

Madam Business®

prosinec 2007

Žena, která se neztratí

PRO TY, KTERÉ NÁSOBÍ ŽIVOT

Eva Brixi

Síla je v zemi
 Síla je v úsměvu
 Beru si něco
 Čeho víc dávám
 Pokrok je v emoci
 Na prahu vědy
 Listuji do noci
 V myšlenkách z vody
 Tolik ti neříkám
 Přesto víš Co by mne hnětlo
 Slunce se zahoupe
 Roztaví světlo...

str. 16–17

**Kreativita, invence a vynalézavost
 je schopnost řešit reálné změny**

str. 5 – Manažerky mají také Vánoce

str. 25 – Budu spokojená vždy,
 kdy se objeví silné téma

na snímku prof. ing. Růžena Petříková, CSc., ředitelka a jednatelka společnosti DTO CZ, s. r. o.
 zdroj: archiv DTO CZ, s. r. o.



DUHOVÁ LINKA 900 109 801

po – čt: 9–16, pá: 9–12

Na tomto telefonním čísle se můžete dovědět mnoho cenných informací o bydlení.

SON – Sdružení nájemníků ČR disponuje uceleným know-how. Můžete se zeptat na cokoli, co vás zajímá. Bytové poradenství poskytují kvalifikovaní odborníci bytového práva, bytových inženýrských služeb a dalších oborů. *Telefonní poradenství je rychlé, pohodlné a spolehlivé.*





NOVÝ RENAULT LAGUNA. BUĎTE NÁROČNÍ.

3
ROKY
ZÁRUKA
150 000 km

NOVÝ ROZMĚR POKOHLÍ. Vypadat pohodlně je jedna věc, ale nabízet skutečné pohodlí je věc jiná. Nová Laguna se o něj díky ergonomickým sedadlům a nově vyvinutému odpružení dovede postarat. Přidejte prvotřídní akustiku a inovativní systém klimatizace a získáte ideální podmínky pro jakoukoliv cestu. Výjimečně pohodlný interiér ve spojení s vysoce reaktivním podvozkem, výkonným motorem a šestirychlostní převodovkou poskytuje opravdu skvělý pocit z jízdy. Nový Renault Laguna. Přesvědčte se, co znamená opravdové pohodlí.

Volání zdarma
800 161 226

www.renault.cz

Vyobrazení vozu je pouze ilustrační. Laguna: spotřeba 4,5-13 (l/100 km), emise CO₂ 130-210 (g/km)



PŘEDVÁNOČNÍ ČAS NÁM NADĚLUJE VÍCE EMOCÍ NEŽ JINÉ MĚSÍCE ROKU. V KAŽDÉ Z NÁS JE ASI PEČLIVĚ USCHOVÁN STŘÍPEK DĚTSTVÍ S VŮNĚMI, BARVAMI A OČEKÁVÁNÍM. ČASTO SE PRÁVĚ V TĚTO DOBĚ PTÁM, JAK VLASTNĚ VNÍMÁ ŠIROKÁ VEŘEJNOST MANAŽERKY. JESTLI JENOM JAKO TY HODNĚ USPĚCHANÉ S MOBILEM POD POLŠTÁŘEM, ANEBO JAKO TY, KTERÉ SI SVÉ POVINNOSTI A RADOSTI JEN LÉPE ORGANIZUJÍ NEŽ BĚŽNĚ ZAMĚSTNANÉ ŽENY, A PROTO TOHO TEDY VÍCE ZVLÁDNOU... OBRAZ NEJVYTÍŽENĚJŠÍ BYTOSTI NA ZEMI, ŽENY RÁZNÉ A ODHODLANÉ VŠECHNO DOKÁZAT URČITĚ PŘEVAŽUJE. MANAŽERKY JSOU TY, KTERÉ SI ÚSPĚCH FIRMY NA TRHU A ČÁSTEČNĚ I TEN SVŮJ VYPRACUJÍ DO POSLEDNÍHO PUNTÍKU, PROTOŽE ŽIVOT FIREMNÍ JE TEN, KTERÝ NEODPOUŠTÍ. DÁVÁ SICE PROSTOR PRO DOKONALOU SEBEREALIZACI, ALE CHCE TOHO ZPRAVIDLA MNOHONÁSOBNĚ VÍCE NEŽ BÝVÁ VE VZTAHU ZAMĚSTNAVATEL A ZAMĚSTNANEC ZVYKEM. ALE I MANAŽERKY, KTERÉ JSOU VE SVÉ PROFESI VELMI ŠTĚASTNÉ, JSOU TĚMI, KTERÉ DOKÁŽÍ ROZDÁVAT I V JINÉ ROVINĚ, A PŘIJÍMAT VĚCI PROSTĚ BEZ DIÁŘE V RUCE. V RODINĚ PROSTŘEDNICTVÍM KAŽDODENNÍCH POVINNOSTÍ I SVOU PŘÍTOMNOSTÍ PŘI DNECH VÝJIMEČNÝCH. S BLÍŽÍCÍMI SE VÁNOČNÍMI SVÁTKY JE V DUŠÍCH TĚCHTO DAM SNAD JEŠTĚ VÍCE MÍSTA NEŽ KDYKOLI JINDY. SLOVO MÁ JEDNATELKA SPOLEČNOSTI TNT EXPRESS ČESKÁ REPUBLIKA IVANA PROSECKÁ:

MANAŽERKY

mají také Vánoce

BÝT JEDNATELKOU FIRMY, KTERÁ JE KLIENTŮM HODNĚ NA OČÍCH A KTERÁ MÁ NA TRHU VELMI DOBRŮU IMAGE, TO JE ASI VÍCE NEŽ ZODPOVĚDNOST SAMA. JAK SVOJI ROLI VNÍMÁTE?

Image TNT Express je vytvářena jednak kvalitou služeb, které poskytujeme, tak jejím vystupováním na veřejnosti. Já svou roli vnímám podobně. Snažím se pozitivně ovlivňovat vnitřní chod firmy i její image směrem k zákazníkům. Mou prioritou je naši společnost dobře reprezentovat a dodržovat její principy.

RYCHLOST, PŘESNOST, SPOLEHLIVOST – ATRIBUTY, KTERÉ K TNT NÁLEŽÍ. TAKÉ O ŽENÁCH SE TVRDÍ, ŽE JSOU, ZEJMÉNA V MANAŽERSKÝCH POZICÍCH, RYCHLÉ, PŘESNÉ A SPOLEHLIVÉ. NEMÁTE NĚKDY, PŘI SVĚM PRACOVNÍM ZATÍŽENÍ, CHUŤ NĚCO TŘEBA VŮBEC NEUDĚLAT? NASCHVÁL, KDYŽ JSTE OBYČEJNĚ LIDSKY NAŠTVANÁ, TŘEBA I SAMA NA SEBE?

Samozřejmě, že mám občas chuť smést ze stolu všechny dokumenty a smlouvy, dát si nohy na stůl, otevřít pivo a zapálit si cigaretu. Protože ale nekouřím ani nepiji, tak zůstává jen u představ. V takových chvílích ve mně zkrátka zvítězí dáma holdující zdravému životnímu stylu. Nutkání hodit všechno za hlavu ale mívám.

LZE NĚKTERÉ ZKUŠENOSTI Z VEDOUcí POZICE VE FIRMĚ PŘENĚST A UPLATNIT TŘEBA V CHODU DOMÁCENOSTI?

Určitě ano. Stejně jako v práci, tak i doma se musíte umět rychle rozhodnout, třeba co uvařit k obědu. Musíte si stanovit priority, zda budete dříve žehlit nebo prát, a musíte ovládat schopnost vyjednávání, když chcete přesvědčit děti, aby vám pomohly.

CHVÍLE PŘEDVÁNOČNÍ JSOU NÁDHERNÉ A PLNÉ OČEKÁVÁNÍ – JSOU VŠAK TAKÉ VELKÝM STRESEM DOMA I V ZAMĚSTNÁNÍ, JAKO BY SE BLÍŽIL KONEC SVĚTA. MÁTE ČAS NAKUPOVAT DÁRKY, PĚCT CUKROVÍ A



TĚŠIT SE NA PÁR DNÍ VOLNA V BLÍZKOSTI LIDÍ, KTERÝM S CHUTÍ VĚNUJETE SVŮJ ČAS?

Vánoce si opravdu vychutnávám. Pohodu a atmosféru vánočního období nevyměním za stres spojený s nákupem dárků ani za nic na světě, umíme se radovat i z maličkostí. V těchto chvílích si užívám pohody se svými dětmi a vážím si toho, že jsme spolu a že na sebe máme čas. Ručně pletená vánočka, kterou pečou podle receptu od mé babičky, přítomnost mé maminky a vůně jejích vanilkových rohlíčků, rozsvícený stromeček, prskavky a vánoční koledy, to jsou prostě moje Vánoce.

za slova, která nám pomáhají žít, poděkovala Eva Brixí

Jaký jsem měla den

Nevím, co mi nadělil horoskop na pátek 23. listopadu. Jisté však je, že jsem měla velké štěstí. Představte si, že jsem se dovolala všem, s nimiž jsem potřebovala mluvit. Bylo to jako výhra v loterii. Vyřídila jsem dokonce telefonáty, které jsem dlouho odkládala, hovory, nad jejichž uskutečněním jsem zbytečně otálela. Ale to nebylo všechno. A představte si, že jsem se dokonce se všemi obchodními partnery, známými i spolupracovníky dobře dohodla.

Pravda, večer jsem již nevládla jazykem, natož myšlenkou, ale pocit z čehosi, co má smysl, byl silnější než únava. Sršela jsem energií a divila se, proč mi jde i přes pokročilou večerní hodinu vše od ruky. Pak jsem na to přišla. Byl to den, v jehož rozběsku jsem si řekla: Vyhráj a vyhraješ. Bojuj, dokud nevítejší. Moc dobře jsem věděla, co by bylo potřeba ještě zvládnout. Dopředu jsem se z toho neradovala, byly to úkoly nadlidské. Jak známo, obchodní komunikace s kladným výsledkem patří k nejtěžším disciplínám na světě.

Netuším, proč byli lidé tak skvěle naladěni, že zvedali telefony, že nebyli naštvaní, když jsem je obtěžovala ještě v pátek odpoledne. Že mne vyslechli, usmáli se a přistoupili na moje návrhy či podmínky. Že by tolik jednotlivých náhod dohromady? To se mi moc nezdá. Věděla jsem však jedno. Ten den mi patřil – byla jsem v absolutní pohodě, dostala jsem sama sebe na špičku vyrovnanosti. V těch telefonátech to bylo určitě znát. Nejsem psycholog, i když – vlastně jsem, ale jen takový malý se dvěma známkami v indexu slavné někdejší Fakulty žurnalistiky Univerzity Karlovy. Mnohokrát jsem se přesvědčila, co všechno myšlenka zmůže, podá-li se vhodně. I taková ta obyčejná, prostá, jejímž prostřednictvím toho druhého motivujete ke vstřícnosti.

