



B&B  
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija  
Program: Komercialist  
Modul: Podjetniški

## **MERCATOR PIKA KARTICA**

Mentorica: Marina Vodopivec, univ. dipl. psih.  
Lektorica: Metka Gselman Sedak, univ. dipl. prof.

Kandidat: Tomaž Košir

Kranj, junij 2009

## **ZAHVALA**

Zahvaljujem se mentorici, Marini Vodopivec, univ. dipl. psih. za njene strokovne nasvete in vodenje pri izdelavi diplomske naloge.

Zahvaljujem se tudi direktorju šole, g. Lotriču, in vsem predavateljem na višji strokovni šoli B&B Kranj, ki s kvalitetnimi predavanji in s strokovnim znanjem profesionalno izvajajo izobraževalni program.

Hvala sodelavcem v Službi Pika kartice za vso pomoč.

Prav posebna zahvala pa gre moji družini, ki mi je ves čas mojega študija stala ob strani, se odrekala določenim stvarem ter me podpirala in motivirala do uspešnega zaključka.

## **IZJAVA**

»Študent Tomaž Košir izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom Marine Vodopivec, univ. dipl. psih.«

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

Dne,

Podpis: \_\_\_\_\_

## **POVZETEK**

V uvodu svoje diplomske naloge sem predstavil družbo Mercator, d.d. Opisal sem Mercatorjevo razvojno pot, ki sega v leto 1953, vse pomembne prelomnice in dogodke, ki so podjetje pripeljali na mesto, kjer je danes. Z opredelitvijo strateških ciljev podjetja sem skušal na kratko zarisati tudi Mercatorjeve cilje in ambicije v prihodnosti.

Osrednji del naloge je namenjen Mercator Pika kartici, kjer sem največ pozornosti namenil le-tej, saj mislim, da je bila njena uvedba ena od najboljših marketinških potez v Mercatorju. Mercator Pika kartico sem predstavil kot plačilno sredstvo znotraj družbe Mercator in hkrati kot marketinški element pospeševanja prodaje. Opisana je celoten postopek nakupa s kartico – od pridobitve kartice, preko nakupa, ugodnosti, do samega plačila. Pri ugodnostih sem več pozornosti namenil pravilom bonitetnega sistema (zbiranju in koriščenju pik), pri čemer sem opredelil vse možne ugodnosti in se dotaknil tudi napak, ki se v sistemu lahko pojavijo.

V nadaljevanju naloge sem v središče postavil gotovinsko (modro) kartico, plačilno-kreditno (zeleno) kartico in zlato kartico (za najzvestejše kupce) ter opisal njihove splošne značilnosti in ugodnosti s stališča potrošnika.

Ker je Mercator Pika kartica veljavno plačilno sredstvo in poslovanje z njo poteka preko POS terminalov, sem v svoji nalogi opisal tudi tovrsten način plačevanja, njegove prednosti in slabosti ter težave, ki se lahko pojavijo pri potrošniku oziroma prodajalcu.

Mercator Pika kartica je velika ugodnost za kupca in prednost za Poslovni sistem Mercator pred konkurenco.

Ključne besede: kupec, plačilna kartica, plačilo, ugodnost, bonitetni sistem

## **ABSTRACT**

In the introduction of my diploma work I have presented the Poslovni sistem Mercator, d.d. Company, including its beginnings in 1953, describing all milestones of development and I have also written about Mercator's strategic goals and vision for the future.

The major part of my diploma work is dealing with Mercator Pika kartica. It is a credit card used in the Mercator commercial chain and it also represents an important feature of marketing.

I have described the whole procedure of paying with Mercator Pika. Mercator Pika offers an array of advantages but at the same time there might be some problems while paying with the card.

There are three different types of Mercator Pika: the blue card, the green card and the gold card. They offer different possibilities for the customers and I have described their features from the customer's point of view.

Mercator Pika kartica is a valid credit card and the payment procedure is constantly controlled by POS terminals. However, there might be some mistakes and different kind of troubles that are also described in the last part of my diploma work.

Mercator Pika card is one of the benefits for every customer and also competitive advantage for Mercator.

Key words: Customer, payment card, payment, benefit, advantage system

## KAZALO

1	UVOD.....	1
2	PREDSTAVITEV PODJETJA.....	2
2.1	Skupina Mercator .....	2
2.1.1	Zgodovina družbe Mercator.....	2
2.1.2	Poslanstvo in strateški partnerji .....	5
2.2	Lastniška in organizacijska struktura .....	6
2.3	Organizacijska struktura .....	7
3	MERCATOR PIKA KARTICA .....	7
3.1	Pravila bonitetnega sistema – zbiranje in koriščenje pik.....	10
4	MODRA MERCATOR PIKA KARTICA .....	13
5	ZELENA MERCATOR PIKA KARTICA.....	15
6	ZLATA MERCATOR PIKA KARTICA .....	17
7	POSLOVANJE S PLAČILNIMI IN GOTOVINSKIMI KARTICAMI .....	18
7.1	Reklamacijski postopek .....	19
7.1.1	Prikaz obstoječega stanja reševanja reklamacij .....	20
7.1.2	Primeri reklamacij, ko je stranka brez kartice .....	21
7.2	Pokvarjena kartica .....	21
7.3	Napačen znesek.....	21
8	ANKETA.....	23
8.1	Prikaz strukture anketiranih oseb glede na spol .....	23
8.2	Prikaz starostne strukture anketiranih oseb .....	24
8.3	Prikaz starostne strukture anketiranih oseb glede na spol .....	25
8.4	prikaz nakupov v mercatorju .....	26
8.5	Prikaz pogostosti nakupov v Mercatorju .....	27
8.6	Poznavanje Mercator Pika kartice .....	27
8.7	Poznavanje mest uporabe kartičnega poslovanja .....	28
8.8	Uporabljanje Mercator Pika kartice.....	29
8.9	Poznavanje sistema koriščenja pik.....	30
8.10	Prikaz poznavanja razlik posameznih kartic.....	31
8.11	Prikaz poznavanja trajanja bonitetnega obdobja.....	32
8.12	SKLEP IN UGOTOVITVE .....	33
9	ZAKLJUČEK.....	34
	LITERATURA IN VIRI .....	35
	KAZALO SLIK.....	36
	KAZALO TABEL.....	36
	KAZALO GRAFOV .....	36
	PRILOGA: ANKETNI LIST .....	37

# 1 UVOD

V diplomski nalogi sem se odločil na kratko predstaviti Mercator d.d. in Mercator Pika kartico. Mercator kot največji gigant v Sloveniji z velikim tržnim deležem na domačem trgu se trudi za svoje zaposlene in misli tako na kupce kot tudi na lastnike.

Leta 2000 sem se zaposlil v Mercatorju v službi za marketing. Tam sem se prvič konkretnije seznanil z Mercator Pika kartico. Njeno osnovno poslanstvo je pridobivanje zvestobe kupcev, kar pomeni, da z njeno pomočjo prepoznavamo v množici kupcev tiste, ki dajejo Mercatorju prednost pred vsemi drugimi trgovci in zato pri nas opravijo večino svojih nakupov. Za to njihovo zvestobo se jim želimo oddolžiti, in sicer s tem, da tudi mi dajemo prednost njim pred vsemi ostalimi kupci in jim omogočimo posebej ugodne nakupe. Za svoj denar torej v Mercatorju dobijo več. Ne dobijo le izbranega blaga, temveč tudi posebno, dodatno boniteto. Večji kot so nakupi, večja je boniteta. Poleg osnovne bonitete pa zlasti plačilna – zelena kartica Mercator Pika omogoča še druge ugodnosti: praktični gotovinski način plačevanja, odlog plačila, obročno odplačevanje, seštevanje bonitet vse družine itd. S pomočjo Mercator Pika kartice so imetniki deležni tudi dodatnih ugodnosti, ki jih nudijo naši partnerji. Ugodnosti uživajo celo na področjih, ki jih Mercator ne pokriva, npr. pri nakupu počitnic in potovanj. Takšen sistem je zato zanimiv tako za kupce, ki v naših prodajalnah »dobijo nekaj več«, kot za Mercator in naše partnerje, ki prek njihovega zadovoljstva pridobivajo njihovo zvestobo in s tem večajo svoj promet. Zadovoljstvo obeh partnerjev pa je osnova vsakega dolgoročno uspešnega posla. Vsak uspešen posel mora tudi nemoteno potekati. V primeru kartice Mercator Pika je velik del uspešnega poslovanja zato v rokah tistih, ki se s kupcem vsakodnevno srečujejo.

## 2 PREDSTAVITEV PODJETJA

### 2.1 SKUPINA MERCATOR

Skupina Mercator je ena največjih in najuspešnejših gospodarskih družb v jugovzhodni Evropi in vodilna trgovska veriga v Sloveniji, vse bolj pa se uveljavlja tudi na novih trgih. Postaja tretji največji trgovec s prehrabnimi izdelki na Hrvaškem, pomembno mesto ima med trgovci v Bosni in Hercegovini, odprl je tudi največji center na tržiščih Srbije in Črne Gore. Po letu 2009 pa ima plan širitve tudi na trg Bolgarije, Romunije, Makedonije in Albanije.



Slika št. 1: Prisotnost Mercatorja v Evropi  
(vir: [http://www.mercator.si/o\\_mercatorju/skupina\\_mercator](http://www.mercator.si/o_mercatorju/skupina_mercator), 8. 2. 2009)

#### 2.1.1 Zgodovina družbe Mercator

Začetki segajo v leto 1953, ko je začela delovati družba z imenom Mercator kot trgovsko podjetje na debelo s sedežem v Ljubljani. Do leta 1990 je bila osnovna dejavnost trgovina na drobno in debelo, ki se je širila še na proizvodnjo, kmetijstvo in storitve. Kapitalska povezava družbe s hčerinskimi družbami je predstavljala začetek koncernske organiziranosti in uveljavitev imena Poslovni sistem Mercator d.d. Leta 1995 se je zaključila privatizacija Poslovnega sistema Mercator, največje

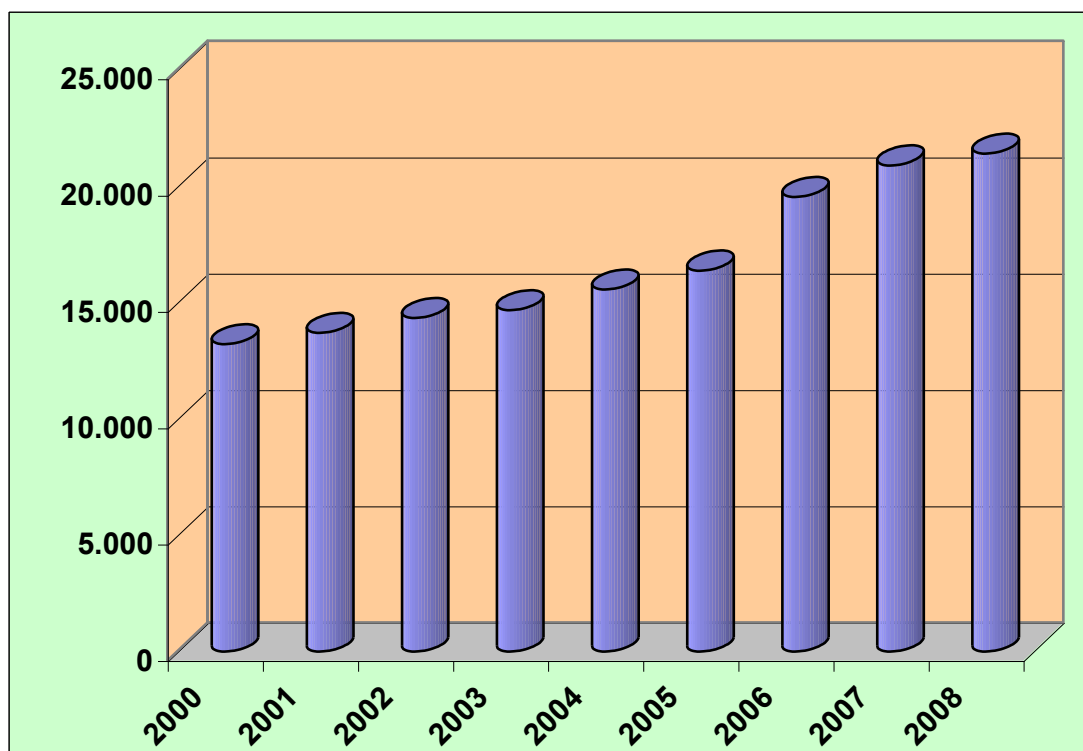


slovenske delniške družbe, katere lastniki so postali državni skladi in okoli 63.000 malih delničarjev. Lastninsko preoblikovanje je bilo v sodni register v Ljubljani vpisano 12. oktobra 1995. Sledilo je izvajanje ukrepov za ohranjanje in krepitev največjega tržnega deleža v slovenski trgovini: notranja reorganizacija, prestrukturiranje in prilagajanje trgovske dejavnosti evropskim modelom organiziranosti trgovine ter njihovim stroškovnim, prostorskim in storitvenim standardom. Poleg naložb v prostorsko, tehnološko in programsko prenovo je Mercator v letu 1998 beležil otvoritve kar nekaj nakupovalnih centrov. V letih 1999 in 2000 so se vrstile naložbe v velike nakupovalne centre po Sloveniji in kapitalske povezave oziroma prevzemi določenih maloprodajnih trgovskih družb (Klas – Maribor, Loka – Škofja Loka, Goriška – Nova Gorica, Jelša – Šmarje pri Jelšah, Planika – Slovenska Bistrica, Hubelj – Ajdovščina, Grosist – Nova Gorica, Špecerija – Bled, Dolenjka – Novo mesto, Era – Velenje, Posavje – Brežice, Živila – Naklo, Jestvina – Koper in TP Rožce – Jesenice).

