

MORIS design s.r.o.

1 Profil společnosti

Společnost MORIS design s.r.o. je přední česká firma na poli in-store designu, brandingů a POS stojanů, která má významný přesah do oblasti marketingu. Název vychází ze zaměření firmy v jejích počátcích – Městské ORientační Systémy. Od této doby společnost kontinuálně rostla, rozšiřovala svou působnost, kapacitu i technologickou vybavenost. Dnes kompletně realizuje jakékoliv komerční interiéry (včetně exteriérů), od návrhu přes vývoj, testování a výrobu až po samotnou instalaci, a to vždy s ohledem na obchodní a marketingové cíle zadavatele. Mimo působení na českém trhu firma exportuje do více než 45 zemí, včetně EU, USA, Číny a Austrálie.

Firma disponuje výhradním zastoupením značek [LED LENSER](#), [Leatherman](#) a [SETOLITE](#). Sídlo, vývoj a výroba se nachází v Praze 4 – Michli, další výroba a sklady v Praze 10 – Štěrboholecích a sériová kovovýroba na Moravě.

- 18 let na trhu
- 120 spolupracovníků
- 40 mezinárodních ocenění
- 100% kvalita
- 107% péče o klienta
- export do 45 zemí

1.1 Společnost MORIS design je ve svém oboru značně nadstandartní firmou

- vše pod jednou střechou
- důraz na inovace v designu a technologiích
- design a funkce ruku v ruce
- přesah do marketingu a byznysu
- kvalitní materiály a moderní technologie
- testování celku i jednotlivých součástí
- naklonění k výzvám
- nezabývat se trendy, ale vytvářet je
- nabízet vždy něco navíc

2 Radomír Klofáč

„Klíčové je dělat podnikání srdcem a naplno.“

Radomír Klofáč (6.1.1968, Praha) je český podnikatel, jednatel a zakladatel české rodinné společnosti MORIS design, kterou zakládal v roce 1997. Svou firmu provedl všemi důležitými změnami, jež provázely její růst. Za vedení společnosti v době hospodářské krize získal v roce 2009 cenu Hospodářské komory České republiky „Krizi navzdory“. Za svůj komplexní přístup byl vyhlášen marketérem roku 2013.

Ve svém oboru je velmi odborně aktivní. Zastává funkci výkonného člena správní rady POPAI Central Europe. Účastní se řady odborných konferencí, kde edukuje a prezentuje přínosy svého oboru.

Je ženatý, má dceru Lucii (8) a dva syny – Adama (25) a Filipa (23). Oba se podílí na vedení společnosti.

O svých pracovních zkušenostech: *„Obor in-store designu se mi stal posláním i díky tomu, že vedle estetického dojmu vždy přemýšlím i nad prodejně-funkční částí byznysu. Jsem srdcem marketér a stratég a vždy je pro mě důležité v první řadě to, jaké přínosy bude mít moje řešení pro zákazníky.“*

O firmě MORIS Design: *„In-store design je jedním z nejdynamičtěji rostoucích marketingových segmentů a stále více firem si to uvědomuje. Vyrábíme prostředky, které vydělávají peníze. Dokážeme se dostat zákazníkům do mysli a změnit jejich nákupní chování z plánovaného na impulzivní. Když vytváříme naše produkty, víme, proč mají určitý tvar i barvu, jak to funguje a co to mezi lidmi způsobí.“*

O zásadním rozhodnutí v době vypuknutí celosvětové krize *„Tehdy jsem učinil strategické rozhodnutí, kvůli kterému jsem vypadal, že jsem zralý pro pravidelné návštěvy psychologa. Rozhodl jsem se, že nebudeme propouštět, nestáhneme se do obrany, ale naopak, že firmu začneme posilovat“*

Kdo jej inspiruje: „Steve Jobs, Tomáš Baťa, Miguel Ángel Ruiz, David Ogilvy“

O volném čase: „Miluji svou práci, marketing a byznys obecně. Věnuji se aktivně jachtingu, rád cestuji, lyžuji, jezdím na kole. Neobejdu se bez své práce, rodiny a dobrého vína.“

3 Důležité okamžiky v historii společnosti (pohledem Radomíra Klofáče)

■ 1990

Start firmy hned po revoluci

„Prakticky bez prostředků jsme začali vyrábět interiérové vybavení z kovu a skla a zboží rozváželi starým barkasem. Vlastním autorským nábytkem jsme začali vybavovat mimo jiné i obchody a prodejny.“

