



Glasnik

List PTP DIS d.o.o. ■ decembar 2008. ■ broj 1 ■ godina I ■ izlazi dvomesečno



DIS market u Lazarevcu

Otvaranjem prvog marketa 2006. godine u Smederevu počinje novo poglavlje u poslovanju DIS-a. Kompanija koja je petnaest godina ranije poslovala kao veletrgovina, u dvogodišnjem periodu otvara ukupno šest marketa. Otvaranjem marketa u Smederevu, Mladenovcu, Jagodini, Kruševcu, Velikoj Plani i Lazarevcu, DIS ozbiljno konkuriše u oblasti maloprodaje. DIS market u Lazarevcu, svrstava se u kategoriju većih marketa. Na površini od 4.000 m² polovinu zauzima prodaja, ekspres restoran sa bogatim menijem i 96 mesta za sedenje, prodavnica računarske opreme, dva butika i sportska

kladionica. Meštanima Lazarevca ponuđeno je više od 15.000 artikala prehrambene robe, kućne hemije i bele tehnike, dok DIS mini pijaca, ribarnica i mesara, upotpunjuju ponudu. Račun kupci mogu da plate na 16 kasa. Prateći katalog proizvoda na mesečnom popustu, mogu se pribaviti više od 150 proizvoda po posebno niskim cenama. Proizvodi sa cenama nižim za 50% mogu se kupiti na vikend sniženjima svakog petka, subote i nedelje. U DIS marketima dostupne su usluge "Findomestic banke", a kupcima je omogućeno plaćanje karticama - Co-branding DIS Komercijalna banka Dina karticom, koja omogućava odloženo plaćanje na 90 dana.



DIS robna marka DOBRO

Kompanija DIS promovisala prve artikle iz široke palete proizvoda DIS-ove robne marke DOBRO. Prvi artikli ponuđeni kupcima jesu ulje, brašno, šećer, pasulj, voda...



Rođendan marketa u Kruševcu

Godišnjica rada DIS marketa u Kruševcu obeležena je sečenjem torte i otvaranjem šampanjca a svaki stoti kupac, nagrađen je besplatnom kupovinom.

Najbolji radnici DIS-a

Sladana Dunić, kasir DIS marketa u Velikoj Plani i Aleksandar Kandić, odvajaju u hali 1 magacina u Krnjevu, najbolji radnici Kompanije DIS u proteklom periodu.



Hiljade i hiljade proizvoda, svakodnevno prođe kroz ruke ovih vrednih radnika. Odgovornost prema poslu, brzina i uspostavljanje dobrih odnosa sa Kolegama jesu njihove zajedničke osobine, ističu njihovi predpostavljeni.

**Dobar
za dijetu**

Ehrmann



Glasnik

IZDAVAČ:
PTP „DIS“ d.o.o.
Bulevar oslobođenja 1b
11319 Krnjevo

REDAKCIJA:
Danijela Milovanović
Ivan Šuleić
Miloš Šundić
Vladimir Kazaković
Vladimir Josifović
Nikola Nikolić
Ivan Skokić

KONTAKT:
MARKETING SLUŽBA
026 330 142
dmlilovanovic@disyu.com
nnikolic@disyu.com

ŠTAMPA:
Rotografika d.o.o.

DIS Glasnik je besplatan i izlazi dvomesečno. Elektronsko izdanje lista DIS Glasnik nalazi se na sajtu

www.disyu.com

Glasnik

Sadržaj:

- 5** Otvoren DIS market u Lazarevcu
- 6** DOBRA cena DOBAR kvalitet
- 8** Kroz moje ruke prođe...
- 11** Brzina za nagradu
- 12** DIS- moj uzor u poslovanju
- 13** Ukus prirode, duh tradicije
- 14** Nagradna igra

Za nama je uspešna poslovna godina

Ukupne aktivnosti u DIS-u rezultirale su povećanjem ukupnih prihoda našeg preduzeća ukoliko poredimo sa predhodnom poslovnom godinom.

PTP „DIS“ d.o.o. za sobom ima uspešnu poslovnu godinu. Najznačajniji rezultati preduzeća DIS tokom 2008. godine vezani su za širenje naše maloprodajne mreže. Otvaranjem objekata u Jagodini, Mladenovcu i Lazarevcu naši ukupni maloprodajni kapaciteti povećani su za 10.000 kvadratnih metara. Povećavajući maloprodajne kapacitete DIS je zaposlio još 250 novih radnika i na taj način je osim na kvalitetniju snabdevenost stanovnika određenih sredina, uticao i na sveukupni razvoj lokalnih zajednica na čijoj teritoriji su smešteni maloprodajni objekti DIS-a.

