

19-2015

Magazín  
profesionálů  
ve světě  
lišť a rámu

# *in*FRAME

**Nové lišty**  
**Komodo II**  
**Brimfield**  
**Harlequin**  
**Birchwood**



**CLARITY**  
**Setkání rámařů**  
**Pinterest**  
**SmART bag**  
...

*Lira*

ČLEN SKUPINY • MEMBER OF  
**LARSON · JUHL**  
GROUP



Vážení čtenáři, zákazníci!

My všichni, kteří pracujeme v rámařském odvětví, od výroby až po prodej, máme cosi společného. Ovlivňujeme kvalitu života našich zákazníků. Naše výrobky, společně s uměním, zasahují do domovů těch, kteří se rozhodli obohatit dílo rámem. Tyto výrobky tak uchovávají vzpomínky, vyjadřují pocity a životní styl. Na většinu našich výrobků se lidé dívají celý život a stanou se nedílnou součástí interiéru, tedy jejich domovů. A to je přece nádherná představa.

Firma Lira prošla v tomto roce velkými změnami. Uvedli jsme na trh nový sortiment a to nejen v oblasti lišt. Přibyly výměnné rámy, sklo a ostatní doplňkový materiál. Rozšířili jsme výrobní kapacity v oblasti servisů a navýšili sklady. Přijali jsme nové pracovníky do kolektivu.

Zvládli jsme úspěšný vývoj a počáteční prodej nových řad lišt, které od samého začátku vznikly zde v Liře. Jedná se o lišty *Vagabond*, *Zeppelin*, *Birchwood* nebo *Brimfield*.

Nechceme polevovat v tomto trendu a již teď pracujeme na dalších zajímavých projektech. Na začátku příštího roku chceme výrazně obohatit nabídku deskových materiálů a paspart a využít tak maximálně potenciálu širokého skladu, který zde máme.

Velmi nás potěšilo říjnové setkání s našimi zákazníky, na kterém jsme poprvé uvítali kromě českých i slovenské rámaře. Tato a jiná setkání se zákazníky mě naplňují pocitem, že náš společný obor má budoucnost a že konečně již končí roky pláče a nařikání. Střet s novou realitou těchto let je třeba brát s optimismem a nadějí. Je zde mnoho nových výzev, jak vylepšit obchod, jak oslovit nové zákazníky, jak uspokojit lépe jejich potřeby. Na stránkách tohoto vydání vám přinášíme pár rad a tipů právě na toto téma.

Napříč celým světem mají výrobci lišt, distributoři a rámaři stejné problémy a stejné výzvy, jakým čelíme my každý den. Lira má však obrovskou obchodní výhodu a tou je, že za našimi výrobky stojí příběh. Začíná v lese a končí v podobě rámu na zdi. Prodáváme tento příběh, který je svým způsobem jedinečný. Prodávajte ho, prosím, také.

Jsem rád, že můžu být součástí tohoto běhu a společně s vámi ho utvářet.

Hezké Vánoce a úspěšný nový rok 2016 vám přeje  
**Jan Hůda** \ Obchodní ředitel

**Lira**, Obrazové lišty a rámy, a.s.  
Tovární 117, 381 17 Český Krumlov  
Telefon: +420 380 773 111  
Fax: +420 380 773 621  
Email: [obchod@lira.cz](mailto:obchod@lira.cz)



# CLARITY<sup>®</sup>

by Larson Juhl



## Nové logo skla Clarity čerstvý a čistý design

Sklo s touto novou značkou je navrženo pro zdůraznění prakticky neviditelných, čirých a antireflexních vlastností obrazového skla. Výrobek pro Vás bude zabalený spolu se značkovým bílo-modrým svěžím POS materiálem včetně letáku. Pro podporu prodeje je k dispozici objektový box s barevnými tužkami, které produkt zákazníkovi představí v plné kráse.

Clarity je speciálně určené k použití jako sklo pro obrazové rámy. Vynikající protiodrazové reflexi snižující vlastnosti je také činí ideální pro použití ve výlohách, jako muzejní nebo umělecké sklo, pokud je třeba exponáty vystavovat v optimálních podmínkách.

Sklo snižuje odrazy na méně než 1% (zbytekový odraz je modrý, což je pro oko přitažlivější) a umožňuje prohlížení uměleckého díla tak, jak bylo zamýšleno - ukazuje skutečné barvy bez zkreslení.

Co do UV ochranného skla, má Clarity 70% a 92% UV filtrování v závislosti na specifikaci a jako takové opět demonstruje vynikající vlastnosti pro použití nejen pro soukromé práce, ale také v komerčním prostředí.

Jeho hladký povrch má dlouhou životnost a je odolný proti poškrábání nátěru. K jeho údržbě nejsou požadovány žádné speciální čisticí prostředky a obě strany skla drží stejné vlastnosti. To znamená, že jakákoli strana může být v kontaktu s dílem.

Webová stránka Clarity by Larson Juhl bude také aktualizována tak, aby vyzdvihla vlastnosti nové značky.

Pro více informací navštivte  
[www.claritybylarsonjuhl.com](http://www.claritybylarsonjuhl.com)  
nebo [www.arqadia.co.uk](http://www.arqadia.co.uk)

## Máme zájem o

# Pinterest

*Myles Kehoe, oblastní manažer Arqadia pro Irsko, se s námi podělí o své rady ohledně budování sociálních sítí. Prozradí, jak podporuje své zákazníky v tom, aby sami do své podnikové strategie začlenili sociální sítě a zaměřili se na využití nástroje Pinterest jako marketingového kanálu.*

„Když hovořím se svými zákazníky o sociálních médiích, zda je používají či nikoliv, více než 50 % z nich žádnou takovou platformu nepoužívá. Klienti se mne však ptají, zda by měli sociální sítě na pracovišti používat. A moje odpověď zní: „Vždyt už tak činíte. E-mail je sociální médium.“ V okamžiku, kdy někomu odpovídáte anebo odesíláte e-mail skupině lidí, už používáte sociální médium.“

Podíváme-li se na toto téma blíže, pak by měla spíše zaznít otázka „Používáte správná sociální média pro správný účel a využíváte je skutečně efektivně?“ Největší rozlišovací faktor mezi klienty, kteří efektivně využívají sociální média pro obchodní účely, je ten, do jaké míry mohou tato média transformovat jejich business. Sociální média jsou pro rámaře příležitostí, aby se principiálně znovu zamysleli nad způsobem, jakým dělají různé věci. Umožní vám dělat více práce a různými způsoby interagovat s potenciálními zákazníky.

