



CZECH MADE: pochlubte se výjimečností

David Kubla

Víte, že značka kvality CZECH MADE patří do portfolia služeb České společnosti pro jakost? Jak takovou značku získat, pro které firmy je vhodná a jak náročný je proces předcházející jejímu udělení – o tom jsme hovořili s tím nejpovolanejším, s manažerem značky kvality CZECH MADE **Ing. Štěpánem Smejkaem**.





Nejdřív v úvodu pro ty, kteří ji neznají, značku CZECH MADE krátce představme.

CZECH MADE je značkou kvality s nejdelší tradicí v České republice. Vznikla s cílem usnadnit spotřebitelům a zákazníkům orientaci v kvalitních výrobcích a službách dostupných na českém trhu. Je jakýmsi jednoduchým návodem pro spotřebitele, jak vybrat kvalitní český výrobek nebo službu. Zároveň je jejím smyslem podpora odpovědných českých výrobců a poskytovatelů služeb, kterým záleží na celkové a prokazatelné kvalitě vlastních produktů a kteří chtějí poskytovat zákazníkům vysokou přidanou hodnotu. Určena je českým firmám, které se chovají eticky a ekologicky, investují čas i finance do zlepšování technologií výroby či zajištění služeb a kontinuálně se vyvíjejí. Značka podporuje společnosti v jejich rozvoji a růstu a je současně pro všechny zárukou vysoké kvality výrobků a služeb držitelů značky.

Pro které firmy je značka vhodná?

O značku se mohou ucházet všechny firmy registrované v České republice podnikající napříč všemi obory, ať už se jedná o výrobce, nebo poskytovatele služeb. Ani velikost firmy není rozhodující, každé hodnocení je specifické a připravené odborníky na danou oblast a je maximálně přizpůsobené konkrétní firmě.

Značku tedy může získat jakákoliv česká firma, která splní kritéria udělení značky a úspěšně prokáže svou kvalitu při hodnocení.

Jak se liší získání značky na výrobek a na službu?

Značku CZECH MADE mohou získat pouze české výrobky nebo služby, které úspěšně projdou několikaúrovňovým hodnocením kvality zaměřeným na šetření všech zainteresovaných stran. Objektívni hodnocení zajišťuje tým hodnotitelů složený z kvalifikovaných odborníků. U výrobců je toto hodnocení zaměřeno více na certifikace, zkoušky ze zkušeben a prověření kvalitativních vlastností hodnoceného produktu. U služeb je zase kladen větší důraz především na hodnocení spokojenosti zákazníků. Jak u výrobků, tak u služeb provádíme hodnocení na místě, během kterého hodnotitelé ověřují splňování podmínek přímo ve společnosti, provozovně či výrobě.

Na co všechno se zaměřují hodnotitelé?

Hodnocení je postaveno na třech pilířích, kterými jsou sebehodnocení, hodnocení spokojenosti zákazníků a hodnocení na místě přímo ve firmě.

Sebehodnocení slouží jako podkladová zpráva pro hodnotitele, v něm hodnocená firma sděluje sebereflexi k sobě a kvalitě produktu. Jako součást sebehodnotící zprávy firma předkládá také získané certifikace, protokoly o provedených zkouškách produktu ze zkušeben a další dokumenty dosvědčující kvalitu hodnoceného výrobku.

Zjišťování spokojenosti zákazníků provádíme s využitím online dotazníků, ty jsou rozesílány odběratelům a koncovým zákazníkům.

Významnou částí hodnotičího procesu je hodnocení na místě, tedy ověření kvality ve firmě přímo ve výrobě nebo v dalších provozovnách. V rámci tohoto hodnocení se přítomní hodnotitelé zaměřují mimo jiné na zavedené systémy kvality a prokázání celkové kvality výrobku nebo služby.

Jak dlouho trvá celý proces udělení značky?

Čas nutný k celému procesu udělení značky se liší především v závislosti na velikosti firmy a také na jejím aktivním zapojení se do celého procesu hodnocení. Pokud však jde vše podle plánu za aktivní spolupráce obou stran a firma je na hodnocení kvality

předem dobře připravená, celý proces udělení značky CZECH MADE trvá v průměru dva měsíce.

Co je pro firmy nejnáročnější při prokazování kvality?