Anebo i ta, kterou motivujete sami sebe. Jejímž prostřednictvím si vytyčujete cíle, jichž hodláte dosáhnout. Takový ten každodenní tělocvik o přeskočení laťky a překročení vlastního stínu. Překračujeme, pokud to máme dovoleno, pokud se to od nás čeká.

Až budete pod stromčkem rozbalovat dárečky a jeden si ukrutně přát, věřte, že tam určitě bude. A až si potají na Silvestra začnete do diáře na první stránku psát body, jichž se chcete držet, nezapomneňte kromě slovíčka „zhubnu“ připsat: vlídnost, úsměv, odvaha, radost, nápady. A přes tu stránku každý den listujte dál. Věřím, že se od Nového roku také dotelefonujete všem hned napopravě.

Eva Brixí

Tiráž

Prosperita Madam Business

Vychází jako příloha časopisu Prosperita

Ročník 1, prosinec 2007

Vydává RIX, s. r. o.

Ocelářská 2274/1

190 00 Praha 9

pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové

E-mail: brixí@prosperita.info

Mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel Martin Šimek

Mobil: 606 615 609

Design Kateřina Svobodová

Zlom Petr Červenka

Korektury Mgr. Pavla Rožničková

Tisk Moravská typografie

Distribuce SP Agency

www.madambusiness.cz

MŮJ, ALE PRACOVNÍ ČAS

CO DĚLÁTE, KDYŽ ZJISTÍTE, ŽE VÍC SPĚCHAT UŽ NENÍ V LIDSKÝCH SILÁCH?

Ing. Jitka Skaličková
PR manager a tisková mluvčí
Renault Česká republika

Tato situace se mi stává dost často. V první fázi vzpomínám, kde jsem četla poslední článek o klonování, hned na to si vzpomenu, že celý proces byl testován na ovcích (chudinky) a hned je mi lépe, že jsem nebyla součástí stáda. V druhé fázi přemýšlím, jaký vlastně máme nejsilnější motor, který by šel namontovat na zadní část mého já, ale v zápětí přijdu na to, že bych ho neunesla. A výsledek? Nechám vše tak, jak je, zavřu kancelář a jdu se na 5 minut projít a opakuji si teorii relativity.



OTÁZKA PRO ŠIKOVNÉHO MUŽE

CO VÁS NA PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH FASCINUJE?

Ing. Zdeněk Jaroš, generální ředitel
POJIŠŤOVNA CARDIF PRO VITA :

Obdivuji na nich, jak dokáží skloubit práci s rodinou. Žijeme sice v době, kdy se „otcovská dovolená“ stává pořád běžnější, ale i tak nese větší břemeno žena. Pokud dokáží v těchto podmínkách vybudovat i dobrou kariéru, musí mít opravdu silnou vůli.



Ježíšek úřaduje na Božím Daru od 3. prosince

Děti posílají Ježíškovi dopisy s vánočním přáním odnepaměti, ale teprve čtrnáctým rokem můžou mít doručení nebeskému adresátovi úředně potvrzeno. V novodobé historii se ukazují případy, že kdejaký úřad chce být žádaným prostředníkem, ale málo platné, Česká pošta na Božím Daru má s poštou nebeskou nejdelší spolupráci a nebi je nejbližší. Boží Dar je totiž nejvýše položené město ve střední Evropě.

Od třetího do jedenadvacátého prosince tak mohou nejenom děti, ale všichni, kteří chtějí potěšit své přátele a známé přáním s razítkem Vánoční pošty, tedy s ouředním ježíškovským potvrzením, poslat vánoční přání na adresu:

Vánoční pošta, 362 62 Boží Dar

Vánoční přání pěkně opatřete známkou a zpáteční adresou, vložte do obálky a pošlete na výše uvedenou adresu. A pak už nechte pracovat Vánoční poštu.

S podivem je zapotřebí podotknout, že ačkoli se nová doba vyznačuje spíše sklonem k ateizmu než vyznáváním hodnot duchovních, zájem o Vánoční poštu roste každým rokem. Přesný počet listovních zásilek Pošta spočítat nedokáže, zájem o ježíšovské razítko však umí vyjádřit ve váhových jednotkách. V roce 2002 přišlo na Boží dar 285 kg přání, v roce 2005 se zájem zvýšil na 415 kg a loni už přání přerostly pětistovku – na rovných 550 kg. Poštovní doručovatel, který má dopisy v ruce každý den, by počet zásilek možná odhadl přesně, ale z tiskového centra České pošty se dostáváme pouze ke kvalifikovanému odhadu – těch přání jsou prostě tisíce.

Perličky na dně

* Vánoční přání nechodí pouze z České republiky. Když řeknete kdejaký stát z Evropy, nebudete se mýlit. Výjimkou není ani vánoční přání třeba z Austrálie.

* Při běžném provozu zastanou poštovní povinnosti na Božím Daru dva lidé. Orážení vánočních dopisnic je ale skutečná řehole a vzhledem k narůstajícímu počtu přání dvě ruce s razítkem prostě nestačí. K místním poštákům tak v prosinci přibudou další dva poštovní brigádníci.

Pošta vydává ročně celou řadu příležitostných razítek, která „loví“ především filatelisté a sběratelé. Jejich výjimečnost spočívá v tom, že se používají pouze několik dní a po určité době je velmi obtížné je získat. Zvláštností mezi příležitostnými razítky jsou tři tradiční razítka, která se používají rok co rok a mění se pouze jejich motiv. Jsou to razítka Ježíškovy pošty, která úřaduje na Božím Daru, velikonoční v Kraslicích a valentýnská v Milostíně.

(tz)

RAJEC[®]
Bylinka



www.rajecbylinka.com

Patentováno přírodou



Original ATOK Aromatherapy cosmetics

já se stále musím učit. Nejsem zedník ani sklenář, ani počítačový expert, nebojím se však žádné práce a ani nelituji času, když je potřeba komukoli s čímkoli pomoci. Snažím se ostatním ukázat, že všechno jde, jen chtít.

NA DRUHÉ STRANĚ SE MI ZDÁ, ŽE JSTE HODNĚ PŘÍSNÁ A NÁROČNÁ NEJEN NA SVÉ ZAMĚSTNANCE, ALE I SAMA NA SEBE.

To přiznávám, ale myslím si, že dodržování disciplíny je vlastnost, která je velmi prospěšná. Naše firma není nadnárodní korporace, jsme spíše komorní, a když se něco ošidí, je to hned vidět. Tím myslím nejen práci, ale také vzájemnou komunikaci. Na lidi kolem sebe mám však velké štěstí a s celým týmem si dobře rozumím, nemusím proto tyto zásady stále dokola opakovat.

Toho si je u nás každý vědom. Na co si nevyděláme, to mít nebudeme. To vždy zdůrazňuji. Když se vynoří problém, jsem zde od toho, abych dotyčnému pomohla s jeho řešením, a ráda to udělám. Nenechám se však vodit za nos a podvádět. Nemám ráda zaměstnance, na které se nemohu stoprocentně spolehnout, a kteří se neztotožňují s filozofií naší firmy. A ta je velmi prostá: nabídnout to nejlepší.

VZTAH K PŘÍRODĚ

mám v sobě

BYLINKY JSOU V MÓDĚ. A TO JE DOBRĚ. JEJICH VÝZNAM PRO HARMONICKÝ ŽIVOT ČLOVĚKA ROSTE. ÚČINKY A VŮNĚ DOKÁŽÍ NAPŘÍKLAD ZLEPŠIT NÁLADU, A TO JE MOC DŮLEŽITÉ. FIREM, KTERÉ PATŘÍ DO BYLINKÁŘSKÉ RODINY V ČESKÉ REPUBLICĚ, NENÍ ZASE TOLIK. JEDNOU Z NICH JE COSMETICS ATOK INTERNATIONAL. NÁZEV JE NOVÝ, ALE OZNAČUJE SPOLEČNOST Z ÚSTÍ NAD LABEM, KTEROU JIŽ LÉTA VEDE ANASTÁZIE SKOPALOVÁ. ŽENA, KTERÁ TOHO O BYLINÁCH VÍ HODNĚ A TAKÉ ZNÁ NESPOČET MOŽNOSTÍ, JAK MOHOU BYLINKY ČLOVĚKU SLOUŽIT. V UŽITEČNÉ FORMĚ SE SNAŽÍ JE NABÍDNOUT NAŠEMU KAŽDODENNÍMU ŽIVOTU. DOKÁŽE O NICH SE ZÁPALEM MLUVIT. KRÁSNĚ SE JÍ NASLOUCHÁ. DOVĚDĚLA JSEM SE NAPŘÍKLAD, ŽE TŘEZALKA JE JEDINÁ ROSTLINA, KTERÁ NEVSTŘEBÁVÁ RADIOAKTIVITU...

Anastázie Skopalová pěstovat vztah k přírodě nemusí. Má ho v sobě, snad proto, že místem, kde prožila ta nejkrásnější dětská léta, byly Krkonoše. Tam se naučila vnímat vztahy mezi lidmi, člověkem a krajinou, prostředím a prací. Když je potřeba, chodívá i dnes se svými zaměstnanci po kopcích a sbírá rostlinky, aby se pak ve výrobě dělala ta správná kouzla a tajuplné procesy. Neberte mne za slovo, myslím to samozřejmě v nadsázce. Všechno to rostlinné bohatství se maceruje, lisuje, suší a míchá a vznikají oleje a olejičky, krémy, tělová mléka, další výrobky i spousta radosti.

OPRAVDU (JAK SE O VÁS TVRDÍ) JAKO ŠEFOVÁ ZASTANETE JAKOUKOLI PRÁCI VE FIRMĚ?

Samozřejmě nejsem odborník na všechno, to ani není možné, i

JAK SI TEDY ČLOVĚK ZÍSKÁ RESPEKT?

Z mého pohledu jediným možným způsobem. Tvrdou a poctivou prací, vědomostmi, pílí, houževnatostí a snad i tvrdohlavostí. Náš tatínek vždycky chtěl, abych já, a stejně tak i mé sestry, uměla i to, co moji bratři – abych dokázala zastat i chlapeckou práci nebo se o to alespoň pokusila. Byla to úžasná škola pro život a dodnes z toho čerpám. Proto pro mne neexistuje podřadná nebo „nad“ práce. Snad to nezni příliš sebevědomě.

A když se mi něco nepodaří? I to se stává. Nejsem dokonalá.

POKUD VÍM, CTÍTE ŘADU PRINCIPŮ, UZNÁVÁTE SKROMNOST, PRAVDOMLVNOST, PRACOVITOST...

Ano, jsem prostý člověk. Mám ráda pořádek, systém, řád, sou-

lad. To, že jsem majitelkou prosperující společnosti, neznamená, že se můj životní styl a názor změní. Nemám hlavu v oblacích, stále stojím oběma nohama pevně na zemi.

VZHLEDEM K VAŠÍ FILOZOFII JE MI UŽ JASNÉ, PROČ VÁS OBKLOPUJÍ PŘÁVĚ BYLINKY. CELÝ SORTIMENT JE VLASTNĚ ZRCADLEM VAŠEHO VZTAHU K ŽIVOTU, JE TO TAK?

