20%. Vzhledem k aktuální situaci jsme se opět vrátili k jednosměnnému provozu, ale věřím, že to nebude na dlouho. Jinak totiž není možné z prostorových a výrobně kapacitních důvodů zpracovat všechny objednávky.

Dalším důležitým projektem letošního roku je bezesporu změna rozvržení nebo, chcete-li, layoutu DC a expedice. Jsem si vědom, že pro změnu něčeho, co dobře funguje a co bylo navíc měněno před třemi lety, je potřeba velmi pádný důvod. Tím důvodem je rozšíření výroby o sortiment tzv. Barth kolekce (hliníkové a dřevěné výměnné rámy). Práce na plánech úpravy nového layoutu právě vrcholí a spolupracujeme na nich s externím lean specialistou z Jihočeské univerzity. Samozřejmě se nejedná pouze o přesun stávajícího strojního vybavení, ale naopak plánujeme modernizaci několika úseků. Z těch nejzajímavějších bych zmínil nákup nového automatického řezacího stroje na sklo, nové vertikální pily na MDF a akrylové sklo, plánujeme také nákup nové balicí linky a sponkovacího stroje. V těchto dnech dokončujeme výstavbu nové skladové haly a během následujících měsíců budeme realizovat úpravy dle projektu optimalizace výroby, který se týká všech pracovišť DC. Při této změně nám pomůže také nový ERP systém Navision, jehož užívání zahájíme ve druhé polovině roku 2021. V praxi to znamená, že v letošním roce postupně přejdeme ze současného systému ESO 9 na tento nový. Tím se usnadní především obchodní komunikace s ostatními sesterskými firmami, ale také na jednotlivých pracovištích DC. Právě teď používáme oba systémy současně a to občas působí komplikace, protože si oba programy někdy spolu nerozumí.

Celkově vnímám, že se firmě daří. Víím, že nás čeká ještě mnoho obtíží a letošní rok bude rokem zátěžovým, ale jsem optimista a utvrzuje mě v tomto pohledu fakt, že zakázek stále přibývá. V letošním roce nás čeká opravdu mnoho úkolů a nebude vždy jednoduché zajistit průběh bez komplikací. To vše by nebylo možné bez toho nejdůležitějšího a to je dobrý pracovní kolektiv. Ten na DC v minulosti již dokázal, že dovede pracovat jako tým, a to často pod velkým tlakem. Chtěl bych všem na DC poděkovat a zároveň je povzbudit pro letošní rok plný změn.

Práce v Distribučním centru je náročná a nejen časově. Proto je potřeba si občas vyčistit hlavu. Za „normálních“ okolností bych mohl napsat, že mým největším koníčkem je cestování, ale to je v současné době téměř nemožné. Hledám tedy odrea-gování ve své truhlářské dílně. Ta je pro mě nejen odpočinek, ale současně tím udělám radost i celé rodině, když se mi povede vyrobit něco užitečného.

Jan Šimek / Vedoucí Distribučního centra



Miloš a Lenka

PROFI RÁM – GALERIE sídlí v Plzni na Borské ulici, nedaleko krásného starého Jižního nádraží. *Počátek našeho rámování započal na přelomu minulého a tohoto století v nejmenší galerii v Plzni.*



Výstava falsifikátů, autor Miloš Šefrna: **Žena s koněm** (dle J. Metzingera)

Tyto minimalistické prostory nás s manželkou inspirovaly nejprve k výstávkám miniatur. První autor, který našel odvahu u nás uspořádat samostatnou výstavu, byl plzeňský výtvarník, grafik a sochař Tomáš Kůs a jeho „Vlkonice“.

Mé výtvarné nadání ovlivnila nejvíce moje maminka, plzeňská výtvarnice Ludmila Blažková. Díky její podpoře v mém „čmárání“ jsem absolvoval i pětiletý kurs zaměřený na smalty, keramiku a malbu pod odborným vedením profesora Otakara Slívy v Karviné, kde jsem díky názorům a přesvědčení mého otce za doby komunismu vylepšoval svůj kádrový posudek jako elektromechanik na šachtě. V tuto dobu jsem současně navštěvoval 82letého pana Josefa Branného, uznávaného mistra truhláře. Od truhlářiny jsem se díky své lásce k obrazům dostal k rámování. Vždy jsem pocítoval úctu ke dřevu a přírodním materiálům.

