

č.18 / 2015

INFRAME



MAGAZÍN PROFESIONÁLŮ VE SVĚTĚ LIŠT A RÁMŮ

řada

KOMODO

autentická
čínská
povrchová
úprava

rozhovor

Jan Hůda

Larson Juhl Aicham v Čerském Krumlově



NOVÝ ÚHEL POHLEDU

NOVÉ NÁPADY, KTERÉ MOHOU INSPIROVAT





EDITORIAL

Vážení čtenáři
našeho magazínu.

Vítám vás opět po kratší pauze, která byla z hlediska
firmy velice hektická a ve znamení mnoha změn. Jen posuďte sami.

V průběhu několika měsíců se firma rozrostla o mnoho nových
zákazníků, dala možnost několika desítkám pracovních pozic,
zdvojnásobila skladovou nabídku a uspořádala distribuční prostory
pro potřeby nového provozu.

Vše děláme pro spokojenost zákazníka a v souladu s vizí akcionáře.
Firma se rozrůstá, rozšiřuje kapacity a vytváří nová pracovní místa.
To je pozitivní signál, který se odráží v rychlejší rozvoji firmy
co do kvality a širší sortimentu nabízeného zboží.

Letošní rok je ve znamení novinek a změn, nejen v oblasti lišt
a rámu, ale také servisů a zavádění nových postupů. Vše s jediným
cílem - aby se více rámovalo.

Začínáme se soustředit i na jiné výrobky, jako jsou třeba výměnné
rámy a ostatní doplňkový materiál pro rámování. Máme rozpracované
i nové projekty, které vybočují ze stereotypu našich klasických
postupů.

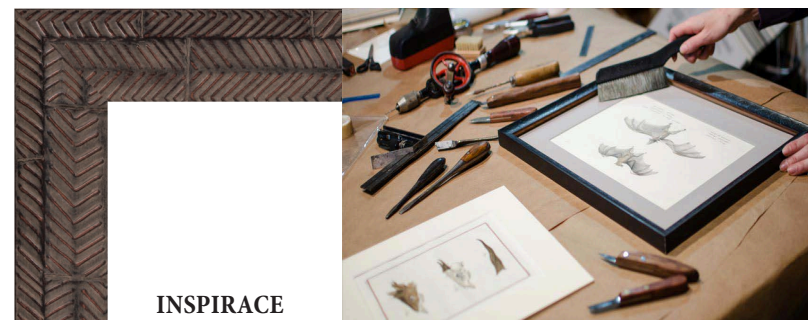
Další významný posun nastal v kvalitě spojovaných rámu a materi-
álů na balení zboží. Toto zlepšení je zajištěno převzetím standardů
servisních center Larson Juhl.

Z novinek jsme v prvním kvartálu uvedly nové řady lišt Vagabond
a Zeppelin. To jsou výrobky Liry, které vznikly u nás v Českém Krumlově.
Dále jsou to lišty Komodo, které jsou velice úspěšně prodávány
napříč všemi podniky Larson Juhl. Všechny řady odrážejí současné
trendy a staly se dobře prodávaným artiklem mezi zákazníky.

O všech změnách a novinkách se dočtete na stránkách tohoto
magazínu, který Vám - našim zákazníkům několikrát do roka přináší
novinky ze světa rámování, významné změny v sortimentu a udá-
losti ve firmě.

Přeji si, abyste zde našli to, co vám pomůže ve Vašem obchodu.

Jan Hůda
Obchodní ředitel



INSPIRACE

Nejllepší
inspirací mohou být
vaši zaměstnanci a klienti

nové řady
Komodo, Zeppelin
a Vagabond

ROZHOVOR

Jan Hůda: Vysoká kvalita,
široký sortiment a důraz na servis



PODĚKOVÁNÍ Z DOMOVA PETRA MAČKOV



Chtěli bychom touto cestou poděkovat za dlouholetou spolupráci se společ-
ností Lira. Ta spočívá v tom, že Lira dodává našemu domovu obrazové lišty,
které buď nakupujeme nebo dostáváme přímo ve formě sponzorského daru.

V Domově PETRA Mačkov žije 122 uživatelů se zdravotním postižením. Již po
dlouhá léta vznikají při arteterapeutické činnosti krásné obrazy, které se těší
velkému zájmu veřejnosti.

Právě obrazový rám je vý-
znamnou součástí obrazu,
dokáže finální práci velmi
pozvednout a dát jí závě-
rečnou podobu.

Jsme rádi, že díky společ-
nosti Lira máme šanci takové
rámy používat.
Velmi si proto spolupráce
s Lirou vážíme a přejeme
všem do další práce hodně
úspěchů!

Děkujeme,
Vlasta Marušková
ředitelka Domova
PETRA Mačkov



AMERICKÝ VELVYSLANEC V KRUMLOVĚ

V květnu opět navštívil Liru šéf designérského
týmu Larson Juhl pan Doug Rozenboom a v jeho
společnosti jsem se zúčastnil slavnostního kon-
certu při příležitosti 70. výročí ukončení 2. světové
války.

Koncert se konal v pátek 8. května 2015 v česko-
krumlovské Zámecké jízdárně a byl rovněž jedním
z koncertů Jihočeského festivalu dětských a mlá-
dežnických sborů Vltavské Cantare. Na programu
byla vystoupení několika pěveckých souborů
z České republiky, zazněly také skladby Karla Jen-
kinse známé pod názvem Armed Man a Mass for
Peace v podání Jihočeské komorní filharmonie.
Už dlouho jsem neviděl Zámeckou jízdárnu tak
plnou, jak diváků, tak účinkujících.
Koncertu se zúčastnil i jeho excelence velvyslanec
USA v Praze pan Andrew H. Schapiro. Na tuto sku-
tečnost jsem upozornil pana Rozenbooma s tím,
že v Jízdárně není jediným Američanem. Krátce
poté jsem mu pověděl notoricky známou historku
o rámu obrazu v oválné pracovně amerického
prezidenta, který je zhotoven z jedné z našich lišt,

a o návštěvě jiného amerického velvyslance před-
lety v Liře.

