

Študenti, ki želite pridobljena znanja iz marketinga oziroma merchandisinga preizkusiti v praksi, imate izjemno priložnost sodelovati na **natečaju podjetja Sanolabor**, ki za svojih 25 specializiranih prodajalnih medicinskih pripomočkov in zdravil išče sveže poslovne ideje in konkretne predloge izboljšav. Za najbolj kreativen in uresničljiv predlog je razpisana atraktivna denarna nagrada v višini 2.000 € in dodatnih 1.000 € prispevka za strokovno izobraževanje po lastni izbiri. Poleg tega pa sodelovanje pri projektu predstavlja tudi morebitno zaposlitev v podjetju.

Končni rok za oddajo prijavnice je **15. 2. 2012**. Rok za oddajo projektne naloge je **15. 3. 2012**. Vaše predloge naslovite na e-naslov mojmir.fortuna@sanolabor.si.

Razpis natečaja:

Sanolabor, d. d., Ljubljana

razpisuje natečaj za izbor najboljše projektne naloge z naslovom

MERCHANDISING V SPECIALIZIRANIH PRODAJALNAH SANOLABOR

Namen razpisa je pridobiti sveže ideje in hkrati mladim kadrom omogočiti, da izrazijo svoje sposobnosti in pridobljeno strokovno znanje preverijo v praksi z izdelavo projektne rešitve in za svoj trud pridobijo denarno nagrado. Če bo projektna naloga pokazala, da ima kandidat ustrezne ambicije in sposobnost izpeljave predlaganega v praksi, obstoji tudi možnost zaposlitve. Na natečaju lahko sodelujejo perspektivni mladi kadri, študentje, absolventi ali drugi z že zaključeno izobrazbo, ne starejši od 30 let.

Sanolabor bo na predlog komisije povabil avtorje treh najbolj ocenjenih prejetih projektov na javno predstavitev pred komisijo. Ti avtorji bodo imeli ob tej priložnosti še dodatno možnost ustne predstavitve svojega predloga. Po predstavitvi bo komisija izbrala avtorja najboljšega predloga, preostalim dvema pa podelila tolažilni nagradi kot spodbudo za nadaljnji razvoj.

1. nagrada: 2000 € denarne nagrade in 1.000 € prispevka za dodatno izobraževanje po lastni izbiri
2. in 3. nagrada: denarni boni Sanolabor v vrednosti 200 €

Kandidati naj na podlagi SWOT analize iz priloge »Opis maloprodaje Sanolabor« in na podlagi lastnih ugotovitev, ki si jih bodo pridobili v prodajalnah,

- podajo analizo (ne)ustreznosti uporabljenih posameznih dejavnikov merchandisinga in
- predlagajo idejne in izvedbene rešitve,

ki bodo nadgradile obstoječe ali vpeljale povsem nove rešitve optimalne ureditve prodajnega prostora in predstavitve izdelkov na policah, upoštevaje ustreznost asortimana in preference

kupcev. Poudarek naj bo na vzpostavitvi sistema, na osnovi katerega bo možno določiti optimalno postavitev izdelkov v prodajalni.

Komisija v sestavi

- Tadej Gosak, direktor družbe Ecolab,
- Tina Kumelj, direktorica marketinga v Ljubljanskih mlekarnah,
- Armand Faganel, predstojnik Katedre za marketing na UP Fakulteti za management Koper,
- Vesna Žabkar, predstojnica Katedre za trženje na Univerzi v Ljubljani Ekonomski fakulteti Ljubljana,
- Aleksandra Pisnik Korda, predstojnica Katedre za marketing na UM Ekonomsko poslovni fakulteti Maribor,
- Andrej Pompe, vodja mednarodne poslovne šole Brand Business School,
- Marko Bokal, direktor družbe Sanolabor, d. d.

bo ocenjevala prejete poslovne ideje skozi njihovo kreativnost, inovativnost, unikatnost ter uresničljivost v praksi ter izbrala najprepričljivejšo med njimi.

Kandidati naj okvirno ocenijo:

- strošek implementacije predlaganih rešitev,
- koristi od predlaganih rešitev,
- čas potreben za vpeljavo novosti.