V přístupu k obchodu a zákazníkům máme rádi osobní kontakt, moc nepreferujeme objednávky přes internet. Zákazník potřebuje vidět vzorky lišt přímo k rámovanému dílu a také doladit barevně a stylově do svého interiéru. Rám musí být součástí obrazu a dílo dotvořit a podtrhnout. Nevhodným výběrem rámu může i vynikající výtvarník či zákazník své dílo zcela potlačit, o čemž jsme se již několikrát na vlastní oči přesvědčili. Některá starší díla potřebují nejen přerámovat, ale také další péči, jako je vyčištění, retuš či nový závěrečný lak. Tyto služby našim zákazníkům umíme také poskytnout.

Před 13 lety jsme se přestěhovali, byť ve stejném domě, do větších prostorů, což nám umožnilo pořádat samostatné výstavy nejen obrazů, ale též soch a uměleckého skla. Velikou poctou pro naši galerii byla zajisté výstava „mistra“ Alexandra Sádla. Kromě tohoto velikána umění nechceme opomenout nikoho z umělců, kteří u nás vystavovali, a proto si dovolíme odkázat na naše stránky www.profiram.cz, kde naleznete veškeré uspořádané výstavy včetně fotek.

S firmou Larson–Juhl spolupracujeme od našeho začátku. Že je tato spolupráce vynikající, nemusíme rozvádět. Naopak si dovolím drobnou poznámku k jejich designerům a návrhářům nových kolekcí lišt, že opominají výšku polodrážky u rámovaných olejomalb. V nových kolekcích chybí lišty, které by mohly být na tato díla použity. Rádi bychom viděli větší barevnou škálu a nejen odstíny dřeva. Na druhou stranu musíme pochválit, že jako první uvedla na náš trh sklo CLARITY, ze kterého jsme my i výtvarníci opravdu nadšeni. A mimo jiné v posledních letech i několik nevšedních a moderních kolekcí lišt, u nichž je vidět, že je sledován světový trend a trh, který se neustále mění.

Mezi nevšední a zajímavé zakázky, na které rádi vzpomínáme, patří určitě rámování dresu s podpisy Martiny Sáblíkové, Lionela Messiho, Rolanda Jorge Pirese da Fonseca. Také jsme s velkou chutí rámovali medaile našich „Mistrů světa“ a vítězů olympiády. Dokonce se nám v zakázce objevily staré mince i část Terakotovy armády v podobě zmenšených sošek.

Do začátku tohoto roku v první řadě přejeme všem nekonečnou spoustu inspirace, hodně optimismu, lásky a především zdraví. A abychom všichni využili volný čas ke svým koníčkům, tvorbě, rodinné pohodě a návratu k přírodě...

Miloš a Lenka Šefrnovi

Šefrnovi



Příběh *velkého* rámu a *velkého* muže

Přinášíme Vám příběh o tom,
jak trpělivost a vůle růže přináší.

Na počátku jsem chtěla zaznamenat pouze výrobu velmi ne-tradičního blondelového rámu na zakázku. Avšak když jsem se začala zabývat podrobnostmi, bylo jasné, že musíme poddhalit i detaily, které jsou důležité pro pochopení této zakázky na míru. Naše firma tvoří trvalé hodnoty, uchovává vzpomínky a na to jsme patřičně hrdí.

Obraz, který jste možná měli příležitost shlédnout na výstavě Josef Mánes – Dílo a jeho doba v Galerii Kooperativa v Praze, jsme neměli možnost držet v ruce. Toto originální dílo s názvem Portrét Marie a Augusta Felsových z roku 1859 jsme rámovali na požadavek soukromého vlastníka a celý proces výroby byl pro nás velkou výzvou.

Původně mělo dílo oválný rám, který ovšem nedokázal podtrhnout okázalost tohoto portrétu, a tak se jeho majitel rozhodl dát mu takový rámeček, aby obraz byl důstojným reprezentantem na jedinečné a unikátní výstavě ke 200. výročí narození Josefa Mánesa – Dílo a jeho doba, která bude doplněna velkou obrazovou publikací. Masivní rám o rozměrech 139 cm x 155 cm je doplněn elipsovým výřezem. Ozdoby, které jsou typické pro naše blondelové rámy, jsme implementovali i na vnitřní desku, celá plocha je pokryta plátkovým kovem, proškrábaná a doplněná vhodnou patinou. Nejobtížnější částí bylo však vyrovnání jednotlivých výšek profilů, s čímž si naše výroba dokázala poradit díky zkušeným truhlářům.

Velkou satisfakcí za to byl spokojený zákazník, který je pyšný, že může vlastnit skvělý obraz v tak originálním rámu. Je to člověk, který se stará o svou sbírku uměleckých děl, cení si každého prožitého okamžiku, je činný i ve vysokém věku a jeho rada do života je: „Mít neustále pro co žít“. V praxi to znamená pokud možno neustále pracovat, starat se o své fyzické i psychické zdraví, mít nějakého koníčka a neztrácet životní optimismus. V životě to neměl jednoduché, nic nedostal zadarmo, avšak byl trpělivý a přes veškeré trampoty se s pomocí rodiny dokázal přes všechno přenést. Nabyté zkušenosti si nenechává pro sebe, ale předává je všem, kdo o ně mají zájem.

