

David Bystrzycki

Generální ředitel a předseda představenstva Home Credit a.s. nastoupil do Skupiny Home Credit v roce 2006; věnoval se formulaci a zavedení strategií řízení vztahů s klienty v zemích, kde Skupina působí. Ve společnosti Home Credit a.s. začínal na pozici ředitele řízení vztahů se zákazníky, od roku 2010 vedl veškeré obchodní aktivity Home Credit zde v ČR i na Slovensku.

SPOJENÍ S ÚSPĚŠNÝM SPORTOVNÍM KLUBEM JE PRO NÁS TOUTO NEJLEPŠÍ CESTOU...

Před rokem jste se stali generálním partnerem Bílých Tygrů a postavili se po bok Syneru. Proč jste se rozhodli podporovat právě hokej a Bílé Tygry?

Petr Kellner, majoritní akcionář skupiny PPF, která je mateřskou společností Home Creditu, už několik let předtím liberecký hokej podporoval. Pochází odsud a vrací se sem, záleží mu na tom, aby Tygři měli podmínky pro extraligový hokej. Loni se rozhodl, že podporu hokeje spojí s Home Creditem a od té doby se naše logo objevuje na hokejových dresech.

Jak spojení Home Creditu a Bílých Tygrů Vaší společnosti pomáhá?

Home Credit patří v oblasti spotřebitelských úvěrů v ČR mezi špičku. Stejně ambice mají i Bílí Tygři v hokejové extralize. Spojení s úspěšným sportovním klubem je pro nás touto nejlepší cestou, jak naši značku propagovat. Snažíme se Home Credit propojovat s aktivitami, které mají dobré jméno – ve sportu jsou to Tygři, v kultuře například Letní Shakespearovské slavnosti.

V oblasti propagace používáte ikonu libereckých hokejistů, Petra Nedvěda. Co pro Vás znamená spojení s jedním z nejúspěšnějších českých hokejistů v NHL?

Už z Vaší otázky se dá vyvodit odpověď. Petr Nedvěd je ikona, jeden z nejznámějších českých hokejistů, vzor hokejového úspěchu. Lidé ho obdivují za to, co dokázal a tento jejich

Premia



Zabodujte i Vy s kartou Premia!

Doporučuje **PETR NEDVĚD**

kapitán libereckých Bílých tygrů



postoj se dobře zrcadlí i v marketingu a propagaci. Jsme hrdí na to, že se Petr Nedvěd stal tváří naší Premia karty a jsme přesvědčeni, že se to odrazí i v obchodních výsledcích.

Před letošní sezónou jste právě v Liberci, Plzni, na Slavii a Českých Budějovicích nabídli fanouškům možnost koupě permanentek na splátky. Co od toho očekáváte?

Ne každý fanoušek může zaplatit čtyři až pět tisíc najednou, aniž by vydání neohrozilo jeho rodinný rozpočet. My nabízíme

Jaké jsou vlastně trendy v oblasti splátkového prodeje? Znamená nabídka permanentek na splátky to, že lidé již nenakupují na splátky pouze dražší věci, ale i např. volnočasové aktivity?

Stěžejními komoditami, které lidé pořizují na splátky, pořád zůstávají spotřebiče, elektronika, nábytek, věci do bytu nebo domu. Trend posledních let je ale takový, že lidé nechtějí jenom kvalitně a hezky bydlet, ale také si užívat, cestovat, líbit se, prostě nechat se hýčkat. Na splátky se tak dá koupit třeba víkend v Paříži, plastická operace, jazykový pobyt nebo prodloužení vlasů.

HOME CREDIT



„Snažíme se Home Credit propojovat s aktivitami, které mají dobré jméno – ve sportu jsou to Tygři...“

možnost částku za permanentku rozložit do několika měsíčních splátek a stále zaplatit méně, než kdyby si člověk kupoval každý lístek zvlášť. Především v Liberci a Plzni se prodej permanentek na splátky osvědčil. Pro všechny kluby je tato možnost prodeje permanentek úplnou novinkou a tento rok bereme všichni jako seznámení se s ní a hledání ideálních variant pro další sezóny.

Uvažujete o rozšíření do dalších odvětví?

Nabízí se to a my bychom rádi know how z této oblasti rádi rozvinuli. Oslovujeme další hokejové kluby, mapujeme, jaká je situace v jiných sportovních odvětvích. Nabízí se fotbal nebo třeba basketbal, slibná obchodní jednání o spolupráci už probíhají, ale mluvit o výsledcích je zatím předčasné.

Tygři letos pronikli do Evropy, když se během léta zúčastnili European Trophy. Během venkovních utkání se představili i ve Švédsku a Finsku. Je jejich působení v zahraničí pro vás lákavá možnost zviditelnění v těchto zemích, nebo se spíše specializujete na jiné destinace a směry?

Je pravda, že Home Credit ve Skandinávii nepůsobí, propagace Tygrů nám zatím nejvíce přináší u nás doma. Pořadatelé European Trophy prý ale plánují rozšíření počtu klubů, není vyloučeno, že pozvou i týmy z jiných států. Tady by se nám líbilo, kdyby se turnaje účastnily kluby z Ruska, Běloruska nebo Kazachstánu, kde zastoupení máme a značce by to jistě pomohlo. ■