Kandidati morajo svoje predloge oddati v pisni obliki na A4 formatu, v velikosti pisave Times New Roman 11 in vrstičnim razmikom 1,0 ter v obsegu 15.000 – 20.000 znakov brez presledkov. Morebitni slikovni material in druge vrste prilog se ne všttevajo med zahtevano število strani. Projektno nalogo lahko pošljete na e-naslov mojmir.fortuna@sanolabor.si

Vse kandidate prosimo, da priložijo svoje življenjepis.

Rok za oddajo projektних nalog je 15. 3. 2012.

Morebitna vprašanja glede natečaja naslovite na e-naslov: mojmir.fortuna@sanolabor.si

Sanolabor, d. d.
Leskoškova cesta 4
1000 Ljubljana
[www. sanolabor.si](http://www.sanolabor.si)



OPIS MALOPRODAJE SANOLABOR

Sanolabor, d. d., je tradicionalni sopotnik slovenskega zdravstva, ki že več kot 60 let oskrbuje bolnišnice, zdravstvene domove in druge institucije z medicinskim in laboratorijskim blagom, aparati in opremo.

Širokemu krogu potrošnikov je nedvomno bolj poznan po 25 specializiranih prodajalnah medicinskih pripomočkov in zdravil (+ 3 franšizne prodajalne) v 21 slovenskih mestih. V njih najpogosteje zahajajo ljudje, ki si želijo čim hitrejšega okrevanja po poškodbah ali boleznih in tisti, ki preventivno vlagajo v dobro počutje. S strokovnim nasveti in sloganom »Ko gre za zdravje« nase opozarja vse tiste potrošnike, ki ne vedo natančno kaj se skriva v njihovi ponudbi. V Ljubljani je Sanolabor v letu 2009 odprl razstavni salon z izposojevalnico medicinskih pripomočkov, v kateri si je mogoče za krajši ali daljši čas izposoditi raznovrstne medicinske pripomočke in opremo, ki jo potrebujejo starejši in ljudje po poškodbah ali jih potrebujemo za nego bolnikov na domu, kot pomoč pri gibanju ali drugih težavah, ki spremljajo ljudi v takih primerih.



V letu 1989 je Sanolabor odprl prvo specializirano prodajalno medicinskih pripomočkov v Sloveniji. Zadnji dve odprti v letu 2011 pa sta v Kamniku in Novem mestu.

Sanolabor ima z Zavodom za zdravstveno zavarovanje Slovenije (ZZZS) sklenjeno pogodbo, na podlagi katere izdaja in izposoja medicinske pripomočke, ki jih zavarovancem predpišejo zdravniki, plača pa jih ZZZS.



Zakonodaja predpisuje prostorske, kadrovske in druge pogoje, ki jih morajo izpolnjevati specializirane prodajalne za promet z medicinskimi pripomočki na drobno (Ur. list št. 73/2000) oziroma specializirane prodajalne za promet z zdravili na drobno (Ur. list št. 64/2009). V tabeli so v grobem povzeti pogoji iz zakonodaje:

	SPECIALIZIRANE PRODAJALNE	
	MEDICINSKI PRIPOMOČKI	ZDRAVILA
Zaposleni	Najmanj V. stopnja medicinske ali farm. smeri s strokovnim izpitom	Najmanj V. stopnja farm. smeri s strokovnim izpitom
Prostori	Prostori, ki zagotavljajo opravljanje dejavnosti v skladu z varovanjem javnega zdravja	Najmanj 35 m ² površine, opremljene na način, ki omogoča delo v skladu z dobrimi praksami
Označitev	Ustrezen svetlobni znak	Ustrezen svetlobni znak

Sanolabor ima prodajalne locirane v trgovskih centrih (10) in na drugih samostojnih lokacijah (11+2), kjer je frekvenca ljudi precejšnja, ali v bližini zdravstvenih ustanov (4+1). V praksi se je pokazalo, da lokacija in velikost prodajaln v mnogočem pogojujeta vrsto povpraševanja in v posledici tudi vsebino prodajnega programa v prodajalnah.



Prodajalne so različnih velikosti - najmanjša meri 63 m², največja pa 167 m². Celotna prodajna površina vseh prodajaln, brez franšiznih prodajaln, znaša 2.521 m². V lastnih prodajalnah imamo zaposlenih 80 kvalificiranih oseb za prodajo medicinskih pripomočkov in zdravil, ki se redno izpopolnjujejo, saj je strokovno svetovanje pomemben element dodane vrednosti naših prodajaln.