Intenzivno poenotenje poslovnih procesov in integracija prevzetih družb v Mercatorjeve obstoječe odvisne družbe sta se odražala v sinergijskih učinkih povezav trgovskih in netrgovskih družb v Skupino Mercator in ekonomiji obsega v sodelovanju z dobavitelji, večinoma slovenskimi proizvajalci. Pomemben mejnik v letu 2000 v razvoju predstavlja širitev z nakupovalnimi centri na Hrvaškem (Pula) ter v Bosni in Hercegovini (Sarajevo), v letu 2001 pa tudi otvoritev Mercator Centra Zagreb I. ter Mercator Center Split in Beograd v letu 2002.

(vir: [http://www.mercator.si/o\\_mercatorju/mejniki\\_v\\_razvoju](http://www.mercator.si/o_mercatorju/mejniki_v_razvoju), 8. 3. 2009)

Tudi dogajanje na kadrovskem področju je v Skupini Mercator zelo dinamično: združevanje oziroma pripojitve družb, odpiranje novih Mercatorjevih centrov in širitev maloprodajne mreže se odražajo že v najosnovnejših kadrovskih podatkih. Tako je bilo konec leta 2008 v Skupini Mercator zaposlenih 21.395 oseb.



Graf št. 1: Gibanje števila zaposlenih v Skupini Mercator do leta 2008  
(vir: [http://www.mercator.si/files/25391/letno\\_porocilo2000-2008\\_slo.pdf](http://www.mercator.si/files/25391/letno_porocilo2000-2008_slo.pdf),  
18. 2. 2009)

Skupino Mercator sestavlja 15 gospodarskih družb, in sicer 8 trgovskih družb, od tega 7 izven Slovenije, 3 živilsko-predelovalne ter po ena hotelska in inženiring družba, lesno-predelovalna družba ter invalidsko podjetje.

(vir: [http://www.mercator.si/o\\_mercatorju/skupina\\_mercator](http://www.mercator.si/o_mercatorju/skupina_mercator), 22. 4. 2009)

Najpomembnejša in najboljšežnejša gospodarska dejavnost Skupine Mercator je trgovina na debelo in drobno z izdelki široke potrošnje. V svojem sestavu ima čez 1000 različnih tipov maloprodajnih enot, ki zajemajo cca. 615.000 kvadratnih metrov skupnih površin, od nakupovalnih centrov, hipermarketov, supermarketov, blagovnic do samopostrežnih in specializiranih prodajaln. V Sloveniji in na novih trgih ima Mercator ob koncu leta 2008 44 nakupovalnih centrov. V letih 1998–1999 je Mercator strategijo uresničeval predvsem s pospešenim razvojem maloprodajne mreže in številnimi tržnimi aktivnostmi ter skoraj podvojil svoj tržni delež. Mercatorjev tržni delež v slovenski trgovini znaša 36% (konec leta 2008) in mu zagotavlja prvo mesto v dejavnosti trgovine z živili.

Dinamičnost razvoja Skupine Mercator med drugim ponazarjajo dosežki iz leta 2001 in 2002. Poleg številnih maloprodajnih enot in odprtih novih centrov v Sloveniji tudi kakovostna maloprodajna mreža s prevzemi zunaj meja naše države. Osrednjo

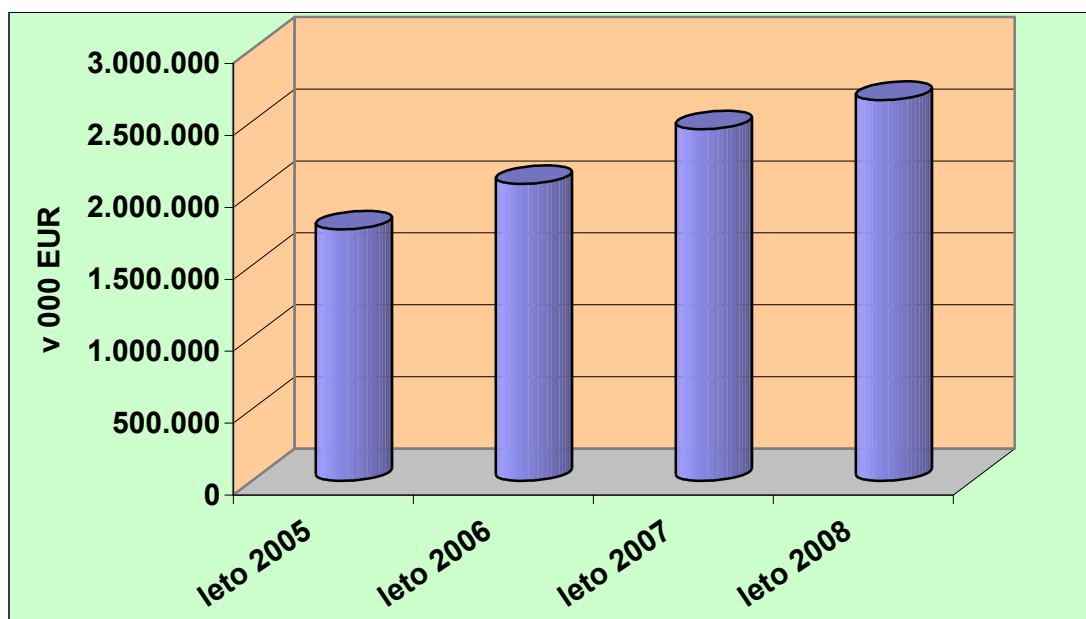
pozornost Mercator namenja zadovoljnemu kupcu, ponudba izdelkov in storitev mesečno privablja v trgovine v povprečju 10 milijonov kupcev. Meritve potrjujejo, da se zadovoljstvo kupcev iz leta v leto povečuje. To dejstvo potrjuje tudi stalno naraščanje števila imetnikov kartice Mercator Pika, ki v začetku leta 2004 že presega število 300.000. K uspešnemu doseganju ciljev so pripomogli tudi dobri partnerski odnosi in sodelovanje s slovenskimi dobavitelji. Na Mercatorjevih prodajnih policah je več kot tri četrtine blaga slovenskega izvora.

Ključni vzvodi za zagotavljanje kakovostnih storitev in izdelkov ter povečanje poslovne uspešnosti so bili: veliko vlaganje v zaposlene, poenotenje in standardizacija poslovnih procesov in dejavnosti, pridobitev certifikatov kakovosti ISO 9001 v trgovskih in proizvodnih družbah, izvajanje koncepta upravljanja z blagovnimi znamkami, oblikovanje tekstilne verige (v letu 2003 je potekalo tudi oblikovanje tehnične verige), spojitev nekaterih netrgovskih družb v okviru živilsko-predelovalne industrije in druga prizadevanja za izkoriščanje sinergijskih učinkov.

(vir: [http://www.mercator.si/o\\_mercatorju/investitorji/objave/letna\\_porocila](http://www.mercator.si/o_mercatorju/investitorji/objave/letna_porocila), 18. 3. 2009)

### 2.1.2 Poslanstvo in strateški partnerji

Delovanje Skupine Mercator je usmerjeno v zadovoljstvo ljudi, ki prihajajo v stik z Mercatorjem. S posebljenim odnosom, prijaznostjo ter celovito ponudbo, prilagojeno nakupnim navadam in trendom na trgu, jim Mercator želi povečati kakovost življenja in jih obravnavati kot ljudi z različnimi potrebami, željami, pričakovanji in izkušnjami.



Graf št. 2: Izvleček srednjeročnega gospodarskega načrta za obdobje 2005–2008; čisti prihodki iz prodaje Skupine Mercator

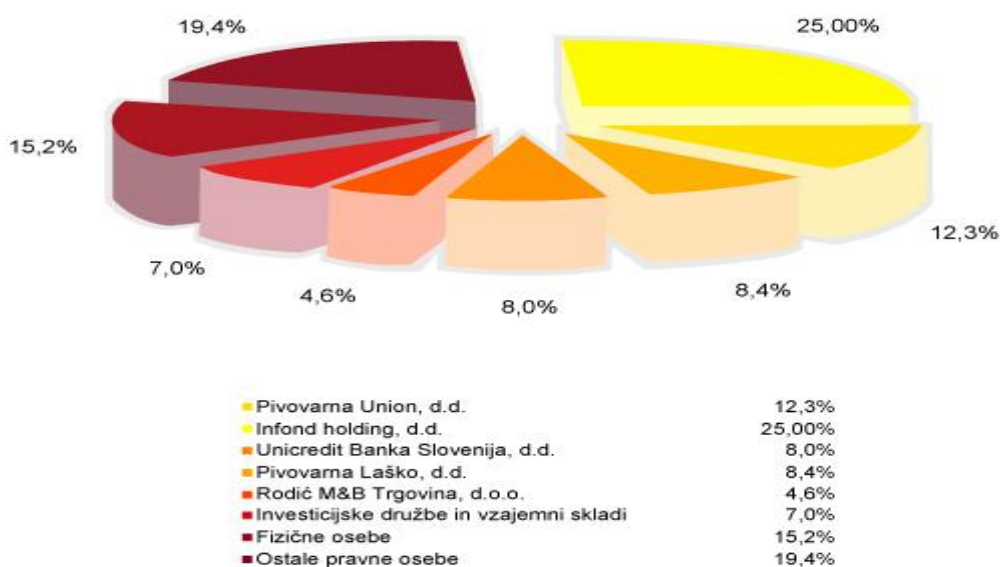
(vir: [http://www.mercator.si/o\\_mercatorju/investitorji/gospodarski\\_nacrti](http://www.mercator.si/o_mercatorju/investitorji/gospodarski_nacrti), 28. 3. 2009)

Mercator želi utrditi položaj vodilne trgovske verige v Sloveniji. Na novih trgih na Hrvaškem, v Bosni in Hercegovini ter Srbiji in Črni Gori pa se namerava uveljaviti in postati najboljša trgovska veriga. Na vseh trgih delovanja želi zagotoviti enak standard ponudbe in storitev, povečati poslovno učinkovitost ter dosegati raven poslovne uspešnosti najboljših evropskih trgovskih verig. V naslednjih letih bo Mercator vstopil tudi na trge Bolgarije, Romunije, Makedonije in Albanije.

Ob razvijanju politike dolgoročnih strateških partnerstev in razvoja lastne proizvodnje želi Mercator to delovanje širiti na nove trge. Pomembno je povečevanje vrednosti premoženja lastnikov, zadovoljstvo zaposlenih in izpolnjevanje obveznosti do vseh ostalih interesnih skupin. Kot že do sedaj Mercator na vsakem trgu, kjer deluje, sodeluje tudi z lokalnim okoljem, saj se zaveda družbeno odgovornega delovanja in ravnanja z okoljem. Med pomembnejše strateške cilje po aktivnem vstopu v Evropsko unijo uvršča tudi doseganje ravni poslovne uspešnosti najuspešnejših evropskih trgovcev, dolgoročno partnerstvo s proizvajalci in povezovanje s tujimi strateškimi partnerji ter povečevanje poslovne učinkovitosti. (vir: [http://www.mercator.si/o\\_mercatorju/strategija](http://www.mercator.si/o_mercatorju/strategija), 22. 2. 2009)

## 2.2 LASTNIŠKA IN ORGANIZACIJSKA STRUKTURA

Družba Poslovni sistem Mercator, d.d., je obvladujoča družba skupine povezanih podjetij (Skupine Mercator) in ima dvojno nalogo: opravlja trgovsko dejavnost in izvaja različne koncernske naloge za družbe v skupini.