Pana Rozenbooma tyto informace natolik zaujaly,
že o přestávce prohlásil, že jde za panem velvy-
slancem a pozve ho do Liry také. Po koncertu jsme
se s panem velvyslancem opravdu na chvíli setkali.
Profesionálně s námi prohodil několik zdvořilost-
ních vět. Na naše pozvání do firmy reagoval po-

zitivně, zřejmě ho, jako správného patriota, exis-
tence firmy s akciemi v amerických rukou velmi
potěšila, a tak se s námi na závěr dokonce i vyfotil.
Po bývalém americkém velvyslanci Richardu
W. Graberovi, který navštívil Liru v rámci jedné ze
svých cest do jižních Čech, je to již druhý vysoký
diplomat americké ambasády, se kterým se mož-
ná také v naší firmě setkáme.

Milan Rouha, člen představenstva

Zleva:
Doug Rozenboom,
Andrew H. Schapiro,
Milan Rouha



VYTVÁŘENÍ barev POMOCÍ NOVÉ ŘADY CONFETTI SMALL

Pokud hledáte způsob, jak barevně oživit vaše
rámování, podívejte se na nové přírůstky řady
Arqadia Confetti od Larson Juhl - Confetti 130.
Tento pozoruhodný nový krychlový profil lišty
je k dispozici v široké škále třinácti barev. Lišta
je čtvercového průřezu 15 x 15 mm, je tedy
menší než její předchůdci, a může být použita
jako samostatný rám nebo se výborně hodí pro
kombinaci rámu v rámu nebo použití s filety.

Kolekce vyniká výbornou cenou a je vhodná
pro rámování objektů, dětských motivů, spor-
tovních tisků a memorabilií, suvenýrů, karika-
tur nebo plakátů.



Věděli jste?

Českokrumlovsko bylo
proslulé zpracováním dřeva
od raného novověku.
Tradice výroby rámu zde
sahá až do 18. století..

Jan Hůda:

VYSOKÁ KVALITA, ŠIROKÝ SORTIMENT A DŮRAZ NA SERVIS

OD PODZIMU DO JARA NASTALA V LIŘE PAUZA V MARKETINGOVÝCH AKTIVITÁCH CÍLENÝCH NA A PRO ZÁKAZNÍKY. CO ZA PAUZOU STOJÍ A PŘEDEVŠÍM CO ZNAMENÁ PRO LIRU A JEJÍ ZÁKAZNÍKY, V NÁSLEDUJÍCÍM ROZHOVORU VYSVĚTLUJE OBCHODNÍ ŘEDITEL LIRY.

Co je tedy za půlroční marketingovou prolukou?

Projekt, při kterém jsme přesouvali servisní část německé dceřiné společnosti Larson Juhl Aicham. Byla to již druhá fáze přesunu. V první fázi jsme zhruba před šesti lety vyráběli pouze lišty ve třech metrech. Tento projekt si žádá spoustu energie, úsilí, času na straně Čechů i Němců. Německým zaměstnancům běžely výpovědní doby, všechno muselo být naplánované půl roku dopředu, museli jsme pro celý přesun německé výroby k nám vytvořit co nejnvhodnější podmínky. Sestěhovali jsme sklady, udělali prostory, nabrali lidi a to všechno nebylo jednoduché, proto jsme se trochu odmlčeli, ale jen co se týká našeho magazínu InFrame, facebooku, blogu... Ale věděli jsme, že na našich zákaznících nechceme šetřit, že jen co se změna rozjede, znovu budeme v našich zaběhnutých marketingových aktivitách pokračovat.

Co konkrétně změna představuje?

Nabrali jsme celkem přes padesát lidí. Zprvu jsme měli obtíže s náborem kvalitních zaměstnanců. Velké procento firem, a to nejenom z Českého Krumlova, nyní nabírá nové zaměstnance. Myslím, že částečně se na tom podepisuje i kurz eura, protože je příhodný pro export. Ale myslím, že se nám nakonec podařilo sestavit dobrý kolektiv.

Jaké jsou firemní obchodní výsledky za loňský rok?

Exportní obchod se zvedl o deset procent a tuzemský o sedm procent oproti loňskému roku. Intercompany business také roste a to zejména

díky přesunu servisního centra z Německa do Liry. Všeobecně se dají shrnout výsledky prvního pololetí jako dobrý start pro úspěšný rok 2015.

Co konkrétně přesun německé výroby pro Liru znamená?

Dostali jsme z Německa strojní vybavení a jejich know-how. To znamená posun v kvalitě ve standardizovaných ověřených postupech prověřených uvnitř skupiny. Koncový zákazník pro sesterskou firmu Aicham je převážně zakázkový rámař, podobně jako na domácím trhu, což znamená vysokou kvalitou, široký sortiment a důraz na servis.

Pro firmu Lira tedy jednoznačně přínos, který se odrazí pro českého zákazníka ve zlepšení servisu, kvalitnějších balících materiálech a efektivnějších pracovních postupech. Máme víc lidí, směňujeme, jsme schopni vykrýt i objednávky, které jsou náročné na objem a doručení, protože v distribuci teď nově operujeme se sedmdesáti zaměstnanci. Loni touto dobou jsme jich měli okolo čtyřiařiceti. Již nyní začínáme s přípravou na podzimní a zimní sezónu, abychom byli dostatečně kapacitně připraveni.

Prošli zaměstnanci nějakými školeními?

Měli jsme tréninkový program pro naše zaměstnance, který trval několik měsíců a naši zaměstnanci jezdili do Německa. Od určitého okamžiku jezdili německí zaměstnanci k nám. Nejezdili tam jen naši skalní, ale i úplně noví zaměstnanci. Když k nim budeme mít důvěru a oni získají pohled nezaujatý naší výrobou, daleko lépe se adaptují na nové věci, postupy. Lira je hodně historická, někdy svázána starými postupy, což je někdy

nevýhoda. Jedeme na dvousměnný provoz, máme tři linky, každá z nich se skládá z pily a sponkovačky, jedna je určena na přířezy a dvě další jsou na spojené rámy. Přijali jsme spoustu kvalitativních opatření, která se musí projevit pozitivně i pro českého zákazníka.