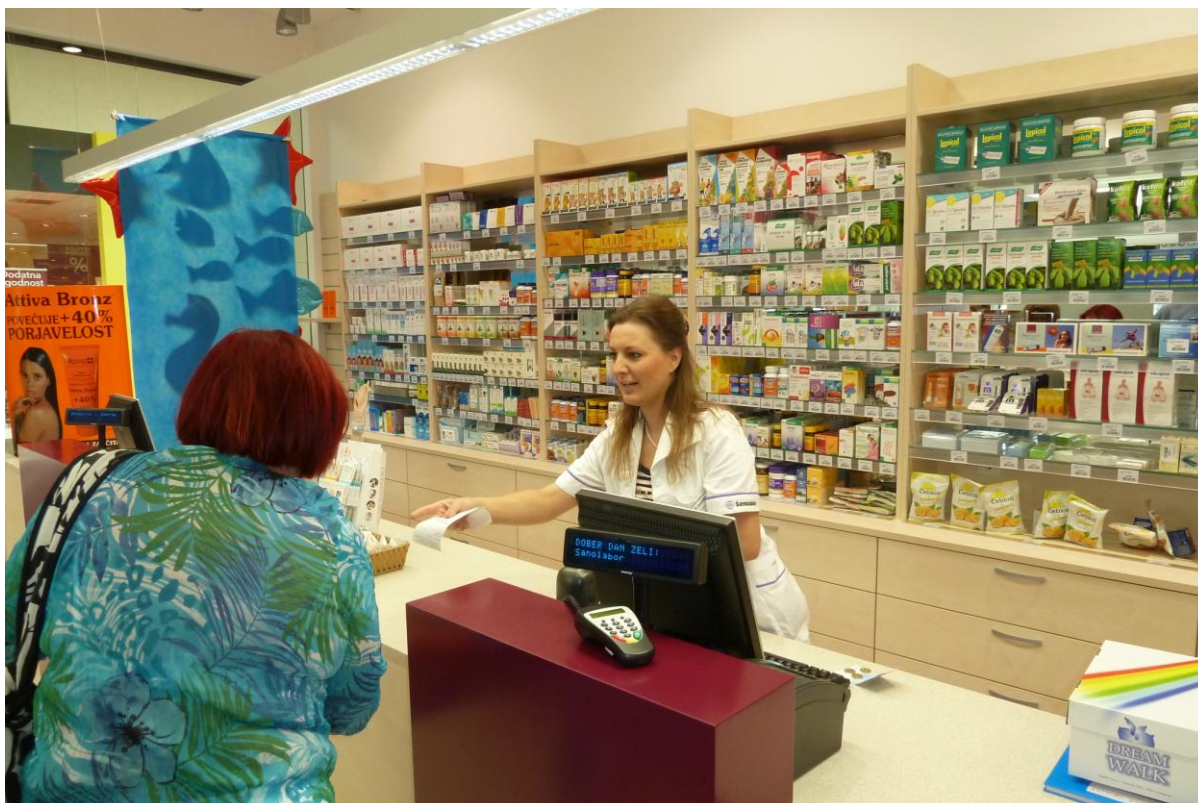
»Klasični« prodajni asortiman vključuje naslednje blagovne skupine:

- medicinske in ortopedске pripomočke ter aparate,
- ortopedsko obutev in izdelke za nego nog,
- zdravila brez recepta,
- prehranska dopolnila,
- pripomočke za nego zob,
- bio/eko prehrabene proizvode,
- naravno kozmetiko,
- izdelke za zaščito in preventivo (obliži, povoji, vata, razkužila ...),
- izdelke za najmlajše (hrana, kozmetika, stekleničke ...) in
- vrsto drugih izdelkov za dobro počutje.

Glede na različno velikost in tlorisno obliko prodajnih prostorov, v njih ni mogoče vgraditi poenotene pohištvene opreme. Zato poleg enotnega logotipa na vsaki prodajalni, pri načrtovanju opreme in izgledu notranjosti prodajaln kot rdečo nit razpoznavnosti obarvamo posamezne dele pohištva z viola barvo v skladu s celotno podobo družbe Sanolabor. V zadnjih letih zamenjujemo belo barvo pohištva s svetlejšo barvo lesa oziroma z materiali, ki imitirajo les.

