

## Marketing kavárny Floriánka

### A. Srovnání kaváren v Lbc a Jbc (přehled) a jednotlivé návrhy

	kavárna V patře v Liberci	Floriánka Jablonec	pozn.
zpracováno k ...	... 25. 5. 2017	... 8. 8. 2017	
umístění	výborné	velmi dobré	
název	V patře	Kavárna Floriánka	
tradice	žádná	cca 9 let	
štít, logo	logo upravit na jednotné s doplňkem	logo upravit na jednotné s doplňkem	1
otevřeno	dopor. Po – Pá nejlépe od 7.00 n. 7.30) do 16 h?	8 – 16 h, podle potřeb i déle	
interiér	mohl by zůstat střízlivý, ale souč. stav a vzhled změnit	OK	
nábytek, výzdoba	(je provizorní?)	vylepšit	2
wi-fi	ano, zajistit	ano	
zacílení	široká veřejnost	1. lidé ve Spolk. domě 2. organizace v Jbc 3. veřejnost	
vlastní sortiment	sestavit podle preferencí zákazníků	ano, rozšiřovat podle námětů EK a paní Č.	
přeprdej zboží		např. čajové směsi	
snídaně	ano, to by chtělo!	mohly by být	3
prodej alkoholu	víno	ano	
dodavatel kávy	zatím není (dopor. Pejšek nebo Novopacká pražírna)	dosud běžný nákup, lepší bude Novopacká pražírna (káva dostane „své jméno“)	4
doplňkové akce	mohou být (v přilehlých prostorách!)	malování perníčků, workshopy – nutno připravovat kalkulaci a pak i ekonomicky vyhodnotit	5
celková koncepce	kavárna „pro kolemjdoucí“ – „Setkat se, vypít, možná ještě něco koupit na cestu a jít“ – kavárna všedního dne	1. služby pro Spolkový dům 2. základna pro externí dodávky občerstvení 3. příležitostné posezení	6
propagace mimo prostory kavárny	1. mít facebook, instagram 2. stále chybí venkovní reklama (cedule v úrovni očí na nejbližším sloupu)	1. „cedule“ na přístupu, 2. komunikace – viz část B	7
kampaň pro náběh provozu	potřebujeme!	---	
„positioning“ – čím se odlišíme od konkurence?	1. název 2. zveřejnit základní účel (prac. rehab. duš. nemocných) 3. charakteristická zvláštnost v sortimentu apod.	1. propagovat základní účel (prac. rehabilitace lidí s duš. onemocněním) 2. zvláštnosti v sortimentu – závin, sušenky, rauty...	5
hl. možnosti	klasicky rozvíjet...	1. externí občerstvení 2. speciality	6
překážky rozvoje	personální + skoro žádná propagace	prostorové + malá propagace + kalkulace cen	8

1. Zlepší se **výzdoba na stěně**. Výtvarné práce klientů by mohly zůstat, doplnit o vysvětlení, že to jsou jejich práce a přidat dekorativní prvky = zavěšení obrazů. V tom možná spolupráce dílny v Liberci.
2. **Snídaně**. Technicky by se daly provést, muselo by se vyzkoušet. Výhoda: kromě nákladů na propagaci nejsou další náklady, jednotlivé ingredience se mohou uchovat do dalšího dne apod. Nutno zvážit zájem přímo ve Spolkovém domě, 2. Propagace na veřejnosti a v nejbližších institucích (ÚP?). Zvážit zvláštní sortiment, který by se hodil (palačinky, sendviče?).

#### Fokus Liberec o.p.s.

Nezvalova 662/18  
460 15 Liberec XV – Starý Harcov

T 485 163 440  
ČÚ 19-7250350267/0100  
IČ 467 49 411  
www.fokusliberec.cz



EVROPSKÁ UNIE  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



Číslo projektu: CZ.03.3.48/0.0/0.0/15\_031/0001835  
Název projektu: Profesionalizace vnitřního fungování organizace Fokus Liberec o.p.s.