Jak konkrétně?

Co se týká servisu - máme nové balící materiály pro lišty v metráži, tejpovací mašiny, které zboží přepáskují plastovou páskou, díky tomu by se mělo už jen minimálně používat lepenek. Vše odpovídá tomu, aby zákazník měl co nejméně starostí při rozbalování a co nejméně odpadního materiálu. Další věcí, kterou u nás chceme výhledově aplikovat, jsou výměnné plastové boxy. To znamená, že klient dostane zboží v zálohovaném plastovém boxu, který ještě před dopravcem otevře, vyloží si z něj zboží a dopravce si box zase odveze zpět. Slouží tedy k přepravě křehkého materiálu, jako je sklo nebo rámečky, které nejsou vhodné k balení do kartonu. Tím nahradíme naše stávající papírové krabice. Zároveň zákazník může zboží zkontrolovat ještě před dopravcem, může tedy vyřešit případnou reklamaci okamžitě.

Přejímáme veškeré pracovní postupy a návyky z Německa k nám do Liry a můžeme si být zcela jisti, že Němci patří stále v Evropě k těm nejpreciznějším. Máme nové retušovací tužky, stahovadla na rámy, které umožňují rám utáhnout a na chvíli pozdržet. Máme velké pracovní stoly, kde se rámy rozloží a mají čas na to, aby lepidlo uschlo. Před touto změnou jsme v nabídce drželi okolo tisíce druhů lišt, dnes jich máme na skladě už 2200. Přibýlo mnoho druhů paspart, nespočet položek výměnných rámu a doplňkového materiálu, jako jsou záda, sklo, foamboardy, různé papírové výplně. Rozšíření nabídky si žádalo rozšíření skladů, přeorganizovali jsme tedy celou distribuci a udělali nový systém umístění lišt.

Kdy budou nové lišty uvedeny na český trh?

Není nezbytně nutné všechno nabízet. Každý rok uvádíme na trh čtyři až osm nových řad a s ohledem na stávající nabídku je rozšiřování kolekce adekvátní velikosti trhu. Z nových výrobků, kromě lišt, nabídneme úplnou kolekci výměnných rámu pod třemi obchodními názvy. Chtěli bychom v Liře také udělat malou předváděcí místnost, vzorkovnu pouze německého sortimentu lišt, který budeme stále držet odděleně od českého zboží. Německý sortiment má svá specifika.

Na podzim opět po roce chystáme již tradiční setkání se zákazníky, na kterém jim chceme ukázat, jak se Lira rozvíjí, přiblížit jim naše nové postupy, co to všechno obnáší a předvést nějaké novinky.

Věděli jste?

Zakladatel továrny na výrobu obrazových lišt a rámu, dnešní Liry, Ludvík Schönbauer vedl původně dílnu, ve které stavěli oltáře a vybavovali kostely.

PERSONÁLNÍ ZMĚNA MILAN KLEČKA VEDE SERVISNÍ CENTRUM



Milan Klečka

TATO ZMĚNA VE SPOLEČNOSTI LIRA JE TAK DŮLEŽITÁ, ŽE SI VŠE, CO S NÍ SOUVISÍ, VYŽADUJE DENNÍ KONTROLU A SYSTÉMOVÉ ŘÍZENÍ.

Proto po třinácti letech působení v Liře na pozici exportního manažera, byl Milan Klečka pověřen řízením celého servisního centra.

Jaké jsou vaše cíle v nové pozici v nejbližších měsících?

Je to zefektivňování postupů a vylepšování kvality servisů, na které byl německý trh zvyklý. Celý systém je vzájemně propojený a máme pouze jednu kvalitu pro všechny trhy. Nejedná se pouze o výrobu rámu, ale také o nákup obchodovaného zboží a řádnou evidenci celého sortimentu na skladě. Žádný zákazník není velký ani malý. Ke každému máme stejný přístup. Z důvodu logistiky však český zákazník dostává své zboží od objednání vždy jako první.

Máme i další cíle, které s kvalitou a efektivitou přímo souvisí. A tím je stabilizace týmu pracovníků, jejich školení, univerzálnost a velká otázka je bezpečnost.

Jaký to pro českého zákazníka bude mít dopad?

Jednoznačně rozšíření sortimentu, vyšší standard kvality, nové technologie, materiály. Naučili jsme se větší pečlivosti.

Citát:



Člověk, který pracuje rukama, je dělník.
Člověk, pracující rukama a mozkiem, je řemeslník.
Ale člověk, který pracuje rukama, mozkiem, je umělec...

Louis Nizer

KOMODO

Řada Komodo je úspěšná díky rostoucí popularitě japonského nábytku, zejména tím, že nabízí doplňkové červené a černé lišty. Zahrnuje osm profilů, z toho jeden tvaru „L“ na plátna. Komodo vyniká autentickou čínskou povrchovou úpravou s řemeslně provedenými detaily. Kolekce je k dispozici ve dvou lakovaných provedeních, červená a černá. K dosažení vzhledu podobnému asijskému lakovanému nábytku jsou ručně sražené hrany profilů, odhalující základní dřevo. Tyto moderní profily budou vyhovovat všem typům uměleckých děl, zejména fotografiím a orientálnímu stylu.

RÁMY JSOU V NABÍDCE VE DVOU BARVÁCH:

ČERVENÁ (LNLJ241240, LNLJ261240, LNLJ314240, LNLJ401240)
ČERNÁ (LNLJ241250, LNLJ261250, LNLJ314250, LNLJ401250)

LARSON & JUHL



Lira uvádí na trh nové kolekce lišt pro první pololetí roku 2015. Všechny tyto nové produkty reagují na nové trendy na trhu a zaměřují se na specifické možnosti pro zvýšení prodeje.