■ 1997

Vznikl projekt MORIS – Městské orientační systémy

*„Tehdy jsem si totiž uvědomil, jak špatně jsou značené komerční i nekomerční subjekty v českých městech, a proto jsem zkusil přijít s řešením. Nabídl jsem městům, že jim nekomerční objekty označíme zdarma a na oplátku budeme 20 let provozovat systém komerční. „Chytla“ se tři města a my se poprvé seznámili s tzv. **signmakingem** – realizací log, tabulí a reklam, marketéry celkově nazývaným **branding**.“*

■ 7. 5. 1997

Start firmy MORIS design

„Přesně v tento den jsem si koupil Annonci a v jediném vydání sehnal prostory, grafika, starší plotter na výrobu samolepek a nastartoval firmu MORIS design.“

Sedmička je moje šťastné číslo a sedmičky hrály ve vzniku MORIS design velkou roli. Promítly se i do našeho motta – o každého klienta se totiž staráme na 107 %.

■ 1998

„Vyráběli jsme největší plakát v tehdejší historii českého outdooru – venkovní megaboard s Václavem Klausem, který byl vyroben přes noc a použit během jeho politické kampaně na Letné.“

■ 2004

Přesun firmy z pražských Vinohrad do nové výrobní pobočky v Nuslích

„Získali jsme první velkou zakázku a rebrandovali 163 prodejen Kodak. Zároveň jsme navázali spolupráci s firmou Panasonic a postupem času se stali výhradním dodavatelem permanentních stojanů na prodej baterií v celé Evropě. Tím jsme dodnes a takových stojanů ročně vyexpedujeme přes 25 000.“

■ 2006

První Zlatá koruna v soutěži POPAI Central Europe

„Úroveň našich zakázek rostla a spolu s tím jsme se začali hlásit i do různých mezinárodních soutěží. V roce 2006 jsme poprvé získali Zlatou korunu v soutěži POPAI Central Europe a od té doby máme na kontě už přes 30 podobně významných ocenění.“

■ 2009

Ekonomická krize

„S tou jsme se rozhodli bojovat poněkud netradičním způsobem, nepropustili jsme jediného zaměstnance, naopak – své lidi jsme začali školit a rozvíjet jejich kvality a investovali jsme do nového vybavení a techniky. Mělo to svá úskalí, ale když krize pominula, měli jsme před konkurencí obrovský náskok. Našeho postupu si všimla i hospodářská komora, která nás ocenila v prestižní soutěži Krizi navzdory.“

■ 2012

Stabilizace a růst firmy

„Po krizi následoval boom a významné zakázky. Ta vůbec největší byla realizace kompletního rebrandingu prodejen drogerie TETA, kterých je v Česku více než 850. V naší hale jsme si postavili funkční drogerii, kde jsme všechno testovali. Zároveň jsme rozšířili výrobu do Štěrbohol.

■ 2015

Úspěchy

„Postupně jsme získali řadu ocenění včetně zlaté EFFIE Award, já jsem se stal Marketérem roku. Pro mě to znamená hodně – jistotu, že vedu svou společnost správnou cestou. V tom hodlám pokračovat i v budoucnu.“

■ Dnes

„A dnes? Dnes za nás mluví čísla. Zaměstnáváme přes 120 lidí, vyrábíme na třech místech a vyvážíme do 45 zemí včetně Austrálie, USA a Číny. Stali jsme se členy POPAI Central Europe.. Rozběhli jsme projekt Podporujeme český design, který učí zadavatele chovat se férově a který má velký vliv na podporu českých kreativních designerů. Budujeme rodinnou firmu a dvě ze tří divizí nyní vedou mí synové – Adam a Filip.“

■ Budoucnost?

„Těšíme se na ní. Hledáme nové výzvy a možnosti. Budujte ji s námi!“

4 Vybraná ocenění

Firma MORIS design je za své realizace pravidelně oceňována. Je nositelem více než 40 mezinárodních i českých cen včetně Zlaté EFFIE Awards, POPAI Awards Paris, POPAI Awards Central Europe, Marketér roku či Krizi navzdory (cena Hospodářské komory ČR).