Mnoha klientům se při zmínce o sociálních médiích vybaví pouze Facebook. Ale existuje několik dalších platform, které mohou jejich podniku prospět, a tak podporují své klienty, aby v první řadě začali myslet jinak o tom, kdo všechno tvoří jejich sociální sítě. Díky Facebooku je skvělé být propojen s přáteli a rodinou či s někým mimo obor. Ale klienti se potřebují také spojit s novými lidmi. Je nutné myslet strategicky, budovat nové vztahy a etablovat se jako úspěšná firma v oblasti sociálního marketingu.

### Proč měnit své stávající smýšlení?

Je důležité oslovovat nové lidi a budovat sociální sítě, protože často ti, kteří by získali největší hodnotu z toho, co rámaři sdílejí a aktualizují, jsou lidé, na něž nejsou rámaři nijak napojeni. Obchod je vždy hra s čísly, takže má smysl pokusit se maximalizovat naši publicitu v jejich oblasti podnikání. Je důležité udržet obchodní platformu na profesionální úrovni a odděleně od osobních účtů. Neškodí, přidáte-li do svých obchodních aktivit špetku osobního přístupu, ale myslte na to, že vaši partneři skutečně nepotřebují vědět, co vy a vaši zaměstnanci děláte ve volném čase. Čím relevantnější je obsah a čím více pomáhá zákazníkovi se rozhodnout ohledně nákupu, tím spíše bude obchod uzavřen a navíc třeba i doporučen.

Vaši partneři na sociálních sítích mohou dále sdílet váš obsah a je velmi pravděpodobné, že u vašich přímých i zprostředkovaných kontaktů bude vaše firma to první, co jim při rozhodování vytane na mysli. Dokážete-li smysluplně komunikovat se svými obchodními kontakty na sociálních sítích, docílíte nejspíše toho, že si na vás vzpomenou, až budou potřebovat vaše služby. Čím více lidí budete mít v rozličných vlastních sítích, tím více kontaktů a propojení v síti získáte.

*Arqadia vyvinula snadný a praktický manuál k sociálním médiím (Social Media Toolkit), který vám pomůže maximalizovat potenciál, jaký tato média představují. Manuál je k dispozici pro všechny klienty po obvyklém bezpečnostním přihlášení na webových stránkách [www.arqadia.co.uk](http://www.arqadia.co.uk).*

### Rychlý průvodce po platformě pinterest

#### Aktivace vlastního účtu na Pinterestu:

- Pro vytvoření účtu na platformě Pinterest si buď můžete zvolit možnost přihlášení prostřednictvím aktivního účtu na Facebooku anebo registraci prostřednictvím existující e-mailové adresy.
- Jakmile je registrace dokončena, vložte profilový obrázek, například firemní logo velikosti 160x165 pixelů. Obrázek doplňte o krátký popis své značky a inspirace.

#### Získání kontaktů na platformě Pinterest

- Hlavním zdrojem obsahu je vaše nástěnka, což je vlastně sbírka tematických obrázků. Uživatelé Pinterestu si mohou vybrat, které nástěnky budou sledovat, neboť ne všechny nástěnky jsou pro všechny zajímavé. Při tvorbě nástěnky proto buďte ve svých zprávách konkrétní. Výstižná věta sumarizující téma nástěnky dá vašim příznivcům jasnou zprávu.

Pro inspiraci  
navštivte pinterest  
Larson Juhl



# est

- Pin je obrázek či video, které si značka/firma může přidat ke svému účtu.
- Vaše webová stránka je skvělým startovním místem pro obsah vhodný ke zveřejnění na platformě Pinterest. Je však důležité používat kvalitní obrázky (alespoň 600 pixelů). Uvědomte si, prosím, že obrázky, které chcete na Pinterest přidat, musí být minimálně 100 x 200 či 200 x 100 pixelů.
- K dosažení stanovených cílů vyzkoušejte naše různé postupy. Pro zvýšení návštěvnosti webových stránek je nutné, aby obrázky na Pinterestu na tyto stránky odkazovaly. Pro zvýšení povědomí o značce a pro nárůst prodeje uploadujte nástěnku s požadovanými obrázky svých nejnovějších produktů.
- K interakci se svými příznivci můžete zkusit sdílení (repin), likeování a komentování již existujícího obsahu. Rovněž je důležité sledovat ostatní značky a připojovat témata či obsah, aby vaše vlastní stránka byla ještě atraktivnější.

## Pinterest

Platforma, kterou já používám z profesního hlediska a která dobře vyhovuje požadavkům rámařského odvětví, je Pinterest. Sám jsem velkým fanouškem této platformy a příležitostí, které nabízí. Denně hovořím se svými klienty o Pinterestu a pomáhám jim přicházet s nápady na vhodný obsah ke sdílení. Naše odvětví je vysoce vizuální, a proto se maximálně hodí k obrovské databázi obrázků z této platformy. Klienti mohou řídit pohyb na svých stránkách, vkládat články a podporovat prodej prostřednictvím přidávání obrázků, jež mají velký dosah a jsou vizuálně atraktivní nejen pro jejich vlastní kontakty, ale i na jiných platformách. Ti klienti, kteří totiž využili funkce sdílení, kterou Pinterest nabízí (kdy je možné přidat obsah k jiným platformám, jako je třeba Facebook), zaznamenali nárůst návštěv či tzv. likeů. Osobně se domnívám, že Pinterest navíc inspiruje k novým nápadům a je to dobrý způsob, jak informovat své zákazníky o tom, co je v našem oboru možné. Pomáhá jim podívat se na vlastní podnikání z jiného úhlu. Pinterest je rychle se rozvíjející platforma a rámaři by mohli profitovat z jejího začlenění do vlastních budoucích podnikatelských plánů, aby pak mohli plně využít příležitostí, až se dostaví skutečný firemní růst.