Přejeme hodně zdraví a optimismu a děkujeme za příležitost orámovat takové dílo!

Za tým Larson-Juhl
Klára Pokorná





Ziskotvorné ceny

Mark Wilson ze společnosti **Framiac** (www.framiac.com) minulý měsíc uspořádal s **Johnem Pricem** webinář na téma cenotvorba a upselling, tedy navyšování prodeje. Podělili se s námi o svůj příběh a o několik užitečných rad.

„Podle mých zkušeností cena, o které si myslíme, že ji zákazník zaplatí, nekoreluje s cenou, kterou zákazník skutečně dá. V začátcích svého podnikání jsem měl málo peněz, a proto jsem ceny stanovoval takové, jaké jsem se domníval, že si mohu dovolit. Později, když jsem si uvědomil, že mám problém s úhradou účtenek a vůbec nákladů na živobytí, začal jsme ceny postupně zvedat. Bylo to strašidelné. Kolik lidí odmítne mé ceny? Myslel jsem si. Přežije vůbec moje firma, do které jsem tolik investoval? Ale zjistil jsem, že objem odmítnutých cen se vlastně nezměnil. Ano, někteří lidé mé ceny odmítli, ale to se dělo i předtím.

Navýšení cen mělo za následek dvě věci. Získal jsem více času na samotnou práci. Upřímně jsem nedřel celý den, abych vůbec dokázal zaplatit účty. A brzy jsem si dokonce mohl dovolit zaměstnance na částečný úvazek. Tehdy jsem se začal více zaměřovat na vytváření konzistentního modelu ziskotvorných cen. Neřekl bych, že to byl snadný proces. Vyžadovalo to výzkum, hodně práce a přemýšlení. Musel jsem najít funkční systém, na který bych mohl svůj model aplikovat. Na počátku 90. let už naštěstí byly počítače docela běžné a podařilo se mi přijít s perfektním řešením.

Za vším je konzistence

Poté se moje firma rozběhla. Pokud bych měl říct, jaké byly hlavní faktory, pak to bylo určitě sebevědomí a konzistence. Nyní už jsem pochopil systém cenotvorby a proč jsem musel účtovat tolik, kolik jsem účtoval. Dalo mi to sebedůvěru podívat se zákazníkovi do očí a sdělit mu cenu mé práce. Někteří zákazníci byli výší ceny překvapeni, ale způsob, jakým jsem jim ji sdělil, je přesvědčil, že je cena správná.

navýšení prodeje

Tato konzistence měla také mnoho společného s úspěchem firmy. Dostali jsme spoustu ústních doporučení a na všem se rovněž podepsaly i naše absolutně spolehlivé normy dodávek. Součástí toho bylo dodržování stejných konzultačních postupů a dodacích lhůt, ale také s tím souvisela transparentní cenotvorba.

Vžijte se do kůže zákazníka a zkuste pochopit, jaké to je požádat o cenovou nabídku na něco, co nemá běžně inzerovanou cenu. Představte si, že jste zákazníkem podniku, kde vám cenu sdělí po minutovém zírání do stropu. To v zákazníkovi nebudí příliš důvěry a také se to poněkud negativně odráží v celém odvětví rámařství.

Důvěra je klíčová

Díky důslednosti mohli naši zákazníci s klidem sdělit cenu práce zbytku rodiny či přátelům. A když se tito na nás obrátili, nedošlo k žádnému nepříjemnému překvapení. V klidu vešli do obchodu a zeptali se na cenovou nabídku, protože už měli o samotné ceně určitou představu. U mne tedy zafungoval systém dobře promyšlených a konzistentních cen.

Moje firma ovšem zrovna nebyla v oblasti s vysokými příjmy, ve skutečnosti to byla oblast s nejnižšími příjmy na obyvatele v celém státě Nový Jižní Wales. Slýchal jsem, jak někteří lidé říkali, že tohle by jejich zákazníci nikdy nezaplatili. Tím se ale vracíme k tomu, co už jsem říkal dříve. Je snazší nastavit ceny podle toho, co si myslíte, že lidi zaplatí, než podle toho, co jsou vaši zákazníci ochotni zaplatit za vaši specializaci. Jsem důkazem, že i v oblasti s nízkými příjmy jsou zákazníci, kteří za to zaplatí. Vše, co musíte udělat, je vytvořit pro ně to správné prostředí, které splňuje jejich touhy a očekávání.