Graf št. 3: Lastniška struktura Mercator d.d. na dan 31.12. 2008

(vir: [http://www.mercator.si/o\\_mercatorju/skupina\\_mercator/mercator#lastniska](http://www.mercator.si/o_mercatorju/skupina_mercator/mercator#lastniska), 3. 3. 2009)

## 2.3 ORGANIZACIJSKA STRUKTURA

POSLOVNI SISTEM MERCATOR d.d.,  
Predsednik uprave mag. **Žiga Debeljak**  
KABINET UPRAVE

TRŽENJE IN NABAVA	MALOPRODAJA, VELEPRODAJA, INTERNA PROIZVODNJA, LOGISTIKA IN PODPORA OPERATIVNI DEJAVNOSTI	RAZVOJ IN INVESTICIJE	INFORMATIKA, FINANCE, KONTROLING IN RAČUNOVODSTVO	ORGANIZACIJA IN KAKOVOST, KADRI, PRAVNE IN SPLOŠNE ZADEVE, UPRAVLJANJE Z NEPREMIČNINAMI
<u>Odnosi z javnostmi</u>	<u>Podpora operativni dejavnosti</u>	<u>Mednarodni razvoj</u>	<u>Informacijske tehnologije</u>	<u>Organizacija in kakovost</u>
<u>Podpora trženju</u>	<u>Market program</u>	<u>Priprava investicij in</u>	<u>Kontroling in interna revizija</u>	<u>Kadri</u>
<u>Dopolnilne</u>	<u>MP Intersport</u>	<u>razvoj tehnologij</u>	<u>Računovodstvo</u>	<u>Pravne zadeve</u>
<u>trgovske</u>	<u>MP Tehnika</u>	<u>Izvedba</u>	<u>Finance</u>	<u>Upravljanje z</u>
<u>storitve</u>	<u>MP Hura!</u>	<u>investicij</u>		<u>nepremičninami</u>
<u>Razvoj</u>	<u>diskonti</u>			<u>Splošne zadeve</u>
<u>prodajnih</u>	<u>MP Tekstil</u>			<u>Nabava</u>
<u>formatov</u>	<u>MP Gostinstvo</u>			<u>netrgovskega blaga</u>
<u>Marketing</u>	<u>MP Franšize</u>			<u>in storitev</u>
<u>Market</u>	<u>Veleprodaja</u>			
<u>Hura!</u>	<u>Logistika</u>			
<u>diskonti</u>	<u>Proizvodnja</u>			
<u>Tehnika</u>				
<u>Intersport</u>				
<u>Tekstil</u>				

Tabela št. 1: Organizacijska struktura v podjetju Mercator

(vir: [http://www.mercator.si/o\\_mercatorju/skupina\\_mercator/mercator#lastniska](http://www.mercator.si/o_mercatorju/skupina_mercator/mercator#lastniska),

3. 3. 2009)

## 3 MERCATOR PIKA KARTICA

Osnovno poslanstvo kartice Mercator Pika je pridobivanje in večanje zvestobe kupcev. Ker v Mercatorju zvestoba kupcev ni samoumevna, se jim želimo oddolžiti tako, da jim omogočimo najugodnejše nakupe v vseh prodajalnah v sistemu kartice Mercator Pika. Konec leta 2008 beležimo na vseh trgih preko 1.135.000 imetnikov kartice Mercator Pika.

Za svoj denar torej v Mercatorju dobijo več: poleg osnovne bonitete (3–6% popusta) zlasti plačilno-kreditna kartica Mercator Pika omogoča še druge ugodnosti: praktični gotovinski način plačevanja, odlog plačila, obročno odplačevanje, seštevanje bonitet vse družine (dodatne kartice), itd.

S pomočjo kartice Mercator Pika so imetniki deležni tudi dodatnih ugodnosti, ki jih nudijo naši zunanji partnerji. Ugodnosti uživajo celo na področjih, ki jih Mercator ne nudi, npr. pri plačilu počitnic in potovanj, na področju telekomunikacij, itd.

Takšen sistem je zato zanimiv tako za kupce, ki v naših prodajalnah »dobijo nekaj več«, kot za Mercator in naše partnerje, ki preko njihovega zadovoljstva pridobivajo njihovo zvestobo in s tem večajo svoj promet. Zadovoljstvo obeh partnerjev pa je osnova vsakega dolgoročno uspešnega posla.

Poslanstvo kartice Mercator Pika je torej v tem, da imajo imetniki vedno možnost najugodnejšega nakupa v Mercatorjevih prodajalnah in prodajalnah zunanjih partnerjev, ki so vključeni v sistem kartice Mercator Pika, ter v razvijanju imetnikov s pozornostmi glede na stopnjo zvestobe in življenjski stil posameznega imetnika te kartice (posebni Pikini popusti, telefonsko prednaročilo za imetnike zlate kartice, ...).

Vsak uspešen posel mora tudi nemoteno potekati. V primeru kartice Mercator Pika je velik del uspešnega poslovanja zato v rokah tistih, ki se s kupcem vsakodnevno srečujejo. Obveza vsakega zaposlenega v maloprodaji je, da vsem kupcem, ki kartice Mercator Pika še nimajo, le-to prijazno ponudijo in pri tem poudarijo njene prednosti (višina popusta, ugodnost obročnega odplačevanja, ...). Kupcem želimo posebej priporočiti zeleno kartico Mercator Pika, zato je promocija zelo pomembna. Na blagajni se kupcu vedno ponudi tudi zgibanika kartice Mercator Pika, kjer so zapisane še dodatne informacije.

Pravila bonitetnega sistema, zbiranje in koriščenje pik, splošna določila za izdajanje in uporabo kartic Mercator Pika, preglednica bonitet, seznam partnerjev v sistemu kartice Mercator Pika ter prošnje za pridobitev kartice – vse to se nahaja v zgibaniki kartice Mercator Pika. Zgibanike morajo biti v vseh poslovalnicah na vidnem mestu.

Lastnik kartice Mercator Pika je Poslovni sistem Mercator, d.d., za katerega v Sloveniji kartico Mercator Pika izdaja Klub Mercator, na tujih trgih pa posamezne Mercatorjeve družbe, vsaka za svoj trg (Mercator H, d.o.o., Hrvaška; Mercator S, d.o.o., Srbija; Mercator BH, d.o.o., Bosna in Hercegovina). Kartica Mercator Pika je namenjena stalnim kupcem Skupine Mercator in deluje kot marketinški element pospeševanja prodaje. Kartice Mercator Pika so mikročipne kartice, zato se na bančnem POS terminalu uporabljajo preko čipnega čitalca, ki bere podatke iz čipa ali jih nanj zapisuje.

Na trgu sta v veljavi dva različna tipa kartic Mercator Pika, ki podpirata bonitetni sistem zbiranja pik, ločita pa se po vrsti plačila – gotovinska in plačilno-kreditna kartica. Po izgledu pa ločimo tri različne Mercator Pika kartice: modro, zeleno in zlato.

Na plačilno-kreditno kartico Mercator Pika je možno pridobiti še dodatne kartice. Poznamo dve različici dodatne kartice: dodatno kartico za pooblaščen osebno in dodatno družinsko kartico.

Dodatno kartico se izda na predlog imetnika osnovne kartice. Za vse obveznosti in stroške, nastale z uporabo dodatnih kartic, je odgovoren imetnik osnovne kartice.

- Dodatno kartico za pooblaščen osebo lahko na predlog imetnika pridobi druga polnoletna oseba. Dodatna kartica se glasi na ime pooblaščen osebe, je neprenosljiva in ima svojo številko. Uporabna je do pisnega preklica poslanega na naslov izdajatelja kartice.
- Za družinsko kartico ravno tako zaprosi imetnik osnovne kartice, ki je tudi nosilec vseh pravic in obveznosti. Kartica ima svojo številko in se glasi na imetnikovo ime s pripisom družina (npr. družina J. Novak). Na kartici je imetnikov podpis. Z dodatno družinsko kartico lahko kupuje vsak prinosnik. Pri plačilu računa se podpis ne preverja. Uporabna je do pisnega preklica poslanega na naslov izdajatelja kartice.

Izdana dodatna kartica (družinska ali kartica za pooblaščen osebo) ima svojo številko kartice in isto številko računa kot nosilec osnovne kartice, ki je hkrati tudi odgovoren za plačilo vseh obračunanih nakupov po izdanih karticah. Mesečni limit se vodi ločeno po vsaki kartici. Bonitetne pike se zbirajo ločeno, pred koriščenjem pa se lahko na blagajni združijo s pikami osnovne kartice.

Vsi nakupi, opravljeni z dodatno kartico, se beležijo na računu nosilca, ki ga je dolžan enkrat mesečno poravnati v celoti. O obveznostih, nastalih z uporabo osnovne in dodatnih kartic, je imetnik obveščen enkrat mesečno. V primeru, da do dneva zapadlosti plačila obvestila o nakupih ne prejme, je dolžan o tem obvestiti Klub Mercator. Sporne zneske izstavljenega izpiska o poslovanju s kartico imetnik reklamira izdajatelju v 8 dneh po prejemu izpiska oziroma najkasneje v zakonsko določenem roku.

Če imetnik nima odprtega trajnega naloga pri banki ali plačila urejenega kako drugače, lahko svoje mesečne obveznosti brez provizije poravnava z gotovino in evidentiranjem plačilno-kreditne kartice na izbranih prodajnih mestih, ki so označena s posebno nalepko. Dan zapadlosti plačila lahko imetnik pisno spremeni največ enkrat v tekočem letu, ob pogoju, da nima sklenjene pogodbe o prodaji blaga na obroke in so vse zapadle obveznosti iz naslova poslovanja s kartico Mercator Pika poravnane.

Plačilno-kreditna kartica ali »plastični denar« je plačilno sredstvo, ki se vedno bolj uveljavlja, po drugi strani pa je kartice možno tudi zlorabiti, zato za poslovanje z njimi veljajo posebna pravila:

- Kupec mora imeti svojo kartico stalno pred očmi, blagajnik je ne sme odnesti nikamor; prav tako je ne sme odlagati na kodne čitalce, ker se lahko poškodujejo.
- Pri poslovanju preko čipa moramo biti posebno pozorni na možnost izbrisa pik, do katerega pride zaradi nasilne prekinitve transakcije (prehitrega izvleka kartice iz čipnega čitalca, prekinitve telefonske linije, izpada elektrike, ...). Mobilni telefon, ki deluje v neposredni bližini aktivnega bančnega POS terminala, lahko vpliva na transakcijo ali pa celo pokvari čip.

Ob vsakem plačilu s kartico mora blagajnik preveriti:

- ali je prenesel pravilen znesek z blagajne na bančni POS terminal,
- ali je opravil pravilno transakcijo,
- ali se podpis kupca na slipu ujema s podpisom na kartici (izjema je družinska kartica, kjer se podpisa ne preverja).

Bančni POS terminal ostale podatke preverja avtomatsko. Na ekranu POS terminala in na slipu se izpišejo ustrezna navodila, ki jih mora blagajnik upoštevati (*glej tudi blokirana kartica, presežen limit...*).

(vir: *Interno gradivo o poslovanju z Mercator Pika kartico*)

### 3.1 PRAVILA BONITETNEGA SISTEMA – ZBIRANJE IN KORIŠČENJE PIK

Zbiranje in koriščenje pik je možno na vseh prodajnih mestih, označenih z nalepko Mercator Pika in opremljenih z bančnimi POS terminali. Nakup (na odlog ali gotovinski) nad 4 € prinaša pike, ki se zbirajo na kartici. Skupno število zbranih bonitetnih pik se ob vsakem nakupu izpiše na slipu. Večje število zbranih pik prinaša večji prihranek oziroma popust v blagu.