# Rámař Fantom

Městečko Teddington poblíž Londýna se nedávno dostalo do středu pozornosti některých médií, která sledovala případ „Rámaře-Fantoma“, který zkrášloval pouliční značky obrazovými rámy.

Od začátku dubna tento Rámař-Fantom (který odmítá zveřejnit svou totožnost) orámoval již 25 značek ve městě - od značek upozorňujících majitele psů na odklizení psích výkalů, přes názvy ulic až po dopravní značky. Rámování provádí vždy v noci a svým pouličním uměním usiluje o podporu města, které je plné nezávislých obchodů. Zároveň tak bojuje proti tomu, aby lidé vnímali Teddington jako klonové město, a naopak aby si toto městečko uchovalo svou autentičnost.

V porovnání s pouličním umělcem Banksym Fantom doufá, že jeho díla vykouzlí kolemjdoucím na tvářích úsměv a rozjasní jejich každodenní život.

Zatímco tento pohled na pouliční umění většina schvaluje, ne všichni Fantomovo dílo oceňují. Rada města Richmond upon Thames zahájila odstraňování rámu, neboť nejsou v souladu s pravidly týkajícími se stylu dopravních a uličních značek a log.

Fantom sám tento postoj silně kritizuje a komentoval jej i na BBC: „Rada dělá řadu dobrých věcí, ale využívání korporátní strategie se jeví jako pohodlná výmluva. Odstraňme vše pohoršlivé, ale jestliže pouliční umění dané místo vylepšuje, pak by mělo zůstat.“

Rada města uznává, že rámy, které nechala odstranit, jsou „hezké“, ale trvá na tom, že bylo nutné je odstranit z důvodu městské strategie. Rámař Fantom tak nyní čelí dilematu, zda má pokračovat ve své činnosti a bavit obyvatele Teddingtonu, nebo zda se má držet rozhodnutí úřadů. Není to škoda? Viz. foto: Phantom Framers

# Nové lišty Komodo II Brimfield Harlequin Birchwood



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



Všechny lišty jsou dostupné v metrůžce i jako hotové rámy nebo přířezy na míru. To znamená servisem Chop/join.  
*Pro ukázky rámování z těchto nových řad navštivte náš facebook.*





## Komodo II

Nová řada Komodo II se nechala inspirovat asijským domácím interiérem, který rámovaným dílům dodává současný a moderní dojem. Profily byly ošetřeny autentickou technikou povrchové úpravy pomocí laku s texturou pro ruční broušení. Ručně broušené rohy, jež odhalují dřez na černou a hnědou a perfektně doplňují barvy celého rámu, jen podporují skutečnost, že každému detailu byla věnována zvláštní pozornost. Řada Komodo II, doplňující původní sérii Komodo, zahrnuje dvě nové barvy – seladon (šedozelená) a barvu slonoviny. Jsou inspirovány asijským interiérem, keramikou a uměleckými díly. Seladon je ideální pro interiéry s modrou, tmavě modrozelenou a zelenou. Slonovinové odstíny zase nabízejí jemný, ale i tak komplexní doplněk pro krémové a bílé interiéry.

Lišty jsou v nabídce ve dvou barvách:

**Ivory** – LNLJ241260, LNLJ261260, LNLJ314260, LNLJ401260

**Celadon** (zelená) – LNLJ241270, LNLJ261270, LNLJ314270, LNLJ401270

Vzorky celé kolekce 15 x 15 cm – LV5KOMODOII

Komodo II je zařazeno do katalogové složky **Larson juhl**.

## Brimfield



Vybrané osvědčené profily ve vyzrálém barevném dokončení připomínající starožitný vzhled. Lišty jsou ručně dokončené v barvách: přírodní bílá, kávová a tabulově černá. Inspirováno největším a nejznámějším bleším trhem v USA, který byl založený před více než 50 lety a je hlavní volbou pro návrháře a sběratele v USA. Obnovený zájem o archivnost a zajímavé odstíny barev staré patiny – to se odráží v této kolekci. Tato krásná ručně dodělaná kolekce vznikla použitím různorodého mixu osvědčených profilů a barev. Ať už tomu říkáte SHABBY CHIC (omšelá elegance), COUNTRY CHIC (venkovská elegance), URBAN FLEA MARKET CHIC (elegance městského blešího trhu) nebo RETRO BOHO CHIC, tato kolekce bude v interiérech fungovat.

Ověřte na: [www.pinterest.com/heerenbeek/brimfeild/](http://www.pinterest.com/heerenbeek/brimfeild/)

100% PEFC, výrobce Lira

**Černá** – L026212982, L036412982, L036541982, L040652982, L065001982

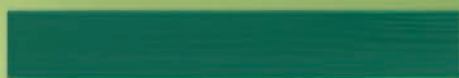
**Mocha** – L026212983, L036412983, L036541983, L040652983, L065001983

**Bílá** – L026212981, L036412981, L036541981, L040652981, L065001981

Vzorky celé kolekce 15 x 15 cm – LV5BRIMFIELDA, LV5BRIMFIELDB

Brimfield je zařazen do katalogové složky **Exclusive**.

## Harlequin



Kolekce Harlequin zahrnuje celou řadu barevných tvarů s vysokým leskem a hodí se k jakémukoliv uměleckému stylu. Lišty jsou k dispozici v různých výrazných barvách a nabízí pro každého něco. Barevnou škálu tvoří černá, bílá, zelená, růžová, modrá, červená, šedá, žlutá, jasně modrá a nachově červená. Řada s čtvercovým profilem nabízí vysoce lesklou povrchovou úpravu, která umožňuje vyniknout textuře dřeva a dodává tomuto současněmu zábavnému stylu i jistý dojem autenticity a tradice.