Poučení z odmítnutí

Je důležité zamyslet se nad tím, proč zákazníci nabídky odmítají. Není to vždy jen kvůli výši ceny, ale třeba i kvůli tomu, že úroveň služeb neodpovídá očekávání zákazníka. Když jdu do specializované firmy, jednoduše očekávám vyšší úroveň služeb. A jestliže je úroveň služby pod mým očekáváním, cítím se nesvůj, nevěřím, že mi poskytnou kvalitu, kterou očekávám. A jestliže je i cena nižší, než se očekávalo, pak nevím, jak by mohli dodat požadovanou kvalitu. Není to podezřelé?

Mělo by být samozřejmé, že pro přežití podniku je správná cena zásadní. Je snadné si myslet, že jediným způsobem, jak vydělat více peněz, je vyrábět více rámců. Ale zkuste se zastavit a na chvíli zvážit to, že byste mohli mít větší zisky jednoduše díky navýšení cen, třeba jen o kousek. Když tak uděláte, pak dle mého budete příjemně překvapeni skutečným objemem odmítnutí vaší cenové nabídky.

Markova investice

Koupě počítače speciálně pro provozování cenotvorného a prodejního softwarového balíčku byla v 90. letech velkou investicí. Vždy jsem však tvrdil, že to bylo to nejlepší, co jsem kdy udělal. Mohl jsem tak budovat firmu na základě spolehlivých údajů. Všem to umožnilo přesně a konzistentně nacenit zboží a služby a já díky tomu netrávil tolik času v práci a mohl se věnovat společenskému životu a duševní pohodě. A v dnešní době jsou počítače a software už mnohem levnější.

Skutečně věřím, že každý rámař by měl tyto nástroje považovat za zásadní pro svou firmu stejně jako třeba řezačku.“
www.framiac.com

Nejlepší tipy

- Věnujte čas pochopení principů cenotvorby.
- Při stanovování cen buďte uvážliví a konzistentní.
- Nevytvářejte si předčasný úsudek o svých zákaznících či jejich předmětech, které chtějí zarámovat.
- Své ceny pravidelně kontrolujte, nezůstávejte pozadu, když všechny vaše ostatní výdaje rostou.
- Sledujte trh, nebojte se ceny upravovat.
- Zaznamenávejte a sledujte poměr mezi cenovou nabídkou a potvrzenou objednávkou.
- Přemýšlejte o tom, proč byla cenová nabídka odmítnuta. Bylo to cenou, nebo tím, že jste v nějakém ohledu nesplnili očekávání zákazníka?

Kampaně na podporu distributorů a zvýšení povědomí značky LJ

Firma je žijící prvek, jehož vnitřní procesy se neustále mění a reagují na potřeby trhu a odvětví. Ani Larson-Juhl není výjimkou a v posledních dvou letech začal procházet evropskou restrukturalizací s cílem sjednotit portfolio nabídky, obchodní činnosti, marketingu nebo nákupu. Veškeré tyto aktivity se centralizují ve stále silnější míře v distribučním centru Larson-Juhl Central Europe, což je skupinové označení pro česko-krumlovský závod Larson-Juhl s.r.o.

Asi nejviditelněji v očích zákazníka odstartoval změny nový katalog Volume 1. Ten byl poprvé společný pro všechny země regionu centrální Evropy – Česká republika, Německo, Francie a Holandsko a zákazníci jej obdrželi v létě 2019.

V roce 2020 jsme vypracovali marketingový plán se společnými aktivitami v regionu. Veškerá podpora byla směřována na zvýšení povědomí značky a podporu našich smluvních distributorů po celé Evropě. Na webových stránkách každé konkrétní země regionu jsme vytvořili samostatnou stránku míst našich smluvních partnerů, tzv. prodejních míst. Na těchto místech může zákazník koupit veškeré produkty firmy Larson-Juhl s kvalitní úrovní servisů.

Na tato prodejní místa je nasměřován koncový zákazník z cílených reklam. Ty byly sponzorovány na vyhledávacích, sociálních sítích nebo Youtube kanálu. Z těchto reklam jsme dosáhli na stovky prokliků na prodejní místa ve všech zemích a tím přímo podpořili naše distributory.



Sledujte nás a staňte se našimi fanoušky a odběrateli.