3. **Dodavatel kávy.** Nejlepší je, když má káva „své jméno“, jasný původ a ještě lepší, když k němu máme příběh. Ten může být v případě Novopacké pražírny (dodávali i na Úřad vlády).  
Viz [www.novopackaprazirna.cz](http://www.novopackaprazirna.cz). Obrátit se na Jana Perneru, Jednota bratrská Nová Paka (už jsem s ním hovořil a rád souhlasil). Informovat je o Floriánce (čemu slouží a že je to nevelká kavárna v centru města). A jde o tři věci: 1. Vyžádat si nabídku pražírny (sortiment, ceny, dodací lhůty, způsob dodání zboží). Oni budou dodávat i v malém množství, je to pro ně prostě „taky kšeft“. 2. V září otvírají novou ZŠ, kterou si postavili za peníze z darů a možná i z výnosů pražírny! Takže na naši „stříšku“ na stolicích bychom uvedli, že si tady návštěvník nejen vypije dobrou kávu, ale současně tím podpoří určitý bohubilý záměr dodavatele (který si musíte s nimi vyjasnit, nevím, co vše dělají a z výnosů by podpořili). 3. Nabídnout jim, aby poslali svůj nabídkový letáček, který byste mohli šířit mezi svými odběrateli (jablonecké organizace). Kontakty. Jan Perner, tel. 606 346 267, mail [j.perner@jbnp.cz](mailto:j.perner@jbnp.cz) nebo [j.perner@paradix.cz](mailto:j.perner@paradix.cz).
4. **Akce, produkty a jejich ekonomika:**  
Výměna knih, workshopy, výstavy aj. – vše může probíhat, ale kde by byly náklady, je třeba spočítat ekonomiku věci. Jednotlivé produkty a služby je třeba ještě domyslet a inovovat. Například ty **sušenky**: O trochu je zmenšit. Do sáčku ale dát větší počet (např. sedm). Cenu zvýšit (cca 15 Kč, pro 2018 se udělá drobná inovace a dá za 17 Kč). Výrobek neotřele (nebo vtípně) nazvat. Lépe vystavit, propagovat, nabídnout. „Jdete pozdě domů? Naše sušenky ve vaší ruce všechno vyžehlí!“ (to byl jen okamžitý nápad, prostě zaujmou, aby lidé koupili). Podobně název – různé druhy mohou mít své názvy: „na bolest“, „na kuráž“, „na dobrou náladu“.
5. Potenciál samotné kavárny není velký, může se zlepšit marketingem a reklamou. Jako hlavní zdroj příjmů možná zůstanou externí odběratelé občerstvení. **Práce s externími odběrateli občerstvení:** jsou tři skupiny odběratelů: 1. stálí (není třeba akce, stačí sledovat, zda využívají našich služeb a dávat pozor na možnou konkurenci), 2. občasní – např. 2x ročně (těm telefonovat a mailovat, abychom povzbudili jejich objednávky), 3. dosud neznámí, potenciální zákazníci (na ně se zaměříme).
6. **Reklamní tabule** (plechové nebo umělohmotné). Jde vlastně o směřování zákazníků pomocí názvu kavárny, šípky, příp. 1–2 dalších slov. Umísťuje se na cizích budovách nebo plotech. Potřebujeme alespoň 4 místa: 1. začátek Smetanovy ul. od kina, 2. začátek ul. E. Floriánové od Horního náměstí (Úřad práce), 3. od autobus. nádraží (neznám situaci, jde o váš návrh), 4. křižovatka Smetanovy a Jungmannovy (plot Floriánky). Další postup: a) vymyslet obsah cedulí (stačí aspoň název a šípka, příp. údaj o vzdálenosti apod.), b) požádat vlastníky nemovitosti o připevnění tabule (ÚP i Stř. soc. služeb by měly pochopit, že nejde o běžnou komerční reklamní tabuli, nýbrž o ukázání cesty do chráněné dílny pro duševně nemocné, tedy o veřejně prospěšnou, nekomerční věc), c) dohodnout s dílnou Fokusu v Liberci výrobu a připevnění.
7. **Jak překonat současné překážky rozvoje?** 1. Malý prostor přípravný a vlastně i samotný prostor pro hosty: Nyní nelze změnit, limituje nás. Využití sousední budovy – v nedohlednu (znovu jednat o „provizorním poskytnutí“). 2. Je celkem nízká propagace produktů a služeb (služby jsou externí dodávky občerstvení a akce v prostorách kavárny). Možné zlepšení – viz části B a C. 3. Ekonomika provozu a kalkulace cen. **Důležité: Pro každý vlastní výrobek bychom měli znát kalkulaci nákladů a výnosů.** Do nákladů počítat jak přímé, tak nepřímé, a to jak materiálové, tak nemateriálové. Zejména odhadnout, resp. rozpočítat nerozlišenou režií (mzda EK, benzín apod.). Pomůže L. Schneiderová. Toto mít i v případě přeprodávání zboží. Alespoň zjednodušeně. Ale sama kalkulace nestačí, o úspěšném prodeji rozhoduje i způsob nabídky, balení atd. viz sušenky v bodě 5/. Možnost spolupráce s nedalekou kavárnou POKEC – dodávka sušenek apod. Avšak pozor: vedlo by to k výhodnější spolupráci, anebo naopak ke zvýšené konkurenci? Posoudí EK.

