

LONDON TIMES

Konec dobrý, všechno dobré

Byl čtvrtek večer a začalo se stmívat. Všechny oddíly se sešly v jídelně, aby dostaly instrukce k poslednímu úkolu. Celý tábor se ztišil a zavládlo jím tajemné napětí. Po čtrnácti dnech poctivého vyšetřování a pátrání jsme dostali možnost si vybojovat odměnu. Našimi nepříteli byla tma a tajuplný les. Každý oddíl postupně navštívil svoji policejní stanici, aby tam našel kouzelné pero s jehož pomocí jsme na mapě našli souřadnice, kde začínala stezka odvahy. Tam už musel jít každý sám, ti méně stateční mohli jít ve dvojici. Na konci náš čekal pan Apple se sladkým pokladem. Všichni byli velmi stateční a překonali svůj strach.

V pátek jsme se probudili do deštivého dne a začalo velké balení a uklízení. Každá chatka v úklidu uspěla a díky tomu si mohl každý oddíl nakoupit v krámku. Co jsme v krámku mohli najít a jak to celé probíhalo? Na tyto otázky nám odpoví marketingová specialista a analytická odbornice Majda:

Jak hodnotíš rozmístění zboží?

„Promyšlení strategie nebylo nikterak jednoduché. Zboží jsme rozdělili do několika kategorií podle preferencí zákazníka.

Našemu sortimentu rozmanitost nechyběla, bylo možné nalézt kategorii serepetičky, dámská a pánská konfekce, for outdoor zboží, na své si přišli i velcí čtenáři a umělci, nicméně speciální kategorie byla tvořena bublifuky a tzv. šrámy lásky.“

Bylo nějaké zboží, které mělo extrémní úspěch?

„Ano, bylo to zboží kategorie „vzpomínky na Londýn“.“

Co si pod tímto zbožím máme představit?

„Jsou to dřevěné orientační cedulky, které označovaly jednotlivé oblasti Londýna v táboře.“

Mohli zákazníci dostat nějaké speciální slevy?

„Samozřejmě, řídili jsme se pravidly marketingu, což znamená, že čím menší byla poptávka, tím se snižovala cena nabídky.“
(Pozn. redakce: Když serepetičky ubývaly, bylo vše levnější.)

Náš den jsme zakončili skupinovým focením, smažákem a pořádnou diskoškou!