To z velké části záleží na konkrétním oboru, ve kterém firma působí. Jestliže má zavedeny systémy řízení kvality, které jsou navíc certifikované, firma ucházející se o značku CZECH MADE je na ověřování kvality zvyklá a většinou velmi dobře připravená. To celý proces hodnocení značně urychlí.

V případě malých nebo rodinných firem systémy řízení kvality naopak občas certifikované nejsou, i přesto pro takovou firmu získání značky CZECH MADE není zase tak složité nebo nereálné. Jsme schopni hodnocení kvality do jisté míry flexibilně přizpůsobit jakékoliv české firmě a pokud splní nastavené podmínky a kritéria, může značku získat, nehledě na její velikosti.



Jak se značce daří v poslední době? Stoupá zájem ze strany českých firem?

Poslední dva roky se značce CZECH MADE daří celkem dobře. Domnívám se, že je to spojeno s pandemickým „krizovým“ obdobím, kdy si firmy lépe uvědomují, že je třeba se více odlišit, zapsat do povědomí zákazníků a hledat nové cesty, tak aby byla zachována kontinuita firmy. Současně je to také určité díky intenzivnější podpoře marketingových aktivit směřujících k rozšíření povědomí o značce CZECH MADE mezi spotřebiteli i potenciálními novými zájemci o její udělení. A zároveň také díky většímu zviditelnění současných držitelů.

Je nutné v této souvislosti zmínit, že proces udělování značky a hodnocení kvality prošel v minulém roce významnými změnami, tak aby validita ověřování kvality byla co možná nejvyšší a spotřebitel měl zaručenou jistotu správného nákupního rozhodnutí. Věřím, že právě díky těmto všem významným impulsům se jen za poslední rok zvýšil počet držitelů téměř o 40 %. A zájem českých firem dále stoupá.

Jistě důležitá otázka, která potenciální uchazeče napadne: Jak značka může pomoci firmám? Neboli, jaké jsou výhody pro držitele?

Značka pomáhá zejména po marketingové stránce. Logo značky CZECH MADE, které úspěšně hodnocené firmě propůjčujeme na dobu dvou let, je možné maximálně využít v marketingu, ať už na webu, sociálních sítích, na obalech, přímo na produktu, nebo v katalogích a mnoho dalšími způsoby. Firma se tak může pochlubit svým současným a potenciálním novým zákazníkům, že kvalita jejího výrobku nebo služby byla odborně ověřena nezávislou stranou, a oni mají tak jistotu, že nakupují kvalitní a český produkt. Osvědčené firmě se zároveň zvyšuje její důvěryhodnost a konkurenceschopnost.

Neméně důležitý je fakt, že značka je ideální způsob, jak kromě kvality potvrdit také právě český původ společnosti a jejího produktu.

Pro firmu tak ze získání této značky nastává synergie celé řady přínosů. Zároveň se výrobek nebo služba stane součástí Národního programu Česká kvalita, který spravuje Ministerstvo průmyslu a obchodu a jehož součástí také naše značka CZECH MADE je.

Je značka určena jen na výrobky a služby pro koncového zákazníka? Je vhodná i pro oblast B2B?

Značka CZECH MADE je samozřejmě vhodná jak pro oblast B2C, tak pro B2B. Česká firma, která necílí přímo na koncové zákazníky, ale na své odběratele, může díky této značce prokázat vysokou kvalitu své produkce, což je v oblasti B2B klíčový prvek celého dodavatelsko-odběratelského řetězce.

Které firmy se v současné chvíli mohou chlubit držením značky CZECH MADE?

Značkou CZECH MADE může označovat své kvalitní výrobky nebo služby řada českých firem ze široké škály oborů. Mezi ty větší patří například pražský Dopravní podnik a Česká průmyslová zdravotní pojišťovna, dále výrobce dveří SOLODOOR nebo výrobce izolací Union Lesní Brána. Na druhé straně značku drží také řada rodinných firem, jako je třeba výrobce vlajek Libea nebo výrobce dopravníků RATAJ. A celá řada dalších...

Ačkoliv se každý držitel značky liší od těch ostatních svým zaměřením, jedno je jednoznačně spojuje. A tím je jejich maximální orientace na kvalitu produkce a s tím spojená spokojenost jejich zákazníků.

Autor:

David Kubla, šéfredaktor PK

Vybraní držitelé značky CZECH MADE