LNA 34270 3001 – **Černá**, LNA 34270 3005 – **Modrá**, LNA 34270 3011 – **Vínová**,

LNA 34270 3003 – **Zelená**, LNA 34270 3007 – **Šedá**, LNA 34270 3009 – **Světle modrá**,

LNA 34270 3004 – **Růžová**, LNA 34270 3006 – **Červená**, LNA 34270 3002 – **Bílá**, LNA 34270 3008 – **Žlutá**

Vzorky celé kolekce 15 x 15 cm – LV5HARLEQUIN

Harlequin je zařazen do katalogové složky **Larson Juhl**.

## Birchwood



Přiveďte volnou přírodu do svých domovů! To je kolekce Birchwood – lišty s povrchovou úpravou napodobující březovou kůru. Matka příroda se setkává se zákaznickým rámováním... Jde o autentický vzhled živých stromů. LIRA zde opět ukázala své odborné znalosti a zručnost u ručně dokončovaného sortimentu. Od otesaných okrajů k hnědošedým bokům lišty, které napodobují skutečné dřevo, to vše v detailech. Birchwood lze vhodně kombinovat s kolekcí lišt Vagabond.

Ověřte na: [www.pinterest.com/heerenbeek/timberline-live-tree/](http://www.pinterest.com/heerenbeek/timberline-live-tree/)

100% PEFC, výrobce Lira

L023412811 **Malý profil** \ L031572811 **Velký profil**

Vzorky celé kolekce 15 x 15 cm – LV5BIRCHWOODS

Birchwood je zařazen do katalogové složky **Exclusive**.



Lira opět po roce přivítala své zákazníky. První pátek v říjnu patřil rámařům ze Slovenska, jejichž setkání zorganizoval slovenský distributor firma Smolka. O týden později Liru navštívili rámaři z celých Čech. Oba dny se nesly v podobném duchu. Po prezentaci firmy vedené obchodním ředitelem Janem Hůdou následovala odborná prohlídka. Zákazníci se dozvěděli zajímavosti z dlouholeté historie společnosti, prohlédli si celou výrobu od surového dřeva až po expedici a také ve vzorkovně kromě tradičních lišt Liry německé lišty Aicham. Při tom si povídali o novinách, trendech a sdíleli zkušenosti z oblasti rámování. Zajímavá byla také akce výprodejových lišt.

**Na chvíli jsme během setkání vyrušili Ing. Annu Lenkovou ze Slovenska, která pokračuje v rodinné tradici a na Oravě v Tvrdošíně provozuje ruční manufakturu a galerii ART Galéria Schürger, a zeptali se jí na pár slov:**

### **Odkdy se tradice vaší rodinné firmy datuje?**

S rámováním začal můj otec před šedesáti lety. Spolupracoval se slovenskou národní umělkyní Mariou Medveckou a ta ho přiměla k tomu, aby pro ni vyráběl rámy, protože dříve to byl problém. Začal dělat pasparty, musel si sám vyrábět lepidla, ta tenkrát nebyla. Pamatuji si, že jako děti jsme chodili do mlékárny pro syrovátku a s pomocí tvarohu, vajíček a čehosi dalšího si otec vyráběl lepidlo. Otce to všechno velmi zajímalo, projel všechny možné evropské galerie, kde mohl, nafotil si rámy, profily a podle nich vyráběl.

### **Kdy jste s rámováním začala vy?**

Když jsem firmu převzala po otci, to bylo před deseti lety. Musela jsem se to naučit, protože jsem pracovala v jiném oboru, byla jsem ředitelka elektrotechnické průmyslové školy v Bratislavě. Vedle rámařství mám také galerii a věnuji se uměleckému rámování. Rámujeme obrazy pro výtvarníky i ostatní zákazníky netradičním způsobem. Snažíme se pomocí profilu a barevnosti přizpůsobit rám danému dílu.

### **Co s lištami konkrétně děláte?**

Kupujeme polotovary a z těch vyrábíme své vlastní profily, které nejsou standardní. Na míru vytvoříme rám a následují všechny další procesy podobně jako v Liře, tedy že se rám natírá barvou, šelakem, zlatí se a na závěr děláme patinu. Jsme takovýhle jediný výrobce na Slovensku. Kdysi to všechno dělal můj otec a postupně nám to v rodině rozdělil. Celá rodina jsme zapojená do rámování. Distributor Liry na Slovensku pan Smolka je můj synovec. Fungujeme také jako galerie, letos jsme měli krásnou výstavu českého výtvarníka, sochaře pana Olbrama Zoubka, který k nám na vernisáž přijel osobně. A momentálně vystavujeme sklo Jána Zoričáka, Slováka žijícího ve Francii, který je dnes už světovou jedničkou ve skle.

### **Jaká byla nejzajímavější zakázka v šedesátileté historii vašeho rámařství?**

Největší plátno, které moji rodiče dělali a natahovali pro obraz velký 7,5 x 4 metry. Je v Praze ve foyer Laterny magiky.

### **Jste dnes v Liře poprvé?**

Ano, jsem a žasnu. Úplně mě to nadchlo. Moc děkuji za pozvání a za velmi zajímavý celý den s prezentací pana ředitele i s exkurzí do výroby.



# SETKÁNÍ RÁMAŘŮ

O trendech a novinkách na Slovensku také na chvíli pohovořila majitelka několika rámařství v Bratislavě pod značkou Hollywood Art Rámovanie Ing. Ildikó Virágová:

**Máte rámařství v hlavním městě Bratislavě, to máte určitě spoustu konkurence...**

Ano, napočítala jsem v Bratislavě dvacet rámařů.

**To asi není jednoduché?**

Absolutně ne. Je to 21letý boj. Mám dvě vlastní rámařství v Bratislavě a několik sběrných míst v Bratislavě a západoslovenském kraji.

**Jaké to v oboru rámování bylo dříve a jak je to v dnešní době?**

Před 21 lety to byly vystřižené obrázky z kalendáře, protože nic jiného nebylo. Potom přišla éra puzzlí, to jsme byli zavaleni puzzlemi. A teď už jsou lidé ochotní něco zainvestovat. Na facebooku a na blogu dáváme všechny možné zajímavosti, novinky, trendy. Když chci naučit mladé lidi, že mít obraz z Ikey, kde jsou tři kameny postavené na sobě s jednou bambusovou tyčkou, není rovnocenné tomu, když na dovolené nechcete kopnu do kamene, zvednu ho a dám si ho zarámovat. Ten obraz z Ikey může mít kdokoli, ale ten zarámovaný kámen, co najdu na dovolené, jenom já.