Na tržištu smo konkurisali i nedavno promovisući sopstvenu robnu marku DOBRO kojom smo obuhvatili najpre osnovne životne namirnice koje su kao DOBRO proizvod kupcima dostupne po vrlo niskim cenama, ali uz već potvrđeni kvalitet jer sve DOBRO proizvode pakuju renomirani proizvođači. U planu preduzeća DIS je plasman ukupno 100 najrazličitijih proizvoda objedinjenih robnom markom DOBRO.

Uporedo sa navedenim aktivnostima tekao je i proces poboljšanja naše unutrašnje organizacije čime se povećao stepen efikasnosti poslovanja. Ukupne aktivnosti u DIS-u rezultirale su povećanjem ukupnih prihoda našeg preduzeća ukoliko poredimo sa predhodnom poslovnom godinom.

U Distributivnom centru DIS-a u Krnjevu došlo je do modernizacije procesa rada. Povećanje obima posla zahteva nova ulaganja u postojeću tehnologiju kako bi smo



odgovorili sopstvenim potrebama i bili uvek korak ispred zahteva savremenog tržišta. U tom smislu, dobar deo ulaganja u predstojećoj poslovnoj godini odnosiće se na osavremenjavanje serverskih sistema i računarske mreže što će doprineti još bržoj razmeni podataka i uštedi vremena utrošenog na bilo koju operaciju u procesu rada. Efikasnost je tokom 2008. godine povećana u sektoru transporta kupovinom novih 12 dostavnih, 10 teretnih vozila i 20 hladnjača. Imajući u vidu dosadašnje rezultate poslovanja, planovi za narednu 2009. godinu odnose se na širenje maloprodajnog lanca otvaranjem novih prodajnih objekata širom Srbije

Darko Ačimović
Generalni direktor DIS-a

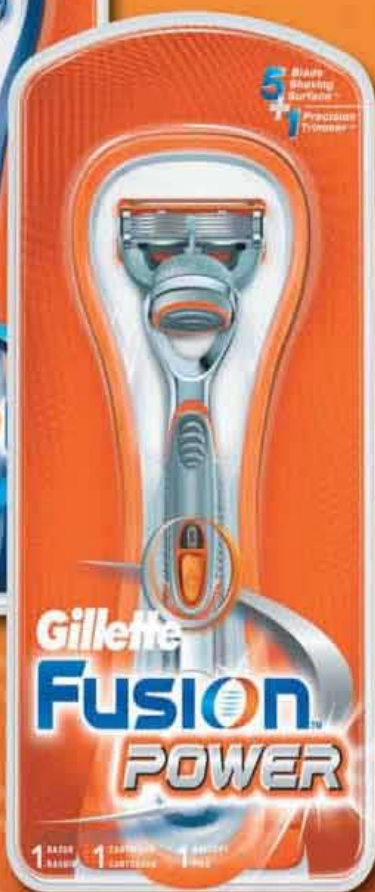


Gillette®

FUSION™ POWER

New!

**Breakthrough Technology
on the Front & Back**



Novo!

Otvoren DIS market u Lazarevcu

Prvi hiper market u Lazarevcu lociran na Ibarskoj magistrali

Otvaranjem prvog marketa 2006. godine u Smederevu počinje novo poglavlje u poslovanju DIS-a. Kompanija koja je petnaest godina pre poslovala kao veletrgovina, zalazi u oblast maloprodaje i u dvogodišnjem periodu otvara ukupno šest marketa. Otvaranjem marketa u Smederevu, Mladenovcu, Jagodini, Kruševcu, Velikoj Plani i Lazarevcu, DIS ozbiljno konkuriše u oblasti maloprodaje.



DIS market u Lazarevcu otvoren je 30. oktobra. Presecanjem vrpce, svečano ga je otvorio Branko Borič, predsednik opštine Lazarevac, koji je tom prilikom rekao: „Na dan otvaranja, želeo bih da ukažem na višestruke efekte ovakve investicije u našoj lokalnoj zajednici. Najpre, opština je urbanistički uredila lokaciju na kojoj je smešten DIS market i siguran sam da će naši lokalni privrednici naći interes u saradnji sa privrednim gigantom kakav je DIS. Osim toga, jedan broj naših sugrađanja ovde je našao posao, a mi, potrošači dobili smo market u kome ćemo se kvalitetno snabdeivati po pristupačnim cenama“.

svega, zbog cena znatno nižih u odnosu na robu drugih proizvođača ali i pakovanja koje je svojim jednostavnim izgledom privuklo pažnju svakog kupca.



Niz iznenađenja za kupce

Na dan otvaranja DIS marketa u Lazarevcu kupcima je pripremljeno niz iznenađenja. Svaki stoti, od ukupno 2.873 kupaca koliko ih je tog dana kupovalo u DIS marketu, nagrađen je besplatnom kupovinom svega što mu se u Trenutku proglašavanja stotim kupcem našlo u korpi. Besplatnom kupovinom DIS je na dan otvaranja Lazarevčanima poklonio 50.000

dinara. Samo u prva dva dana kroz DIS market prošlo je 5.500 kupaca, što potvrđuje našu poslovnost i potrebu za postojanjem jedne ovakve trgovine u Lazarevcu.