■ 2015

EFFIE Awards Czech Republic

- zlatá EFFIE v kategorii Ostatní služby; rebranding drogerií Teta

POPAI Central Europe

- první místo v kategorii Ekologie; soubor interaktivních expozičních měst Zruč nad Sázavou
- vynikající realizace; interaktivní expozice Blaník/CHKO Blaník

■ 2014

Marketér roku

- za úspěšný návrh a realizaci přeměny designu a konceptu; rebranding drogerií Teta

■ 2013

POPAI Central Europe

- absolutní vítěz; LED LENSER promo stojan
- vítěz kategorie Služby podpory prodeje (promo stojany); LED LENSER promo stojan
- vítěz kategorie Služby; interaktivní stojan na zážitkový tablet s dobíjecí stanicí T-Mobile

POPAI Awards PARIS

- stříbrné ocenění v kategorii Home & Garden; stojan LED LENSER Leatherman
- bronzové ocenění v kategorii Shop in shop; realizace prodejního stánku ING

■ 2012

POPAI Central Europe

- vítěz kategorie Vybavení interiérů obchodů; shop koncept Organic Alpine Pro
- vítěz kategorie Domácí potřeby; prezentační display LED LENSER Leatherman
- vítěz kategorie Shop in Shop; výstavní a prodejní stánek pro olympijské hry v Londýně
- vítěz kategorie Služby; prodejní kiosek ING pojišťovny
- vítěz kategorie Cena za kreativitu; výstavní a prodejní stánek pro olympijské hry v Londýně

■ 2011

POPAI Central Europe

- vítěz kategorie Automobily; multimediální stojan ACI
- ocenění Vynikající realizace; stojan Telefónica O2

■ 2010

Cena Hospodářské komory České republiky Krizi navzdory

- vítězné ocenění v kategorii Služby pro podniky – za příkladné vedení firmy a její posilování v době hospodářské krize

POPAI Central Europe

- vítěz kategorie interiér prodejny BUBLINA
- vítěz kategorie Duhový paprsek; stojany LED LENSER
- ocenění Vynikající realizace; stojan LED LENSER
- ocenění Vynikající realizace; stojan Panasonic

■ 2009

POPAI Central Europe

- ocenění Vynikající realizace; prodejny Reebok

■ 2008

POPAI Central Europe

- ocenění Vynikající realizace; stojan ECOVER

■ 2007

POPAI Central Europe

- ocenění Zlatá koruna; stojan Samsung

5 Realizace (výběr)

5.1 In-store design

- Klient: **Teta**

Segment: drogerie

Realizace: kompletní rebrand prodejen, 2013-současnost

Ocenění: EFFIE Awards a Marketér roku

- vývoj a testování probíhalo v reálné funkční drogerii, kterou MORIS design vytvořil pro tyto účely

- přidaná hodnota – dětský koutek, káva zdarma či možnost vyzkoušení

kosmetických produktů v osvětleném koutku určeném pro líčení

- byl nastaven nový směr nakupování kosmetiky a drogistického zboží

- největší rebranding v ČR přinesl meziroční nárůst tržeb o 28 % a zvýšení zákaznické loajality

- v současnosti přes 400 prodejen

■ Klient: **Alpine Pro s.r.o.**

Segment: outdoor

Realizace: kompletní proměna prodejen, 2012-dosud

Ocenění: POPAI Awards

- základní idea – Člověk a příroda, inspirace v Dolomitech

- prvky prodejny organicky nepravidelné, přesto zvýšen prostor pro prezentaci o 10 %

- pro klienta realizován i prodejní stánek pro olympijské hry v Londýně 2012

■ Klient: **ING**

Segment: služby

Realizace: mobilní stánek, 2012

Ocenění: POPAI Awards Central Europe 2012 a POPAI Awards Paris 2013

- realizace mobilních stánků do nákupních center v ČR

■ Klient: **Reebok**

Segment: sport, móda

Realizace: nová prodejna včetně světelné reklamy, 2009

Ocenění: POPAI Awards

- realizace v rekordním čase dvou týdnů
- důraz kladen na vytvoření soukromí při uzavírání smluv, ale zároveň nutná viditelnost (z marketingových důvodů)