- Bonitetno obdobje je časovno omejeno na 6 mesecev, in sicer traja od 1. februarja do 31. julija in od 1. avgusta do 31. januarja naslednjega leta. Točkuje se vsak nakup nad 4 €. Vsaki 4 € prinesejo 1 piko. Primer:
  - od 4.00 € do 7.99 € = 1 pika
  - od 8.00 € do 11.99 € = 2 piki
- Bonitetne pike se zbirajo na kartici. Z vsakim naslednjim nakupom se tako poveča število že doseženih pik.  
Primer:
  - nakup 16.50 € 4 pike
  - naslednji nakup 20.60 € 5 pik
  - skupaj na kartici 9 pik
- Ko imetnik doseže določen bonitetni razred (A, B, C, D), lahko izkoristi boniteto v skladu z veljavno preglednico bonitet. Bonitete lahko koristi le v času tekočega bonitetnega obdobja. Če se ne odloči za koriščenje bonitete ali če je na kartici ostalo najmanj 35 pik, se ga po zaključku bonitetnega obdobja avtomatično vključi v nagradno žrebanje. Zbrane pike niso prenosljive v naslednje bonitetno obdobje, število zbranih pik se vrne na 0.
- Pike je možno pridobiti le takoj ob nakupu. Naknaden vpis pik ni možen, razen izjemoma, npr. v primeru reklamacije. Vsi morebitni kasnejši vnosi pik morajo biti obravnavani kot reklamacije in opremljeni z ustrezno dokumentacijo.
- Pik, zbranih na več karticah, med seboj ni možno sešteti, razen v primeru nosilca plačilno-kreditne kartice in njegovega pooblaščenca ter dodatne družinske kartice, kjer poteka obračun nakupov preko enega računa. Prenos pik se opravi na blagajni, ob predložitvi vseh kartic istega računa in pred koriščenjem skupne zbrane bonitete.
- Na bon Mercator Pika ni možno pridobiti pik niti ga zamenjati za gotovino ali le delno unovčiti.



- Mercator ne prevzema odgovornosti za neizkoriščene pike na izgubljenih ali ukradenih karticah.
- Pri neporavnanih obveznostih ali ob preklicu kartice izgubi imetnik pravico do koriščenja vseh bonitetnih pik.
- Poplačila neporavnanih obveznosti ni mogoče opraviti s pridobljeno boniteto.
- Morebitne reklamacije na nakupe je mogoče uveljavljati v roku 8 dni od nakupa ali prejetega obračuna. Za reševanje neupravičenih reklamacij se zaračunajo nastali stroški po veljavni tarifi.
- V primeru okvare bančnega POS terminala delujeta samo zelena in zlata kartica Mercator Pika kot plačilno-kreditni kartici. Bonitetni sistem ne deluje.
- Bonitetnih pik ni mogoče pridobiti pri plačilu nakupa z drugimi plačilnimi karticami, vključno z debetnimi.
- Izdajatelj Mercator Pika kartic si pridržuje pravico spreminjanja bonitetnih pravil. Vse spremembe so javno objavljene.

(Vir: Interna navodila o poslovanju z Mercator Pika kartico in bonitetnim sistemom zbiranja pik)

Preglednica bonitet glede na vrednosti nakupov:

razred	vrednost nakupov €	število zbranih pik	boniteta v %	vrednost bonitete v €
A	360 €	90	3	11 €
B	1.000 €	250	4	40 €
C	2.400 €	600	5	120 €
D	5.000 €	1.250	6	300 €

Tabela št. 2: Preglednica bonitet glede na vrednosti nakupov

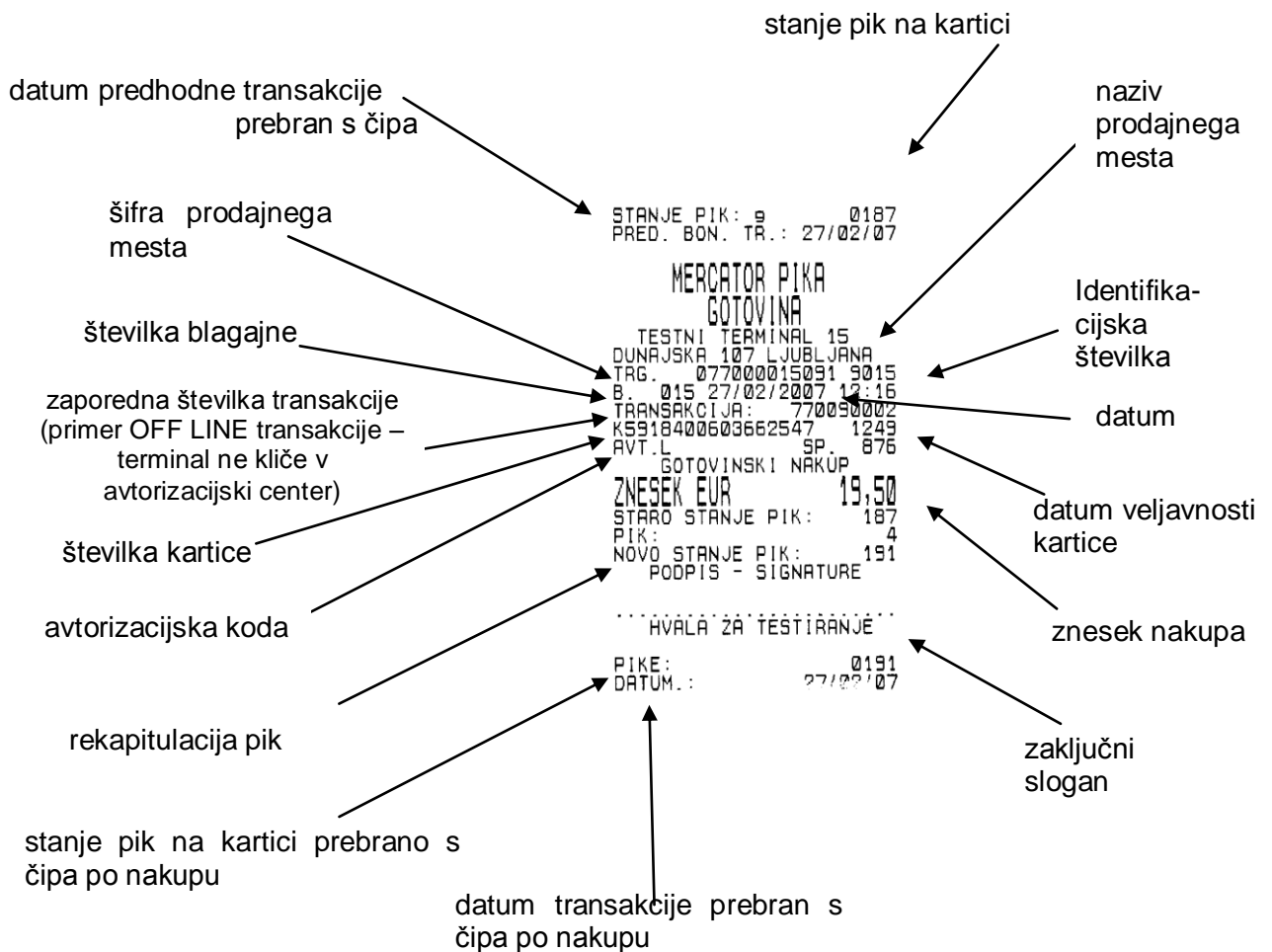
### Kako imetnik kartice Mercator Pika izkoristi pike?

Do konca bonitetnega obdobja izbere trgovino in blago v vrednosti dosežene bonitete in opozori blagajnika, da bo unovčil bonitetne pike. Blagajnik izpiše bon Mercator Pika in ga odšteje od skupne vsote računa (ob izpisu bona se izkoriščeno število pik odšteje od skupne vsote pik na kartici).

(Vir: Interna navodila o poslovanju z Mercator Pika kartico in bonitetnim sistemom zbiranja pik)

### Napake

V primeru kakršnekoli napake pri zbiranju pik prosimo imetnika, da reklamacijo prijavi pisno in k reklamaciji priloži tudi svojo kartico Mercator Pika. Reklamacija se reši v najkrajšem možnem času, kartica pa se pošlje oziroma vrne imetniku s priporočeno pošiljko.



## 4 MODRA MERCATOR PIKA KARTICA

Gotovinska – modra kartica Mercator Pika podpira bonitetni sistem zbiranja pik ob gotovinskem plačilu oziroma pri plačilu z Mercatorjevimi plačilnimi boni. Gre za kartico na prinosnika – na njej ni podpisa, zato tudi na prodajnem mestu ni potrebno podpisovati slipov za nakupe in preverjati podpisa, razen v primeru izpisa bona Mercator Pika.



Slika št. 2: Modra gotovinska kartica

Modra kartica Mercator Pika je kartica ugodnosti za naše zveste kupce, ki plačujejo z gotovino. S kartico pa sodelujejo v bonitetnem sistemu zbiranja pik. Prosilcu se gotovinska kartica pošlje po pošti, če izpolni pristopnico za pridobitev modre gotovinske kartice in jo pošlje na sledeči naslov: Klub Mercator, Dunajska cesta 107, 1000 Ljubljana, ali pa pristopnico izpolni in jo pošlje preko spletnih strani po elektronskem mediju. Na izdano kartico dodatna pooblastila niso možna.

Članarine ali stroškov poslovanja Klub Mercator ne zaračunava.

V primeru izgube ali kraje modre kartice je možna blokada koriščenja zbranih bonitetnih pik. Imetnik izgubo modre kartice pisno sporoči na zgornji naslov ali na e-naslov ([klub.mercator@mercator.si](mailto:klub.mercator@mercator.si)), nato se mu brezplačno izda nova kartica, na katero se prenesejo že zbrane pike. Imetnik izgubljene modre kartice nikakor ne sme izpolnjevati nove pristopnice.

*(Vir: Interna navodila o poslovanju z Mercator Pika kartico in bonitetnim sistemom zbiranja pik)*



Slika št. 3: Gotovinski nakup – postopek

Gotovinski nakup je nakup z gotovino. Kartica služi le za podporo bonitetnemu sistemu.

(Vir: Interna navodila o poslovanju z Mercator Pika kartico in bonitetnim sistemom zbiranja pik)

## 5 ZELENA MERCATOR PIKA KARTICA



Slika št. 4: Zelena plačilno kreditna kartica

Kupec lahko pridobi zeleno plačilno-kreditno kartico Mercator Pika tako, da izpolnjeno „Prošnjo za pridobitev plačilno-kreditne kartice Mercator Pika“ pošlje na naslov Kluba Mercator.

V primerjavi z modro je na zeleni kartici več podatkov, in sicer poleg številke kartice (5918 4005 0261 3733), še ime in priimek nosilca (PSM-TESTNA 2), številka računa (000931250) in datum veljavnosti (2006/04). Imetnik je dolžan kartico skrbno hraniti in poslovati z njo v skladu s Splošnimi določili za izdajanje in uporabo plačilno-kreditne kartice Mercator Pika in svojo plačilno sposobnostjo.

Izgubo ali krajo kartice mora imetnik takoj sporočiti v Klub Mercator ali v klicni center in s pisno izjavo na naslov izdajatelja preklic tudi potrditi. Vso morebitno škodo, ki nastane kot posledica izgube ali kraje kartice za čas do izteka naslednjega dne od prejema obvestila, mora poravnati imetnik kartice. Če želi imetnik novo kartico, zahteva to pisno pri izdajatelju – v tem primeru se izda nova kartica in se nanjo prenese zbrane pike. V primeru večkratne izgube ali kraje kartice, lahko izdajatelj (Klub Mercator) zavrne ponovno izdajo kartice.



## 6 ZLATA MERCATOR PIKA KARTICA



Slika št. 6: Zlata plačilno-kreditna kartica

Tudi na zlati kartici je številka kartice (5918 4005 0019 6630), ime in priimek nosilca številka računa in datum veljavnosti. Pri poslovanju na prodajnem mestu deluje enako kot zelena plačilno-kreditna kartica.

To je torej plačilno-kreditna kartica, ki jo Klub Mercator podeljuje Mercatorjevim najzvestejšim kupcem kot izraz posebne pozornosti, saj jim omogoča številne ugodnosti: nakupovanje brez limita; zavarovanje morebitne zlorabe ali izgube takoj po prejemu preklica kartice, posebna telefonska linija in elektronski naslov, namenjena imetnikom zlate kartice; posebne dodatne ugodnosti, oblikovane samo za imetnike zlate kartice Mercator Pika (npr. brezplačna avtomobilska in domska asistenca, telefonsko prednaročilo blaga v določenih poslovalnicah).