V zadnjem času vključujemo v prodajni program vse več bio/eko proizvodov, ki jih, če nam prostor omogoča, skoncentriramo v enem delu prodajalne (v »kotičku«), ki z zeleno barvo sten in fotografijami loči ta del prodajnega programa od klasičnega.





Med tradicionalnimi kupci v naših prodajalnah prevladuje ženska populacija nad 40 let, ki se zaveda pomembnosti zdravega življenja in skrbi za dobro počutje. Kupci so v veliki meri tudi vsi tisti, ki se srečujejo s težavami po poškodbah, boleznih in starostnih zdravstvenih težavah.



SWOT ANALIZA (Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti)

PREDNOSTI

- velik del oskrbe poteka preko lastne veleprodaje
- široka in raznovrstna ponudba
- največja veriga specializiranih prodajaln za prodajo medicinskih pripomočkov in zdravil z najdaljšo tradicijo v Sloveniji
- zaradi razpršenosti maloprodajnih objektov po slovenskih mestih se povečuje razpoznavnost in krepi blagovna znamka Sanolabor
- svetovanje strokovno usposobljenih prodajalcev

SLABOSTI

- spec. prodajalne lahko prodajajo le zelo omejen nabor in število zdravil brez recepta (81 vrst zdravil oz. če upoštevamo različna pakiranja istega zdravila - 179 zdravil), ki imajo dovoljenje za prodajo v lekarnah in specializiranih prodajalnah. V lekarnah lahko prodajajo poleg navedenih 179 zdravil še 577 drugih zdravil brez recepta!
- med zdravili, ki se lahko prodajajo v spec. prodajalnah, ni najbolj iskanih in oglaševanih zdravil brez recepta (npr. paracetamol – Lekadol ipd., acetilsalicilne kisline–Aspirin ipd.)
- slaba dosegljivost prodajaln po telefonu (že iščemo rešitev preko klicnega centra)

- zaradi »sterilnosti«, ki jo pogojujejo medicinski pripomočki, je izgled prodajaln morda preveč »strog«
- zelo različna velikost prodajaln in s tem težje poenotenje opreme, nakupovalnih poti in asortimana

PRILOŽNOSTI

- razširitev ponudbe z novimi proizvodi
- pridobivanje mlajše generacije kupcev
- skrb za lojalne stranke in pridobivanje novih kupcev
- vzpostavitev močnejših komunikacijskih poti preko svetovnega spleta in družabnih medijev

NEVARNOSTI

- ob sprejemanju Zakona o zdravilih je bila s strani lekarniškega lobija vodena negativna in sovražna medijska kampanja proti prodaji širšega spektra zdravil brez recepta v specializiranih prodajalnah, kar ostaja potencialna nevarnost tudi za podobne prilike v prihodnosti
- nižanje cenovnih standardov za medicinske pripomočke, ki jih plačuje ZZZS
- težave z zaposlovanjem ustreznega kadra, ker je na nekaterih območjih v Sloveniji pomanjkanje farmacevtskih tehnikov
- širjenje prodaje prehranskih dopolnil v nespecializiranih prodajalnah (prodajalne z živili)
- vse več sorodnih izdelkov izdelkom iz našega asortimana je prisotnih v ponudbi spletnih trgovcev(s praviloma nižjimi cenami)



PRIJAVNICA

Natečaj: Merchandising v specializiranih prodajalnah Sanolabor

S podpisom prijavnice kandidat potrjuje, da je projektna naloga njegovo izvirno avtorsko delo in se strinja, da po zaključku natečaja preide v last Sanolabor, d. d., ki rešitve in predloge lahko delno ali v celoti uporabi v svojem poslovanju.

Ime in priimek:

Naslov:

Letnica rojstva:

E-naslov:

Zaključena šolska izobrazba:

Letnik študija oz. leto zaključka študija:
Zaposlen ali nezaposlen:

Končni rok za oddajo prijavnice: **15. 2. 2012**

Končni rok za oddajo projektne naloge: **15. 3. 2012**

Podpis in datum

Opomba:

V besedilu natečaja in prijavnice uporabljeni izrazi, zapisani v moški slovnični obliki, so uporabljeni kot nevtralni izraz za ženske in moške.

