



Retail in Detail: Friends of Pets



Na co slyší páníčci
16 / 10 / 2024

KC City, Praha
www.friendsofpets.cz

 Created by
blue events

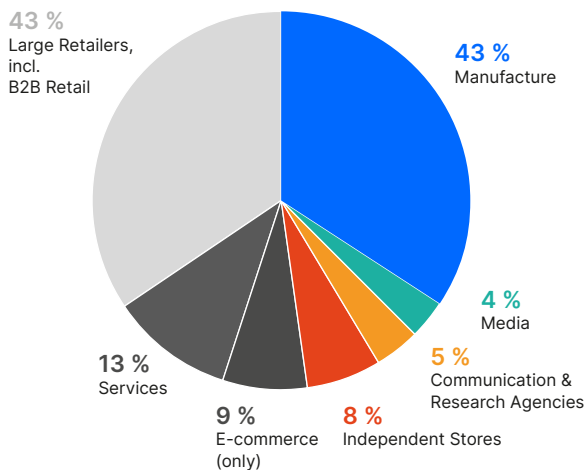
Globální trh s potřebami pro domácí mazlíčky suverénně roste. Co je přesně tahounem růstu v České republice? Jaké jsou dlouhodobé trendy v zákaznickém chování? A kam tato stále mladá kategorie lačná po novinkách směřuje?

Setkejte se osobně s klíčovými hráči na trhu a získejte nové obchodní příležitosti a inspiraci pro vlastní podnikání v tomto dynamickém segmentu.

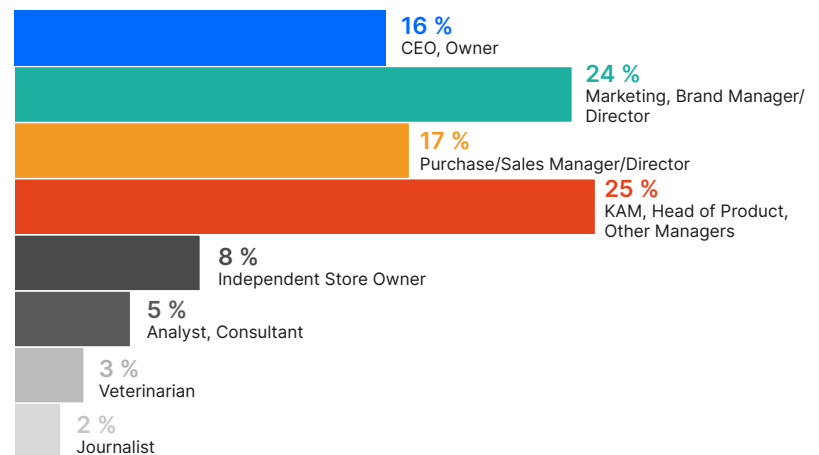
Pro koho to je?

Podívejte se na strukturu publika minulého ročníku

Podle sektoru působnosti



Podle pozice ve firmě



8.00–9.00

Registrace, snídaně, networking

9.00–10.45 Blok A

Inflace v misce: Jak se mění nákup krmiva pro mazlíčky

[Zuzana Sechterová](#), Senior Analytic Insights Associate, NielsenIQ

Jak se změnilo nákupní chování spotřebitelů v maloobchodě v době postinflační? Jak je to s nákupy krmiv pro naše domácí mazlíčky? A vrací se Češi zpět k trendům před dobou rostoucích cen?

Prezentace se zaměří na vývoj spotřebitelského chování v maloobchodu a nejnovější nákupní trendy v oblasti krmiv pro domácí mazlíčky.

Trendový nárůst v kategoriích pro mazlíčky: Co Češi nejvíc nakupují kromě granulí

[Martin Slavětínský](#), Data Analyst, Heureka Group

Přestože krmiva pro domácí mazlíčky stále dominují v online prodeji, sledujeme nově prudký růst i v dalších kategoriích. Páníčci si postupně zvykli nakupovat základní potřeby, a teď se stále více zaměřují na doplňkový sortiment. Jaké produkty aktuálně nejvíce táhnou? Probereme vše, co by nemělo uniknout pozornosti žádného obchodníka v segmentu chovatelských potřeb.

Jak se našim zákazníkům nakupuje v naší kategorii?

[Milan Rytíř](#), Senior Manager Shopper & Brand Activation, Vafo Praha

Skutečný klíč k růstu a zisku je ve schopnosti efektivně naplnit potřeby našich zákazníků a zajistit, aby pro ně byl nákup co nejjednodušší a nejpříjemnější. Ale opravdu rozumíme tomu, co naši zákazníci potřebují a jak se chovají při nakupování? Nebo jen předpokládáme, že víme? Jsme jim oporou, nebo jim spíše házíme klacky pod nohy? Mají u nás dostatek důvodů nakoupit více a zase se k nám vrátit?

