

**Firmy z Vysočiny přestaly v době ekonomické krize bojovat na českém trhu cenou, ale vydaly se cestou, která nabízí zákazníkům co nejrychlejší a nejpohodlnější dodávky a také kvalitní zboží. Ekonomové se shodují, že tento způsob je dobrým řešením, který českým firmám zajistí pozice na trhu a dojde tak ke zlepšení služeb, komunikace a také kvality produktů směrem k zákazníkům.**

„S nízkou cenou často klesá i kvalita, a to je velmi špatné. Pokud zákazník vynaloží své peníze a koupí si nějaký výrobek, očekává, že bude funkční, kvalitně vyrobený a bude sloužit bez dalších investic a oprav,“ popisuje své zkušenosti majitel obchodní značky Poolone Jan Szebista a dodává, že ekonomická krize naučila zcela jinak myslet nejen podnikatele, ale také spotřebitele.

Zákazníci oceňují rychlé a bezstarostné dodání zboží. Mnohé firmy na Vysočině skolila ekonomická recese a donutila je k výrazným změnám v podnikání a k hledání nových přístupů ke spotřebitelům. Ti se stali mnohem náročnější a požadují po firmách kompletní servis a kvalitní produkty. Firmy z Vysočiny na tento trend zareagovaly a stále v tom pokračují, což potvrzuje i Jan Szebista: „V dnešním rychlém světě je kladen velký důraz na rychlé dodání objednaného zboží tak, aby potřebný výrobek mohl co nejdříve fungovat.“

Dalším nástrojem zlepšení služeb a přiblížení se k zákazníkům je doprava, která jde na účet firem. „Když si něco objednám, tak velmi ocením rychlost dodání a vstřícnou komunikaci. Samozřejmě jsem rád, pokud se jedná o nějaký velký výrobek, pokud firma zařídí dopravu domů na své náklady,“ svěřil se jeden ze zákazníků Lukáš Vrba z Třebíče.

Podnikatelé a manažeři z Vysočiny jsou uznávanými odborníky na obchodním trhu. Svými inovačními metodami inspirují firmy z dalších krajů a nastavují nové obchodní úrovně se zákazníky. „Cena zboží je důležitá, ale ukazuje se, že konkurování kvalitou je daleko účinnější,“ uzavírá Szebista.

**Eva Fruhwirtová**