

Výběr dárku má kouzlo alchymie

Jak má vypadat správný firemní dárek? „Pokud chce firma potěšit svého obchodního partnera, zvolený dárkový předmět musí mít nápad, výjimečnost a také svou přidanou hodnotu,“ říká Šárka Šatrová, zakladatelka a spolumajitelka ateliéru reklamy a designu 4. PROSTOR, která má s výběrem, výrobou i dodáním firemních dávků za jedenáct let praxe bohaté zkušenosti.



Šárka Šatrová

Vaše společnost působí na trhu od roku 2000. Co vše můžete zákazníkům nabídnout?

Od počátku jsme se zaměřovali na servis v oboru propagace firem a produktů, v roce 2005 jsme přistoupili k transformaci na společnost s ručením omezeným a začali budovat svoji novou image s názvem 4. PROSTOR, s.r.o. Řadíme se do skupiny reklamních ateliérů a zajišťujeme komplexní servis v oblasti propagace firem, výrobků a služeb. Společnost je vybavena technologií pro veškeré práce v oblasti grafického designu, fotografování, předtiskové produkce. Samostatnou kapitolu tvoří reklamní a dárkové předměty. Disponujeme potřebným zázemím včetně flexibilního týmu manažerů, výtvarníků, grafiků, fotografů a dalších odborníků.

Umí firmy ve vztahu ke svým partnerům s dárkovými předměty správně nakládat?

Troufám si tvrdit, že pod našim vedením ano. Snažíme se naše klienty v tomto ohledu neustále „vychovat“. V posledních letech jsme propracovali systém, který našim klientům pomáhá nejen s rozhodnutím „komu, co a za kolik“ ale především s celým procesem od myšlenky až k její realizaci. Máme pro ně celou škálu pomůcek, které jim výběr a celý proces maximálně usnadní. Naším klientům říkáme – neutrácejte peníze za dárky bezhlavě, přemýšlejte, za jakým účelem je chcete věnovat a zda je zvolený způsob správný. Naše odlišnost je právě v tom, že se nesnažíme za každou cenu prodat cokoliv, ale důraz klademe právě na systém a servis.

Dozvídáte se od klientů, s jakým úspěchem se dárky od vás setkaly?

Určitě ano, zpětná vazba je nezbytná pro další úspěšnou spolupráci, ale i pro náš další růst. Z velké části pracujeme se stálou klientelou a za jedenáct let se z řady zákazníků stali i naši přátelé. Firmy, pro které pracujeme, nás zajímají globálně, hledáme cesty, jak budovat ještě lepší zvuk jejich jména na trhu. Svěřily nám k dlouhodobé spolupráci své vize a přání. Naši práci trvale stavíme na hodnotách, jako jsou vzájemná důvěra, pochopení a loajalita.

Inspirují vás při výběru dávků svou nabídkou tuzemští výrobci?

Samozřejmě, naši klienti totiž potřebují často dárky pro své partnery v zahraničí, proto nás zajímají právě dodavatelé specifických českých výrobků. Vozit do ciziny dárky zahraniční proveniencí nedává smysl. Poptáváme zejména produkty vzešlé z ruční práce, ale také české potravinové výrobky, zajímavé je například i proutěné zboží jako obalový materiál. Neustále vyhledáváme produkty, které lze jako dárky nabídnout. Navíc máme velkou výhodu, že disponujeme vlastní výrobou. Pracujeme s kovy, plasty i dřevem, zvládáme i pískování skla, které se těší stále velké oblibě.

Jak se vlastně svět dárkových předmětů vyvíjí? Ovlivňuje ho třeba rozvoj elektroniky?

Posun k elektronice, počítačům a prvkům mobility je velmi výrazný a nabídka na trhu tomuto trendu hodně nahrává. Digitální fotarámečky, USB flashe, doplňky k notebookům – to jsou velmi žádané dárky. A jak jsou cenově dostupné, nahrazují jednorázové předměty. Z našeho pohledu je posun znát i u kalendářů a diářů. Důraz je kladen na osobitost a originalitu. V grafickém studiu tak vytváříme návrhy, ve kterých se nejčastěji objevují témata jako historie města kde firma působí,

MOTTO:

„Na světě není nic mocnějšího než myšlenka, která přišla včas.“

Victor Hugo

fotografie z firemních akcí nebo úspěšných realizací. Hodně se kalendáře orientují i na charitativní akce, kdy klient koncipuje kalendář pro podporovanou organizaci.

Je nějaký konkrétní příklad kladné odezvy na dárek z vaší produkce, který vám v poslední době udělal radost?

Nedávno si u nás klientka objednala dárkovou sadu, v níž bylo logaritmické pravítko a láhev sektu, určenou pro jednoho inženýra v Rakousku. Z dárku byl nadšený, logaritmické pravítko už dlouho neviděl a připomnělo mu studijní léta. Naší klientce se tak dokonale podařilo nejen udržet s dotyčným pánem pracovní vztah, ale navíc ho převést do vítanější přátelské roviny. Právě v tom spočívá hodnota dárku, kterou naše klienty učíme znát.

Co plánujete ve vaší firmě do budoucna?

Víme, že je stále co zlepšovat, hledáme nové cesty a možnosti. Pomýšlíme i na další rozvoj naší společnosti, jenž by zhodnotil dosavadních jedenáct úspěšných let našeho podnikání. Mám v rukou téměř čerstvé plány na výstavbu atelieru a výroby naší společnosti. To bude jistě další důležitý mezník na naší cestě.

DALŠÍM OBOREM JE KOUČINK

4. PROSTOR není jediný „terén“, kde Šárka Šatrová působí, vysokoškolské vzdělání v oboru pedagogiky a psychologie rozšířila o certifikát Profesionálního Results kouče. Je členem mezinárodní federace koučů International Coach Federation (ICF) a České Chapter ICF. Zaměřuje se na pracovní a kariérní cíle a také na koučink k dosažení cílů v osobním životě jednotlivců. „Nejraději koučuji majitele středně velkých firem a mojí snahou je přispět k uskutečnění významných kladných změn v jejich osobním i profesním životě, včetně zvýšení jejich výkonnosti. Koučinkem, mentorinkem a konzultacemi pomáhám manažerům odhalit a naplnit jejich potenciál a vést je po jejich cestě,“ říká Šárka Šatrová o oboru, kterému se věnuje od roku 2009.

4.PROSTOR

Máme to, co hledáte...

... nejlepší reklamu,
grafický design a péči,
kterou si zasloužíte!