**Tedy vzpomínkové rámování...**

Ano, vytvořit si své vlastní umění. Třeba stěnu předků ze starých fotografií, zarámované vzpomínkové předměty, těch nápadů, možností je hodně. Právě díky sociálním sítím o tom lidem můžeme dát vědět. A kdybych se chtěla sociálním sítím bránit, i přestože je mi už tolik, kolik mi je, mohla bych rovnou skončit a říct si: „Toto už není pro mě.“ Stát proti větru se dá, ale musíme počítat s tím, že se unavíme... A když nejdete s tím proudem, myslím společenským, strhne vás to, potopí. V marketingu jsou důležité všechny prvky prodeje a sociální sítě jsou tam na prvním místě.

Když se s konkurencí nemůžeme odlišit v druhu zboží, které od našich dvou, tří odběratelů máme stejné a jsme tedy uniformovaní, tak bychom se měli odlišit ve službách a v zákaznickém servise.

**V Liře jste dnes poprvé?**

Jsem tu poprvé a nadšená. Moc děkuji Liře za zorganizování něčeho takového, jako je den otevřených dveří pro zákazníky, a také moc děkuji našemu slovenskému distributorovi panu Smolkovi, že nás sem vzal. Spolupráce s ním a tedy i s Lirou funguje skvěle.

Možnost setkat se s těmi, kdo stojí za výrobou, distribucí, obchodem obrazových lišt a ráků, si nenechal ujít ani majitel firmy 100pa pan Dušan Vrátil. I když měl berle a špatně se mu chodilo, přijel z České Třebové, aby „byl v kontaktu s výrobcem a nestál opodál“.

Možnost setkat se s těmi, kdo stojí za výrobou, distribucí, obchodem obrazových lišt a ráků, si nenechal ujít ani majitel firmy 100pa pan Dušan Vrátil. I když měl berle a špatně se mu chodilo, přijel z České Třebové, aby „byl v kontaktu s výrobcem a nestál opodál“.

**Čím se vaše firma zabývá?**

Zabýváme se především zprostředkováním prodeje ručně malovaných obrazů, tiskem velkoformátových fotografií, nebo dnes velmi oblíbenému tisku na plátno. A k tomu neodmyslitelně patří rámování. A proč to nedělat právě s Lirou?

**To je dobře, že právě s Lirou**

S Lirou spolupracujeme od začátku, tedy více jak deset let, a nemáme důvod to měnit. Prioritou firmy byli vždy obrazy ať malované nebo tištěné, dnes mohu také říct, že nedílnou součástí je zakázkové rámování. Dlouho jsme u Liry rámy pouze nakupovali, do doby než se nám naskytla možnost převzít vybavení rámařství od manželů Krušinových z Prahy, kteří ukončili činnost po více jak 40letech. A právě oni jsou ty, kteří nás zasvětili do tajů rámařského řemesla, a díky nim jsme dnes schopni zarámovat prakticky vše.

**Je nějaká zajímavá zakázka v desetileté historii vaší firmy?**

Kromě ráků z nejšířší lišty v nabídce Liry ve velikosti 200 x 150cm se mi vybaví rámování pavučí sítě tkané z papíru kdy výtvarnice požadovala nesouměrně prohnutý rám, aby vypadal jako svázaný pavučinou a to vše ještě navíc z Floatového rámu. Byla to výzva, kterou jsme museli přijmout. Teď se ještě chystám na zarámování drátů z nohy po letním úrazu, samozřejmě si to doplním velkou fotografií a paspartou.

**Jste v Liře poprvé?**

Jsem tu již poněkoličtáté. S kolegyní sem jezdíme rádi, je dobré být v kontaktu s výrobcem, osobně si prohlédnout novinky, materiály a vnímat trendy. V našem oboru se dá vytvořit spousta zajímavých věcí, rádi se zde necháváme inspirovat, a neradi bychom stáli o podal.

V dnešní době je těžké udržet se na trhu, kdy se rámečky dají koupit snad už i v trafikce.

**Vám se však daří. V čem vidíte váš úspěch?**

Naší největší výhodou vidím v tom, že jsme současně obchodní i výrobní firmou. Fungujeme jako kamenná prodejna, e-shop ale také velkoobchod pro naše partnery. Snažíme se dělat kvalitní práci, používat kvalitní materiály, ať to jsou lišty, skla, nebo materiály pro tisk a tím vytvářet trvalejší hodnoty. Současně s tím chceme co nejvíce věcí obsáhnout pod naší hlavičkou a tím si i pohlídat kvalitu, kterou umí zákazníci ocenit a proto se k nám i vrací, což je pro nás největší poděkování a dává nám to chuť do další práce.



WHAT CAN WE FRAME FOR YOU?

# Obchod bez řečí

Kdy vlastně začíná obchodní jednání? Je to ještě dříve, než zákazník vůbec projde vašimi dveřmi. Když vystoupí z auta, jeho mysl se již zabývá tím, že už k vám dojel, a tak mu můžete něco prodat. Možná si to plně neuvědomuje, ale tuto myšlenku už má v podvědomí, což je oblast mozku kontrolující emoce. Jako rámaři všichni víme, jak důležité pocity jsou v kontextu případného obchodu, a i zákazníci si již vytvořili určitý úsudek v téže části mozku, která řídí jejich obchodní rozhodování.