Proizviđač suhomesnatih proizvoda po tradicionalnoj recepturi „Zlatiborac“, poslovni partner DIS-a, od trenutka otvaranja prvog marketa, nagradio je svakog kupca rođenog 30. oktobra. Vikendom na Zlatiboru za dve osobe, firma „Zlatiborac“ nagradila je 1885 kupca DIS marketa, u znak sećanja na godinu početka rada kompanije.

Pomoć stanovnicima Lazarevca

Pored zapošljavanja 100 radnika u Lazarevačkom DIS marketu, lokalnu zajednicu kompanija DIS podržala je donacijama u visini od 80.000 dinara po koliko su dobili: Udruženje osoba sa invaliditetom „Hipokrat“ za kupovinu ortopedskih pomagala nepodnih članovima udruženja i porodica Stevanović iz Lazarevca sa čak osmoro dece.

DOBRO robna marka DIS-a

30. oktobra, na dan otvaranja marketa u Lazarevcu, DIS je promovisao sopstvenu robnu marku "DOBRO". Šećer, brašno, feferoni, ajvar i kornišoni marke DOBRO bili su sastavni deo svake potrošačke korpe, pre





DOBRA CENA DOBAR KVALITET

SVE JE DOBRO

Osim jedinstvenim načinom poslovanja u oblasti veleprodaje i stvaranjem ozbiljne konkurencije u maloprodajnom svetu, kompanija DIS se od skora, izdvojila i plasmanom sopstvene robne marke na srpsko tržište. Ulje, šećer, brašno i drugi proizvodi koje za sada objedinjuje DOBRO, razlikuju se od ostalih dobrom cenom, dobrim kvalitetom i specifičnim dizajnom pakovanja svakog proizvoda. Govoreći o razvojnom putu DIS robne marke DOBRO, gospodin Nenad Jelić, komercijalni direktor kompanije DIS, najavljuje još 100 novih proizvoda DOBRO koji se mogu svrstati u osnovne potrebe, svake kuće.

Krajem oktobra meseca, na dan otvaranja DIS marketa u Lazarevcu, promovisana je DIS robna marka DOBRO. Kakva je suština ovog poslovnog poteza?

- Posedovanje robne marke u slučaju DIS-a predstavlja novu dimenziju brige o potrošačima, čija je suština da najtraženiji proizvodi kupcima budu dostupni po što nižim cenama. DOBRO artikli kupcima su dostupni ne samo u našim maloprodajnim objektima

već i u svim drugim koje snabdeva distributivni centar DIS-a.

Koji DOBRO proizvodi su u ovom trenutku dostupni potrošačima?

- Na samom početku razvoja robne marke DOBRO, DIS se postarao da kupcima najpre budu na raspolaganju proizvodi koji su najneophodniji u domaćinstvu svake porodice. U ovom trenutku na tržištu se mogu naći DOBRO šećer, ulje, brašno, pasulj, pirinač, voda, dve vrste marmelade, kukuruzno brašno, palenta, ajvar, feferoni, kornišoni, viršle i deterdžent za sudove.

Da li su dosadašnji rezultati prodaje proizvoda DOBRO u skladu sa vašim prvobitnim očekivanjima?

- I ako ova robna marka još nije dostupna na svim prodajnim mestima koja su prvobitno planirana, moram da izrazim zadovoljstvo

početnim rezultatima koji, kada je o prodaji pojedinih proizvoda reč, prevazilaze naša očekivanja. Jedan od razloga uspešne prodaje jeste i sam izbor dobavljača svih do sada plasiranih proizvoda robne marke DOBRO. Saradujemo isključivo sa dobavljačima koji zauzimaju lidersku poziciju na srpskom tržištu. Dakle kada je o robnoj marki „Dobro“ reč oslanjamo se isključivo na kvalitetan proizvod.

U trenutku kada se DOBRO pojavilo na tržištu brojne pozitivne reakcija izazvao je dizajn. Koliko je vizuelni identitet uticao na dobru prodaju DOBRO proizvoda?

- To je vrlo bitan detalj u ukupnom razvoju robne marke. Zato i jesmo vodili računa o tome da se svi proizvodi koje objedinjuje robna marka DOBRO značajno vizuelno razlikuju od svega onoga što se do sada pojavilo na tržištu. Jednostavnost dizajna u ovom slučaju privlači pažnju potrošača i nema





bojazni da će se DOBRO utopiti u šareniš kakav u ovom trenutku preovladava na tržištu.

Proizvode robne marke DOBRO, pre svega, promovišu značajno niže cene u odnosu na iste proizvode drugih proizvođača. Koji je način za postizanje ovakve cene?