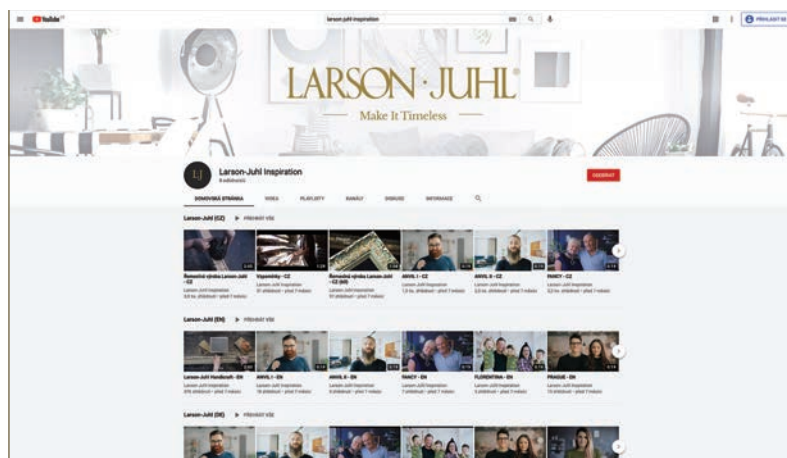
Larson-Juhl CZ – Facebook

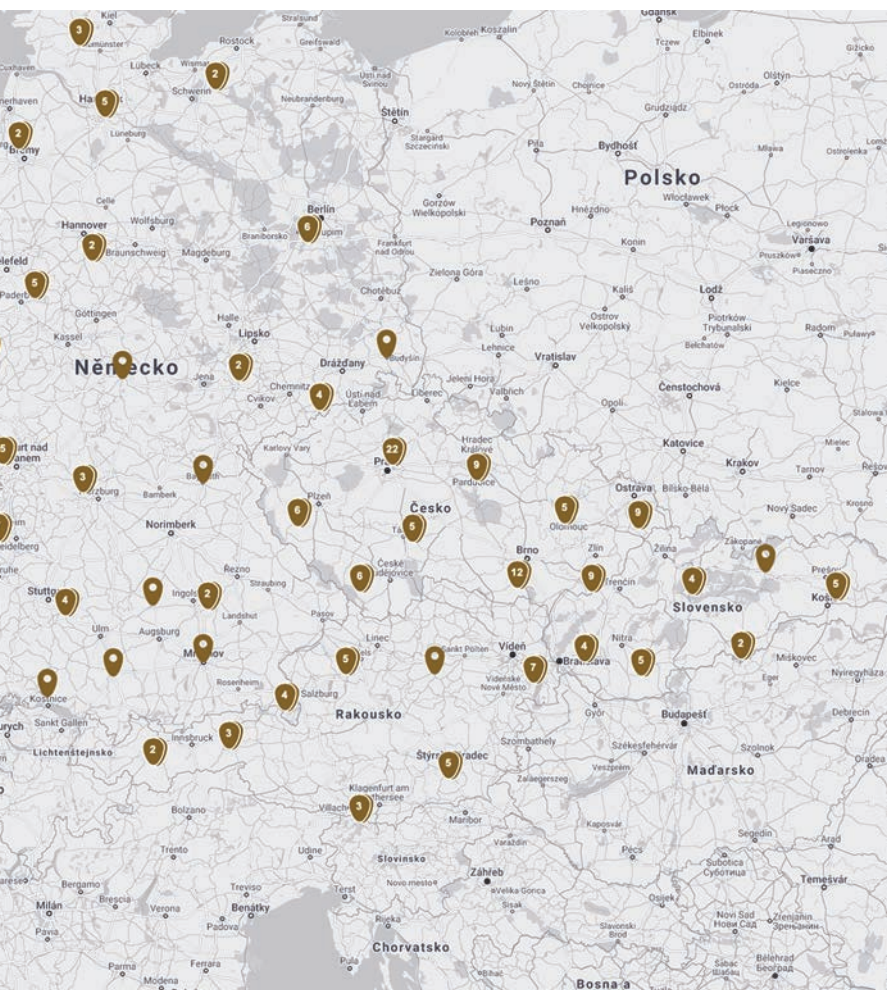
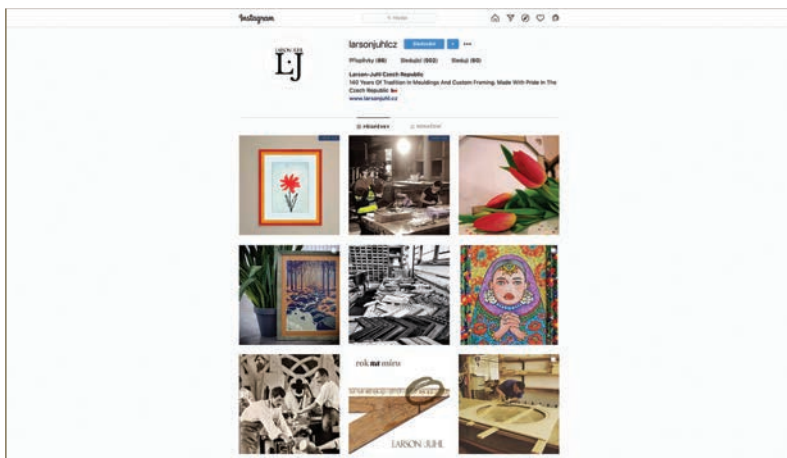
@larsonjuhlcz – Instagram

Larson-Juhl Inspiration – YouTube

V nejbližších dnech se můžete těšit na nové video z distribučního centra.