„Umění obchodu jde dál, než se obecně říká. Obchod vlastně začíná ještě dříve, než zákazník vůbec vstoupí do vašeho obchodu.“

Jak zákazníci vcházejí do vašeho obchodu, jejich vnitřní radar vyhodnocuje každý drobný signál z okolí: výzdobu, výlohy a vystavené zboží, osvětlení, hudbu, pachy, čistotu, nepořádek, váš styl odívání, oční kontakt, nadšení i nonverbální projev. V tom okamžiku je prostor mezi vámi a zákazníkem vyplněn stovkami signálů a informací, o kterých možná z 99 % ani nevíte anebo je nevnímáte, ale které naopak zákazníkovo podvědomí pečlivě sbírá a vyhodnocuje. Navíc to, jakým způsobem vaši zákazníci interpretují tyto signály, závisí zcela na jejich vlastních názorech a minulých zkušenostech s prodejem, nákupem, rámováním na zakázku atd. Je až děsivé, když si uvědomíte, že toto všechno se děje ještě před tím, než vůbec zákazník dojde k pultu!

Psychologické studie odhalily, že pouze 7 % komunikace je slovní, což znamená, že 93 % komunikace se děje neverbálně. A komunikace je přitom pro obchod tak zásadní. Nicméně obchodní umění není jen o verbálních dovednostech. Ve skutečnosti v odvětví, jež je založeno na prodeji vizuálních produktů, jsou verbální dovednosti tou nejslabší a nejméně účinnou formou obchodu.



Důležitým cílem vašeho podnikání je dosáhnout loajality zákazníků, aby se k vám vraceli. A loajality nedosáhnete verbální komunikací omezenou na prodej anebo dokonce vnučováním svých produktů. Dosáhnete jí, pokud zapojíte jiné jevnější metody, jež podpoří celkový dojem zákazníků z obchodu s vámi.

**Využijte fasádu obchodu k jasnému sdělení svým zákazníkům, co všechno pro ně můžete udělat. Vhodné umístění otázky přiměje kolemjdoucí zamyslet se a dá jim důvod vstoupit do vašeho obchodu.**

## Prezentace obchodu

Vnější vzhled vašeho obchodu je prvním fyzickým bodem kontaktu, který zákazník zažije s vaším obchodem. Pro každého nového zákazníka je fasáda obchodu prvním odrazem vás a vaší firmy. Vyjděte proto ven a sami se podívejte na svůj obchod očima zákazníka.

Vypadá fasáda obchodu přitažlivě a moderně, nebo má poněkud obstarožní vzhled, který by potřeboval renovaci? Je vaše označení zřetelné a nápadné, anebo je omšelé a nevýrazné? Láká váš obchod svým vzhledem zákazníky ke vstupu a je dostatečně zajímavý pro kolemjdoucí lidi, kteří by chtěli vidět, co je uvnitř, nebo vypadá spíše nezajímavě či dokonce chaoticky?

## Výlohy

Máte-li to štěstí, že máte v obchodě výlohy, lze je využít k prezentaci vlastních nápadů a návrhů rámců, kterými zaujmete zákazníky a probudíte v nich touhu u vás nakupovat. Pokud vlastníte výlohu, zeptejte se sami sebe, zda je atraktivní a do jaké míry poutá pozornost kolemjdoucích lidí. Vypadá opuštěně, zaprášeně a bez špetky čerstvé inspirace? Využijte tento prostor maximálně a vytvořte úžasnou výlohu, která bude propagovat nové návrhy. Obměňujte ji pravidelně dle sezónních možností. Nezhasívejte světla na noc a mějte na paměti, že nic vám nemůže zabránit nepoužít tutéž výlohu i v budoucnu, proto si ji vyfoťte a všechny rekvizity si uschovejte pro příště, až se zase budou hodit.

## Vystavené zboží uvnitř obchodu

Plochy pro vystavení zboží uvnitř obchodu mohou být ideálním způsobem představení vlastních návrhů a myšlenek a jejich prostřednictvím můžete své zákazníky informovat o vlastních produktech a službách. Takto vám odpadne nutnost všechny podobné informace sdělovat ústně.

## Uvnitř obchodu

Zákazníci vnímají atmosféru vašeho obchodu ihned od okamžiku, kdy projdou jeho dveřmi. S ohledem na skutečnost, že rámařské odvětví závisí na prezentaci produktů, je smysluplné, aby minimálně váš obchod vypadal atraktivně. Pusťte se s chutí do toho a zkuste, aby interiér vašeho obchodu odrážel vaše dovednosti v oblasti designu a estetického vnímání. Zákazníci jednoznačně stráví více času v obchodě, který na ně působí příjemně, než v přeplněném či chaoticky uspořádaném obchodě plném harampádí. Vezměte v úvahu celé prostředí svého obchodu. Je vzduch v obchodě čerstvý či dokonce vonící, nebo je v něm cítit zatuchlina staré dílny, spálený lak či fumigované dřevo? Máte v obchodě dostatečné a vhodné osvětlení? Hraje na pozadí příjemná hudba, anebo slyšíte spíše rušivé zvuky rachotícího kompresoru a mohutné sponkovačky?

## Neverbální komunikace

Při budování důvěry je zásadní osobní prezentace. Působíte proto sami přívětivě a přátelsky? Mizerný oční kontakt je rozčilující a vysílá negativní zprávy, proto je oční kontakt tak důležitý pro vybudování důvěry zákazníka. Zhodnoťte tudíž svůj postoj a buďte otevření. Nehrbte se, ani se nikdy neopírejte. Buďte pozitivní, projeďte zájem a naslouchejte zákazníky. Entuziasmus má silný a nakažlivý účinek na zákazníky, ale není nic mocnějšího než pozitivní úsměv!

## Vzorky rohů

Vaše ozdobné vzorky rohů rámců jsou nejdůležitějšími proprietami vašeho obchodu, takže je umístěte tak, jak si zaslouží. Nejprve je rozdělte do kategorií dle stylu. Své nejprodávanější kousky umístěte v úrovni očí. Můžete také zkusit zredukovat smyslový nápor svých zákazníků tím, že zachováte vizuální prostor mezi každým vzorkem a každou řadou a případně rozdělíte svou nabídku rámců do menších a lépe stravitelných sekcí pomocí vytištěných označení kategorií s relevantními zarámovanými vzorky. Vaše vzorky rohů pro zadní desky jsou dalším významným prvkem designu a zaslouží si také zvláštní pozornost. Co si asi zákazníci pomyslí, když uvidí vzorek materiálu s ušmudlanými otisky prstů či dokonce poškozené anebo s ohnutými rohy? Ujistěte se, že vše je čisté a roztríděné podle barvy. V každé kategorii by pak měly být i speciální vzorky vyšší hodnoty a látkové rámy.