Snažíme se dělat to, co má smysl. Vyrábíme bylinné produkty pro zdraví, krásu i pro potěchu. Naším zákazníkem může být kdokoli, bez rozdílu věku. Produkty Original ATOK jsou vhodné pro každou pokožku i alergiky. Na výrobky píšeme vždy celé složení, aby měl každý přehled, co kupuje. Snad právě proto najdete naše stopy v nejedné domácnosti, v kosmetických a masážních salonech, v bioprodejnách, lékárnách, v mateřských centrech, v prodávnicích a na řadě dalších míst.

A JAK SE S VAŠÍ FILOZOFIÍ SLUČUJE MARKETING?

Marketing k podnikání patří. Dobrý výrobek se sám neprodá. Vydáváme např. čtvrtletník Aromaterapie, kde zákazníci najdou mnoho cenných rad i nových informací. Na našich webových stránkách je k dispozici nejen internetový obchod, ale také odborná poradna. Pro zákazníky připravujeme každoročně také mnoho soutěží, bonusů a slev.

V KTERÝCH ZEMÍCH SE DÁ SETKAT S VAŠÍ ZNAČKOU?

Naše výrobky distribuujeme do Kyjeva, Moskvy, Sevastopolu, Litvy, Irska, Anglie, Slovenska, Německa, oslovují nás zákazníci i z dalších zemí, např. ze Spojených arabských emirátů. Nejednou „letěly“ naše výrobky i přes oceán.

MÁTE TAKÉ NESTANDARDNÍ ODBĚRATELE?

Ano, a to přímo tady u nás, v Čechách. V poslední době si u nás firmy objednávají balíčky pro své přátele, obchodní partnery, VIP osobnosti a podobně. Hledají dárek, který bude mít, tak trochu,

nevšední obsah a provoní všední dny. Jsme tomu rádi. Od listopadu do svátků máme tedy co dělat, požadavky narůstají, přesto všem přáním vyhovíme.

CO BY JSTE PORADILA PŘÁVĚ PRO TYTO VYPJATÉ DNY ŽENÁM PODNIKATELKÁM A MANAŽERKÁM?

Pokud je to jen trošku možné, pokuste se v tomto předvánočním čase zvolnit tempo a myslete také, alespoň chvíli, na sebe. Pokud mohu doporučit něco z naší nabídky, vyzkoušejte relaxační koupelové olejíčky, například borovicový nebo mandarinkový. Napuště si večer vanu, na nic nemyslete, do vody dejte pár kapek olejíčku, k tomu si pusťte příjemnou hudbu a zasloužené relaxujte. Uvidíte, že postačí chvílička a budete se cítit o mnoho lépe. Není to ztráta času, je to okamžik, kdy se dá nabrat mnoho nové energie. Jste-li žena příliš aktivní, určitě doporučuji zkusit koupel z levandule, ta uklidňuje. Já osobně sázím na meduňku, pro exponované ženy je to vynikající bylina.

NA JAKOU NOVINKU BYSTE RÁDA UPOZORNILA?

V těchto dnech jsme na trh uvedli kokosovou řadu – pleťové mléko, olej a krém. I na rok 2008 chystáme řadu překvapení, ale ta zatím prozrazovat nebudu.

VAŠ SORTIMENT JE PŘEBOHATÝ, NEBUDETE OTVÍRAT I SVĚ VLASTNÍ PRODEJNY?

Čtete mi myšlenky. V příštím roce mám v tomto směru jisté plány. Ale nerada předbílám. Řídím se starým příslovím: neříkej hop, dokud jsi nepřeskočil. To platí pro mne osobně i pro život firmy, jemuž jsem ten osobní zaslíbila.

**za upřímné povídání
poděkovala Eva Brixi**



VSTUP DO PODNIKÁNÍ BÝVÁ TO NEJSLOŽITĚJŠÍ. PROŽILI JSTE SI TO? ASI SE NA TAKOVÉ OKAMŽIKY SKUTEČNĚ NEZAPOMÍNÁ. KAŽDÝ, KDO TÍMTO OČISTCEM PROŠEL, HLEDAL ZEJMÉNA TY NEJZÁKLADNĚJŠÍ INFORMACE, O KTERÉ BY SE MOHL OPŘÍT. ZPRAVIDLA JE SBÍRAL PO ZNÁMÝCH, U PRÁVNÍKŮ, NA ŽIVNOSTENSKÉM ÚŘADĚ, A TAKÉ, JAK JINAK, UDĚLAL ŘADU CHYB ČI CHYBIČEK. KOMERČNÍ BANKA ZNÁ MNOHÉ PODNIKATELSKÉ PŘÍBĚHY, LECKTERÝ BY BYL I SLUŠNÝM NÁMĚTEM NA ČESKOU FILMOVOU KOMEDIÍ. ZÁKONY SCHVÁLNOSTI TOTIŽ FUNGUJÍ NEOMYLNĚ.

MONIKA TRUHLÍKOVÁ JE PŘEDNÍ MANAŽERKOU KOMERČNÍ BANKY. MÁ NA STAROST RETAILOVÉ BANKOVNICTVÍ, JE U ZRODU ŘADY PRODUKTŮ PRO PODNIKATELE. ZA TĚCH NĚKOLIK LET, CO SE PROBLEMATIKOU ZABÝVÁ, TOHO VÍ O POTŘEBÁCH ŽIVNOSTNÍKŮ I FIREM MOŽNÁ VÍCE NEŽ NEJBLIŽŠÍ FINANČNÍ ÚŘAD. A PROTOŽE REPREZENTUJE BANKOVNÍ DŮM, JEHOŽ KLIENTY JSOU Z VELKÉ ČÁSTI PRÁVĚ PODNIKATELKY A PODNIKATELÉ, POLOŽILA JSEM JÍ U PŘÍLEŽITOSTI PŘEDSTAVENÍ JEDNÉ Z DALŠÍCH NOVINEK KB NĚKOLIK OTÁZEK:

ČAS A POHODLÍ v roli významné veličiny

KOMERČNÍ BANKA PŘIPRAVILA PRO PODNIKATELE VÝHODNÝ PROGRAM DUO. JE UNIVERZÁLNÍM ŘEŠENÍM, JAK EFEKTIVNĚ SPRAVOVAT PODNIKATELSKÉ I OSOBNÍ FINANCE. CO OBNÁŠÍ?

Díky tomuto programu může podnikatel nebo statutární zástupce firmy získat vedení osobního balíčku Duo konto zcela zdarma, a to po celou dobu vedení libovolného podnikatelského balíčku KB.

Ono totiž spojení osobních financí a podnikatelského účtu „pod jednu střechu“ přináší řadu výhod. Podnikatel nemusí nosit v hlavě návod na obsluhu dvou různých aplikací internetového bankovníctví ve dvou různých bankách, nemusí navštěvovat dvě různé pobočky nebo může využívat pro běžné transakce služeb jednoho bankovního poradce. Kromě úspory peněz je významná zejména úspora času, který má pro podnikatele často větší hodnotu než ušetřené finance. A pak – jde rovněž o pohodlí, a to je další prvek, který rozhoduje o spokojenosti klienta.

JSEM PODNIKATELKA – VLASTNÍM PĚT KADEŘNICKÝCH SALONŮ A RÁDA BYCH VAŠI NABÍDKU VYZKOUŠELA. MOHU IHNED?

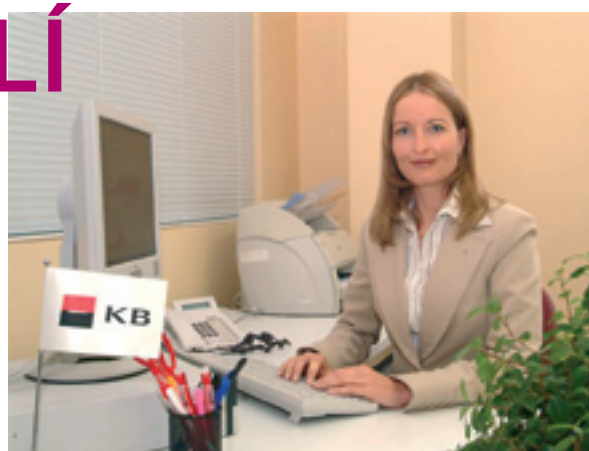
Zcela určitě. Program DUO byl spuštěn 1. listopadu 2007. Obsahuje kterýkoliv podnikatelský balíček z aktuální nabídky Komerční banky podle vašeho výběru a osobní balíček Duo konto pro správu soukromých financí podnikatele. Na vysvětlenou – zahrnuje osobní běžný korunový účet, platební kartu Perfekt karta (VISA) se dvěma výběry hotovosti z bankomatů KB měsíčně zdarma a telefonní bankovníctví Expresní linka KB nebo internetové bankovníctví Mojebanka.

Bohužel na několika řádcích nemůžeme jít příliš do detailů, nelze popsat všechny výhody a pozitiva, která tato nabídka podnikatelům přináší, a proto kdyby cokoli z mých informací nebylo jasné, naši bankovní poradci rádi odpoví na jakoukoli všetečnou otázku.

Zopakuji jen, že velkou výhodou Programu DUO je možnost spravovat osobní i firemní finance odděleně, a přitom na jednom místě za jednu cenu. Podnikatel tak získá jasný přehled, která platba byla na vrub firmy a která byla soukromá. Navíc při jedné návštěvě pobočky může se svým bankovním poradcem vyřídit vše potřebné nejen pro svoji firmu, ale i pro rodinné finance.

POKUD VÍM, VAŠE BANKA SE SNAŽÍ VŽDY VCÍTIT DO AKTUÁLNÍCH POTŘEB PODNIKATELŮ...

Pokud to tak hodnotíte, jsem jen ráda. To, co jsme předložili



podnikatelské veřejnosti v posledních měsících – balíček pro začínající podnikatele Efekt Start, nabídku úvěrů bez ověřování příjmů a bez zajištění a ve spolupráci s Českomoravskou záruční a rozvojovou bankou speciální M-záruku pro začínající podnikatele, je jen část toho, co je již dobře do praxe zavedeno. Podmínky podnikání se mění, požadavky klientů také – a tomu se přizpůsobujeme. Snažíme se být přátelskou bankou, která má nejen kvalitně sloužit, ale také inspirovat.

ALE NEMĚLA JSEM NA MYSLI JEN FINANČNÍ SLUŽBY...

Na významu nabývá poradenství. Například ti lidé, kteří chtějí do podnikání teprve vstoupit, mají řadu nejasností v tom, co vše musí udělat, co je nemine, co nesmí zapomenout. Nejedna maminka, která se rozhodla osamostatnit po ukončení mateřské dovolené, by mohla vyprávět. Protože jsme zaznamenali určité vakuum stručných a jednoduchých informací na uvedeném téma, vydali jsme srozumitelnou publikaci, v níž poskytujeme přehled základních informací pro podnikání. Nazvali jsme ji Začněte s námi (Průvodce startem podnikání). Podnikatele tak vedeme vlastně krok za krokem, odpovídáme na otázky, které si začínající OSVČ tak jako tak položí. Jsou to doporučení a rady na co při rozjezdu firmy nezapomenout. Tato publikace je k dispozici na každé pobočce Komerční banky. Navíc každý bankovní poradce, který má na starosti podnikatele, dokáže poradit s možnostmi financování podnikání, jak efektivně řídit finanční toky ve firmě a jak optimálně spravovat firemní finance.