Če je imetnik kartice Mercator Pika (gotovinske ali plačilno-kreditne) vsaj eno leto član Kluba Mercator in je v zadnjem zaključenem bonitetnem obdobju presegel vrednost nakupov 3.500 € in je tudi redni plačnik, lahko zaprosi za izdajo zlate kartice Mercator Pika.

Prošnjo za izdajo kartice potrdi ali zavrne komisija za izdajo kartice s strani izdajatelja, ki preveri, če prosilec izpolnjuje navedene pogoje, določene s strani Mercatorjeve uprave.

V primeru, da prosilec izpolnjuje pogoje, se mu pošlje ponudbo – obrazec za pridobitev zlate kartice Mercator Pika, ki ga izpolnjenega in podpisanega pošlje na naslov Kluba Mercator. Zlata kartica je izdana le prejemniku ponudbe. Če želi prosilec dodatno kartico, se prav tako izda zlata kartica, izjema je le družinska, ki je lahko izdana le kot zelena kartica.

V nasprotnem primeru se prosilcu zahtevke zavrne z dopisom, v katerem se ga povabi, da ponovno posreduje zahtevek, ko bo izpolnjeval pogoje za pridobitev zlate kartice.

### **Telefonsko prednaročilo nakupa blaga za imetnike zlate kartice**

Da bi imetnikom zlate kartice Mercator Pika olajšali vsakodnevne nakupe v Mercatorjevi maloprodajni mreži, smo pripravili možnost udobnega nakupovanja preko telefonske linije. Zadostuje že telefonski klic na brezplačno številko **080 2 080**, preko katere se klic preusmeri v eno izmed prodajaln, ki prednaročila izvajajo. Seznam prodajaln imetniki zlate kartice Mercator Pika prejmejo po pošti, dostopen pa je tudi na Mercatorjevih spletnih straneh, kjer je objavljen tudi podatek o obratovalnem času prodajalne, v katerem se lahko odda naročilo.

Prodajalci v teh poslovalnicah imetniku zlate kartice svetujejo pri izbiri blaga, uskladijo najustreznejši datum in uro osebnega prevzema blaga in pripravijo paket z naročenimi izdelki market programa oziroma ga dostavijo do avtomobila. Stroški nakupa se poravnajo ob prevzemu blaga.

Telefonska številka za dodatne informacije: 01 560 1698, e-naslov: [zlatakartica@mercator.si](mailto:zlatakartica@mercator.si).

## **7 POSLOVANJE S PLAČILNIMI IN GOTOVINSKIMI KARTICAMI**

Poslovanje s plačilnimi in gotovinskimi karticami poteka avtomatsko preko POS terminalov. Ker so vsa prodajna mesta Mercatorja opremljena z bančnimi POS terminali, Klub Mercator na prodajna mesta ne pošilja več redne mesečne stop liste. Izjemoma pa zaradi izpada bančnega POS sistema prodajno mesto lahko opravi ročno transakcijo, vendar mora obvezno opraviti avtorizacijo prav za vsak nakup. Delavec v avtorizacijskem centru po programskem preverjanju avtorizacijo zavrne ali pa odobri. Če je avtorizacija zavrnjena, delavec v centru to sporoči prodajnemu mestu. Razloga za zavrnitev ni dolžan pojasniti. Prodajalec vljudno obvesti kupca, da je bila avtorizacija zavrnjena in da nakupa ne more plačati s kartico. Imetnik kartice lahko dobi vsa pojasnila v zvezi z zavrnitvijo nakupa pri izdajatelju kartice.

Če je avtorizacija odobrena, sporoči delavec iz avtorizacijskega centra prodajalcu avtorizacijsko kodo, sestavljeno iz črk in števil. Prodajalec ponovi kodo, da se izključi možnost napake. Prodajalec vpiše kodo na potrdilo o nakupu v za to določeno rubriko.

### **Izpolnjevanje in oddajanje potrdil o nakupu**

Potrdila o nakupu se s pripadajočo specifikacijo redno pošiljajo na naslov: Poslovni sistem Mercator, d.d., Klub Mercator, Dunajska 107, 1000 Ljubljana. Dokumenti morajo biti izpolnjeni in odtisnjeni čitljivo in brez popravkov.



Potrdilo o nakupu (slip) se uporablja za potrditev nakupa oziroma storitve. Odtisnjeno mora biti tako, da se na njem čitljivo vidi odtis plačilne kartice in ploščice s podatki o prodajnem mestu. Celoten postopek izpolnjevanja potrdil in postopek avtorizacije mora potekati v prisotnosti kupca. Prodajalec na slip ročno vpiše datum in znesek nakupa ter avtorizacijsko kodo. Kupec mora v prisotnosti prodajalca slip podpisati, prodajalec pa preveriti podpis na hrbtni strani kartice s podpisom na slipu ter čitljivost podatkov na kopijah.

Original izročimo kupcu, prva kopija slipa je namenjena evidentiranju na prodajnem mestu oziroma v njihovi upravi, druga (zadnja) kopija pa se skupaj s specifikacijo predloži na sledeč naslov: Klub Mercator, Oddelek za obračun, Dunajska 107, Ljubljana.

Specifikacija je zbirnik potrdil o nakupu. Prodajno mesto mora specifikacijo skupaj s slipi oddajati ažurno. Ob koncu bonitetnega obdobja (vsakih 6 mesecev) je lahko problem zastale dokumentacije še posebej pereč. Dokumentacijo, ki je starejša od 30 dni, lahko obračunski oddelek zavrne in vrne prodajnemu mestu. Ročno poslovanje uporabljamo res izjemoma, zato je k dokumentaciji potrebno priložiti tudi kratko obrazložitev, zakaj smo izpeljali ročno poslovanje.

### **Arhiviranje dokumentacije**

Prodajno mesto hrani dokumentacijo (ročno in POS) po navodilih, ki jim jih posreduje njihova strokovna služba (najmanj štiri leta).

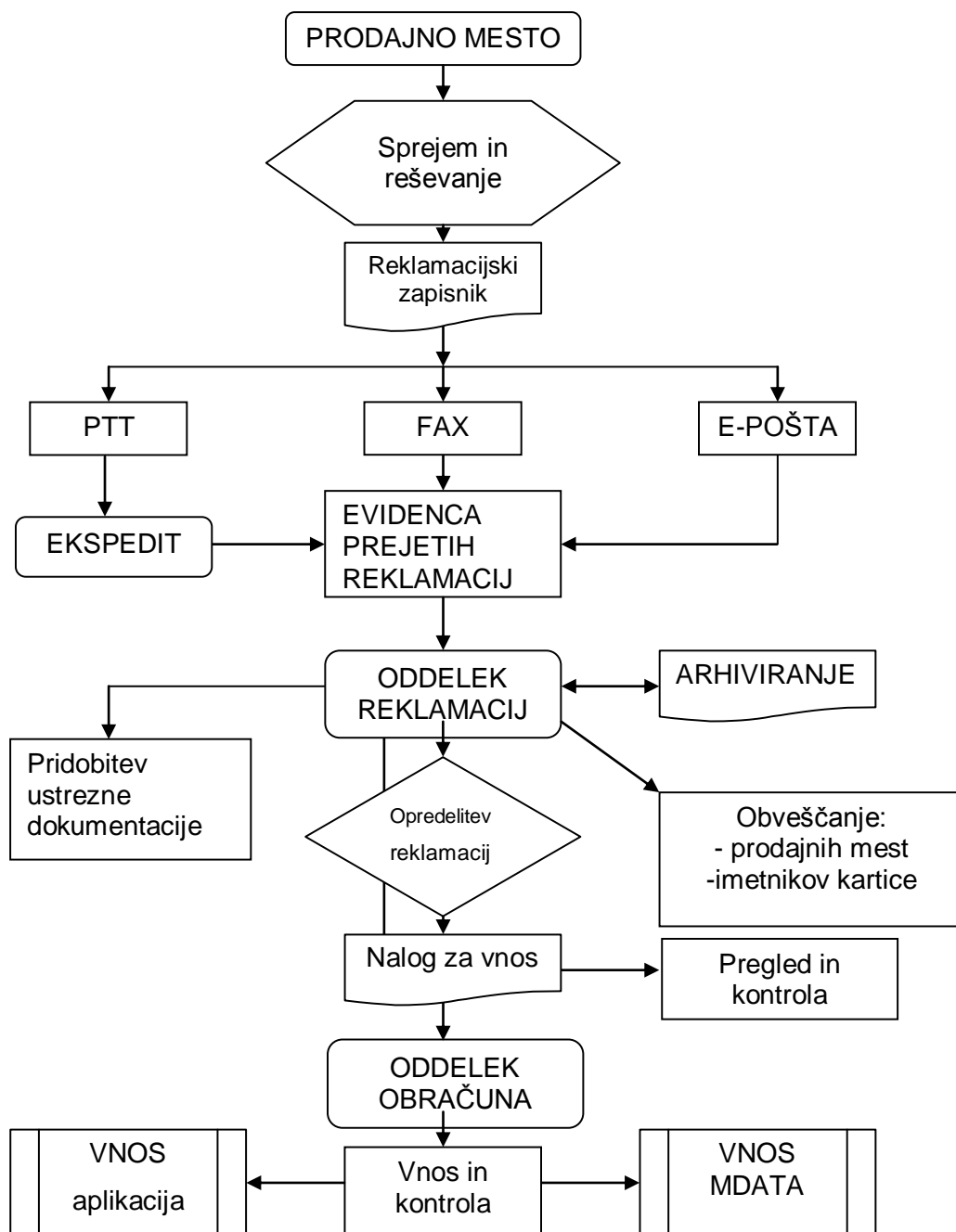
## **7.1 REKLAMACIJSKI POSTOPEK**

Reklamacije sprejemamo pisno, po možnosti na obrazcu Mercatorja. Praviloma naj bi reklamacije pripravila odgovorna oseba – poslovodja, in sicer v dvojniku. En izvod zadrži prodajno mesto, enega pa pošlje v Klub Mercator.

Vsak reklamacijski zapisnik mora vsebovati preprost, laičen opis dogodka oziroma stanja, kopijo razpoložljivih dokumentov in v primeru, da se nanaša na boniteto, tudi kartico. Plačilno kartico je potrebno vedno poslati vrednostno ali priporočeno. Reklamacijski zapisnik mora biti opremljen tudi s podatki o trgovini, telefonsko številko in imenom odgovorne osebe. Biti mora podpisan in če je le mogoče, opremljen z žigom trgovine.

*(Vir: Interna navodila o poslovanju z Mercator Pika kartico in bonitetnim sistemom zbiranja pik)*

## 7.1.1 Prikaz obstoječega stanja reševanja reklamacij



Slika št. 7: Prikaz obstoječega stanja reševanja reklamacij (lastni vir)

### 7.1.2 Primeri reklamacij, ko je stranka brez kartice

V primeru okvare kartice moramo stranki kar najbolj olajšati težave, ki iz tega izhajajo. Največ kartic je pokvarjenih zaradi nasilne prekinitve transakcije. Žal večino okvar na kartici povzroči blagajnik, ki nepravilno rokuje s kartico (prehiter izvek iz bančnega POS terminala). Zato praviloma reklamacijo napiše prodajno mesto in jo posreduje v Klub Mercator. Prav tako je korektno do stranke, da medtem ko je kartica v popravilu oziroma zamenjavi, potrjujemo račune, ki so plačani z gotovino. Z njimi stranka uveljavlja kasnejši vpis pik. Ko prejme novo oziroma popravljeno kartico, ji za označene račune nakupov, opravljene v naših trgovinah, naredimo gotovinske transakcije samo na bančni POS terminal.

## 7.2 POKVARJENA KARTICA

Tako kot vsaka stvar se lahko pokvari tudi kartica. Nekatere okvare oziroma poškodbe so vidne že od daleč, npr.: kartica je bila oprana oziroma zlikana, je zlomljena, čip je iztrgan iz kartice in drugo. Druge napake pa so na zunaj neopazne. Zaznamo jih, ko želimo opraviti transakcijo. V nekaterih primerih POS terminal piska in ga moramo resetirati (ugasniti), da lahko posluje dalje. Komentari na bančnem POS terminalu pa so lahko različni, npr. neprava kartica, napačno vstavljena kartica ... V takšnem primeru napotimo stranko, da kartico pošlje v zamenjavo oziroma jo s prodajnega mesta pošljejo kar sami. Zamenjava je brezplačna in tudi že zbrane pike se prenesejo.