## Shrnutí

Čím více dokážete vylepšit každý z těchto různých aspektů prodeje, tím méně obratní si můžete dovolit být ve verbální rovině prodeje. Lidem se nelíbí, když se jim něco vnučuje, ale milují, když mohou nakupovat. Vaším cílem by tedy mělo být pomoci svým zákazníkům v nákupu, aniž by získali dojem, že jim zboží vnučujete. Rámaři si musí zapamatovat, že obraz má cenu tisíce slov, a tak nechte svůj obchod, aby za vás vytvořil onen obraz v očích zákazníka a vy abyste se mohli více zaměřit na předvádění než na samotný prodej.

# Věděli jste že?

– V roce 1665 král Slunce Ludvík XIV. a jeho ministr financí pan Colbert udělili patent na výrobu zrcadel. Na zámku ve Versailles jich je celkem 357 v Zrcadlovém sále.

– Alkoholické nápoje mohou poskytnout netušené umělecké dobrodružství. Stačí přimontovat na optický mikroskop speciální kameru a podívat se některým z nich na zoubek. Ital Bernardo Cesare, který se jinak věnuje petrologií, tedy vědě zabývající se vznikem, složením, vlastnostmi a výskytem hornin, přenesl tuto profesi i na svého koníčka, kterým je fotografování. Jako roduvěrný Ital zvolil Campari a Aperol a získal snímky, které si v ničem nezaďají s díly nejlepších moderních umělců. Na průzračné skleněné destičky vylil uvedené nápoje, které nechat zaschnout a zkrystalizovat. A pak začal fotografovat. Unikátní snímky ukázaly nečekanou strukturu, kterou by člověk od trochy zaschlého cukru a kapky lihu rozhodně nečekal.

Foto: Solent News & Photo Agency

– Za pomoci dnes už nejen mobilního operačního systému iOS se můžete podívat třeba na svém iPadu doslova pod kůži starým obrazům. Na geniální nápad, jak v nás znovu probudit zájem o „velké umění“, přišli v jedné z nejslavnějších galerií světa, v madridském Pradu. Madridští galeristé zatím zpřístupnili zájemcům 14 proslulých děl, ale počítá se i s dalšími. To, co lze spatřit pod povrchem, překvapilo i samotné znalce umění. Tyto vrstvy se z obrazů „sloupávají“ prostřednictvím rentgenových paprsků. Odhalí se tak přemalby: buď toho, co se malířům nepovedlo nebo nelíbilo, nebo toho, co muselo být z nějakého důvodu přemalováno.

– Britský deník The Guardian v květnu 2015 zařadil pražské Museum Kampa mezi deset nejlepších muzeí v Evropě, které rozhodně stojí za to navštívit.

– Termín Pop art byl poprvé použit anglickým uměleckým kritikem Lawrencem Allowayem v roce 1958 k popisu obrazů zachycující poválečný konzumní styl života. Umělecký směr Pop art se prvně objevil zhruba v polovině 50. let a dominoval pak zejména v 60. letech. Byl ovlivněn populární hudbou a komerčním uměním. Charakteristické pro něj je přejímání motivů i techniky z předmětů denní potřeby, inspirace velkoměstskou kulturou a jejími vizuálními projevy (fotografie, dále film, reklama a komiksy).

# REKONSTRUKCE A MODERNIZACE PILNICE

Málokdo si umí v dnešní době představit dřevozpracující firmu, která má ve svém technologickém programu výrobní cyklus zahrnující veškeré výrobní operace od pořezu kůlů až po výrobu kusových koncových výrobků pro uživatele, v našem případě hotových obrazových rámečků. Takovou firmou je právě Lira.

Tento výrobní cyklus je na dnešní poměry i velmi pokročilý z pohledu využití veškeré dřevní hmoty, ať už pro vlastní hlavní výrobek – obrazovou lištu, nebo pro doplňkové výrobky, jakými jsou např. plotová prkna, vlastními silami vyráběné palety či dřevěné brikety. I nejméně hodnotný dřevěný odpad ve formě čerstvých (mokrých) pilin, štěpky a kůry je beze zbytku využit pro vytápění celého areálu firmy včetně sušáren řeziva. Zde se nabízí možnost složit poklonu našim předchůdcům, kteří naši firmu takto kdysi dávno naprojektovali a zrealizovali.

Víte že 50 kg sběrového papíru nahradí jeden strom. Jedna tuna recyklovaného papíru může ušetřit 1 850 kg dřeva a 109 000 litrů čisté vody. 50 kg sběrového papíru může nahradit jeden strom dlouhý 8 m o průměru 14 cm.



Mimo jiné tento fakt pomohl, i v dnešní době zaměřené na úzce specializované výroby, prosadit a udržet všechna pracoviště Liry včetně toho úplně prvního ve směru výrobního toku materiálu a tím je naše pilnice.

Po několika dlouhých letech všemožných diskuzí nad rentabilitou tohoto provozu se nám letos podařilo konečně získat souhlas k investici do této oblasti výroby. Až dosud bylo toto pracoviště jaksi přehlíženo a s určitým despektem ukazováno jako jakési „pracující muzeum“ návštěvám našich obchodních partnerů. Dlužno říci, že většinou se jim tato „atrakce“ líbila, i když pochybuji, že by tam někdo z nich chtěl pracovat. Ale to snad bude již brzy patřit minulosti.

S přihlédnutím k nezbytným bezpečnostním opatřením byla nakonec schválena komplexní rekonstrukce a modernizace veškeré mechanizace za rámovou pilou. Tato nová zdvojená dopravní linka pro manipulaci s veškerým středovým a bočním řezivem včetně zkracovací pily bude nainstalována do stávajících prostor pilnice již začátkem příštího roku 2016. Ve skutečnosti bude nová mechanizace kopírovat původní systém manipulace, ale s několika úpravami, které práci s řezivem usnadní a učiní ji bezpečnější, a navíc umožní příležitostný pořez i delších kusů či ostrohranného řeziva.