VAGABOND

Výjimečné lišty řady Vagabond jsou inspirovány street artem. Jednoduchý motiv ozdoby na horní ploše profilu a tažená patina na zadní části lišty podávají důkaz o ruční řemeslné práci. Řada lišt je vhodná k rámování soudobého i tradičního umění. Lišty jsou dostupné skladem a jsou certifikované PEFC.

Vagabond je zařazen do katalogové složky Exclusive.

LARSON & JUHL

RÁMY JSOU V NABÍDCE VE DVOU BARVÁCH:

ČERVENÁ (LNLJ241240, LNLJ261240, LNLJ314240, LNLJ401240)
ČERNÁ (LNLJ241250, LNLJ261250, LNLJ314250, LNLJ401250)

LIŠTY JSOU V NABÍDCE VE DVOU BARVÁCH:

TMAVÉ HNĚDÉ AŽ BRONZOVÉ (LO 4335 2893, LO 2738 2893)
SVĚTLÉ HNĚDÉ AŽ ZLATÉ (LO 4335 2813, LO 2738 2813)

Všechna dokončení jsou dostupná v metráži i jako hotové rámy nebo přířezy na míru. To znamená servisem Chop/Join.

Věděli jste?

Kořeny společnosti Larson Juhl sahají do roku 1893, kdy v Seattlu vzniklo zakázkové rámařství, z něhož se postupně stala významná firma Pacific Picture Frames.

bc | LIRA BASIC COLLECTION

EUROPA
FRAMES

ZEPPELIN

Lišta imituje kovové pláty, upevněné po celém obvodu lišty. Design je inspirován leteckým průmyslem. Lišty jsou dostupné ve dvou barevných provedeních. Stříbrném a kovově černém. Vyrobeny z české borovice, certifikovány PEFC. Zeppelin je zařazen do katalogové složky Exclusive.

LIŠTY JSOU V NABÍDCE VE DVOU BARVÁCH:

STŘÍBRNÁ (LO 3144 2408)
KOVOVĚ ČERNÁ (LO 3144 2508)

Všechna dokončení jsou dostupná v metráži i jako hotové rámy nebo přířezy na míru. To znamená servisem Chop/Join.

VÝMĚNNÉ
RÁMY

NOVINKA

BARTH®

Exkluzivní značka vyznačující se vysokou kvalitou zpracování, s precizními komponenty. Konstrukce využívá nejvyšší kvalitu hliníkových spojovacích komponentů, pro zajištění tuhosti rámu. Zabroušené floutové sklo má zabroušené rohy pro bezpečnou adjustaci a záda jsou vyrobeny z tvrzené dřevovláknité desky vysoké kvality, s přesným řezem a hladkým povrchem. Výrobek se vyznačuje čtyřbodovým závěsným systémem, který umožňuje jednoduchou instalaci a perfektní rozložení síly. Tímto systémem jsou vybaveny rámy do velikosti 29,7 x 42 cm.



Dřevěné rámy jsou z masivního jasanu, ořechu nebo topolu a to na čtyřech různých moderních ostrohranných profilech. BARTH pracuje kromě masivního dřeva i s hli-

nikovými profily, které jsou obaleny pravou dýhou. To znamená skutečný luxus na poli výměnných rámu. Zde jsou v nabídce dva profily. Mimo jiné jsou v nabídce i rámy pro 3D rámování objektů, které obsahují vymezovací hranolky mezi sklem a deskou.

change it!

Rámy z této kolekce jsou dřevěné a hliníkové tradiční rámy s klasickými komponenty k všestrannému použití. Kolekce se skládá z deseti dřevěných a dvou hliníkových profilů. Kolekce je doplněna o floutové rámy základních barev a formátů. Veškeré rámy rozměrů do 24 x 30 cm jsou opatřeny nožkou pro postavení rámu na stůl. Řetězec od výrobce ke spotřebiteli zajišťuje opravdu příznivou cenu na trhu.



i f r a m e s

Poslední značka byla vyvinuta zejména pro menší rozměry rámečků s důrazem na rozpočet. Profily jsou vyrobeny pouze ze dřeva a jsou menších rozměrů. Hodí se převážně na fotografie, pro umístění na stůl.

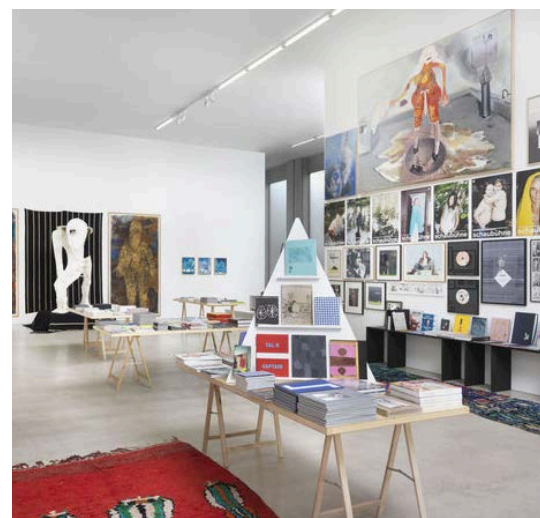
Jsmo přesvědčeni, že výběrem sortimentu, rozměrů a ceny přinášíme našim zákazníkům nové prodejní možnosti. Veškeré zboží je již naskladněno. Nyní připravujeme zalistování zboží na internetové stránky a nezbytný marketingový materiál. Počítáme i s tištěným katalogem veškerého zboží.

Celý sortiment bude uveden v novém distributorském ceníku 2015/16. Na rámy budou stanoveny také lákavé množstevní slevy. Již nyní platí, že výměnné rámy pro Českou republiku a partnery Liry v zahraničí se kupují už jedině od Liry, českého výrobce a distributora s nejširší nabídkou a největší skladovou zásobou!



PŘEHLÍDKA OBRAZŮ...