- DOBRO proizvodi su jeftiniji ne samo u odnosu na druge proizvođače, već i sopstvenu komercijalnu robnu marku proizvođača koji isti proizvod pakuje i za sebe i pod robnom markom DOBRO. Razlog za takvu cenu, u našu korist naravno, jeste u tome što proizvođači u svojim kalkulacijama cene nekog proizvoda moraju da uračunaju troškove koji, kada je o pakovanju naše robne marke reč, idu na naš teret, pa mi i utičemo na njihovu visinu. Recimo, troškovi marketinga, sopstvene službe prodaje, transporta jesu samo potencijalni trošak DIS-a. Suština koncepta robne marke DOBRO jeste da u kategoriji svojih proizvoda bude najjeftiniji i po kvalitetu najbolji ili makar identičan sa najprodavanijim artiklom na tržištu.

Već prilikom promocije prvih proizvoda robne marke DOBRO nagovešteni su ambiciozni planovi, šta podrazumevaju?

- Budućnost robne marke DOBRO, zasniva se na širenju broja prodajnih mesta, to podrazumeva teritoriju čitave Srbije. Drugi korak jeste širenje samog asortimana na sve proizvode koji čine osnovnu potrošačku korpu. Ako se planovi budu odvijali predviđenom dinamikom, do sredine 2009. godine DIS treba da razvije najmanje 100 artikala robne marke DOBRO, kao što rekoh, iz domena osnovnih kućnih potrebitina. Kupci koji se odluče za kupovinu proizvoda DOBRO ostvariće značajnu uštedu u kućnom budžetu.



sve je dobro

Kroz moje ruke prođe 30 tona dnevno

Nijedan posao nije lak



Aleksandar Kandić magacinski radnik – odvajlač, u DIS je došao pre trinaest godina i kao radnik na izgradnji objekata koji čine današnji distributivni centar ovde započeo svoj radni vek. O kakvom je radniku reč svedoči činjenica da je Aleksandar više puta do sada nagrađivan zvanjem najboljeg radnika, što prati i adekvatna novčana nagrada.

„Već dugo radim na poslovima odvajlača. Ovaj posao podrazumeva pripremu - odvajanje robe za kupce. Radni dan traje od 8 do 9 sati i odvija se po ustaljenom redosledu: dolazim na posao, uzimam bar kodove, otvaram račune i počinjem pakovanje robe. U toku jednog radnog dana, mogu da odvojim od 40 do 50 računova u zavisnosti od težine robe koja se nalazi na njima. Kroz moje ruke dnevno prođe od 700 do 1000 artikala ukupne težine između 25 i 30 tona.“

Govoreći o tome da ni jedan posao nije lak ali da se lepe stvari pamte a ružne zaboravljaju, Aleksandar ističe pomoć savremene tehnologije u svakodnevnom radu, koja se ogleda pre svega u brzini i tačnosti obavljenog posla.

„U radu koristim bar kod simbol u koji ulazim pritiskom na taster enter, otvaram račun i vidim kog kupca radim. Zahvaljujući iskustvu koje imam odmah mogu da procenim težinu računova, broj paleta i vreme koje je potrebno za odvajanje svih stavki. Po odvajanju svih artikala koji se nalaze na jednom računom, roba se strečuje, odnosno obmotava plastičnom folijom i tako štiti od habanja, kako bi kupac bio

zadovoljan pri prijemu robe. Ranije je bilo mnogo teže, odvajalo se po papirima, dobiješ štampanu listu po kojoj odvajаш, pa onda moraš da zaokružuješ svaku stavku da bi bio siguran da si je spakovao na paletu, pa ti ispadne olovka, ispadaju papiri i tako redom. Sa bar kodom je mnogo lakše - nema papira, nema zaokruživanja, danas je sve brže i praktičnije, i u 21 veku smo pa bi tako i trebalo da bude.“

Ističući da mu je drago što se izdvoji sopstvenim radom, a ponašanjem stekao poverenje kolega, Aleksandar Kandić kaže da je njegovo najveće blago ipak ono što ga posle napornog radnog dana čeka kod kuće. „Kod kuće me čeka moja lepša polovina

supruga Marina, dve predivne ćerke koje idu u drugi i šesti razred. Ništa mi nije teško i srećan sam, jer su moja deca odlični učenici i neznaju za lošu ocenu“.