Pro dodávku technologie byla zvolena tradiční česká firma Dřevostroj Čkyně a.s., která má s podobnými projekty dlouholetou zkušenost a nezbývá než doufat, že se s touto prací rovněž popasuje se ctí.

Půjde-li všechno podle plánu, koncem února 2016 se bude v chátrající dřevěné budově pilnice pyšnit moderní strojový komplex sekundující naší sice staré, ale stále fungující rámové pile. A tím to, doufejme, neskončí.

Do finančního plánu na rok 2016 se snažíme prosadit obdobnou modernizaci celého manipulačního prostoru před pilnicí tak, abychom konečně zrušili tvrdou a velmi nebezpečnou práci našich dělníků při manipulaci s kládami a nahradili ji těžkou technikou s hydraulickou mechanizací. A poté nezbývá než si tiše přát, aby firma natolik prosperovala a bylo možné udělat poslední symbolický třetí krok v této oblasti a nad nově vybavenými pracovišti pilnice vztyčit i novou montovanou halu tak, aby celá naše prvovýroba odpovídala dnešnímu pohledu na moderní provoz a éra „pracujícího muzea“ vzala definitivně za své.

**Ing. Milan Rouha** \ výrobní ředitel



# SmART

## Způsob balení uměleckého díla

Tvrdě jste pracovali na vytvoření dokonalého rámu, abyste vyhověli požadavkům zákazníka. Nyní je třeba ho zabezpečit do doby, než si pro něj zákazník přijde, proto jej opatrně zabalíte. Jakmile však dorazí majitel rámu, chce samozřejmě vidět, co jste pro něj vyrobili, a tak je balení roztrháno.

Balení uměleckého díla může být finančně nákladné a čas na balení a opětovné přebalování děl není jen neúspěšné, ale také zatěžuje životní prostředí.

Breen smART bags jsou novou alternativou pro ochranu rámovaného uměleckého díla. Tyto silné tašky mají prošívanou vazbu, jsou voděodolné, absorbují vlhkost a jsou odolné proti plísni. Můžete si díky nim být jisti, že umělecké dílo je plně chráněno bez možnosti protržení stran tašky nebo zničení vodou či vlhkostí – obzvláště důležité je, zda je umělecké dílo zákazníkovi doručováno nebo zasíláno. Ochranné rohy nejsou třeba, protože tašky jsou vycpány měkkou podšívkou bez obsahu kyselin. SmART bags se dají opětovně použít, čímž šetří vaše peníze i životní prostředí. Otevírají se na suchý zip, který lze zalepovat opakovaně. Zákazníky lze také požádat o navrácení tašek, aby tak bylo dosaženo opakovaných návštěv obchodu nebo galerie.

Tašky jsou lehké a jednoduché k uskladnění, čímž je také snižována potřeba skladného prostoru potřebného pro balení. Mohou navíc být prodávány klientům, kterým taškou Breen smART bag zároveň nabízíte bezpečný a jednoduchý způsob uložení díla a řešení jeho převozu domů. Dostupné velikosti skladem:

Dostupné velikosti skladem:

350 x 400 mm, 500 x 600 mm, 700 x 920 mm,  
920 x 920 mm, 1120 x 860 mm, 1120 x 1120 mm,  
1320 x 1000 mm, 1320 x 1600 mm,  
1450 x 1500 mm, 1450 x 2000 mm



## Zapište si do diáře...

### Bořek Šípek – Out of Limits

**do 28. února 2016, Praha, Tančící dům**

Slavný český designér, architekt a výtvarník Bořek Šípek otevřel v pražském Tančícím domě svou rozsáhlou retrospektivní výstavu Out of Limits. Až do 28. února 2016 zde můžete spatřit na 200 děl, které Šípek vytvořil v posledních 20 letech. Zahrnuty jsou nejen jeho proslulé skleněné umělecké objekty, ale i nábytek a bytové dekorace.

### Karel IV. 2016

**14. května – 31. srpna 2016**

**Praha, Dům U Kamenného zvonu**

Výstavní projekt u příležitosti 650. výročí korunovace Karla IV. arelatským králem (1365–2015) a 700. výročí narození Karla IV. (1316–2016)

### Zápas ichtyosaurů

**aneb pravěk štětcem Zdeňka Buriana**

**do 19. srpna 2016, Brno, Moravské zemské muzeum**

Výstava navazuje na předcházející expozici obrazů akademického malíře Zdeňka Buriana „Viděl světy dávno minulé“. Kolekce 50 obrazů nás nyní zavede do světů ještě mnohem vzdálenějších, do doby, kdy na Zemi vznikl, pomalu se rozvíjel a zase nenávratně mizel život, jehož svědectví paleontologům prozrazují zkamenělé pozůstatky. Obrazové rekonstrukce vracejí tento ztracený život zpět. A Zdeněk Burian bude vždy patřit k těm nejvýznamnějším, ať už věda díky novým poznatkům modifikovala představu o podobě mnohých vyhynulých druhů.

### Lira pomohla v Českém Krumlově postavit vánoční strom

Městský úřad nás požádal o převoz a instalaci velkého vánočního stromu na historické náměstí. Největším problémem byl průjezd křivolakými, historickými uličkami Českého Krumlova. Řidič Pavel Šandera se však s úskalím vyrovnal skvěle, k plné spokojenosti organizátorů.

*„Upřímně díky Vaším zaměstnancům za tradičně dokonalou spolupráci – jak úžasné, když někdo svoji práci bravurně zvládá.“*

děkuje a zdraví

Ing. **Vlasta Horáková**

Městský úřad Český Krumlov





Ať je rok 2016 z těch,  
které si dáte za rámeček

*Lima*

ČLEN SKUPINY • MEMBER OF  
LARSON · JUHL  
GROUP



# The winter *collection* (Birchwood)

*Lira*

ČLEN SKUPINY • MEMBER OF  
LARSON · JUHL  
GROUP