.....
UKAŽ MI, JAK VĚŠÍŠ
SVÉ OBRAZY, A JÁ
TI ŘEKNU, KDO JSI.
TO, JAK JSOU OBRAZY
PREZENTOVÁNY,
PROZRADÍ MNOHÉ
O TOM, KOMU PATŘÍ.
.....



O tom, jak „správně“ pověsit obrazy, se pochybovalo vždy. Přitom se jedná spíše o otázku vkusu než doktríny, jak si to myslíme právě my.

Například Bruno Brunnet, šéf galerie Contemporary Fine Arts z Německa by na svých stěnách v žádném případě neodděloval pes-tré dětské malůvky a velkoformátová díla významných umělců. Kdokoliv se na propletené aranžmá na Brunnetových stěnách podívá, má o životě tohoto galeristy hned jasno. „Když vidím svůj život na stěně, cítím, že žiju,“ říká osvětobrovské sebevysvětlující nástěnné vizitce on sám.

Ten, kdo se domnívá, že se jedná o nedbalost, když na Brunnetových stěnách visí ten či onen obraz trochu nakřivo, se plete – to jsme ostatně čekali! Původci těchto „nedbale“ pověšených obrazů tím však spíše demonstrují své podceňování. Podle nich mají umělecká díla patřit ke každodennímu životu a ne mystifikačně trůnit na podstavci.

Který život se neskládá z malých zlomků? Zda je takový pohled na věc správný nebo špatný, o tom se můžeme dohadovat.

V každém případě je jisté jedno: obrazy vždy přitahují pohledy. Nezávisle na tom, zda visí v bytě nebo ve veřejném prostoru. Proto v každém případě radíme, abyste nepřemýšleli jen o obraze jako takovém a o jeho rámu, ale také o tom, kde a jak má na stěně viset. Náročným sběratelům umění, i když nemají žádné velké poklady, dnes už nestačí jen nechat si obrazy nebo fotky perfektně zarámovat, s paspartou, muzejním sklem. Celková kompozice je dokončena až tehdy, když obraz zapad-

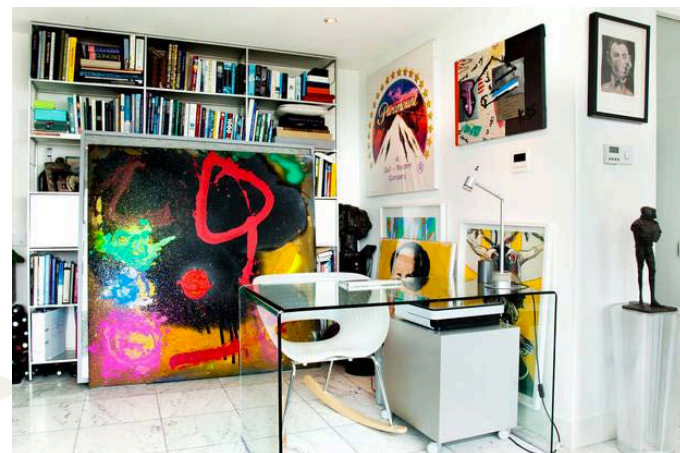
ne do svého okolí. A pak je už docela jedno, zda dílo zavěsít, nebo prostě jen opřít.

ANO, PŘESNĚ, OPŘÍT!

Zastánci této myšlenky patří k povahám, které se dokáží otevřít a nechtějí zakotvit. Proto postaví obraz dnes sem, zítra ho opřou jinde a pozitivní přenesou do jiné místnosti. Kdo by se divil této nerozhodnosti v době, kdy nic není jisté? Kdo dnes ví, co bude zítra?

OBRAZY NA STĚNĚ VERSUS WHITE CUBE

Možná je ale všechno úplně jinak. Říká se, že právě profesionální sběratelé umění umí ocenit určitou flexibilitu. Zkoušejí všechna myslitelná umístění a nechávají je na sebe působit. Až po několika týdnech padne rozhodnutí a obrazy smějí přijít na místa svého určení. Zajímavý je vedle toho ještě další aspekt: ten, kdo svůj obraz viditelně bezstarostně opře o stěnu, tím chce sugerovat něco zcela jiného - rutinu a určitou samozřejmost v zacházení s uměním. Můžeme to shrnout asi takto: Čím lehkomyšlnější je uspořádání obrazů, tím větší je znalec-



tví nebo ješitnost, která za tím vězí.

Při vší různorodosti názorů především v uměleckých kruzích panuje shoda v jednom - jen jediný obraz nad gaučem v obývacím pokoji. V tom případě raději žádný obraz. Galerista Judy Lybke například není v soukromí obklopen žádnými obrazy, jak říká, a ukazuje holé bílé stěny. A jako argument říká: „Celý den pracuji s uměním, a pak, když jsem doma, chci mít prostě klid!“

Co tedy říci zákazníkovi, když prosí o pár rad ohledně věšení obrazů?

Dnes umění nakupuje stále více lidí. Umění patří pro řadu lidí k životu stejně jako jídlo nebo pití.

PETROHRADSKÉ VĚŠENÍ VERSUS PURISMUS

Kolik existuje rámu obrazů, tolik existuje možností, jak je pověsit na zeď. Důležité je, abyste zákazníci ukázali, že obrazy mohou místnost změnit k lepšímu, ale také k horšímu. Zeptejte se žadatele o radu, jaké věšení obrazů preferuje, zda dává

přednost puristickému stylu nebo spíše rozmanité variantě. Zda už ví, kam chce své obrazy pověsit. A ukažte mu, že obrazy nelze prostě jen tak přibít na zeď, zejména ne v případě, když máte určitou představu, neboť pak se může stát, že obraz bude viset příliš hluboko, jiný obraz příliš vysoko, další se nebude hodit k zařízení a výsledek vůbec nebude korespondovat s vlastní představou. Upozorněte zákazníka, že musí vše předem přesně naplánovat, a to nejlépe nejprve na papíře pomocí tužky a pravítka.