NE KAŽDÝ SI DOKÁŽE SESTAVIT HNED Z POČÁTKU TŘEBA BUSINESS PLÁN, NE KAŽDÝ SI UVĚDOMÍ, ŽE I BEZ PODNIKATELSKÉ HISTORIE LZE ČERPAT STÁTNÍ PODPORU...

To máte pravdu, ale i s tím naši odborníci poradí. Chápeme, že například na jednatele firmy se toho zpočátku valí víc než dost. Je třeba již v počátcích podnikání myslet na to, jak se který krok projeví v budoucnosti v hospodaření firmy. Otázka financování



patří mezi ty základní. Bude-li žít začínající podnikatel v představě, že jsou pro něj nedostupné jakékoli peníze, a že pokud sám nenašetří, nikdy nezačne, pak je to špatné.

TO ASI MÍŘÍTE K PRODUKTU, KTERÝ SE JMENUJE M-ZÁRUKA ČESKOMORAVSKÉ ZÁRUČNÍ A ROZVOJOVÉ BANKY, A KTERÝ AKCEPTUJETE JAKO KVALITNÍ ZAJIŠTĚNÍ ÚVĚŘŮ POSKYTNUTÝCH ZAČÍNAJÍCÍM PODNIKATELŮM.

Určitě, tato nabídka je skutečně ojedinělá možnost, jak člověku usnadnit nástup do světa businessu. Jde o speciální záruku pro začínající podnikatele s tím, že KB ji akceptuje jako formu zajištění úvěrů poskytnutých právě těmto podnikatelům. M-záruku lze získat velmi snadno a rychle díky zkrácenému procesu na straně ČMZRB. Navíc má podnikatel také možnost dostat od banky jednorázový příspěvek 15 % z vyčerpané výše úvěru v případě realizace projektu, na který od banky získal financování. Sečteno a podtrženo se mu tak zaplatí úroky. Vlastně si půjčuje zadarmo. To přece není tak špatné?

MOHLA BYSTE UVĚST PŘÍKLAD?

Začínající podnikatelka si naplánuje zrekonstruovat část objektu, kde působí – vylepšit provozovnu. Rekonstrukci spočítala na 1 mil. Kč. Z toho polovinu financuje z vlastních prostředků a polovinu by ráda pokryla úvěrem. Dovolit si může měsíčně splácet 15 000 Kč. Komerční banka jí navrhne toto řešení: Úvěr ve výši 500 000 Kč, splatnost 42 měsíce, úrokovou sazbu 8 % a pravidelnou měsíční splátku 13 688 Kč.

Na pobočce KB podá žádost o úvěr, předloží podnikatelský záměr (dle vzoru KB), doklady opravňující k podnikání a dva doklady totožnosti. To je vše. V ČMZRB podá žádost o vydání M-záruky, ta je poskytnuta většinou do pěti pracovních dní. Podklady pro žádost o M-záruku, tedy vyplněnou žádost včetně příloh přinese k nám. Když dostane úvěr, ví zároveň, že na úrocích nám zaplatí 74 896 Kč. Ovšem zmíněný 15% příspěvek

vyčerpané výše úvěru v případě realizace projektu nejpozději do dvou let jí plně pokryje zaplacené úroky. Myslím, že to jako modelový příklad stačí. Osobně se domnívám, že by právě tento produkt měl být podnikateli více využíván.

NEZDÁ SE VÁM, ŽE BY MĚLI BÝT PODNIKATELÉ ZVÍDAVĚJŠÍ, TEDY VÍCE SE SNAŽIT INFORMOVAT O MOŽNOSTECH, KTERÉ SE JIM UŽ NABÍZEJÍ?

To bych si nedovolila tvrdit, i když je pravda, že peníze pro ně skutečně nejsou tak nedostupné, jak se řada z nich ještě domnívá. Ostatně i tomu bychom rádi vyšli naproti – od února se chystáme spustit nový portál, kde podnikatelé najdou informace o tom, jak se dají naše produkty využívat, co je nového, co se pro jaký druh podnikání hodí. Budou spuštěny diskuze, ankety, a půjde také o interaktivní komunikaci banky s podnikateli. Plánujeme informovat i o takových zajímavostech, jak co udělat, když podnikatel končí s podnikáním a předává podnik svým nástupcům, například když se zubař rozhodne ukončit svoji činnost. Určitě je lepší prodat firmu než ji zlikvidovat. Nový internetový portál bude pomáhat v tom, aby podnikatelé zbytečně nechybovali, dokázali odhadnout, jaký úvěr je pro tu či onu příležitost lepší apod.

KDYŽ BYSTE SE VY MĚLA ROZHODNOUT – MĚNILA BYSTE MANAŽERSKOU POZICI ZA JEDNATELKU VE VLASTNÍ FIRMĚ? JAKÝ OBOR PODNIKÁNÍ BY VÁS LÁKAL?

Založit si vlastní firmu je určitě lákavé, ale obstát v těžkém konkurenčním boji je zároveň velmi náročné. Začít podnikat vyžaduje velký kus práce a velkou míru odvahy a já osobně obdivuji každého, kdo toto rozhodnutí udělal. Sama jsem o této možnosti ještě neuvažovala, ale jak se říká, nikdy neříkej nikdy. Pokud by taková situace nastala, asi bych se nejprve poohlédla po možnosti spolupráce s nějakým dobře fungujícím franchizovým řetězcem. Oborů by mě lákalo hned několik. Díky mé praxi se nabízí obory z oblasti finančního poradenství či marketingu, ale dovedu si představit i podnikání v oblasti služeb, které ještě nejsou v České republice na vysoké úrovni.

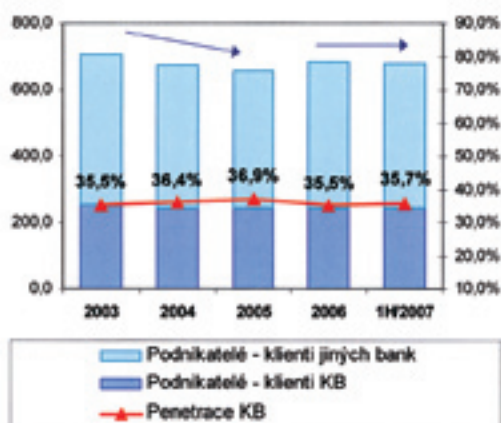
JAK PODNIKÁNÍ, TAK MANAŽERSKÁ PRÁCE JE O DOBRÉM VYUŽÍVÁNÍ ČASU. CO SE VÁM OSVĚDČILO? MÁTE HO TAKÉ MÁLO, ANEBY S NÍM UMÍTE NAKLÁDAT?

Času nemám nikdy dost, ale také určitě nemohu říci, že svůj čas vždy optimálně využívám. Celkem dobře pracuji pod drobným časovým tlakem, takže nedostatek času mě může někdy i tak trochu motivovat k vyšším výkonům. Zároveň jsem typ člověka plánovače, což mi určitým způsobem pomáhá v lepším využívání času. Samozřejmě ale také sem tam ráda jen tak odpočívám a nemám každou hodinu přesně naplánovanou.

za prvotřídní informace poděkovala

Eva Brixi

POZICE KB NA TRHU PODNIKATELŮ A MALÝCH FIREM



Tržní trendy

- Končící trend poklesu počtu aktivních SB na trhu
- Podle informací ČSÚ působí na českém trhu cca 700 tisíc aktivních podnikatelů a firem odpovídajících definici Small Business (obrat < 25 mil. Kč ročně)

PLYŠOVÍ MEDVĚDI, PANENKY MRKAČKY, POKOJÍČKY, HOUPACÍ KONĚ, STAVEBNICE, MAŇÁSCI, AUTÍČKA, POSTAVIČKY Z POHÁDEK. JAKOU MĚL KDO V DĚTSTVÍ NEJOBLÍBENĚJŠÍ HRAČKU? MNOZÍ Z NÁS SI TU NEJZAMILOVANĚJŠÍ SCHOVÁVAJÍ DODNES. A VE CHVÍLI NOSTALGIE SI JI POTAJÍ VYŠTRACHAJÍ ZE DNA SKŘÍNĚ, TAK TROCHU ZAPRÁŠENOU, POHLADÍ JI A POHLED UPŘOU NEZNÁMO KAM. VLASTNĚ ZNÁMO – DO ČASŮ, KTERÉ BYLY PŮVABNĚ OČEKÁVÁNÍM DOBRÉHO A TOUHOU PO ABSOLUTNÍ SPRÁVEDLNOSTI.

POSLÁNÍ HRAČEK JE PŘEKRÁSNÉ. PŘEDSEDKYNĚ MORAVSKÉ ÚSTŘEDNY BRNO, DRUŽSTVA UMĚLECKÉ VÝROBY, JANA MALÁ TO VÍ. I PROTO ZASTÁVÁ URČITÉ PRINCIPY PRÁCE A VZTAHŮ, JEŽ MIMO JINÉ ÚSTÍ DO ABSOLUTNÍ KVALITY. I PROTO PŘEBÍRALA LETOS V LISTOPADU V PRAZE OCENĚNÍ V PRAVDĚ KRÁLOVSKÉ: ZNAČKU BEZPEČNÁ A KVALITNÍ HRAČKA ZA ČESKÉ POHÁDKOVÉ POSTAVIČKY Z VEČERNÍČKŮ, CPANÉ MAŇÁSKY A CPANÉ HRAČKY V PROGRAMU ČESKÁ KVALITA:

SVĚT HRAČEK: dobro by mělo vítězit nad zlem

MYSLÍTE SI, ŽE SI DNEŠNÍ DĚTI HRAJÍ JINAK NEŽ V DOBĚ, KDY JSTE VY ZAČÍNALA POZNÁVAT ŽIVOT? NEBO JE PRINCIP STEJNÝ?

Princip, že předmět na hraní je hračkou, zůstává a myslím, že bude existovat i v budoucnosti.

Když si uvědomíme, že vše se vyvíjí, tak i hračka pro děti má jiné podoby než v době, kdy jsem já byla dítě a měla svou hračku. Pro mne tehdy byl vrchol spokojenosti, když mi rodiče mohli koupit malinkou kuchyňku z překližky, která měla ještě menších pár kousků nábytku a nádobičko, později to byla jedna panenka s vlásky. Dnes si uvědomuji, že mi to mělo vyvolat vztah k tomu, co čeká dívku, později ženu.

Dnes je nabídka jednak nesrovnatelná a hlavně ovlivněna demokracií a svobodou. Proto i děti se hračkami, které jim rodiče nakupují, připravují a musí připravovat na jiné úlohy v životě a hlavně na žití v otevřeném světě se všemi riziky, které jsem ve svém mládí nemusela a nemohla poznat. Přesto si dovoluji vyjádřit svůj názor, že převažující přemíra tvrdosti a násilí není ten správný ovlivňující faktor charakteru a povahy našich následníků. Chybí mi zde více pozitivního myšlení a to staré, leč osvědčené, že dobro by mělo zvítězit nad zlem.