## 7.3 NAPAČEN ZNESEK

Znesek nakupa iz zaključenega računa na blagajni se ročno vnese na bančni POS terminal. Zato se včasih zgodi, da pride do napake pri vnosu. Zelo pomembno je preveriti pravilnost vnešenega zneska, preden se postopek potrdi, ker kasneje na terminalu znesek ni več viden. Ko se izpiše slip, je nepravilen znesek viden, in tudi takrat ga je potrebno preveriti. V primeru, da prodajno mesto odkrije napako takoj, se lahko opravi storno. Stornira pa se lahko samo zadnjo transakcijo. V primeru, da je napaka ugotovljena kasneje pri zaključku blagajne, je potrebno reklamacijo poslati v Klub Mercator.

Napake so zelo različne, vendar poznamo nekaj osnovnih vzorcev:

### **Prevelik znesek**

Poleg prevelikega zneska, za katerega je stranka bremenjena v primeru plačilno-kreditne kartice, ji je bilo odobrenih tudi preveč pik. Če želimo stornirati pike, je potrebno skupaj z reklamacijskim zapisnikom poslati tudi kartico.

V Klubu Mercator v primeru, da prodajno mesto prosi za storno plačilne transakcije v svoje breme, to takoj naredimo. Če prodajno mesto posreduje kartico, storniramo tudi pike, v kolikor pa kartice ni v prilogi, pike knjižimo v breme trgovine.

Kartico je smotrno stranki odvzeti samo v primeru, kadar gre za veliko število pik, saj se pike knjižijo v breme trgovine po povprečni vrednosti pike v bonitetnem obdobju. V večini primerov je pošiljanje kartice dražje kot nekaj pik, odvzem kartice pa sproži tudi nezadovoljstvo pri imetnikih kartice. Pri stornu gotovinske transakcije je kartica obvezna priloga.

### **Premajhen znesek**

Če blagajnik zelo hiti, se lahko zgodi, da začne vnašati znesek, preden je terminal pripravljen za vnos. V tem primeru izpade prva številka pri znesku. Lahko pa je izpuščena oziroma zamenjana tudi katerakoli druga številka. Če se pogosto dogaja, da manjka ista številka, mora prodajno mesto poklicati servis, saj se najverjetneje zatika gumb na številčnici.

Tudi v takšnem primeru se pošlje reklamacijski zapisnik, način reševanja pa je drugačen od predhodnega. Imetnika zelene kartice ne moremo obremeniti za razliko brez njegovega privoljenja, pripadajo pa mu tudi pike, ki bi izhajale iz razlike. Zato stranki pošljemo dopis, v katerem jo naprošamo, naj se zgleda na prodajnem mestu, kjer problem razreši z odgovorno osebo. Kopijo dopisa dobi v vednost tudi prodajno mesto.

### **Kartica, ki je najdena na prodajnem mestu**

V kolikor je kartica pozabljena na prodajnem mestu ali pa jo v najbližje prodajno mesto prinese pošteni najditelj, jo je potrebno po najhitrejši poti dostaviti imetniku. Možnosti sta dve:

- V Klubu Mercator lahko prodajno mesto pridobi podatke o imetniku in ga pokliče. To je zelo primeren način, če je imetnik izgubil plačilno-kreditno kartico, ker je stranka zelo hitro obveščena, kje je njena kartica in je ne prekliče.
- Prodajno mesto lahko najdene kartice pošlje v Klub Mercator, kjer bomo poskrbeli, da bodo kartice razposlane imetnikom kartic na njihove naslove. Na reklamacijski zapisnik je potrebno napisati razlog, zakaj so kartice poslane.

*(Vir: Interna navodila o poslovanju z Mercator Pika kartico in bonitetnim sistemom zbiranja pik)*

## 8 ANKETA

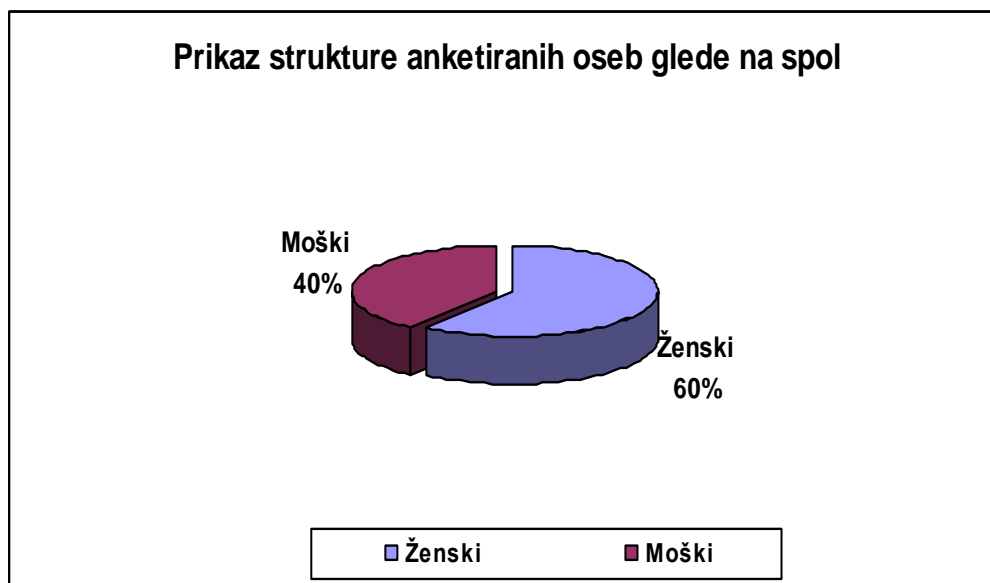
Razširjenost uporabe posameznih Mercator Pika kartic ter poznavanje razlik med njimi sem se odločil raziskati z anketiranjem. Anketo sem izvedel na vzorcu 68 ljudi, ki so bili enakomerno porazdeljeni med različne starostne strukture in spol. Vprašalniki so bili razdeljeni naključno izbranimi osebam, ki niso zaposleni v podjetju Mercator, tako da so rezultati objektivni. V anketi sem uporabil 12 kratkih vprašanj o poznavanju Mercator Pika kartic, odgovore sem analiziral in tako prišel do določenih ugotovitev oziroma zaključkov.

### 8.1 PRIKAZ STRUKTURE ANKETIRANIH OSEB GLEDE NA SPOL

Spol	Št. oseb
Ženski	40
Moški	28

Tabela št. 3: Prikaz strukture anketiranih oseb glede na spol

Iz podatkov, ki so zabeleženi, je razvidno, da je na anketo odgovarjalo 68 oseb, od tega 40 žensk in 28 moških.

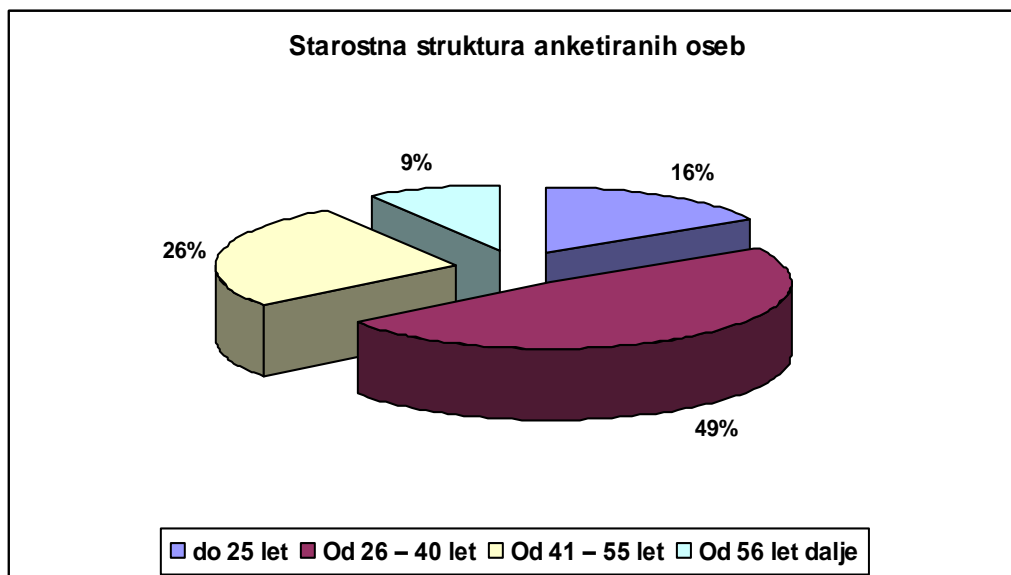


Graf št. 4: Prikaz strukture anketiranih oseb glede na spol

## 8.2 PRIKAZ STAROSTNE STRUKTURE ANKETIRANIH OSEB

Starost	Št. oseb
do 25 let	11
od 26–40 let	33
od 41–55 let	18
od 56 let dalje	6
<b>Skupaj</b>	<b>68</b>

Tabela št. 4: Prikaz starostne strukture anketiranih oseb



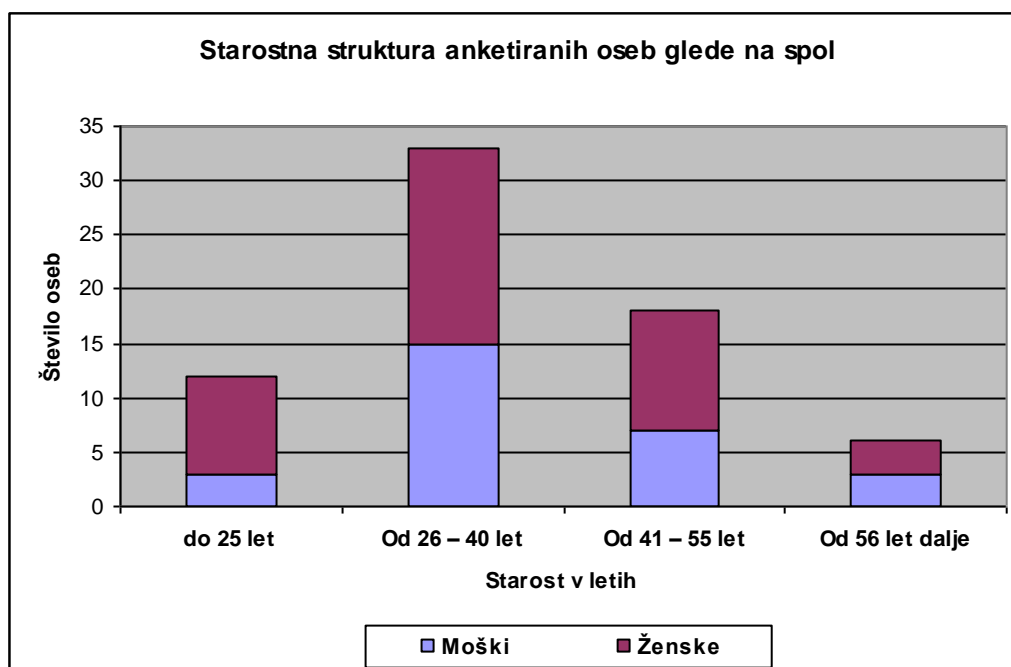
Graf št. 5: Starostna struktura anketiranih oseb

Anketirani so bili razdeljeni v štiri starostne skupine. V prvi starostni skupini do 25 let je bilo zajetih 16%, v drugi 49%, v tretji 26%, in v četrti 9% oseb. Največ anketiranih je bilo v drugi starostni skupini (33), najmanj pa v četrti skupini, to je 6 oseb.