5.2 Prodejní stojany

■ Klient: **Panasonic**

Segment: spotřební elektronika

Realizace: stojany, 2002-současnost

Ocenění: Zlatá koruna 2006

- stojany pro prodej baterií pro evropskou centrálu firmy Panasonic
- před realizací probíhal průzkum u obchodníků v pěti státech a zároveň i důkladné testování
- dodává se do všech států EU

■ Klient: **PPG Deco Czech**

Segment: barvy

Realizace: celkový koncept prezentace produktů, 2015

- tónovací centra prezentující značku Primalex a Johnstone´s ve formě stěny, ve které je umístěno 210 barevných škál v několika barevných rodinách, jež umožňují zákazníkovi ve třech různých světelných podmínkách otestovat barvu
- velké a malé otočné stojany pro trhy v ČR, SR a Maďarsku

■ Klient: **T-Mobile**

Segment: telekomunikace

Realizace: mobilní nabíjecí stolek, 2014, shop-in-shop pro obchodní centra, 2015

- designový stolek pro nabíjení mobilních zařízení s dvěma digitálně uzamykatelnými přihrádkami

- Shop-in-shop je koncipován jako výrazný nákupní ostrov, kde zákazník na relativně malém prostoru najde služby i produkty, na které je zvyklý z běžného obchodu – a zároveň kvalitou zpracování, strategickým osvětlením produktů i uspořádáním prostoru vybočuje z řady běžných nákupních kiosků v OC

6 Slovník odborných výrazů

- **Branding/signmaking/polepy** = veškerá lepící grafika, která nese reklamní sdělení a zviditelňuje značku (3D i 2D označení firem, reklamní tabule, polepy automobilů a výloh, bannery atd.).
- **EFFIE Awards Czech republic** = jediná soutěž v ČR, kde se oceňuje nejen kreativita, ale především výsledky kampaní. Vyhrávají kampaně, které úspěšně zkombinovaly všechny aspekty marketingového programu – plánování, průzkum trhu, média, kreativita a management rozpočtu.
- **Impulzivní nákup** = neplánovaný nákup v místě prodeje produktů. Inicializován zejména prostřednictvím POS/POP materiálů, promo akcí či jinou efektivní prezentací produktu nebo působením nákupního prostředí. Kvalitní prodejní prostředky dokáží změnit plánovaný nákup na impulzivní.
- **In-store design/Design prodejny** = celkové uspořádání interiéru prodejny zahrnující soubor reklamních prostředků používaných uvnitř prodejny, které jsou určeny k ovlivnění nákupního rozhodnutí nakupujících a zároveň designové komponenty a prvky, které vytváří celkový dojem značky.
- **In-store marketingová komunikace** = veškerá komunikace v místě prodeje, přímá i podprahová (letáky, polepy, stojany, navigační systém, ochutnávky atd.).

- **POPAI Central Europe** = střeoevropská pobočka světové asociace POPAI, která reprezentuje obor marketingu v místě prodeje (marketing at-retail) a pracuje pro profesionály, kterých se tento obor dotýká. Je pořadatelem oborové soutěže POPAI Central Europe Awards.
- **POS/POP** = point of sale/point of purchase – představují reklamní materiály a produkty využívané v místě prodeje pro propagaci konkrétního či určitého druhu sortimentu (polepy, světelné reklamy, prodejní stojany). Dobře zvolené a zacílené POS/POP produkty dokáží upoutat zákaznickovu pozornost a ovlivnit jeho konečné rozhodnutí o koupi.
- **Prodejní a prezentační stojany** = veškeré nosiče na zboží/materiály
- **Shop-in-shop/kiosek** = malý prodejní ostrov značky nebo výrobní řady přímo v místě prodeje. Může být samostatně stojící a fungující nebo jako součást hypermarketu/supermarketu apod.
- **Světelná reklama/branding** = jedna z částí oboru, která zahrnuje interiérové i exteriérové světelné reklamní prvky, jež se umísťují pro zviditelnění značky (například v prodejnách, pobočkách, na výlohy, vývěsní štíty, střechy, venkovní i vnitřní reklamní nosiče apod.).

7 Kontakt

MORIS design s.r.o.
Pod Stárkou 33
140 00 Praha 4 – Michle

Česká republika
Press kontakt: Alice Habartová
Tel.: 725 908 601

E-mail: alice.habartova@moris.cz