MÍT KOLEM SEBE VELKÉ HRAČKÁŘSTVÍ, TO JE PŘECE NÁDHERNÉ – CO JE VŠAK NA VÝROBĚ A PRODEJI HRAČEK NEJTĚŽŠÍ?

V prvé řadě přijít včas na trh s hračkou, která bude zajímavá, aktuálně žádaná a vědět, v jakém provedení bude nejlépe přijata. Pak následuje vybrat pro hračku vhodný a přitom módní materiál, také designérka musí svým provedením vtisknout postavice správný a charakteristický výraz.

Ve vlastní výrobě potom každý kus je svým způsobem originálem. Výroba textilních a plyšových hraček je ruční výroba, kde sehrává roli každá maličkost jako například posazení očíček, nedocpaná či přečpaná figurka apod. Vlastní uhlídání kvality naší výroby je proto náročné. Objektívni posouzení designu pak musí převládnout nad subjektivním názorem.



MORAVSKÁ ÚSTŘEDNA BRNO JE, DÁ SE TVRDIT, SVĚTOZNÁMÁ. CO MÁ ČESKÁ HRAČKA, V POROVNÁNÍ S GLOBÁLNÍ NABÍDKOU, NAVÍC, JINÉHO, LEPŠÍHO?

V naší nabídce pro český trh najdete hlavně populární večerníčkové postavičky, které děti vidí v televizi a jsou známé někdy i více generacím. Naše strategie má moto „českým dětem české hračky“ od známých českých autorů a českého výrobce.

Na zahraničním trhu, vyvážíme do 27 zemí světa, je charakteristický v prvé řadě evropský design, originalita provedení převážně v přírodních materiálech, neustálá inovace a kvalitní zpracování i speciálních přání našich zákazníků. Samozřejmě v naší firmě je dodržení dohodnutého termínu dodávky v požadované kvalitě.

JAKÉ HRAČKY BUDOU POUŽÍVAT DĚTI TŘEBA ZA 200 LET?

To si netroufám odhadnout. Osobně bych si přála, aby v hračkách byl zachován výchovný charakter a aby si děti ještě za těch dvě stě let vůbec uměly hrát, byly přirozeně zdravé a není il je svět, který bude přetechnizovaný.

VAŠE DRUŽSTVO I VY OSOBNĚ JSTE DRŽITELI MNOHA CEN – TO NEJČERSTVĚJŠÍ OCENĚNÍ SE TÝKÁ KVALITY. DO TĚ SE MANAŽERSKÁ PRÁCE DOZAJISTA PROMÍTÁ. JAK JE TOMU U VÁS?

Pokud jde o ocenění našich výrobků





nebo výsledků našeho družstva, jsou vždy nejen pro mne, ale pro celý kolektiv našich pracovníků potěšující. Současně si musíme neustále uvědomovat, že i zavazující. Nechtěli bychom se stát podnikatelským subjektem, který se dostal na nějakou úroveň, tzv. zazaří a najednou zhasne. Cílem je naše podnikání dále rozvíjet a k tomu máme právě výhodu – správně využít všech ocenění i marketingově.

Proč by se z originálního krtečka autora pana Milera měly těšit děti v Japonsku, na Taiwanu, v evropských zemích a naše děti by krtečka na hraní buď neměly, nebo nakupovaly nějaký plagiát, který je nepovedenou napodobeninou?

Navíc, nedovolíme si na trh pustit hračky, které jsou závadné. Takových negativních případů je v posledních měsících stále více.

Jsme proto hrdi na vyznamenání, kterého se nám dostalo jako prvnímu českému výrobcí textilních a plyšových hraček. Na certifikovanou kolekci hraček můžeme užívat označení „Bezpečná a kvalitní hračka“. Bereme to jako ocenění našich základních přístupů a principů, který kolektiv našeho družstva dodržuje.

BÝT ZNÁMOU OSOBNOSTÍ – TO NENÍ JEN TAK. REPREZENTUJETE ODVĚTVÍ, DRUŽEVNICTVÍ, KOREKTNÍ PODNIKÁNÍ. ZAVAZUJE? INSPIRUJE? TÍŽÍ?

Jednoduchá upřímná odpověď by zněla: v té každodenní praxi se prolíná skoro vše, co jmenujete.

Víte, je o mně známo, že mým životním krédem je „začínat stále znovu a nenechat se odradit“. Proto také, když jsem si předsevzala, že Moravskou ústřednu Brno dovedu úspěšně ke stoletému výročí jejího založení, tak pro to vynaložím všechny své schopnosti i síly. Jsem totiž přesvědčena, že naše firma má předpoklady radit se i v budoucnu mezi kvalitní ryze české firmy, navíc být takovou, která již od útlého věku může ovlivňovat nejen stávající, ale i budoucí generace.

Pokud říkám ovlivňovat, mám na mysli právě tím pozitivním a především přirozeným lidským pojetím hraček, se kterými si děti budou hrát a budou šťastny. Myslím, že upřímný, nefalšovaný výraz šťastného dítěte je ten nejkrásnější dík

každé mámě, babičce a každému člověku. Všechna ocenění, kterých se mi dostalo, jsou svým způsobem zavazující, ale především inspirující k dalším manažerským krokům a rozhodnutím, kterými se firma může posunout dále. A o to přece jde! Kdyby měla ocenění tížit, pak v tom vidím něco nezdravého, a to mě ještě nepotkalo a doufám ani nepotká.

za odpovědi pro budoucnost poděkovala Eva Brixí ⇨

MORAVSKÁ ÚSTŘEDNA BRNO, d.u.v.
získala právo používat značku kvality

BEZPEČNÁ A KVALITNÍ HRAČKA

na populární postavičky z televizních pořadů.

bezpečná a kvalitní hračka

ČESKÁ KVALITA

Certifikaci získaly tyto výrobky:
43965A, 43987B, 44990B, 44993B, 48974, 27988B, 27989B, 48982A, 27990B, 48969A, 48970A, 44991D, 44992D, 44991E, 44992E, 43960A, 43961A, 27993B

www.mu.brno.cz

SPECIÁLNÍ VÍNO PRO ŽENY

jsme zatím nevymysleli a beru to jako výzvu

KDYŽ SKLENIČKA VZNOSENE CINKNE A OBCHODNÍ PŘÁTELÉ SE NA SEBE USMĚJÍ, JE JASNÉ, ŽE JEDNÁNÍ PROBĚHLO KE SPOKOJENOSTI VŠECH ZÚČASTNĚNÝCH STRAN. PŘÍPITEK JE NA MÍSTĚ. VÍNO K TAKOVÝM OKAMŽIKŮM NAVÝSOST PATŘÍ. DŮSTOJNĚ ZVÝRAZNÍ VÝZNAM SETKÁNÍ A PO MALÉM OSVĚŽENÍ VNESE DO VZÁJEMNÉ KOMUNIKACE O NĚCO VÍCE ŽIVOTA, NEŽ BYLO OKOLNOSTMI DOVOLENO PŘI UPŘESŇOVÁNÍ KLIENTSKÝCH POŽADAVKŮ. VÍNO JIŽ DÁVNO NENÍ U NÁS NÁPOJEM, KTERÝ JSME SE ZNOVU UČILI PODÁVAT. A CHYTRÝM LIDEM NESLOUŽÍ K NEŘÍZENÉMU ROZVESELOVÁNÍ, ALE NAOPAK K PROŽITKU SPOLEČENSKY PŘÍJEMNÉMU.

PŘEDVÁNOČNÍ ČAS JE PRO ČESKÉ VINAŘE VÍTANÝ – ZE SVĚHO UMU MOHOU NABÍDNOUT TO NEJLEPŠÍ, UPOZORNIT NA NOVINKY, DOPORUČIT I JAKO FIREMNÍ DÁRKY. ING. PAVEL PASTOREK, LETITÝ REPREZENTANT TEMPLÁŘSKÝCH SKLEPŮ, VINAŘSKÉHO DRUŽSTVA ČEJKOVICE, MÁ SLOVO:



PRO SLAVNOSTNÍ PŘÍLEŽITOSTI SE HODÍ SLÁMOVÉ I LEDOVÉ VÍNO – BUDE STÁLE I VE VAŠEM SORTIMENTU?

Ano, tato vína představující tu pomyslnou třešínku na dortu jsou stále v naší nabídce.

Právě Vánoce a konec roku jsou dobrými příležitostmi udělat radost svým blízkým takovýmto zajímavým dárkem.

ASI BY NEMĚLO CHYBĚT ANI V „JÍDELNÍM LÍSTKU“ CUKRÁREN – CO VY NA TO?

Samozřejmě. Tato vína, vyznačující se vysokým obsahem zbytkového cukru (více než 100 gramů v litru) a koncentrací aromatických látek jsou zvláště vhodná jako doplněk při vychutnávání sladkých dezertů. Je škoda, že podávání slámových a ledových vín je dosud v našich cukrárnách a kavárnách spíše výjimkou.

STEJNĚ TAK JAKO VÍNO RŮŽOVÉ – JAKÝ PODÍL Z CELKOVÉ PRODUKCE TEMPLÁŘSKÝCH SKLEPŮ PŘEDSTAVUJE A KDO SI HO NEJVÍCE OBLÍBIL?

Růžová vína si postupně získávají stále větší oblibu, zvláště v letním období, kdy právě ona představují velmi vhodné osvěžení. Chutnají jak pánské části populace, tak i té opačné. Ženy projevují zájem o růžová vína stále ve větší míře. V nabídce máme oblíbené rosé z odrůdy Zweigeltrebe a jako novinku jsme v tomto roce představili polosuché vytvořené kupáží odrůd Cabernet Sauvignon a Merlot s názvem Sang Real Rose.



A JAKOU NOVINKU BYSTE DOPORUČIL POZORNOSTI ŽEN TŘEBA PŘI ZÁVĚREČNÉM, SLAVNOSTNÍM OBCHODNÍM JEDNÁNÍ V PROSINCI 2007?

Pro takovéto slavnostní příležitosti jsme připravili velmi zajímavou kolekci sektů. Jedná se o sekty vyrobené metodou sekundární fermentace v láhvi ze speciálně připraveného bílého vína, kdy jak kvasná kultura, tak i dosáž, kterou se doplňuje každá láhev sektu po odstředění kalů, je dovezena z Francie. Tento produkt – Sang Real Sekt – nabízíme jak suchý – tj. brut, tak i polosuchý – tj. demi sekt.

NECHYSTÁTE URČITOU SPECIALITU JENOM PRO POŠKÁDLENÍ VYBÍRAVÝCH JAZÝČKŮ DAM? PROSTĚ NĚCO ELEGANTNÍHO, NEOBVYKLÉHO, ATRAKTIVNÍHO, CO NIKDO JEŠTĚ NEMÁ? VÍNO PRO ŽENY?

