



## Výsledky ocenění GE Money Bank Obchodník roku 2010

### Absolutní vítěz GE Money Bank Obchodník roku 2010

# Lidl

Oborové kategorie  
Průzkum veřejného mínění provedený společností STEM/MARK

Kategorie	Umístění
GE Money Bank Nediskontní obchodní řetězec 2010	1. Tesco 2. Kaufland 3. Albert (Hyperalbert/Hypernova) 4. Globus 5. Billa
GE Money Bank Diskont roku 2010	1. Lidl 2. Penny Market 3. Norma
GE Money Bank Prodejce drogistického zboží roku 2010	1. Teta 2. dm drogerie markt 3. Rossmann 4. Schlecker
GE Money Bank Prodejce elektro roku 2010	1. Okay 2. ElectroWorld 3. Datart 4. Proton/Euronics 5. Planeo
GE Money Bank Hobbymarket 2010	1. OBI 2. Baumax 3. Hornbach 4. Globus 5. Bauhaus
GE Money Bank Prodejce nábytku roku 2010	1. IKEA 2. Jysk 3. Asko 4. Kika 5. Möbelix
GE Money Bank Prodejce oděvů roku 2010	1. C&A 2. Takko 3. Kenvelo 4. New Yorker 5. H&M
GE Money Bank Prodejce obuvi roku 2010	1. Deichmann 2. Baťa 3. Humanic 4. Reno 5. Salamander
GE Money Bank Internetový obchod roku 2010	1. Aukro.cz 2. Alza.cz 3. Mall.cz 4. Kasa.cz 5. Vivantis.cz
GE Money Bank Specializovaný obchod roku 2010	1. Auto Kelly 2. Tchibo 3. Neoluxor 4. Pompo 5. Game Czech (JRC)
GE Money Bank Prodejce sportovního oblečení a vybavení roku 2010	1. Sportisimo 2. Alpine Pro 3. Adidas 4. Hervis 5. Nike

GE Money Bank Obchodník roku 2010 –  
Cena veřejnosti  
Hlasování veřejnosti prostřednictvím  
internetu a SMS

1. Penny Market
2. Lidl
3. IKEA
4. Globus
5. Tesco
6. Hornbach
7. Kaufland
8. OBI
9. Baumax
10. C&A

GE Money Bank Osobnost maloobchodu roku 2010

[Petr Vyhnaněk, Globus](#)

#### METODIKA PROJEKTU

- U každého jmenovaného řetězce bylo zjištěno, kolik % české populace jej navštěvuje a jaké % ze zákazníků řetězce mu dává přednost před ostatními konkurenty.
- Jedinou výjimkou jsou internetoví prodejci, kde byla zjišťována prostá preference nakupujících („v jakém internetovém obchodě byste nejdříve nakupoval/a“).
- Tyto dva údaje jsou zásadní pro hodnocení kvality, kterou řetězce nakupujícím poskytují: z hlediska dostupnosti prodejen a z hlediska celkové kvality služeb.
- Kombinací těchto dvou údajů vzniká index oblíbenosti řetězce. Ten je souhrnnou veličinou vymezující pořadí řetězců podle celkové úrovně služby, kterou poskytují českým zákazníkům.