### 8.3 PRIKAZ STAROSTNE STRUKTURE ANKETIRANIH OSEB GLEDE NA SPOL

Starost	Moški	Ženske
do 25 let	3	9
od 26–40 let	15	18
od 41–55 let	7	11
od 56 let dalje	3	3
<b>Skupaj</b>	<b>28</b>	<b>40</b>

Tabela št. 5: Prikaz starostne strukture anketiranih oseb glede na spol



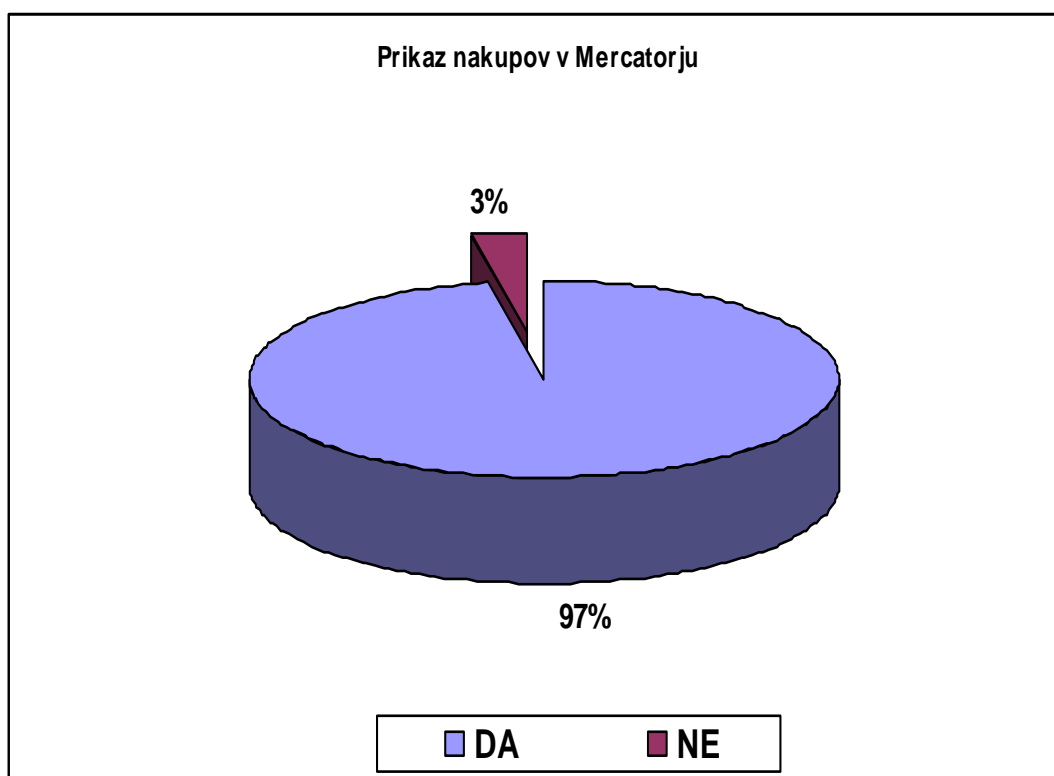
Graf št. 6: Starostna struktura anketiranih glede na spol

V vsaki starostni skupini je odgovarjalo več žensk kot moških, le v zadnji skupini je bilo število anketiranih enako porazdeljeno med moške in ženske.

## 8.4 PRIKAZ NAKUPOV V MERCATORJU

<i>T</i>	Ali nakupujete v Mercatorju?	Št. oseb
<i>a</i>	Da	66
<i>T</i>	Ne	2
<i>a</i>		
<i>T</i>		

Tabela št. 6: Prikaz nakupov v Mercatorju



Graf št. 7: Prikaz nakupov v Mercatorju

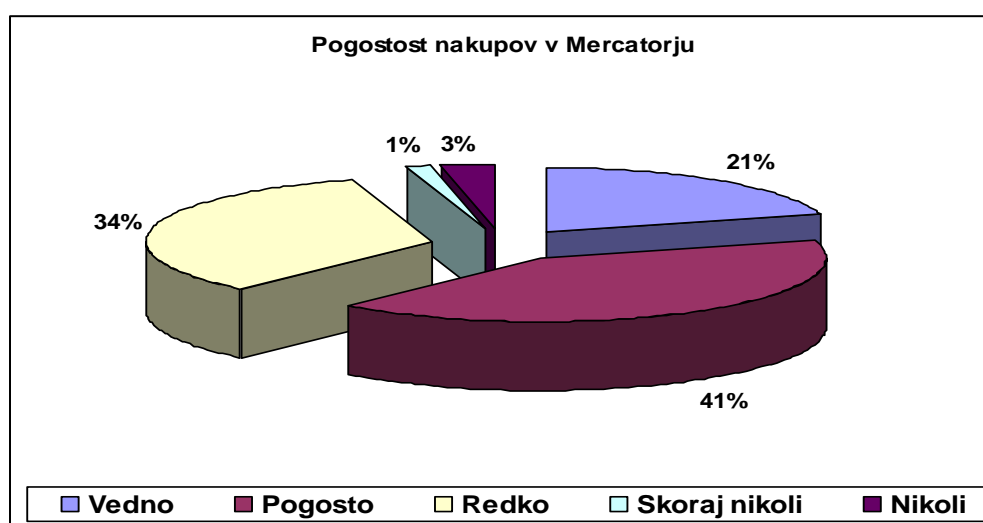
Večina anketiranih oseb je odgovorila, da kupuje v Mercatorju, kar pojasnjuje dejstvo, da ima Mercator še vedno tako visok odstotek tržnega deleža v Sloveniji.



## 8.5 PRIKAZ POGOSTOSTI NAKUPOV V MERCATORJU

Pogostost nakupov v Mercatorju	Št. oseb
Vedno	14
Pogosto	28
Redko	23
Skoraj nikoli	1
Nikoli	2
<b>Skupaj</b>	<b>68</b>

Tabela št. 7: Prikaz pogostosti nakupov v Mercatorju



Graf št. 8: Pogostost nakupov v Mercatorju

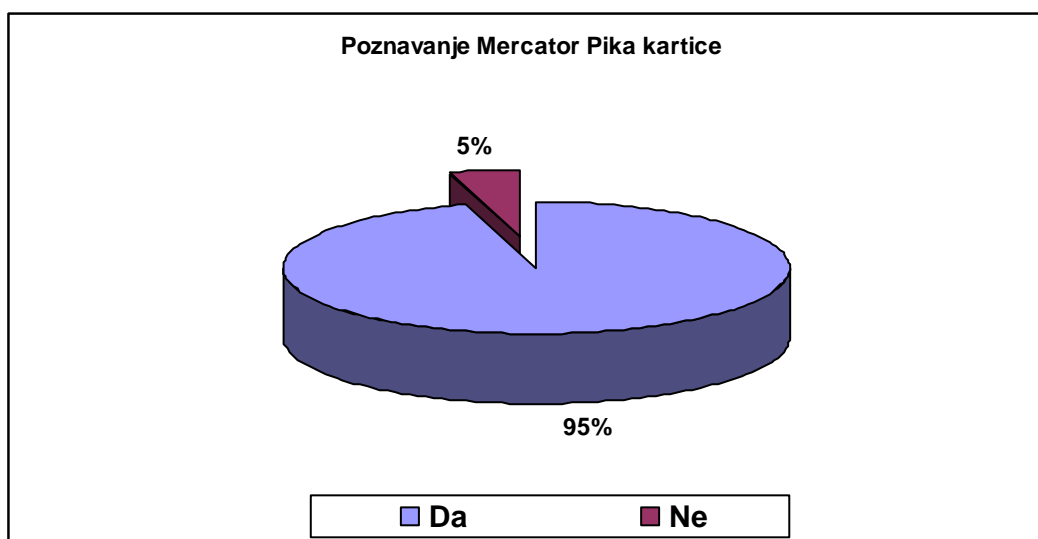
Ne glede na današnjo konkurenco in različne ponudbe je velika večina anketiranih oseb povedala, da vedno oziroma pogosto nakupuje v Mercatorju.

## 8.6 POZNAVANJE MERCATOR PIKA KARTICE

Ali poznate Mercator Pika kartico?	Št. oseb
Da	63
Ne	5

Tabela št. 8: Poznavanje Mercator Pika kartice

Mercator Pika kartico naj bi poznala večina anketiranih.



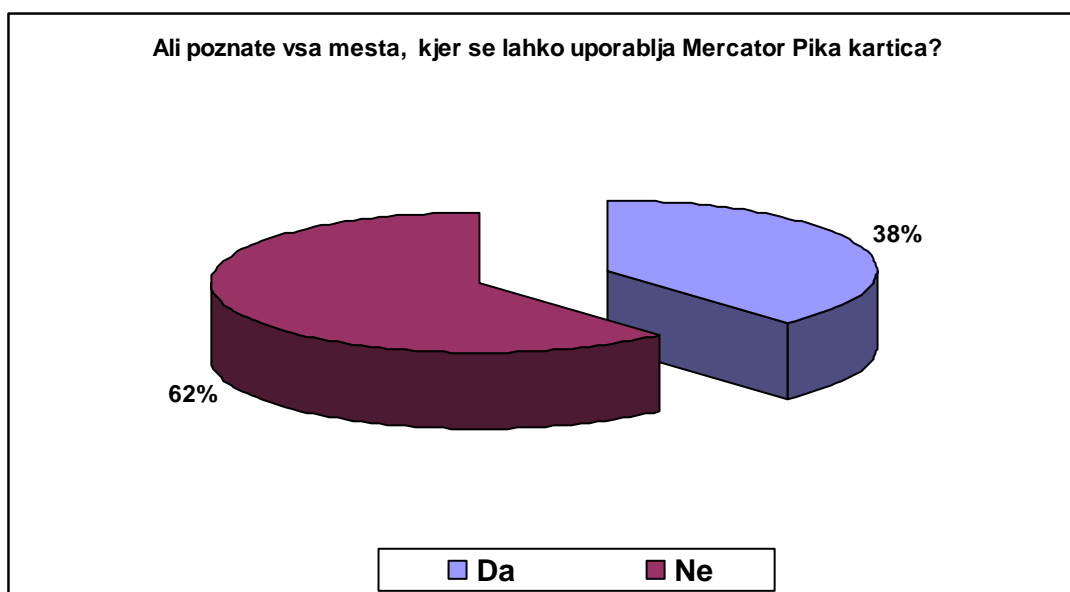
Graf št. 9: Poznavanje Mercator Pika kartice

Moja trditev iz uvoda, da je Mercator Pika kartica najboljša marketinška poteza, se je potrdila, saj je na vprašanje, ali poznajo kartico, kar 95% anketiranih oseb odgovorilo pritrdilno.

## 8.7 POZNAVANJE MEST UPORABE KARTIČNEGA POSLOVANJA

Ali poznate vsa mesta, kjer se koristi?	Št. oseb
Da	26
Ne	42

Tabela št. 9: Poznavanje mest uporabe kartičnega poslovanja



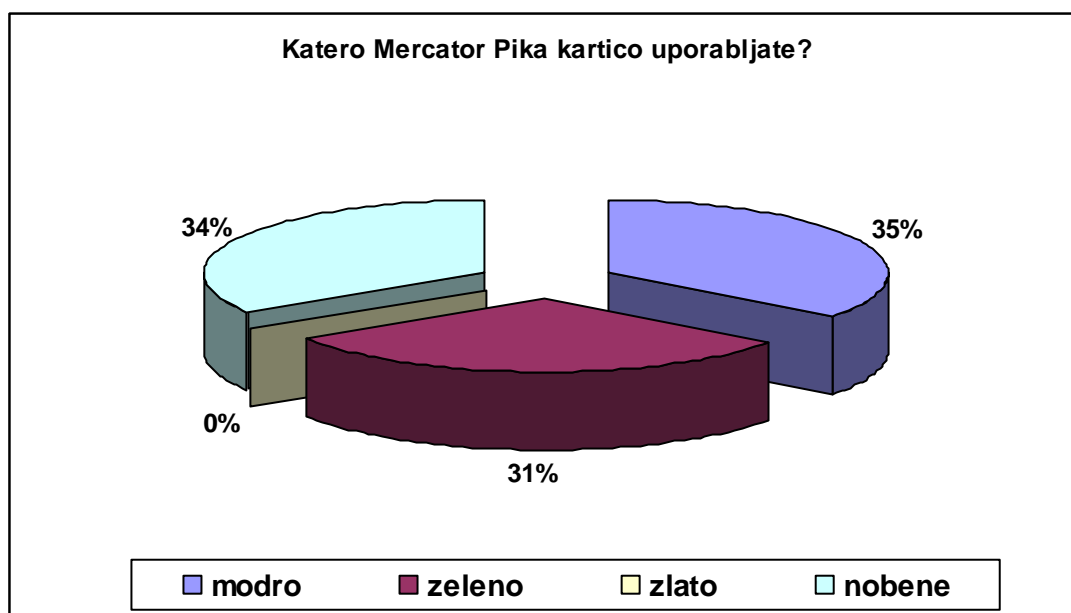
Graf št. 10: Poznavanje mest za koriščenje ugodnosti

Glede na velik razpon prodajnih mest, kjer lahko uporabimo Mercator Pika kartico (tako znotraj Mercatorjevega programa kot tudi pri zunanjih partnerjih), je odgovor, da skoraj 40% anketirancev ne pozna vseh možnosti koriščenja ugodnosti Mercator Pika kartice, logičen.