Není jednoduché podnikat a už vůbec ne v oblasti umění. Ale udržet svoji živnost s rámařstvím a sklářstvím na malém městě, to nemůže být samo sebou. Vědí o tom své dlouholetí zákazníci Liry manželé Kundratovi ze Zábřehu na Moravě. Jejich rámařství, přestože je na okraji malého města, je vyhlášené široko daleko. Možná nejen pro jejich technické vybavení, vkusný interiér prodejny, ale také kreativní a osobitý přístup ke každému zákazníkovi. Využili jsme jejich návštěvy a zeptali se na několik slov.



Přestože máte svoji živnost na malém městě, jste známi po celém kraji, jezdí se k vám radit a rámovat lidé z širokého okolí. Kdy a proč jste se pro toto řemeslo rozhodli? Jak jste se stali rámaři?

Naše provozovna se nachází na okraji malého města Zábřeh na Moravě. S rámováním obrazů začali moji rodiče, měli to jako doplněk ke sklenářství, které otevřeli v roce 2002. Po odchodu rodičů do důchodu potřebovala firma následovníka a tak jsem v roce 2008 opustil své tehdejší zaměstnání a živnost převzal. Během jednoho roku se mnou začala pracovat i manželka a rodiče definitivně firmu opustili. A tak jsme se stali rámaři.

Jak vnímáte současnou situaci v rámařském oboru?

Díky krizi, která nás v roce 2008 také postihla, znatelně poklesl objem zakázek ve sklenářství a my se začali více orientovat na rámování. Dovybavili jsme dílnu kvalitním profesionálním nářadím a stroji pro rámování a rámařství začalo být postupně na vzestupu. Hlavně díky manželce, která v sobě našla skrytý talent pro tuto práci a vnesla do rámování podstatně vyšší úroveň. To je dáno především její kreativitou, fantazií, uměleckým cítěním a schopností neustále vymýšlet nové možnosti. Začali jsme dělat, jak my říkáme, „umělecké rámování“.

Pochopitelně tohoto si nemohli nevšimnout naši zákazníci, zvýšila se nám prodejnost a to bez jakékoli reklamy. Dnes si k nám najdou cestu nejen lidé z okolí, ale i zákazník například z Brna už není výjimkou.

V čem vidíte základ vašeho úspěchu?

Doba není jednoduchá a to nás nutí neustále jít dopředu, něco nového vymýšlet a nabízet nové produkty. V tom je naší velkou oporou právě Lira, která jde s dobou a je schopna své zákaznické zásobovat novými typy lišt se skvělým designem. V současné době jsou zákazníci náročnější, proto je třeba s nimi pracovat trpělivě a umět jim nabídnout něco víc, než nabízejí hypermarkety nebo internet, myslím

Největší reklamou je naše práce

tím osobní kontakt, umění navrhnout správný druh rámování, design a kvalitu.

Jací jsou dnešní zákazníci? Trvají si více na svém, na svých představách, nebo už více své představy konzultují a nechají si poradit?

Práce se zákazníkem u nás nespočívá v tom, že se zákazník pustí ke stěně se vzorky, ať si sám vybere, ale nejprve si vyslechneme jeho představu a poté mu nenásilně předvedeme naši představu a možnosti rámování, o kterých většina zákazníků často nemá ponětí. Chce to ale hodně trpělivosti, někdy se zákazníkem vybíráme třeba hodinu, ale o tom ta práce je. Je důležité sladit rámování nejen k dílu, ale zakomponovat ho i do interiéru. Zde se dá pomoci například fotografiemi, u náročnějších zákazníků není návštěva v domě, či bytě na škodu.

Je v rámařství něco, co se naopak nemění, co zůstává řadu let stále stejné? Právě ten přístup k zákazníkovi.

Jaké lišty, rámy máte nejraději? S jakými se vám nejlépe pracuje?

Nebojíme se pracovat s filetkami, skládanými rámy, různými typy skel, pasparty jsou samozřejmostí, zkrátka si s rámováním rádi pohrajeme.

Setkali jste se už s nějakou zajímavou, specifickou zakázkou?

Rámovat se dá prakticky všechno. Za dobu našeho působení se ještě nestalo, že bychom si s nějakou zakázkou neporadili. Z cenných věcí to byly například fotografie z konce 19. století, exponované na stříbrný plech (první způsob výroby fotografií) nebo obrazy malované na rýžovém plátně z 18. století. Když přijde zákazník s hodnotnějším dílem, věc si poměříme, zákazník si ji vezme zpět a jakmile máme rám kompletně nachystaný k adjustaci, zákazník přijde a na počkání mu dáme rám dohromady. V takovém případě nemusí mít zákazník o dílo strach.

Kolik let už spolupracujete s Lirou?

Lira je náš dodavatel lišt a rámu č. 1 a u nás nemá konkurenci. S Lirou spolupracovali už moji rodiče a spolupráce trvá již 12 let. Využíváme nabízených služeb, které jsou na vysoké úrovni, a to jak odběr lišt v metráži, tak i rámovací služby a nákup ostatního materiálu a nářadí. Byla však doba, kdy několik rámařství skončilo, čehož jsme naopak dokázali využít a podařilo se nám z výprodeje výhodně nakoupit rámovací techniku, která nám ještě chyběla. Nyní jsme schopni uspokojit v daleko větší míře naše zákazníky.

Děkujeme.

ZAPIŠTE SI DO DIÁŘE

Andy Warhol: I'm OK

13. 6. 2014 – 31. 12. 2015
Praha, Gallery of Art Prague
(palác U Bílého jednorožce,
Staroměstské náměstí)

Andy Warhol – jeden z nejproslulejších amerických umělců 60. let minulého století, původem z východního Slovenska, je jen těžko zařaditelný: malíř, grafik, režisér, fotograf hnutí pop-art, manažer rockové skupiny The Velvet Underground, zakladatel uměleckého studia The Factory...