Vidíte, speciální víno pro ženy jsme zatím nevymysleli a beru to jako výzvu. Omlouvám se tímto celé části naší ženské populace, ale z dosavadních zkušeností mohu říci, že naše dámy mají velmi široké spektrum chutí – a to od vín suchých – i když tato jsou v menšině – přes vína polosuchá, mnohdy s požadavkem na výrazné aroma (např. Irsai Oliver) až po speciality typu výše zmíněných ledových a slámových vín.

www.templarske-sklepy.cz
za odpovědi ryze praktické
poděkovala Eva Bixi ☺

Templářské
SKLEPY ČEJKOVICE
1248



OBCENĚ PROSPĚŠNÁ SPOLEČNOST GENDER STUDIES USPOŘÁDALA V RÁMCI PROJEKTŮ „O ROVNOSTI S FIRMAMI“ A „SOUTĚŽ O NEJLEPŠÍ FIRMU S ROVNÝMI PŘÍLEŽITOSTMI“ KONFERENCI GENDER A MARKETING. ZÚČASTNILI SE JÍ ZÁSTUPCI A ZÁSTUPKYNĚ PR A REKLAMNÍCH AGENTUR, NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ, VYSOKÝCH ŠKOL, MÉDIÍ A FIREM ZAVADĚJÍCÍCH DO SVÝCH PODNIKOVÝCH POLITIK PROGRAMY NA PODPORU ROVNÝCH PŘÍLEŽITOSTÍ.

SOUTĚŽ rovných příležitostí



Obecně prospěšná společnost Gender Studies uspořádala v rámci projektů „O rovnosti s firmami“ a „Soutěž o nejlepší firmu s rovnými příležitostmi“ konferenci Gender a marketing. Zúčastnili se jí zástupci a zástupkyně PR a reklamních agentur, neziskových organizací, vysokých škol, médií a firem zavádějících do svých podnikových politik programy na podporu rovných příležitostí.

Na konferenci vyhlásily zástupkyně společnosti Gender Studies výsledky III. ročníku Soutěže o nejlepší firmu s rovnými příležitostmi pro ženy a muže v České republice.

TADY JSOU VÝSLEDKY:

1. místo: IBM ČR

2. místo Mediatel

3. místo Allianz a Microsoft

Zvláštní cenu Gender Studies za výrazný pokrok v oblasti prosazování rovných příležitostí získala společnost ČSA.

„Konference o gender a marketingu ukázala, že toto téma je v České republice ještě netknuté,“ přiznala Alexandra Jachanová Doleželová, projektová manažerka Gender Studies. „V zahraničí už se na gender marketing zaměřují, a to především proto, že výzkumy ukazují, že ženy tvoří 80 % kupní síly. Nelze

je tedy ve svých marketingových strategiích opomíjet, naopak je nutné na ně více zacílit. Jsme v 21. století, ženy kupují auta, počítače, elektroniku aj. Firmy v Česku by na ženy tedy neměly zapomínat.“

Manažerka projektu „O rovnosti s firmami“ Nina Bosničová uvedla:

„Někteří účastníci a účastnice konference podotkli, že úspěšnost nějaké, řekněme reklamní, kampaně lze měřit i jinak než přes čísla a obchodní výsledky. Že zásadní jsou například i tzv. brand love anebo otevření veřejných diskuzí na určité téma a ovlivnění veřejného mínění, vytvoření vzorů a podobně (příkladem je netradiční pojetí ženské krásy u reklamní kampaně DOVE). Nejednou také zaznělo, že marketing budoucnosti bude muset přesvědčivěji reflektovat měnící se genderové role ve společnosti a hlavně pracovat s podrobnější marketingovou segmentací trhu (vedoucí až k individualistické úrovni). Nutná je též důvěrná znalost cílové skupiny, kterou se výrobkem snažíme oslovit – na růžovo natřené mobily, případně auta nejsou asi nejpřesvědčivějším příkladem fungujícího gender marketingu.“

více informací na www.rovneprilezitosti.ecn.cz

(tz)

Mediatel poprvé a úspěšně

Společnost Mediatel, spol. s r. o., byla oceněna druhým místem v Soutěži o nejlepší firmu s rovnými příležitostmi pro ženy a muže v České republice. Soutěž vyhlásila uznávaná nevládní nezisková organizace Gender Studies, o. p. s., a jako každým rokem se jí zúčastnily desítky významných společností z celé republiky.

Třetí ročník Citigroup Soutěže o nejlepší firmu s rovnými příležitostmi pro ženy a muže v České republice se soustředil na sladování osobního a profesního života. Pro společnost Mediatel se tento ročník stal prvním v řadě.

Společnost Mediatel byla v soutěži oceněna za důraz kladený na prosazování diversity a rovných příležitostí žen a mužů ve firmě. Tento přístup se odráží i na poměrně vyrovnaném podílu žen a mužů mezi zaměstnanci Mediatelu i v jejím vedení (celkově 49 % zaměstnanců činí ženy a 51 % muži). Mediatel se snaží vytvářet pro své zaměstnance co nejlepší podmínky umožňující sladovat osobní a pracovní život – nabízí mimo jiné pružnou pracovní dobu, možnost práce z domova nebo částečné pracovní úvazky, kterých s oblibou využívají i rodiče na mateřské/rodičovské dovolené.

Zlaté  stránky®

Firma vytváří přátelskou atmosféru pro rodiny zaměstnanců, pořádá pro ně den otevřených dveří či dětské besídky. Silným programem, který byl v hodnocení společnosti porotou oceněn, jsou mentoringové programy zaměřené na podporu mladých manažerů a manažerek či náborové kampaně cílené na ženy. „Věříme, že vytváření příjemného pracovního prostředí napomáhá kreativité zaměstnanců, stejně tak jako možnost sladění pracovního a soukromého života přispívá k celkovému úspěchu společnosti,“ dodala k tématu generální ředitelka společnosti paní Kimberlí Lewis.

(tz)

POJIŠTĚNÍ DOMŮ, DOMÁCNOSTÍ A ODPOVĚDNOSTI

MAXDOMOV

Pořídili jste si nové bydlení? Váš dům, byt a vybavení pojistíme snadno, rychle, bez složitých dotazníků a podrobností. Pojistíme Vaši odpovědnost za způsobenou škodu z provozu domu nebo Vaší domácnosti.

Navíc Vám dáme zdarma rozsáhlou asistenční službu, která není vázána na konkrétní škodu.

ZABOUCHLI JSTE SI DVEŘE A POTŘEBUJETE ZÁMEČNÍKA?

POTŘEBUJETE OPRAVIT PRASKLOU VODU ČI JINOU HAVÁRII?

NENÍ VÁŠ BYT Z DŮVODŮ HAVÁRIE OBYVATELNÝ?



Pokud pojištění MAXHOME uzavřete do konce roku 2007, dostanete na pojištění* 33% slevu a automaticky se zařadíte do slosování o překvapivý dárek pod stromeček.

*Tvořící se na půlletí záplavy a povodně

volejte asistenční službu
MAXASISTENCE
+420 272 099 900

MAXIMA
POJIŠTOVNA, a. s.

Maxima pojišťovna, a.s., Na Dlouhém lánu 508/41, 160 00 Praha 6
tel: +420 224 305 403, fax: +420 224 305 412
email: info@maxima-as.cz

www.maxima-as.cz

JAKÉ MÁTE ZKUŠENOSTI S NAKUPOVÁNÍM ODĚVŮ? POŘIZUJETE SI KOSTÝMEK NEBO VEČERNÍ ŠATY JEN TAK, NAHODILE, KDYŽ ZA VÝLOHOU SPATŘÍTE KOUSEK, KTERÝ VÁS INSPIROVAL? ANEBO JE TO PROCES DLOUHODOBĚ NAPLÁNOVANÝ, S PATŘIČNÝM ČASOVÝM PROSTOREM A NEKONEČNÝM ZKOUŠENÍM VŠEHO, CO LÁKÁ K POHLEDU DO ZRCADLA? KAŽDÁ Z NÁS MÁ PRAVDĚPODOBŇ SVŮJ VLASTNÍ STYL, ČILI ZPŮSOB, KTERÝ SE OSVĚDČIL. NĚKTERÁ Z NÁS SI OBLEČENÍ NERADA BERE NA SEBE, JINÁ ZÁSADNĚ NENAKUPUJE V ČERVENCI, DALŠÍ PROŽÍVÁ TO PRAVĚ POTĚŠENÍ Z NÁHODNÝCH ZASTAVENÍ SE V BUTIKU, JINÁ ZASE FANDÍ ADRENALINU Z PŘEDVÁNOČNÍHO RUCHU.



NAD ETIKETOU

zákaznického rituálu

A právě toto je období, kdy jsou duše zákaznické i „ty za pultem“ citlivější než kdykoli jindy v roce. Nejen však proto jsem položila několik otázek ředitelce společnosti Steilmann Praha Anně Motlíkové. Léta se totiž zabývá etiketou zákaznického rituálu a přemýšlí nad tím, jak to udělat, aby byl kupující vždy a nadmíru spokojen.

CO BY TEDY MĚLO BÝT ZÁKLADEM KOMUNIKACE MEZI PRODAVÁJÍCÍM A KUPUJÍCÍM?

Náš trh na to zatím stále ještě není tak zvyklý, ale je to především úcta k tomu, kdo pocítil návštěvou naši prodejnu. Víím, že to není nic nového pod sluncem, ale každá prodavačka, říkáme spíše asistentka prodeje, by si měla být vědoma toho, že bude-li zákazník spokojen, neutratí jen více peněz, ale bude se v zakoupeném oblečení dobře cítit a vrátí se. A když se vrátí jednou, zopakuje to i příště. A vrátí se tehdy, bude-li mít pocit, že se o

něj náležitě pečovalo, že byl obsloužen, že mu byla poskytnuta služba na úrovni. Proto se také ze slovníku odborníků pomalu vytrácí slovo prodavačka, protože je to spíše poradce, image maker.

ABY SE ZE ZÁKAZNÍKA STAL TEN VĚRNÝ, JE ASI PŘÁNÍ KAŽDÉHO, KDO SE POHYBUJE VE SVĚTĚ OBCHODU...

Pochopitelně. Věrným se zákazník stane však jen za té podmínky, že ho něco zaujme. Nemusí to být jen vystavené zboží, ale právě obsluha, její citlivost, distingovanost a přitom včasná pomoc, péče. Tím se mu začne v prodejně líbit, získá důvěru v poradenství (Jano, běž se tam podívat, tam mi skutečně dobře poradili, je to tam úžasné) a bude si pamatovat, že zavítal někde, kde „se našel“. Je mnoho prvků, které v navazování vztahu mezi zákazníkem a asistentkou prodeje hrají prim. Třeba nevtíravý, ale živý zájem o hosta. Toho musí poradkyně nechat

módu z fotografií můžete zakoupit v prodejnách společnosti Steilmann Praha více informací na www.steilmann.cz



„vydechnout“, rozhlédnout, a ne se k němu hnát dříve, než za sebou, obrazně řečeno, zavře dveře... Ta pauza však nesmí být nad očekávání dlouhá, aby si host nemyslel, že o něj v prodejně nejvíce zájem. Také by neměl odejít proto, že si s něčím nevěděl rady a ostýchal se zeptat. Atmosféra by měla být otevřená jeho nevysloveným otázkám. Ten, kdo poskytuje radu na úrovni, musí něco vědět o typologii osobnosti, o typech postavy, střizích, barvách, trendech, značkách a musí vycítit, co danému typu zákaznice nabídnout. Musí umět vyčíst z jejího pohledu i kroků, oč se bude zajímat, zda pospíchá nebo zda má chuť si popovídat. Nesmí obtěžovat ani zdržovat, nesmí překážet, ale musí být stále po ruce.