Odgovornost na prvom mestu

Slaviša Živković je šef distributivnog centra DIS-a i neposredni rukovodilac grupe od 123 radnika među kojima se, kako kaže odvajlač Aleksandar Kandić ističe brojnim kvalitetima. „Ovo nije prvi put da Aleksandar bude proglašen najboljim radnikom, ono što njega izdvaja od drugih jeste izuzetna odgovornost prema poslu, brzina rada i dobar odnos sa kolegama. Posao odvajlača, posmatrajući nivo celog DIS-a, najteži je upravo u hali 1 gde se skladišti kabasta i teška roba, to zahteva veći fizički napor i uslovljava sporije obavljanje posla. Kada je o Aleksandru Kandiću reč, za trinaest godina rada u DIS-u gotovo da nije izostajao sa posla, vrlo često se na radnom mestu pojavljuje pre propisanog radnog vremena. Sve ovo su razlozi iz kojih se upravo on izdvaja od drugih.“





paradajz

+



ljubav

=



tomatino classic



tomatino classic

+



origano i bosiljak

=



tomatino sa origanom i bosiljkom



tomatino classic

+



ljuta paprika

=



tomatino sa ljutom paprikom



tomatino classic

+



peršun, đumbir i beli luk

=



NOVO!

tomatino sa peršunom,
đumbirom i belim lukom

Tomatino

paradajz koji se voli

Brzina za nagradu

80.000 artikala mesečno



Razmišljajući o svom životnom opredeljenju Slađana Dunjić je maštala da postane frizer. Njeno školovanje takođe se odvijalo u tom pravcu. Međutim, zahtevi koje nameće realni život ponekad nas vode u potpuno drugačijem smeru, tako je bilo i sa njom. Frizerajem se nikada nije bavila, pa umesto da oblikuje frizure Slađana danas oblikuje fiskalne račune i time se bavi poslednjih sedam godina.

- U trgovini sam počela da radim pre sedam godina. Moj posao se prvo svodio na povremeni rad u jednoj trafici, kasnije sam radila u prodavnici, a od 4. oktobra 2007. godine počela da radim u DIS-u. Kao kasir u DIS marketu u Velikoj Plani imam osmočasovno radno vreme. Radni dan provodim za kasom, ali kada se dogodi da tu nema posla, nađe se u drugim delovima marketa. Tada pakujemo robu, popunjavamo praznine u rafovima i radimo jos mnogo toga sto podrazumeva svakodnevno funkcionisanje ovako velikog marketa.

Za posao kasira presudna je koncentracija kako bi se izbegle greške. Predusretljiv odnos prema kupcima ovaj posao zahteva od vas, a kada je o brzini reč, ona se valjda postiže praksom, kaže Slađana Dunjić.

- Posao kasira nije fizički težak ali psihički jeste zahtevan. Ogromna koncentracija neophodna je svakodnevno, jer mala greška izazvana nepažnjom može dosta da košta. Neprestana ljubaznost, bez obzira da li ste tog dana raspoloženi ili ne i šta vam se dešava u privatnom životu, poslovna je obaveza. Kad je o ovom poslu reč, meni ništa ne pada teško. Ja volim ovaj posao i upravo ta ljubav me tera da, dok sam ovde, zaboravim na sve probleme. Radeći kao kasir upoznala sam mnogo ljudi, maksimalno se trudim da ih ispoštujem kao mušterije i svoj posao odradim kako treba.

Govoreći o svom temperamentu, u skladu sa kojim, kaže, sve u životu obavlja brzo i ne drži je mesto, Slađana ne krije iznenađenje

odlukom uprave da baš nju proglase jednim od dva najbolja radnika DIS-a.

- Bez obzira na sve, veoma sam iznenađena odlukom uprave da budem proglašena za najboljeg kasira. Kažu mi - brzo kucaš, a ja nekako nisam svesna toga kolika je to brzina. Sada već radim rutinski, pa verovatno zato ne obraćam pažnju na brzinu kojom svoj posao obavljam. Ja sam i kod kuće ista ovakva, sve kućne poslove obavljam brzo, pa čak i kada nemam šta da radim, sebe uvek nečim zaposlim.



Na poslu kao i drugi Slađana Dunjić provodi dobar deo života, ali kao majku i suprugu i kod kuće je očekuje niz obaveza koje svakodnevno mora da završi.

- Imam dvoje dece, tačnije dva odrasla sina jednog od 15 i jednog od 16 godina. Deca su odrasla, pa mi je u tom smislu kao zaposlenoj

ženi i majci mnogo lakše. Moj suprug radi u Moskvi što je za mene donkle otežavajuća okolnost, jer mnoge poslove obavljam sama. Na kraju razgovora Slađana nije propustila priliku da još jednom naglasi koliko je iznenađena odlukom da upravo njoj sledi zvanje najboljeg radnika.

- Bila bi neiskrena kada bi rekla da mi nije drago. Drago mi je što sam ja jedan od najboljih radnika, lepo je kad se neko seti da pohvali nešto što uradiš.