Antonín Kratochvíl: Dogma

23. 5. – 31. 12. 2015

Jindřichův Hradec
Muzeum fotografie a moderních
obrazových médií
Český portrétní a reportážní fotograf žijící v USA.
V roce 1999 ho časopis American Photo zařadil
mezi sto nejvýznamnějších osobností světové
fotografie.

Dominik Mareš: Návrat kondotiéra

3. 9. – 30. 9. 2015
(denně 10:00 – 22:00)
Kafkův dům Praha,

náměstí Franze Kafky 3 – Praha 1

Jak vnímat novou výstavu Dominika Mareše v samém srdci Prahy na Staroměstském náměstí jinak než bilančně? Protože Návrat krvácejícího kondotiéra není nic jiného než cesta zpátky na počátek. Autor se symbolicky ocitá v metropoli, kde prožil své vzestupy a pády. Co může být lepšího pro bonvivána než se setkat se svými dávnými láskami a vznešeně se procházet po obrovském labyrintu svého vlastního díla. Výzvu k retrospektivnímu návratu představuje také specifická syrovost Kafkova domu, který ve třech podlažích umožňuje prožít spolu s divákem jakousi geologii vlastního díla.

NOVÝ ÚHEL POHLEDU

POKUSTE SE VYMANIT Z KAŽDODENNÍ ZABĚHNUTÉ RUTINY
A PŘIJĎTE S NOVÝMI NÁPADY, KTERÉ MOHOU INSPIROVAT
VAŠE ZÁKAZNÍKY A ZVÝŠIT VÁM PRODEJ.

Základem veškerého podnikání je dobrý nápad. Nejprve přišla myšlenka na podnikání v oblasti rámování obrazů a fotografií, které postupně dospělo do dnešní podoby. Nápady jsou impulzem k pokroku. S tím, jak podnikání vyžívá, však časem může dosáhnout stabilní, neměnné úrovně. Originální, klíčové nápady, které byly kdysi hnacím motorem vašeho podnikání, už nemají takovou sílu a může se dostavit nezáměr jako největší nepřítel veškerého podnikání v oblasti tvůrčí práce.

Dnešní zákazníci již mají dobré informace a v oboru se vyznají. Čtělí nové nápady a koncepty, které jim budou pomáhat zlepšovat jejich život. V rámování na zakázku se skrývá potenciál, který jim pomůže tohoto cíle dosáhnout. Rámování na zakázku je však do značné míry tím, co lze nazývat „reaktivním“ nákupem. To znamená, že je třeba, aby zákazník vydal prvotní impuls nebo poskytl nápad, než budete reagovat pomocí zhotovení rámu obrazu nebo fotografie.

Podnikání, které se primárně opírá o reaktivní produkt či službu, může být v těžkých ekonomických časech zranitelné. Jedním ze způsobů, jak zabránit nezáměru (či dokonce odmítnutí) v této oblasti podnikání, je soustavně nacházet nové způsoby, jak vzbudit impulzivní touhu po svém produktu. Abyste v tomto ohledu uspěli, je užitečné pochopit rozdíl mezi prodejem reaktivního produktu a prodejem produktu impulzivního.

REAKTIVNÍ PRODEJ PROTI IMPULZIVNÍM PRODEJŮM

Při reaktivním prodeji si každý zákazník rozhodne o svém vlastním podnětu nebo požadavku. V případě impulzivního prodeje produktů jste to vy, kdo dává klientovi podnět nebo impuls k provedení nákupu.

Pokud vám zákazník sdělí: „Mám skvělou fotku, teď ji jenom potřebuji zarámovat,“ řešení, které vaše podnikání poskytne, je reakcí na toto přání, a proto jde o reaktivní produkt. Naproti tomu, pokud docílíte toho,

že zákazník poví: „Páni, to je skvělý nápad. Myslím, že si to koupím; teď jenom potřebuji nějaké fotografie, které se do toho rámečku budou hodit,“ potom jste vytvořili impulzivní produkt. Jako příklad tohoto uvažování mohou sloužit dva rámečky na fotky o rozměrech 10 x 8. Oba mají stejný materiálový obsah i stejnou cenu. Přitažlivost pro zákazníka mají však zcela odlišnou. Například u jednoduchého rámečku na fotografie je stanoven potenciál v maloobchodní ceně do 250 Kč. Tento produkt zároveň nabízí velmi malý podnět pro impulzivní prodej, protože jde o běžný, obecně použitelný reaktivní produkt. Oproti tomu rámeček na mini koláže z fotografií upoutává pohled zákazníka a nabízí mu mnohem kreativnější potenciál.

Nejenže bude zřejmě mezi běžnými rámečky na fotky na prodejním regálu vynikat, ale rovněž bude moci přinést vyšší požadovanou cenu, řekněme od 300 Kč do 600 Kč, než běžný rámeček. Důvodem je, že v očích zákazníka je pojetí toho, jak lze rámeček používat, mnohem cennější než materiálový obsah rámečku. Když dojde na soubor obsahu prodeje s prodejní koncepcí, pokaždé vítězí právě koncepce. Z pohledu zákazníka je rámeček na mini koláže z fotografií méně běžný a představuje odlišné pojetí. Přestože pomocí řezačky se může tento design snadno vytvořit, ve srovnání s běžným rámečkem na fotografie se ještě nevyskytuje příliš často. Podstata spočívá v tom, že pokud hledáte nové způsoby vytváření produktů, které jsou pro přání zákazníků relevantní, budete vytvářet více impulzivních prodejů.

NECHTE ZA SEBE PROMLUVIT STĚNY

Většina zákazníků potřebuje vzorovou ukázkou, která jim pomůže udělat si představu o tom, co chtějí koupit, přičemž zpravidla nevědí, co chtějí

koupit, dokud to nevidí. Právě takhle myšlenka stojí za koncepcí produktového designu, díky níž slaví iPhone a iPady značky Apple takový marketingový úspěch. Stejný nápad funguje i v případě rámování na zakázku. Vnuknutí inspirace pomocí vystavených zarámovaných vzorků pomůže zákazníkům překlenout mezeru mezi tím, co můžete udělat vy, a tím, co chtějí zákazníci, ale zatím to ještě nevědí, dokud to nevidí. Určitě zde platí: „Nechte za sebe promluvit stěny!“ Přinášíme vám několik neatrých nápadů, které využívají osoby provádějící rámování a které berou toto hledisko v potaz a o nichž zároveň víme, že pomáhají vyvolávat impulzivní chování zákazníků a měnit je v nové zdroje příjmů.

