



93

BREW & BITE

Zadavatel: Tesco Stores ČR a. s

Materiály: ocel, plast

Použití: BREW & BITE vychází z konkrétního Customer Insight: rostoucí poptávky po rychlém občerstvení během cesty do práce či školy, omezeného času zákazníků a potřeby pohodlně spojit běžný nákup s kvalitní kávou a čerstvým pečivem. Koncept proto inovativně proměňuje tradiční nákupní misi na "grab-and-go breakfast" - během jedné krátké zastávky zákazník získá kávu i pečivo a může pokračovat v cestě.
Expozice pečiva v přímém propojení se samoobslužným kávovarem posouvá jednotlivé produktové nabídky do ucelené convenience zóny. Cílem je nabídnout rychlé, intuitivní a komfortní občerstvení přímo během nákupu, zvýšit atraktivitu prodejního prostředí a podpořit kvalitnější zákaznickou zkušenost.
Pro realizaci projektu Tesco navázalo spolupráci se společností Tchibo, významným a inovativním hráčem na trhu kávy a spotřebního zboží. Navržené řešení propojuje čerstvou kávu s doplňkovým sortimentem pečiva v jednom jasně čitelném místě a současně umožňuje přehlednou komunikaci nabídky a promočních aktivit přímo v místě nákupního rozhodování. Koncept je od počátku navržen modulárně a s vysokou mírou flexibility. V pilotu jsou testovány různé typy prodejen a dvě hlavní varianty umístění: ve vstupní zóně, kde zákazník získává okamžitý přístup ke kávě a pečivu, a v oddělení pečiva, kde řešení přirozeně doplňuje stávající nabídku čerstvých produktů. Díky tomu lze BREW & BITE adaptovat na různé formáty prodejen, lokality a zákaznické potřeby.

Charakteristika: Stojan je klíčovým fyzickým prvkem konceptu BREW & BITE a propojuje funkci produktové expozice, navigace a pohodlné samoobsluhy. Je navržen tak, aby zákazník v bezprostřední blízkosti kávovaru intuitivně našel vhodné pečivo a celý nákup kávy a snídaně zvládl rychle a bez zbytečných kroků.
Součástí řešení je integrovaná expozice pečiva s doplňkovým osvětlením, které zvyšuje viditelnost a podporuje čerstvý vzhled vystavených produktů. Speciální zpomalovací panty krytů umožňují snadnou manipulaci jednou rukou a zároveň pomáhají udržovat pečivo v optimálním stavu pro další zákazníky - praktický detail vycházející přímo z grab-and-go scénáře, kdy zákazník může v druhé ruce držet kávu.
Projekt je ve fázi pilotního testování a průběžné optimalizace. První vlna zahrnuje různé typy prodejen, lokality i varianty umístění, což umožňuje vyhodnocovat koncept na základě reálného zákaznického chování a provozních dat. Vedle prodejních výsledků jsou sledovány také přínosy pro zákaznickou zkušenost, úroveň servisu, atraktivitu nabídky a návštěvnost prodejny.
Získané poznatky se průběžně promítají do optimalizace umístění stojanu, komunikace promočních aktivit i technologického nastavení celého řešení. Cílem aktivity je vytvořit nový standard convenience zóny v prodejnách Tesco - funkční, modulární a snadno adaptovatelný koncept, který lze škálovat napříč sítí a dlouhodobě rozvíjet ve spolupráci s partnery podle formátu prodejny a potřeb zákazníků.