Natáčení probíhalo ve večerních hodinách, abychom neomezovali provoz a zároveň abychom dodali potřebnou atmosféru.





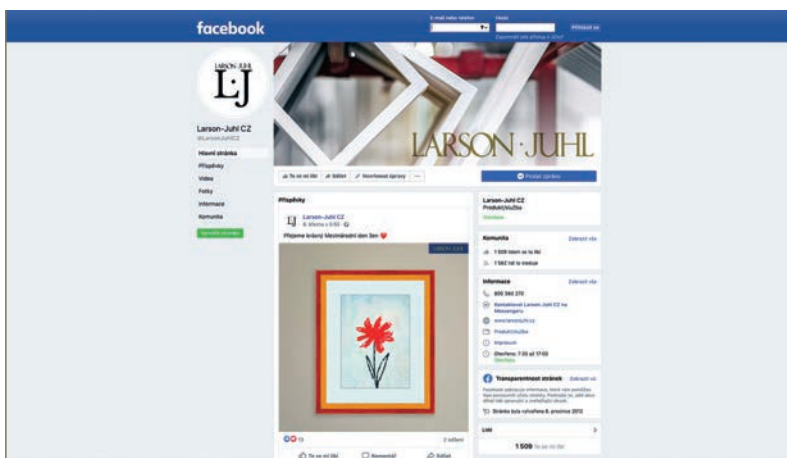
Velice pěkně si vedla videa na Youtube, která se těšila zájmu díky 113 000 zhlédnutí. Zobrazení reklam na vyhledávacích bylo okolo 1 mil., kde banner prokliklo kolem 8 000 uživatelů. Naše pozornost byla zaměřena také na sociální sítě, na nichž jsme cílenými reklamními spoty oslovili více než 260 000 uživatelů. To vše za méně jak půlročního trvání této první společné kampaně.

Chceme být více aktivní ve zvýšeném úsilí podporování značky a jejího povědomí, jakožto i distributorské sítě a její podpory. Pro tento rok je schválený marketingový plán ještě více podpořený jednotlivými zeměmi regionu pro dosažení ještě větší interakce s koncovým zákazníkem a obsahuje sadu nástrojů pro podporu distributorů a značky Larson-Juhl.

Je počítáno se sadou 2 - 3 video spotů, sociálních aktivit na Facebooku a Instagramu, ale především s uvedením centrálního evropského webu Larson-Juhl pro zvýšení komfortu uživatelů a transparentnosti značky napříč Evropou.

Plánujeme i další novinky v oblasti produktového marketingu, se zaměřením na Signature produkty, jako jsou třeba blondeové rámy a ručně dokončované lišty. O tom už ale více v jiném článku.

Jan Hůda / Obchodní ředitel



Novinka z výroby

Instalace inkjetové tiskárny pro tisk na základnu lišty

Na začátku roku jsme nainstalovali první z řady inkjetových tiskáren. Tento projekt započal již před několika lety a to díky potřebě označit jednotlivé výrobní šarže. Oslovili jsme několik zástupců společností zabývajících se značením výrobků. Zkoušeli jsme různé technologie a to od aplikátorů štítků až po laserové tiskárny. Nakonec se jako nejvhodnější ukázala inkjetová tiskárna. Následovalo další kolo testů, při nichž bylo podmínkou tisknout čárový kód, který bude snímatelný standardní čtečkou. Tuto podmínku splnili tři výrobci.

Rozhodli jsme se pro spolupráci se společností BOTTLING PRINTING, se kterou jsme již realizovali několik projektů. Nyní máme v provozu dvě tiskárny, které jsou nainstalovány na rozřezávacím stroji. Tiskárny značí název výrobku na základnu lišty. Přes toto pracoviště prochází velká část výroby, a proto jsme si ho vybrali jako pilotní pracoviště. Dalším krokem bude instalace na stříkacích kabinách a tím bychom měli pokrýt téměř celý sortiment výrobků.