IMPULZIVNÍ MYŠLENÍ

Co takhle vyvést před svým obchodem jednoduchou strategickou otázku „Co pro vás můžeme zarámovat?“ a stimuloval tak myšlenky svých zákazníků? Z psychologického hlediska platí, že pokud si zákazníci přečtou podobnou otázku, v duchu si na ni sami hned odpoví. V tomto případě to člověka nutí, aby se hlouběji zamyslel, než aby pouze reagoval na základní koncepci rámování fotek s uzpůsobenými individuálními potřebami. Je to skvělý výchozí bod pro to, jak přimět lidi, aby se více zamysleli nad tím, co by si pro sebe možná chtěli nechat zarámovat.

SENZAČNÍ RÁMEČKY, KTERÉ VÁS OHROMÍ

Co jedině přinutí zákazníky, aby se ve vašem obchodě zastavili, podívali se dvakrát a vydechli překvapením „Páni!“? Nic nevyvolá impulzivní reakci lépe než rám s vlastnostmi, které vás uvedou v úžas. Z praxe je zřejmé, že se klienti hodně spoléhají na inspiraci v oblasti

*Nejlepší inspiraci
mohou být
vaši zaměstnanci
a klienti.*

To vedlo k snadnému prodeji té samé závratné výše, aniž by bylo potřeba se více snažit. Osoba provádějící rámování proto vytvořila ukázkou na základě tohoto pojetí, kterou stále vystavuje, a nyní tento vysoce ceněný koncept pravidelně opakovaně prodává.

Faktor uvedení v úžas a nápady na impulzivní rámování nemusejí vždycky představovat koncepty pro náročné zákazníky. Například běžná výkladní skříň obchodurámečkypouhouplastickoulišťou a obyčejnou vývěsní tabulí nebude povzbuzovat k impulzivním nákupům. Kupující prostě neuchvátí běžné vzorky. Takový přístup se příliš spoléhá na to, že zákazníci sami najdou svůj impuls, zapojí představivost a budou mít touhu používat vaše produkty a služby. Chcete-li

stimulovat impulzivní chování, které vede k nákupům s momentální inspirací, je naprosto zásadní vytvořit výkladní skříň zaměřenou na nápady v oblasti rámování.

ZDROJE INSPIRACE

Kde tedy můžete najít více inovativní nápady? Nejlepší inspiraci mohou být vaši zaměstnanci a klienti. Rovněž však můžete čerpat dobré nápady z dobře zavedených zdrojů, jako jsou výstavy v tomto odvětví, časopisy, soutěže v rámování a internet, který už sdílí zákazníci a osoby provádějící rámování po celém světě. Díky webovým stránkám sociálních médií, jako je Facebook a rychle se rozvíjející nováček Pinterest, je nalézání nových zdrojů inspirace v souvislosti s rámováním, z nichž lze čerpat, snazší než kdy dřív.

Věděli jste?

Nejstarší patronkou uměleckých řemesel je bohyně Athéna. Podle řecké mytologie udělila lidem schopnost vyrábět pro sebe potřebné věci, dala jim i uměleckou výrobu, která svou dokonalostí měla vynikat nad obyčejné řemeslo.

*Rámování
tarotových
karet*

Maldorors

rámování uzpůsobeného potřebám zákazníka. Mezi našimi rámaři byl i takový, který byl schopen prodat nadšenému sběrateli jedinečný speciálně zarámovaný exponát sportovních karet, přičemž hodnota rámu uzpůsobeného potřebám zákazníka dosahovala závratné výše. Po dokončení této zakázky dostal svolení vystavit exponát ve své předváděcí místnosti, dokud si jej majitel nepřijde vyzvednout. V průběhu týdne přišel další zákazník s podobným projektem a vystavené dílo zhotovené pro prvního zákazníka na něj okamžitě udělalo dojem. Po malém přesvědčování zákazník řekl: „Chci mít fotku zarámovanou úplně stejně!“ a to i poté, co se dozvěděl cenu.

ROZHODUJÍCÍ FAKTOR

Nové obchodní příležitosti a zisky lze generovat vytvářením nových koncepcí. Než abyste se snažili přilákat nové zákazníky pomocí stávajících produktů a možností rámování, začněte vytvářet nové pojetí rámování a předvedte je svým zákazníkům. Inovace je hnacím motorem podnikání a dnešní klienti jsou zvyklí hledat nové nápady. Vdechněte svému podnikání nový život a vystavte na odív některé neatržené nápady, čímž zvýšíte povědomí svých zákazníků o tom, co pro ně můžete udělat. Budete vědět, že to děláte dobře, když vám váš zákazník poví: „Ten nápad se mi líbí, chci něco takového pro sebe.“



VÝMĚNNÉ RÁMY

S radostí oznamujeme, že vstupujeme na trh s novým sortimentem výměnných ráků.

V souvislosti s tím, že Lira sdružila sklad s německým a rakouským Larsonem Juhlem, nabízí svým zákazníkům skutečně širokou kolekci výměnných ráků ze dřeva a hliníku tří obchodních značek:

BARTH®

change it!

i f r ^ M E®

Celé spektrum výměnných ráků obsahuje bezkonkurenčních více jak 1500 druhů pro možnost okamžitého odeslání. Ráky jsou ze dřeva, jako je ořech, topol, jasan nebo borovice. Dále z hliníku a také hliníku obalovaného pravou dýhou. Výměnné ráky mají široké použití v domácnostech, kancelářích, veřejných prostorách nebo výstavních galeriích.