TO JE ASI TA ŠPIČKA MISTROVSTVÍ, VÍDTE?

Něco z té špičky asi ano. Víte, dobrý obchodník by měl být i šikovným psychologem. Najít správnou míru vlastní odvahy, která je pro dobývání zákaznických srdcí také nutná. Správně poradit a nabídnout, to je opravdu i kousek umění, umění komunikace. Je nespočet odborných knih, z nichž se dá čerpat, a každý se denně učíme v praxi. Zkušený obchodník by neměl zapomínat ani na tzv. selský rozum a prosté základy slušného chování.

MYSLÍTE, ŽE JE O TOM POTŘEBA STÁLE MLUVIT?

Domnívám se, že ano. Hlavně v branži obchodníků. Slušnost a takt je předpoklad dlouhodobého úspěchu. Ono se totiž ne všechno prodá samo sebou. Uvědomuji si to vždy, kdy přijímáme do našich prodejen nové asistentky prodeje, když je školíme, když je vedeme k tomu, aby do hloubky pochopily, proč chtějí tuto práci dělat. Je na nich, jak ovlivní tržby, kolik zboží na trhu uplatníme, kolik lidí bude s naší škálou možností spokojeno. Nejen reklama, nejen povědomí o značce, nejen dostupnost sítě či ceny, ale právě ony jsou těmi, jejichž dokonalost, šarm a radost povyšují prostý obchodní vztah na vztah plný vřelosti. Platí to dvojnásob při nabídce značkového zboží. Kvalitní oblečení vyžaduje pozorné slovo. Víte, jde o to mít radost z toho, že mohu někoho, kdo mne poctil svou přítomností, obsloužit, musí mne to bavit, pak má moje práce smysl. Když vím, že někomu pomohu vytvořit jeho šatník, že tomu bude rád, bude to těšit i mne. Pak budu v oboru úspěšná. To je ten základ. Chodit do práce jen pro peníze, to je ta nejhorší

a nejstrašnější motivace. Když vás nemotivuje snaha vyhovět zákazníkovi, podvědomě to pozná a ztratí o vaše nedokonalé služby zájem.

VYCHOVÁVÁ VLASTNĚ NĚJAKÁ SPOLEČNOST PRODAVAČE-PORADCE, ASISTENTY PRODEJE NAPŘÍKLAD PRO OBOR ODĚVY?

V České republice ne. A je to velká škoda. Obchod je prastará kategorie a obecně by si jeho pravidla zasloužovala více péče. Souvisí to s tím, že prodávat může u nás vlastně každý a živnostenský zákon ani firmy v roli zaměstnavatelů po člověku zpravidla nevyžadují ani zkušenosti, ani zkoušky, ani kvalifikaci... Jenže ono skutečně u značkového zboží nejde o prostý prodej, ale skutečně o službu s mnoha atributy. A pracovat ve službách je od slova sloužit. A mít radost sloužit.

NEJSTE ZBYTEČNÝ PESIMISTA?

Přiznám se, že někdy už ano. Sama s touto naznačenou situací bojuji léta, ale nepohnula jsem s ní a věčné vysvětlování mne už také moc nebaví. Až jednou předám otěže vedení firmy do dalších rukou, založím si vlastní „oděvní poradenství“ při společnosti Steilmann Praha. Začnu se pečlivě věnovat dámám podnikatelkám a manažerkám, těm, které jsou více úspěšné, než by si zasloužily. Mne trápí, že samy na sebe nemají čas, když ostatním jim ho věnují spousty.

Každá žena, ať již v hodně zodpovědné pozici ve firmě, nebo jako novopečená maminka v domácnosti si zaslouží, aby se vkusně a slušivě oblékala, aby se ostatním líbila.

Ne každá si s módou dokáže dobře poradit, jedna se podceňuje, jiná přeceňuje své možnosti, další příliš podléhá tomu, co se nosí, jiná se hodlá obklopovat jen značkami za každou cenu, další třeba neumí respektovat zákonitosti harmonie. Potřebují tedy odbornou radu. Od toho, kdo ji kvalifikovaně poskytne. A protože se lidská činnost čím dál více specializuje, měly by nastoupit na parket obchodních domů, nákupních center i butiků vzdělané asistentky prodeje, poradkyně, které by vedly ostatní ženy v jejich přirozené touze pěkně vypadat. Je to můj velký sen.

za odpovědi do diskuze poděkovala

Eva Brixí ☞





NA MANAŽERSKÉM BITEVNÍM POLI TUTO VYNIKAJÍCÍ ŽENU ZNAJÍ VŠICHNI JEJÍ KOLEGOVÉ, OBCHODNÍ PARTNEŘI, SPOLUTVŮRČI ŘADY PROJEKTŮ, PEDAGOGOVÉ, ŠPIČKY ČESKÉ EKONOMIKY. MNOZÍ, A STEJNĚ TAK I JÁ, SE PTAJÍ, PODLE JAKÉHO KLÍČE TATO DÁMA ODEMYKÁ SVÉ NITRO DALŠÍM A DALŠÍM POZNATKŮM, KDE JE PRÁH JEJÍ TOUHY PO VĚDĚNÍ A JAK DOKÁŽE ZE SVÉHO JÁ VYTVOŘIT HARMONICKÝ CELEK, JÍMŽ PROMLOUVÁ LÉTA K ODBORNÉ VEŘEJNOSTI, A JEŠTĚ K TOMU ELEGANTNĚ PROVOKUJE: PROF. ING. RŮŽENA PETŘÍKOVÁ, CSC., ŘEDITELKA A JEDNATELKA SPOLEČNOSTI DTO CZ, S. R. O., JE DÁMOU, KTERÁ NESTÁRNE. RECEPTEM JE JEJÍ VÍRA V ČLOVĚKA, KTERÝ CHODÍ PO ZEMI PROTO, ABY NĚCO DOKÁZAL. ŘÍKÁ SE, ŽE LIDÉ VYPADAJÍ TAK, JAK UVAŽUJÍ, A ŽE VÝRAZ JEJICH TVÁŘE ODRÁŽÍ I STAV MYSLI. JISTĚ MI DÁTE ZA PRAVDU I POTÉ, CO SI PŘEČTETE NÁSLEDUJÍCÍ ŘÁDKY:

KREATIVITA, INVENCE

a vynalézavost je schopnost řešit reálné změny

VŽDY JSTE MĚLA VŘELÝ VZTAH K NOVÝM POZNATKŮM, VĚDĚNÍ, UČENÍ SE. ZDÁ SE MI, ŽE JEŠTĚ S PŘIBÝVAJÍCÍMI ZKUŠENOSTMI TENTO ŽIVOTNÍ POSTOJ SÍLÍ. KDE JSOU KOŘENY?

Kořeny? Asi bych musela zabrousit krapet do historie a vzpomínout rodiče s jejich upřímnou pokorou a respektem ke vzdělanosti a jejím nositelům. A když sami v té době studovat nemohli, bylo jejich maximální snahou vytvořit ty nejlepší podmínky pro vzdělání svých dětí... A postupem času jsem měla mimořádné štěstí na lidi kolem sebe. Prof. Wichterle, prof. Příbyl, Ing. Frank, Dr. Žaludová, prof. Jirásek, doc. Fischel, prof. Zelený, prof. Trnka, doc. Čuba, prof. Nenadál... Samozřejmě nesmím zapomenout na mé nejbližší spolupracovníky ve firmě a na mnoho dalších, vždy se jednalo a jedná nejen o příjemná setkání s vynikajícími lidmi, ale především o setkání se špičkovými odborníky, která byla a dodnes pro mne jsou trvalou inspirací a příležitostí „učení se“.

DŮKAZEM MOJÍ PRVNÍ OTÁZKY JE NOVÁ KONCEPCE STUDIA PRAMENÍCÍ Z NALÉHAVÝCH POTŘEB DENNÍ PRAXE. JDE O STUDIUM PRO ŘÍZENÝ ROZVOJ KREATIVITY. JSTE OSOBNOSTÍ, KTERÁ TOMUTO OBORU Z VELKÉ MÍRY NAPOMOHLA NA SVĚT. CO SLEDUJE?

Již 15 let stojím v čele úspěšné vzdělávací a poradenské společ-

nosti, která je vynikajícím týmem dynamických, nápaditých a tvořivých lidí, což ostatně dokumentuje naše každoročně inovovaná nabídka aktivit s maximální snahou reagovat na stále náročnější požadavky praxe. Prof. Jirásek některé naše aktivity dokonce s jistotou nadsázkou nazývá „intelektuálními hostinami“, kde spolu do lavic usedají, svorně komunikují, radí se a často i přou znalci managementu, a to ať už se jedná o pedagogy VŠ, tak o top manažery našich významných podniků a firem. Toto je pro nás ctí a samozřejmě nás to velmi zavazuje... Dokladem takového počínu může být i připravované studium pro řízený rozvoj kreativity.

Je nejvyšší čas si přiznat, že v dosavadní historii lidstvo nikdy nepocítovalo takovou potřebu tvůrčích myšlenek jako v současnosti. Často stojíme před takovými úkoly, a problémy, které běžný člověk ani s pomocí současné „high tech“ nedokáže vyřešit.

Opět se nacházíme na začátku nové civilizační vlny a musíme opět vytvořit vše, co si tato nová doba vyžádá. Jsou dokonce známé předpovědi, že posun k větší spiritualitě bude jedním z nejnámennějších trendů 21. století a tvořivost jeho nejdůležitější kvalifikací...

Někde jsem se dočetla, že existují dvě skupiny odborníků, zabývajících se kreativitou. Ta první a početnější je léta vedena snahou vymyslet obecný vzorec tvořivosti. Ta druhá se místo





celoživotního „bádání“ věnuje tomu, jak tvořivost pěstovat, kultivovat a konečně jak ji využít ve prospěch nás všech... asi byste uhádla, že náš tým se plně hlásí k té druhé skupině.

KDYŽ JSEM SI PŘEČETLA KOMENTÁŘ K MANAŽEROVI KREATIVITY A INOVACÍ, TROCHU JSEM SE VŠAK ZARAZILA. COŽPAK TOTO JE NUTNÉ STUDOVAT? AŽ DO TÉTO CHVÍLE JSEM SE DOMNÍVALA, ŽE ČEŠTÍ MANAŽEŘI A PODNIKATELÉ SE BEZ KREATIVITY UŽ ANI NEOBEJDOU. JAK TO VLASTNĚ TEDY JE? PŘECE NAPŘÍKLAD I NÁPAD JE ZÁKLADEM ÚSPĚŠNÉHO PODNIKÁNÍ...