Nyní je na první pohled velice jednoduché identifikovat výrobek. V případě potřeby se dají dohledat veškeré operace včetně vstupujícího materiálu. Dalším aspektem je usnadnění práce zaměstnancům v distribučním centru. V obrovském sortimentu výrobků není vždy lehké identifikovat již rozbalenou lištu. Předjdeme možným záměnám. Věřím, že je to benefit i pro naše zákazníky.

Zdeněk Podskalský / Vedoucí výroby

313367

31336

313367

CK21000990

CK21000990

21000990

Umění pomáhá

Již popáté se společnost **Larson-Juhl s.r.o.** zapojila do charitativní akce, na které zdarma rámuje díla autorů z **Chelčického domova**.

Nezisková organizace Chelčický domov sv. Linharta zahájila svou činnost v roce 2011. Od samotného počátku je jejich hlavním cílem stát se lokálním poskytovatelem sociálních služeb a vytvořit vhodné zázemí pro kvalitnější život klientů s různými typy postižení.

Mezi nabízené služby již od počátku patří sociálně terapeutické dílny, součástí provozu je také certifikovaná přírodní zahrada, na níž se klienti společnými silami starají o zeleninové záhony, ovocné stromy, mnoho bylinek a také o hmyzí hotel. Zahrada slouží nejen k práci, ale i příjemné relaxaci. V roce 2015 se organizace rozšířila i o terénní pečovatelskou službu pro seniory a osoby se zdravotním postižením.

Jsme velice rádi, že můžeme přispívat k radosti. Klienti malují nádherné obrazy a my je oživíme rámem. Tato umělecká díla se poté draží a finanční výtěžek putuje zpět do provozu neziskové organizace Chelčický domov sv. Linharta. Z této akce se velmi těšíme a doufáme, že naše vzájemná spolupráce bude trvat i nadále.



Zapište si do diáře...

3-2-1 DÍLNA: Online workshop základní byznysové gramotnosti

Kdy? Středa 31. 3. 2021 od 14 h

Kde? www.321dilna.cz

Máte společensky prospěšný projekt, ale chybí vám peníze na jeho realizaci? Podáte si žádost o grant? Budete hledat zázračného donora? A co kdybychom vám řekli, že to jde i jinak? Třeba najít byznys model a postavit se na vlastní nohy. A pokud víte, že chcete měnit svět, ale nevíte, jak na to, poradíme vám, kde hledat nové nápady a jak posuzovat jejich potenciál.

I inovace týkající se vzdělávání, životního prostředí, aktivní občanské společnosti nebo zdraví mohou být výdělečné. Ať už je iniciátorem nezisková organizace, vysokoškolák nebo začínající podnikatel, lektor workshopu Juraj Kováč posluchačům ukáže, jak postavit úspěšný byznys model a naučí, jak si nechat poradit od zákazníků.

Juraj Kováč: Zakladatel programu Rozbehní sa!, který startuje a testuje byznys nápady do 100 hodin a 100 €. Je garantem projektů Nejlepší nápad, iNOVEum a Social Impact Award Slovensko, které rozvíjejí podnikavost studentů na středních a vysokých školách. Mluví slovensky, rychle, a nenechá posluchače chvíli vydechnout, přesto jsou jeho workshopy dlouhodobě hodnoceny na více než 95 procent.

Národní muzeum v éře Československa

Kdy? Stálá online výstava

Kde? exhibition.indihu.cz

Národní muzeum prošlo v minulých letech náročnou rekonstrukcí zakončenou slavnostním otevřením Historické budovy v roce 2018, kdy zároveň instituce oslavila 200 let od svého založení. Expozice přibližuje zajímavé momenty z jeho dějin zachycené na fotografiích a dokumentech. Délka online prohlídky výstavy je asi 21 minut.

Národní galerie ONLINE VÝSTAVY

Kdy? 2021

Kde? www.ngprague.cz

Online program Národní galerie Praha slouží jako jeden z mnoha nástrojů prezentace stálých sbírek, výstavních projektů a dalšího pestrého obsahu s nimi spojenými. Skrz webové stránky a sociální sítě vytváříme digitální komunikační kanál, který se snaží co možná nejvíce minimalizovat bariéry pro diváky, a přinést tak kvalitní obsah s uměleckou tematikou za hranice svých budov. Virtuální prohlídky, živé přenosy z výstav a expozičních workshopů online, to je jen stručný výčet toho, co si Národní galerie Praha pro veřejnost přichystala nebo chystá. Pokryjeme přitom nejen nedávno otevřené výstavy, ale i sbírkové expozice či místa, která zůstávají návštěvníkům běžně skryta.