## Fokus Liberec o.p.s.

Nezvalova 662/18  
460 15 Liberec XV – Starý Harcov

T 485 163 440  
ČÚ 19-7250350267/0100  
IČ 467 49 411  
[www.fokusliberec.cz](http://www.fokusliberec.cz)



EVROPSKÁ UNIE  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



Číslo projektu: CZ.03.3.48/0.0/0.0/15\_031/0001835  
Název projektu: Professionalizace vnitřního fungování organizace Fokus Liberec o.p.s.

## B. Plán propagačních akcí

co	kdo zajistí	kdo pomáhá	komu určeno - kdo se účastní	obsah	pozn.
článek	EK (přečte JH)	OČ	pro Jabl. den nebo MF Dnes nebo 5+2	o kavárně - předem domluvit s redakcí	P4, P7
leták v podobě stříšky	EK	OČ, MF	navštěvníci	o Fokusu a kavárně	P1, P2, P6
mail + letáček pro organizace	EK	OČ, MF	organizace a firmy	aby využívali (občerstvení, rauty)	
hromadný mail	EK + OČ	-	jablonecké NNO	aby navštěvovali	P8
miničlánek nebo nabídka	EK	-	zpravodaje města a obcí veřejnost	aby navštěvovali	
aktuality	EK	-	Jablonecký měsíčník	aktuality o Floriánce	
venkovní reklama	EK	dílna	veřejnost	ukazatel	P3
internetové prezentace	MF	-	veřejnost		P5

## Fundraising

Floriánka by mohla zkusit klasický fundraising přímo v Jablonci:

1. **Nadace Preciosa:** Andrea Kroupová, ředitelka - 488 115 412 - andrea.kroupova@preciosa.com; příjem žádostí - 488 115 393 - nadace@preciosa.com
2. Na konci listopadu (nebo pak někdy v březnu) **oslovit tradiční odběratele občerstvení** s žádostí o finanční dar. Postup: zavolat jim, pak mailem poslat to, co bude obsahem „stříšky“, pak navštívit nebo pozvat do kavárny. Cílem komunikace je, aby odběratel pochopil, že dodavatelem je veřejně prospěšný subjekt, který potřebuje peníze pro své klienty. Obracíme se na něho jako na „dobrého souseda“.
3. Po této vlně se podobně obrátit na **organizace, které dosud odběrateli nejsou, zejména na firmy!** (Zde je velký potenciál...)

## Fokus Liberec o.p.s.

Nezvalova 662/18  
460 15 Liberec XV – Starý Harcov

T 485 163 440  
ČÚ 19-7250350267/0100  
IČ 467 49 411  
www.fokusliberec.cz



EVROPSKÁ UNIE  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



Číslo projektu: CZ.03.3.48/0.0/0.0/15\_031/0001835  
Název projektu: Professionalizace vnitřního fungování organizace Fokus Liberec o.p.s.