Najbolji kasir čak šest meseci

Kvalitetnih radnika ima u svim marketima, upravo zato mi je drago što je za jednog od najboljih proglašena Slađana Dunjić, radnik DIS marketa u Velikoj Plani. Od samog početka rada ona je pokazala odlike profesionalca i požrtvovanost u onome što radi. Kada je o konkretnim rezultatima njenog rada reč, oni se u Slađaninom slučaju mere brojem provučenih artikala kroz kasu. Na mesečnom nivou Slađane Dunjić provuče 80.000 artikala, tokom 11 meseci ove godine ona je čak 6 meseci zaredom bila najbolji kasir. Slađana je trenutno zamenik šefa kase i taj posao odraduje profesionalno. Omiljena je među kolegama, ali i mušterija, što potvrđuju i poruke unete u našu knjigu utisaka. Ja bih kao šef marketa u Velikoj Plani voleo da proširim spisak onih koje nagradujemo kao najbolje radnike. Žao mi je što nagradujemo samo jednog, jer ima još onih koji to zaslužuju, kaže Novica Radivojević, direktor ogranaka DIS-a u Velikoj Plani.





DIS - moj uzor u poslovanju

STR „Nole“ sa DIS-om saraduje 15 godina

Od septembra 2005. godine DIS je započeo realizaciju projekta franšiznog povezivanja sa svojim najkvalitetnijim kupcima. Tada je najboljima ponudjeno da uđu u poseban oblik partnerskog odnosa koji im je pružio više pogodnosti nego dotadašnja poslovna saradnja. Danas su u sistemu partnerskih odnosa koje nudi DIS najlikvidniji kupci. To su, pre svega, ozbiljne porodične firme - one koje imaju budućnost. Jedan od 200 takvih franšizanata je Petar Spasojević, koji se sa svoja tri objekta „STR „Nole“ u Mladenovcu, na saradnju sa DIS-om oslanja poslednjih 15 godina.

-Prve kontakte sa DIS-om uspostavio sam 1993, dok sam zvaničnu saradnju otpočeo 1994. godine. Od tada pa do danas naš poslovni odnos se kretao isključivo uzlaznom linijom. DIS mi je uvek služio kao uzor. Trudio sam se da poslujem po ugledu na ovu kompaniju, pa je i razvojni put moje firme usklađen sa razvojinim putem DIS-a, sa ne tako krupnim poslovnim poduhvatima, ali uz značajan napredak u onome čime se bavim. Ja sam franšizant DIS-a. Kada je o franšizi reč, ta vrsta poslovnog odnosa se na samom početku mnogima, pa i meni činila kao eksperiment. Ljudi su bili skeptični, pošto sama franšiza u startu povlači, uslovno rečeno, određene žrtve u smislu da si prinuđen da radiš sa manjom maržom, odnosno sebe lišiš jednog dela profita.

Takođe, kao franšizant moraš strogo da pratiš pravila utvrđena na tržištu, ali za uzvrat dobijaš odličnu reklamu. DIS je u samom startu nama kao franšizantima nudio najpovoljnije uslove, kakve ni danas nemožemo da dobijemo ni u jednoj sličnoj trgovačkoj kući u zemlji. Preduslov za postajanje franšizanta DIS-a jeste ozbiljna dugogodišnja saradnja. Činjenicu da sam DIS-ov franšizant smatram privilegijom zahvaljujući kakvoj sam ozbiljno poboljšao svoju prodaju. Analizirajući poslovne poduhvate DIS-a i

trudeći se da iz istih izvuče određene pouke koje bi kasnije primenio u sopstvenom biznisu, Petar Spasojević zaključuje:

- Moje mišljenje je da je DIS u svakom pogledu daleko ispred svoje konkurencije u svakom segmentu poslovanja, a naročito kada je reč o velekupcima, odnosno nama koji prazarimo kod njih. Jedino što sam ikada zamerao DIS-u jeste otvaranje DIS marketa u Mladenovcu lociranog nedaleko od radnje koja mi je donosila najviše prihoda. Iako znam da u poslu nema emocija i da je, ukoliko si sposoban, tržište dovoljno veliko za sve, bio sam povređen i zabrinut kada sam saznao da će DIS market u Mladenovcu biti smešten na ovoj lokaciji. Smatrao sam da će to više nego ugroziti promet u mom najprofitabilnijem objektu. Međutim, kako je vreme prolazilo, pokazalo se da iako je promet donekle opao, kupci ostaju verni malim trgovačkim radnjama u kojima su navikli da pazare svakodneвно.

Da dolazak DIS marketa u Mladenovac nije previše uticao na njegovo poslovanje potvrđuje i najava otvaranja još jednog objekta. Već početkom naredne godine, u Mladenovcu će postojati četiri prodavnice pod nazivom STR "Nole".