Chovatel – důležitý faktor pro formování trhu

[Lenka Dokoupilová](#), chovatelka, Serenity Hill

Řada příběhů našich mazlíčků začíná v chovatelské stanici. Jak se toto místo promítá do jejich života v podobě jejich návyků a přístupu páníčků v péči o ně? Jaký význam mají chovatelské stanice pro vaše zákazníky a jaký potenciál mohou přinést nejen značkám, ale celému trhu s potřebami pro mazlíčky? Ukážeme si na příběhu jedné chovatelské stanice.

10.45–11.15

Přestávka na kávu a čaj

11.15–13.15 Blok B

Kultivované maso - udržitelná budoucnost a konkurenční výhoda

[Tomáš Kubeš](#), Head of Strategic Projects, Bene Meat Technologies

Kultivované maso je revoluční technologie, která významně ovlivní trh s krmivem pro mazlíčky. Nabízí totiž možnost vypěstovat autentický živočišný protein bez zabíjení zvířat a s nižším dopadem na životní prostředí. Díky tomu přinese krmivo, které uvítají majitelé mazlíčků, jimž

KEYNOTE

záleží na osudu zvířat i planety. Prezentace představí kultivované maso, produkty z něj vyrobené a jeho potenciální konkurenční výhody pro obchodníky, kteří včas zareagují na tento revoluční dynamicky rostoucí trend v Evropě.

Páníček v centru pozornosti: Jak se mění potřeby a chování majitelů

[Pavλίna Rochová](#), Co-Founder, tlappka

S rostoucí dostupností odborného poradenství se majitelé mazlíčků stále více zaměřují na domácí péči, která často předchází návštěvě veterináře. Díky datům z aplikace tlappka se podíváme na nejčastější problémy, se kterými se majitelé obracejí na veterináře, a jaká doporučení jim odborníci poskytují. Přehled nám pomůže porozumět, jak se trh péče o mazlíčky vyvíjí a jaké nové příležitosti se otevírají.

Jak páníčci a obchodníci slyší na novinky?

[Lukáš Dospíšil](#), majitel, Lukas Green

Trh pro domácí mazlíčky je přelmen novinkami. Jak v tomto prostředí prosadit nový brand? A co když jde navíc o tak specifickou oblast výroby jako je CBD? Seznamte se s cestou značky Lukas Green a překážkami, které musela při uvedení svého unikátního produktu na trh překonat.

Bezdná miska: Jak jsme posílili prodej díky výkonnostnímu marketingu

[Denisa Staňková](#), Senior Account Manager, Effectix

Za 10 let fungování si Bezdná miska vybuodovala své postavení na trhu a postupně plní misky ve více a více rodinách. Přijďte si poslechnout, jaké strategie a nástroje se jí na této cestě osvědčily.

Zvířata v reklamě: jak je (ne)používat, aby podvědomě pomohla vaší značce

[Petra Víšková](#), Head of Qualitative Research, Confess Research

Chcete využívat zvířata v komunikaci? Přijďte se inspirovat, jak na to. Na příkladech testovaných neurovědeckými metodami uvidíte, jak zvířata přitahují pozornost a působí na podvědomí. Dozvíte se, jak vám může pomoci AI, a získáte tipy, jak mazlíčky efektivně integrovat do komunikace a vyhnout se chybám, aby reklama správně předávala sdělení.

13.15–14.15

Pracovní oběd a networking

14.15–15.45 Blok C

Panelová diskuse

[Jan Brejcha](#), CMO, VAFO Praha

[Petr Kubín](#), Country Manager CZ, SK, zooplus Czech

[Gabriela Mařáková](#), Chovatelská archa

[David Němčík](#), Senior Category Manager,

Albert Česká republika

[Lukáš Samohýl](#), Head of PET Wholesale & Product, Samohýl group

15.45–17.00

Networking a koktejly

Vstupné

Early Birds

Platí už jen
do 20. 9.!

8 500 Kč
(+DPH)

Základní

Pro 1 osobu

10 500 Kč
(+DPH)

Skupina

Pro druhou
a další osobu
z jedné firmy

6 900 Kč
(+DPH)

Malé prodejny

Pro nezávislé prodejny
do 5 provozoven
a malé e-shopy

1 500 Kč
(+DPH)

Místo konání

Konferenční Centrum City, Na Strži 65/1702, Praha 4 – Pankrác

Přihlašte se již nyní na www.friendsofpets.cz

Naše poděkování patří především těmto partnerům:

Gold Partner



Silver Partner

confess

Bronze Partners



papelote

LIVE BOX
EVENT PRODUCTION

Media Partners

RETAILNEWS



AVERIA NEWS

B2B NETWORK NEWS
www.b2b-nn.com

EDIZone
informační portál