## 8.8 UPORABLJANJE MERCATOR PIKA KARTICE

Katero Mercator Pika kartico uporabljate?	Št. oseb
Modro	24
Zeleno	21
Zlato	0
Nobene	23
<b>Skupaj</b>	<b>68</b>

Tabela št. 10: Uporabljanje Mercator Pika kartice



*Graf št. 11: Prikaz uporabe posamezne Mercator Pika kartice*

Večina izmed anketiranih uporablja zeleno oziroma modro Pika kartico, prva omogoča gotovinsko in odloženo oziroma kreditno poslovanje (31%), modro Pika kartico, ki nudi zbiranje pik ugodnosti, pa uporablja 35% oseb. Kartice pa ne uporablja 34% anketiranih.

## 8.9 POZNAVANJE SISTEMA KORIŠČENJA PIK

Vam je poznan sistem koriščenja pik?	Št. oseb
Da	53
Ne	15

*Tabela št. 11: Poznavanje sistema koriščenja pik*



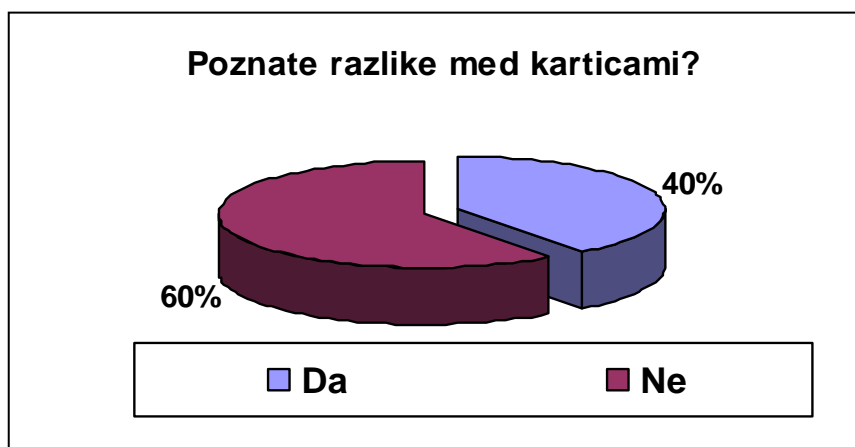
Graf št. 12: Poznavanje sistema koriščenja pik

## 8.10 PRIKAZ POZNAVANJA RAZLIK POSAMEZNIH KARTIC

Poznate razliko med modro, zeleno in zlato Mercator Pika kartico?	
Da	27
Ne	41
<b>Skupaj</b>	<b>68</b>

Tabela št. 12: Prikaz poznavanja razlik posameznih kartic

Precej veliko nepoznavanje razlik je predvsem posledica nepoznavanja zlate kartice, medtem ko uporabniki modre ter zelene Mercator Pika kartice razlike med le-timi poznajo zelo dobro.



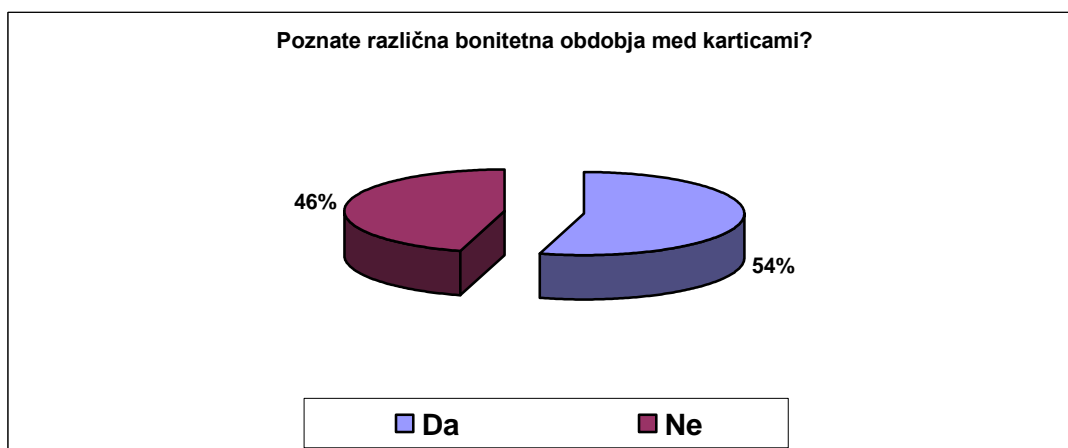
Graf št. 13: Poznavanje razlik med karticami

## 8.11 PRIKAZ POZNAVANJA TRAJANJA BONITETNEGA OBDOBJA

Poznate trajanja bonitetnih obdobj?	
Da	37
Ne	31
<b>Skupaj</b>	<b>68</b>

Tabela št. 13: Prikaz poznavanja trajanja bonitetnega obdobja

Prav tako večina anketiranih oseb dokaj dobro pozna trajanje bonitetnega obdobja.



Graf št. 14: Poznavanje bonitetnih obdobj

## 8.12 SKLEP IN UGOTOVITVE

Rezultati, pridobljeni s pomočjo prejetih izpolnjenih vprašalnikov, so prikazani v tabelarični in tudi slikovni obliki s pomočjo grafa. Na 68 vprašalnikov je odgovorilo 40 žensk in 28 moških, ki so bili razdeljeni v štiri starostne strukture.

Glede na tržni delež ter današnjo konkurenco na trgu je odgovor, da kar 97% anketiranih oseb kupuje v Mercatorju, zelo vzpodbuden za podjetje. Mercator Pika kartico naj bi poznali skoraj vsi anketirani (95%), večina izmed njih (69%) pa uporablja zeleno oz. modro Pika kartico, ki omogočata zbiranje bonitetnih ugodnosti ter gotovinsko poslovanje z odloženim oz. obročnim plačilom.

Pri anketiranih osebah so malo manj poznana vsa mesta, kjer lahko uveljavimo ugodnosti Mercator Pika kartice. Teh mest ali prodajal je zelo veliko: Mercatorjevi programi, Modiana, Avenija mode, Tehnika, Intersport, Drogerija Beatiuqe, Hura diskont, Hipermarket, M Holidays; pa tudi veliko strateških poslovnih partnerjev: Trgoavto, Peko, Alpina, Optika Ljubljana, Direndaj itd., zato je dejstvo, da anketirane osebe ne poznajo vseh mest, kjer se lahko koristijo ugodnosti Mercator Pika kartice, pričakovano.

Anketiranci so seznanjeni s sistemom koriščenja pik, visok odstotek pa jih tudi pozna razliko med modro, zeleno in zlato Mercator Pika kartico ter njihova različna bonitetna obdobja.

Dokaj nepoznana je zlata Mercator Pika kartica. Sklepam, da je dokaj redka uporaba zlate Mercator Pika kartice tudi delna posledica nižjega življenjskega standarda v Sloveniji.

Ugotavljam, da so se vse tri kartice dobro prijele med kupci, da so med njimi poznane in da so, če gledam tudi z vidika Mercatorja kot trgovske družbe, dober način, kako se kupce pritegne, da svoje nakupe vedno znova opravijo v enem od Mercatorjevih trgovskih centrov oziroma prodajnih mest.

Mercator Pika kartica je tako hkrati vez med kupci in Mercatorjem, navsezadnje pa pomeni tudi zvestobo Mercatorju.

## 9 ZAKLJUČEK

Z analizo ankete pridemo do zaključka, da je podjetje med kupci dobro poznano, kar niti ne preseneča glede na tržni delež, ki ga ima Mercator na trgu. Vendar pa je delež kupcev, ki kupujejo v Mercatorju, verjetno pogojen tudi z lahko dostopnostjo in urejenostjo Mercatorjevih trgovin, Mercator pa veliko stavi tudi na pošten odnos do strank, ki morajo za svoj denar dobiti največ.

Učinkovito reševanje reklamacij pomembno prispeva k zvestobi kupcev in h kakovosti družbe. Lojalni kupci se vračajo v podjetje, povečujejo delež nakupov in so vir profitabilnosti podjetja.

Rezultati ankete so potrdili tezo, da je Mercator Pika kartica velika ugodnost za kupce, da jo le-ti dobro poznajo in so tudi zato zvesti Mercatorju. Kljub današnji precejšnji konkurenci na trgu, nižjemu standardu prebivalcev ter drugim dejavnikom je vzpodbuden podatek, da večina anketiranih še vedno kupuje v Mercatorjevih poslovalnicah.

S pomočjo ankete smo lahko ugotovili, da je nekaj dodatnih možnosti o obveščanju in seznanjanju kupcev o ugodnosti plačila s karticami, predvsem bi poudarek namenili na seznanjenje vseh lokacij, kjer lahko koristimo ugodnosti Mercator Pika kartice.

Rezultati ankete kažejo, da bi se lahko več sredstev namenilo popularizaciji oziroma poznavanju Mercator Pika kartice ter posledično večji uporabi kartičnega poslovanja, kajti precej anketiranih je odgovorilo, da kartice ne uporablja.



## LITERATURA IN VIRI

- Interni časopis Mercator
- Interna navodila o poslovanju z Mercator Pika kartico in bonitetnim sistemom zbiranja pik
- Interna navodila posamičnih procesov
- Letna poročila Poslovnega Sistema Mercator (l. 2005–2008)
- Mercator – Sektor kartice M Pika
- Internetna stran <http://www.mercator.si/>
- Interna internetna stran: <http://portal.mercator.si/>

**KAZALO SLIK**

Slika št. 1: Prisotnost Mercatorja v Evropi.....	2
Slika št. 2: Modra gotovinska kartica .....	13
Slika št. 3: Gotovinski nakup – postopek .....	14
Slika št. 4: Zelena plačilno kreditna kartica .....	15
Slika št. 5: Plačilni nakup – postopek .....	16
Slika št. 6: Zlata plačilno-kreditna kartica.....	17
Slika št. 7: Prikaz obstoječega stanja reševanja reklamacij (lastni vir) .....	20

**KAZALO TABEL**

Tabela št. 1: Organizacijska struktura v podjetju Mercator .....	7
Tabela št. 2: Preglednica bonitet glede na vrednosti nakupov .....	11
Tabela št. 3: Prikaz strukture anketiranih oseb glede na spol .....	23
Tabela št. 4: Prikaz starostne strukture anketiranih oseb .....	24
Tabela št. 5: Prikaz starostne strukture anketiranih oseb glede na spol.....	25
Tabela št. 6: Prikaz nakupov v Mercatorju .....	26
Tabela št. 7: Prikaz pogostosti nakupov v Mercatorju .....	27
Tabela št. 8: Poznavanje Mercator Pika kartice .....	27
Tabela št. 9: Poznavanje mest uporabe kartičnega poslovanja .....	28
Tabela št. 10: Uporabljanje Mercator Pika kartice.....	29
Tabela št. 11: Poznavanje sistema koriščenja pik .....	30
Tabela št. 12: Prikaz poznavanja razlik posameznih kartic.....	31
Tabela št. 13: Prikaz poznavanja trajanja bonitetnega obdobja .....	32

**KAZALO GRAFOV**

Graf št. 1: Gibanje števila zaposlenih v Skupini Mercator do leta 2008 .....	4
Graf št. 2: Izvleček srednjeročnega gospodarskega načrta za obdobje 2005–2008; čisti prihodi iz prodaje Skupine Mercator.....	5
Graf št. 3: Lastniška struktura Mercator d.d. na dan 31.12. 2008 .....	6
Graf št. 4: Prikaz strukture anketiranih oseb glede na spol .....	23
Graf št. 5: Starostna struktura anketiranih oseb .....	24
Graf št. 6: Starostna struktura anketiranih glede na spol .....	25
Graf št. 7: Prikaz nakupov v Mercatorju .....	26
Graf št. 8: Pogostost nakupov v Mercatorju .....	27
Graf št. 9: Poznavanje Mercator Pika kartice .....	28
Graf št. 10: Poznavanje mest za koriščenje ugodnosti .....	29
Graf št. 11: Prikaz uporabe posamezne Mercator Pika kartice .....	30
Graf št. 12: Poznavanje sistema koriščenja pik .....	31
Graf št. 13: Poznavanje razlik med karticami .....	31
Graf št. 14: Poznavanje bonitetnih obdobj .....	32



**12. Poznate različna bonitetna obdobja med omenjenimi karticami?**

DA                      NE

Hvala za vaš čas in sodelovanje!

Lep pozdrav!

Prosim, da anketne liste pošljete na naslov: Tomaž Košir, Visoko 7h, 4212 Visoko