Květy, ryby, štíři tuší Petra Nikla na rýžovém papíře / ONLINE

Kdy? Do 8. 11. 2021

Kde? www.artforgood.cz/cs

S východem první hvězdy v neděli 8. listopadu oslaví Petr Nikl kulaté narozeniny. Popřejte mu a svým smyslům úžas nad světy, v nichž žije. Zveme Vás na on-line výstavu tuší na rýžovém papíře, které dohromady tvoří jakýsi atlas skvrn, jehož listováním se můžete přiblížit světům vesmírně vzdáleným i důvěrně známým. Některé tušové skvrny připomínají zjevy z mikrosvěta, ovšem jejich hybatel je schválně nechal dorůst do životní velikosti člověka. Člověk se nejeví pánem tvorstva, ale sám živou tečkou mezi nebem a zemí.

Výstava iMUCHA

Kdy? Do 31. 3. 2021

Kde? www.iprima.cz/filmy/imucha-slovanska-epopej

Prima ZOOM ve spolupráci se společností BigMedia přináší dva exkluzivní snímky o díle Alfonse Muchy – Slovanskou epopej a Komentovanou prohlídku výstavy iMUCHA. Oba pořady mohou diváci zhlédnout jedině ve Videopůjčovně na iPrima.cz za 59 Kč a 69 Kč. Nejen milovníci umění tak mají příležitost poznat vrcholná díla předního českého malíře, grafika a designéra z období secese Alfonse Maria Muchy.

V bezmála čtyřicetiminutové verzi virtuální komentované prohlídky unikátní výstavy iMUCHA najdete výběr toho nejlepšího, co Alfons Mucha vytvořil. Zároveň okusíte výsledky špičkové digitalizace některých jeho děl. Ale především získáte exkluzivní informace o díle a životě mistra české secese, včetně souvislostí, které celou jeho tvorbu ovlivnily. A to díky komentáři světově uznávaného odborníka na Alfonse Muchu, PhDr. Karla Srpa.

Originální zpracování výjevů z fenomenálních pláten Slovanské epopeje nabízí unikátní pohled na rozpořádaný a ohromujícím způsobem scénickou hudbou podkreslený děj, který je doprovázen možností spuštění titulků s výstižným popisem významných historických milníků. Navíc jako bonus pořad obsahuje ochutnávku Muchových plakátů převedených špičkovými technologiemi do 3D formy. Přesvědčí vás, jak nadčasové dílo mistr české secese stvořil.

Oba snímky vznikly v souvislosti s unikátní výstavou iMUCHA, která je k vidění (v době uvolněnějších pandemických opatření) v pražském Obecním domě.

Lucie Kultová – Vítej ve mně

Kdy? Do 31. 12. 2021

Kde? Václavská 735, Roztoky, 252 63 Praha-západ

Srdečně Tě zvu na zahradu mé babičky, kde mám vystavenou svou diplomovou práci. Jen prosím, než se ke mně rozhodneš vydat, zavolej mi nebo napiš, ať se tam můžeme potkat. I když o Tobě babička ví, mohla by se trochu bát. Moje číslo je 607 581 478 a jestli je Ti příjemnější mail, napiš mi prosím na kultlucie@gmail.com.

Už teď se na Tebe moc těším! Lucie

Virtuální galerie

Jiřího Karáska ze Lvovic / ONLINE

Kdy? Do 31. 7. 2021

Kde? www.pamatniknarodnihopisemnictvi.cz

Jiří Karásek ze Lvovic (1871–1951) nebyl pouze literátem a jednou z vůdčích osobností časopisu Moderní revue, ale také celoživotním zaníceným bibliofilem a sběratelem českého i evropského výtvarného umění. U příležitosti výročí, které si v roce 2021 připomínáme – v lednu 150 let od básníka narození, v březnu 70 let od jeho úmrtí – vznikla virtuální galerie, která bohatou sbírkou obrazů, kreseb, grafik i plastik zpřístupňuje široké veřejnosti.

V sedmi oddílech virtuální galerie, ve kterých nechybí ani Karáskovi blízké umění české moderny a avantgardy, si návštěvníci prohlédnou téměř 300 děl. Galerii doplňuje edukační sekce s doprovodným programem pro děti a pedagogy. Formou animovaných videí, pracovních listů a podcastů s úryvky literární tvorby představuje život a dobu Jiřího Karáska s důrazem na symbolismus a dekadenci.

Kurátoři projektu neomezí pouze na výběr toho nejlepšího, ale průběžným doplňováním databáze o další díla usilují o vytvoření plnohodnotné webové galerie v podobě, jakou jí před více než půlstoletím vtiskl sám Karásek, když své sbírky nechal vystavit v dnešním Tyršově domě na pražské Malé Straně.



CHATEAU

LARSON-JUHL

—◆—
SIGNATURE