- Od jedne radnje sa koliko sam počeo, danas sam postao vlasnik tri. Želim ponovo da naglasim kako sam u svemu pratio iskustva DIS-a, pa mi se čini da je DIS bio lošiji i ja bih lošije poslovao. Moj prvi lokal, od kog je sve počelo i iz čijeg poslovanja su ponikla još dva nova, nalazi se na zelenoj pijaci. Zahvaljujući takvoj lokaciji moj razvoj se odvijao brzo. Druga prodavnica nalazi se na autobuskoj stanici, dok je treći i prostorno najveći smešten odmah iza DIS marketa u Mladenovcu. Svi moji objekti danas imaju 27 radnika. U planu mi je da u naredna tri meseca otvorim još jedan lokal, a o lokaciji i veličini još razmišljam. Ono u šta sam siguran je da i dalje ostajem veran DIS-u.



Ukus prirode, duh tradicije

Saradnja između PTP DIS i renomiranog proizvođača suvomesnatih proizvoda „ZLATIBORAC“, proistekla je iz težnje ka ostvarenju brze i efikasne distribucije na srpsko tržište, kakvu veletrgovina i maloprodajni objekti DIS-a mogu da pruže. Pa tako niz godina unazad, „ZLATIBORAC“ uspešno plasira svoje proizvode posredstvom DIS-a.

Tradicija proizvodnje sušenog mesa na pitomim obroncima Zlatibora neguje se vekovima. U davna vremena meso se sušilo za sopstvene potrebe- da bi se prehranila mnogoljudna porodica. Malo - pomalo radala se i razvijala tradicija po kojoj je danas čuven zlatiborski kraj.

Začetnik tradicije u porodici Stojanović, u selu Mačkat podno Zlatibora, bio je Jovo Stojanović još daleke 1885. godine. Od 1992. godine porodična tradicija se razvija u organizovanu zanatsku radionicu nadaleko čuvenih suvomesnatih specijaliteta i posluje pod imenom „ZLATIBORAC.“ Bez obzira na modernu opremu, kojom je postignut visok higijensko-tehnički nivo, proces obrade i sušenja mesa i dalje je baziran na iskustvina predaka. Duga tradicija, veština i znanje zdrava okolina utkani su u svaki proizvod na zadovoljstvo mnogobrojnih ljubitelja dobrog zalogaja. Suvomesnati specijaliteti „ZLATIBORAC“ nalaze se na jelovniku renomiranih hotela i restorana, na rafovima velikih trgovinskih lanaca, veleprodajam ali i u

malim trgovinama. Goveđa pršuta, svinjska pršuta, svinjska pečenica, tanka slanina, domaća salama, užička kobasica, čajna salama, sremska kobasica, domaći kuleni jesu proizvodi za čiju proizvodnju su upotrebljena samo grla koja dolaze sa zlatiborskih pašnjaka, to se može prepoznati i po kvalitetu, odnosno tvrdoći mesa.

Proizvodi su upakovani u praktičnu, moderno dizajniranu ambalažu, sa prepoznatljivom zeleno-zlatnom bojom. Pored vakum i rinfuz pakovanja, izdvaja se pakovanje u zaštitnoj atmosferi gde su proizvodi fino sečeni i složeni, težine oko 100 grama.

Predanim radom, visokim kvalitetom i prepoznatljivim nastupom „ZLATIBORAC“



osvaja brojna priznanja u zemlji i inostranstvu. Posebno se izdvaja priznanje XVI International Food Award iz Madrida 1993 godine. Na prethodna dva Sajma poljoprivrede u Novom Sadu, proizvodi „ZLATIBORAC“ nagrađeni su sa 52 medalje za kvalitet, ali priznanja su dobijena za dizajn ambalaže i korporativni nastup.



Alpia



VELIKA nagrada igra



4X ŠKODA FABIA

40X
NOKIA 6300



20X
KAMKODER
JVC



120X
MAJICA



80X
MP3 PLAYER
WEG



Kupovinom Ehrmann i Alpia proizvoda, minimalne vrednosti 300 dinara, možete osvojiti neku od vrednih nagrada, između ostalih i jednu od četiri Škode Fabije. Koverta sa fiskalnim računima i Vašim podacima, slati na adresu :

PTP "DIS" d.o.o.
NAGRADNA IGRA
EHRMANN I ALPIA
Bulevar oslobođenja 1B
11319 Krnjevo

Ehrmann



Dragana Stević iz Jagodine

Dobitnica glavne nagrade u prvom kolu nagradne igre „Ehrmann i Alpia”. - Redovni sam kupac u DIS marketu u Jagodini pre svega zbog širokog asortimana, pristupačnih cena i profesionalnog osoblja.



Danko Jovašević iz Kruševca

Dobitnik Škode Fabia u drugom kolu nagradne igre "Ehrmann i Alpia". - Od trenutka otvaranja DIS marketa ja sam redovna mušterija. Kupovao smo čokolade Alpija i na nagovor supruge i sina poslao fiskalne račune. Učestvovaću i u narednom kolu.



Slavica Vučković iz Mladenovca

Dobitnik glavne nagrade prvog kola DIS nagradne igre. Kada su me obavestili da sam dobitnik nisam verovala, morali su da me zovu dva puta, mislila sam da se neko šali samnom. Ja sam redovni kupac DIS marketa i u njemu kupujem najmanje tri puta nedeljno.