## C. Pomocné a dílčí práce, které vyplynuly z výše uvedeného a z návštěv v kavárně

### Nutno nejdřív:

1. rozhodnout a připravit logo,
2. mít dobrý text a) o Fokusu, b) o kavárně. Pak z toho můžeme čerpat pro ostatní komunikační akce. Dílčí úkoly.

### P1 Vyjasnit logo kavárny – viz bod 1/.

Měla by rozhodnout JH a zpracovat MF.

### P2 OČ – dát kontakt na Novopackou pražírnu – připraveno, viz bod 4/

(s p. Pernerem jsem mluvil, čeká váš mail nebo telefonát).

### P3 Výroba a umístění reklamních cedulí – viz bod 7/

(nejdřív předjednat s vlastníky, pak zadat výrobu...).

### P4 EK poslat mi rozdělení tržeb za posl. období (rok 2016 nebo 1. pol. 2017) v rozdělení na a) kavárna, b) externí dodávky občerstvení

#### Fokus Liberec o.p.s.

Nezvalova 662/18  
460 15 Liberec XV – Starý Harcov

T 485 163 440  
ČÚ 19-7250350267/0100  
IČ 467 49 411  
[www.fokusliberec.cz](http://www.fokusliberec.cz)



EVROPSKÁ UNIE  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



Číslo projektu: CZ.03.3.48/0.0/0.0/15\_031/0001835  
Název projektu: Professionalizace vnitřního fungování organizace Fokus Liberec o.p.s.

## P5 Informační „stříška“ na stolech – totéž bude v Liberci

Formát A5. 1. strana o Fokusu (logo Fokusu, poslání, hl. aktivity, cíle), 2. strana o účelu existence kavárny a info pro návštěvníky (s logem kavárny). Koncept 2. strany asi takto:

**Tato kavárna není obyčejné zařízení na vypití kávy.** Pracují v něm totiž lidé, kteří prožili náročnou životní situaci nebo jsou zdravotně postižení a potřebují naši i vaši pomoc, aby se mohli plně začlenit do normálního života. Jejich úkolem je poskytnout vám kvalitní službu, jen prosím nebudte netrpěliví. Vycházejte jim vstříc.

Zapojení do práce nepřináší těmto lidem jen pracovní zkušenosti, nýbrž také možnost opětovného sociálního kontaktu a mezilidské komunikace.

+ o značce kávy (a její minipříběh v 1 větě)... Každou kávou, kterou si u nás zakoupíte, podporujete navíc... (JB N. Paka)

+ o dalším sortimentu (ne všechno, ale zdůraznit záviny a sušenky + ...)

Máme otevřeno každý den od 8 do 16 hodin. Připravujeme snídaně. Na cestu si můžete koupit XXX (závin? čaj? salát?) ... A neodcházejte bez našich dobrých sušenek! 😊

Podobnou kavárnu – kavárnu V patře – provozujeme v Liberci v Jánské ulici – naproti Domu kultury a OD Fórum.

Návštěvou obou kaváren a svou útratou pomáháte postiženým lidem k opětovnému začlenění do běžného života. **Doporučte nás svým známým a zase přijďte!**

## P6 Článek pro některý deník

- první návrh pošle EK (nejlépe jako možný rozhovor), upraví a doplní OČ.

## P7 Distribuce do NNO

EK s adresářem MěÚ a OČ přes ANNOLK.

### Fokus Liberec o.p.s.

Nezvalova 662/18  
460 15 Liberec XV – Starý Harcov

T 485 163 440  
ČÚ 19-7250350267/0100  
IČ 467 49 411  
www.fokusliberec.cz



EVROPSKÁ UNIE  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



Číslo projektu: CZ.03.3.48/0.0/0.0/15\_031/0001835  
Název projektu: Professionalizace vnitřního fungování organizace Fokus Liberec o.p.s.