**OSTALI DOBITNICI DIS NAGRADNIH IGARA
BIĆE OBJAVLJENI U NAREDNOM BROJU !!!**



Prvi rođendan DIS marketa u Kruševcu



29. Novembra Kruševački DIS market obeležio je prvu godišnjicu postojanja. Ovim povodom, redovne mušterije poslužene su rođendanskom tortom i šampanjcem, a svaki stoti kupac nagrađen je besplatnom kupovinom. Tokom rođendanskog dana, u marketu je pazarilo 3.800 kupaca, a njih 38 nagrađeno besplatnom nabavkom svega što su namerili da kupe. Svakog gosta DIS expres

restoran počastio je kafom. Za godinu dana, prema statističkim podacima IT sektora DIS- a, kroz market u Kruševcu prošlo je 1.500.000 ljudi, mnogi od njih sada imaju status stalnih mušterija. Preporuke kupaca, kada je o ovom marketu reč, jesu pristupačne cene, širok asortiman i uvek ljubazno osoblje, dok se posebnom zanimljivošću smatraju akcijska sniženja pojedinih artikala. Dis market u Kruševcu prostire se na 4000 kvadrata i najveći je prodajni objekat u ovom gradu. U ponudi je preko 15.000 artikala koji se mogu platiti na 16 kasa čime je vreme čekanja maksimalno smanjeno. Za mušterije je obezbeđeno 250 parking mesta. Objekat je klimatizovan, pa je tako kupcima obezbeđena još prijatnija kupovina. U marketu u Kruševcu tokom druge godine postojanja planiran je niz novina u smislu asortimana i drugih sadržaja namenjenih kupcima.

**Svakom stotom kupcu
besplatna kupovina**



Sudoku galerija

U svakom 3x3 kvadratu kao i u vodoravnim i u uspravnim redovima treba upisati sve brojeve od 1 do 9.

	7			4				6
6			7				4	
	5				3	1		7
		1					2	
9	2		3				5	1
		4		2	5	8		
8	3						1	4
2			4	3	7			
	4	5			1			2

7			4					1
	6	8				7	4	
				6				
			8			4		
	5			2				7
				7			2	
				4				
9	7				2	1		4
		2	6				3	

	DIS	STUBICE	PICA ZA OTVARANJE APETITA (LAT.)	PITOMI KESTENI (ITAL.)	PREPISIVANJE, KOPIJA	BEZ OBZIRA NA SVE	PRUGASTA OBOJENOST, PRUGASTOST	NIS	
	PRAZNIČNA ULIČNA SVETILJKA								
	SITNI LOPOVI								
	▶								
	29. SLOVO AZBUKE							TREĆI VOKAL	
	IME AMER. TENISERKE VILJAMS								
	HIMNE SVETITELJU (GRC.)								
	DIVLJA VINOVA LOZA - VINJAGA (NAR.)							DIS	
	AUTOR: ZARKO PEŠIĆ-ZAK	REKA U RUSIJI	PAPSKI GODISNJI PRIHOD	IME GLUMCA VILUAMSA UKRASNA BILJKA	OPSEG	RADIJUS			NAČIN PISANJA ILI RADA
	NEVELIKO					VRSTA PODNE PROSTIRKE			
					CIJAN		IME FILMSKOG KOMIČARA MARFIJA	RED, SERIJA	
					REKA U ŠVEDSKOJ		OSMIJUM	OSOVINSKA LINIJA	
OBEZBEĐENOST NEOPHODNOM ROBOM									
STARI EVROPSKI SREBRNJAK									
					PRISTALICE VESTAČKOG JEZIKA IDO				
					NEUTRON				
KOZAČKI STAREŠINA						POZADI		LITAR	



Sladje od meda



Златиборец®



Оригинални породични рецепт
1885.
6 генерација

Златиборски сувомеснати СПЕЦИЈАЛИТЕТИ

Добитник пехара и
38 медаља за квалитет на
75. међународном
пољопривредном сајму
Нови Сад 2008.



Укус природе
Дух традиције



The logo for DIS, featuring the letters 'DIS' in a bold, red, sans-serif font. The letter 'D' is stylized with a diamond shape on its left side. The background is a warm yellow-to-orange gradient with white snowflakes and decorative swirls.

SREĆNI PRAZNICI

A row of white, stylized Christmas trees of varying heights, set against a dark orange background.

*Poštovani poslovni partneri i
cenjeni kupci,*

A row of red gift boxes with yellow ribbons, arranged in a slightly overlapping manner.

*zahvaljujemo se na saradnji i
podršci u 2008. godini.
Želimo Vam srećnu Novu godinu i
Božićne praznike, mnogo zdravlja,
radosti i uspeha.*