Pravdu máte v tom, že úspěšní čeští manažeři a podnikatelé se bez kreativity neobejdou. Navíc jsme byli dosti dlouhou dobu ukolébáni přesvědčením, že my Češi jsme mistři improvizace, a že si dokážeme pomoci v téměř každé situaci. Skutečnost je však zcela jiná a pravidelné hodnocení inovačního tempa ČR hovoří o opaku. Někde se stala chyba. Improvizace už dávno nestačí, o čemž se přesvědčujeme dnes a denně v nových neočekávaných situacích...

Kreativita, invence a vynalézavost je schopnost řešit reálné změny, reálné situace, ne situace modelové, které už nejsou na programu dne. Znalost, schopnost, dovednost prosadit reálnou změnu do každodenní praxe je tvůrčím činem, reálným vyústěním lidské tvořivosti do pozitivní změny – inovace. A platí beze zbytku, že každá taková lidská tvůrčí aktivita přinášející inovaci znamená pro firmu/podnik významný efekt, výkon a přidanou hodnotu.

Nápad je základem úspěšného podnikání, ale nelze na něm stavět napořád. Úspěšné podnikání vyžaduje více než méně souvislou řadu kreativních nápadů a inovací, které příjemně překvapí jak zákazníky, tak už méně naši konkurenci.

Není nutné kreativní techniky studovat a trénovat, neboť přežít na trhu není samozřejmě povinné. Ale studujete-li, princip je stejný jako na dostizích: i minimální rozdíl ve výkonu znamená fatální rozdíl ve výsledku. A když chcete být první ... Ano, je třeba toto studovat, trénovat, fixovat návyky. Kreativita není chiméra. Je tvořena 3 základními kameny:

1. Postoji (tolerancí vůči dvojznačnosti, myšlenkovou nezávislostí, prodlevou uspokojení...)
2. Schopnostmi (stimulační svobodou, tvorbou nápadů, vnímavostí vůči problémům)
3. Procesy (technikami a metodami, vytvářením podmínek a prostředí, řádem a systémem...)

A já se ptám, kolik čtenářů toto čte poprvé? Přitom jde o pouhý základ. A připomeňme, že i kreativita je procesem.

MOŽNÁ BYLY MOJE ÚVAHY PŘILÍŠ INTUITIVNÍ. DŮM TECHNIKY OSTRAVA, VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE A ASOCIACE INOVAČNÍHO PODNIKÁNÍ ČR SE PŘI PROMÝŠLENÍ UVEDENÉ NOVINKY OPÍRALA O FAKTA. JAKÁ TEDY JSOU? OPRAVDU JSME MÁLO INOVATIVNÍ, TVOŘIVÍ, NÁPADITÍ?

Vaše otázka mi trochu připomíná rčení o usínání na vavřínech. Jsme opravdu tak málo dobří, abychom nemohli být lepší? Ano, jsme tvořiví, nápadití i inovativní, ovšem velmi často jen někdy a jen intuitivně.

Jenže když je třeba porazit konkurenci, málokdy je možné čekat na spásné políbení múzy a doufat, že časem přijde. Vymyslet teď hned tady a něco, co tu ještě nebylo, tak zní úkol. A právě v tomto okamžiku nastupují kreativní techniky, za předpokladu že je znáte a umíte používat. A nejen vy. Je také nezbytné umět rozpoznat a řídit kreativní lidi ve vaší společnosti. Jistě každý z nás zná tyto často nespoutané typy. Jak jim vytvořit to nejlepší prostředí, ty nejlepší podmínky? Jak vidíte, jedná se o úkol nadmíru náročný, a tak jsme si k projektu přizvali další partnery/institute, jakými jsou VŠE Praha – Fakulta podnikohospodářská, stejně jako Asociace inovačního podnikání ČR.

OBOR BUDOU MOCI STUDOVAT ZÁJEMCI OD ROKU 2008. KDE SE BUDE VYUČOVAT, KDO SE MŮŽE PŘIHLÁSIT, JAKÉ VÝSTUPY BUDOU? KOLIK KORUN BUDE STUDIUM STÁT? BUDOU MOCI ABSOLVENTI POUŽÍVAT NĚJAKÝ TITUL JAKO NAPŘ. MBA ZA SVÝM PŘÍJMENÍM?

Kde? Zcela záměrně se vymaníme z prostor univerzity, města a dalších rušivých vlivů. Je to místo zhruba uprostřed republiky, řádově v minutách dostupné z D1. Lesy, kříže, myslím, že jich tam stojí 9 (Domašov, Manažerský hotel Annahof).

Kdo? Prvních 20 přihlášených, pravděpodobně lidí, kteří se přes svou nepostradatelnost umí jednou za měsíc zcela odpoutat na pár desítek hodin a věnovat se tvrdému tréninku své mysli. Více lidí tento unikátní program, v pilotním studijním roce 2008, v tuto chvíli nepojme.

Kdo se může přihlásit a jaké budou výstupy? Přihlásit se může kdokoli, kdo je ideově nezávislý, je ochotný hrát si s nápady a myšlenkami, je zvědavý a má radost z objevování, je otevřený vůči změnám a novinkám, má touhu vymýšlet něco nového, je schopný analyzovat problém a konstruovat jeho řešení, je schopen konstruktivní práce s fantazií a konečně má schopnost sebedotace, sebeřízení a seberozvoje. Naší snahou bude probudit v účastnících utlumenou tvořivost tak, aby se dostala do pohotovostní, okamžitě použitelné polohy a poskytnout metody, techniky a nástroje, které mohou rutinně použít, kdykoliv budou v budoucnu potřebovat řešit složitý problém. A konečně, aby absolvovaním studia účastníci postupovali od tvůrčích námětů k angažované práci a vysokým výkonům výrazně efektivněji a rychleji, než aby spoléhali jen sami na sebe.

A ptáte se na cenu? Ano, vše je o penězích. Na kolik vyjde investice do vaší osobní konkurenční výhody, naleznete na našich webových stránkách. Ve srovnání s tím, kolik musí vydělat něco nového, originálního, ať už nový obchodní postup, náskok před konkurencí, nebo třeba zcela nová geniální kombinace stávajícího výrobku a služeb, to není mnoho.

JAKÉ OSOBNOSTI BUDOU PŘEDNÁŠET A PODLE JAKÝCH MĚŘÍTEK JSTE JE VYBÍRALI?

Popravdě řečeno, pro volbu osobností žádná měřítká k dispozici nejsou, protože studium technické kreativity a inovací nemá zatím v Česku srovnání. V týmu osobností jsou lidé, kteří ovládají prakticky kreativní a inovační metody a postupy jak přistupovat k novým, často netradičním úkolům a zadáním, kteří jsou schopni nejen nápady dostat, ale rovněž nabídnout adekvátní řešení a uvést je v život.

pokračování na straně 18

O RODINNÝCH NÁKUPECH

rozhodují ženy

I PŘES TO, ŽE VÍCE ÚVĚROVÝCH SMLUV UZAVÍRAJÍ MUŽI, JSOU TO PRÁVĚ ŽENY, KDO VLÁDNE RODINNÉMU ROZPOČTU. VYPLÝVÁ TO Z ANKETY MEZI KLIENTY SPOLEČNOSTI GE MONEY MULTISERVIS, KTERÁ PROBĚHLA V ŘÍJNU LETOŠNÍHO ROKU. ANKETA UKÁZALA, ŽE ŽENY MAJÍ VELKÝ VLIV NA VÝBĚR ZBOŽÍ, DO KTERÉHO BUDOU RODINNÉ PROSTŘEDKY INVESTOVÁNY. V PŘEVÁŽNÉ VĚTŠINĚ PAK DO DOMÁCNOSTI SAMY VYBÍRAJÍ NÁBYTEK, SPOTŘEBIČE A DALŠÍ VYBAVENÍ. DOMĚNOU MUŽŮ ZŮSTÁVAJÍ TECHNOLOGIE.

Podle našich statistik jsou úvěrové smlouvy uzavírány z 60 % muži, ale neznamená to, že by právě muži o vybraném zboží rozhodovali. Muži si berou úvěry častěji, protože mají z obou partnerů v domácnosti zpravidla vyšší příjmy. Úvěr si berou oba manželé spolu a naše zjištění ukazují, že za koupí konkrétního zboží stojí spíše ženy," komentoval skutečnost předseda představenstva a generální ředitel společnosti GE Money Multiservis Charlie Coode.

Podle ankety odráží rodinné rozhodování o investicích také odlišné rodinné role mužů a žen. Muži na ženách nechávají rozhodnutí o spotřebičích, které častěji používají ony (ledničky, pračky, myčky nádobí) a sami vybírají elektroniku do obývacích pokojů – DVD přehrávače, televizory a podobně. Muži však svá rozhodnutí s ženami konzultují více, než tomu je naopak. Zatímco běžné nákupy do domácnosti obstarávají ze 70 % ženy, u větších nákupů se role vyrovnávají, ale převaha žen zůstává patrná. Ženy uvedly, že ve 40 % případů rozhodují o koupi samy. Společná rozhodnutí pak manželé u větších nákupů dělají ze 35 %.

Rozdílné spotřební chování mužů a žen

Z ankety společnosti GE Money Multiservis dále vyplývá, že rozdílnosti se projevují i v nákupním chování mužů a žen obecně. Při nákupu denní spotřeby se ženy rozhodují více podle ceny než podle značky. Zároveň však neustále narůstá počet žen, které jsou ochotné kupovat zboží nových nevyzkoušených značek, protože rády značky střídají. Ženy také přiznávají větší míru ovlivnitelnosti reklamou, než je tomu u mužů. Téměř dvě třetiny žen přiznaly, že mají tendenci nakupovat zboží, které znají z reklam. Dalším rozdílem pak je, že zatímco ženy nerady nechávají nákupy na poslední chvíli a rády si vybírají mezi dostupným zbožím, muži častěji nechávají potřebné nákupy na poslední chvíli. Společnost GE Money Multiservis financovala v loňském roce nákupy za více než 9,6 miliard korun; potvrdila tím tak vedoucí pozici na českém trhu splátkového prodeje.

Eva Chaloupková, tisková mluvčí GE Money Multiservis

pokračování ze strany 17

Oslovili jsme v tomto kontextu rovněž skupinu tzv. VIP Celebrities, tzn. top manažery, kteří mají za sebou dlouhodobý úspěch, mají bohaté zkušenosti z praxe a reprezentují téměř všechna klíčová odvětví ČR. Jedná se o manažery, kteří jsou otevření celoživotnímu učení, jsou připraveni zvládnout nové věci, když to potřebují. Všechny spojuje to, že vzdělávání neskončilo s jejich vysokoškolským diplomem nebo studiem MBA, a totéž vyžadují od svých zaměstnanců.

TÉMATA JSOU ATRAKTIVNÍ, NAPŘ. PROBLÉM JAKO VÝZVA, PROSPERITA A ÚSPĚCH, SYPEJTE NÁPADY Z RUKÁVU, BUĎTE ORIGINÁLNÍ. CO SKRÝVAJÍ?

Problém jako výzva – atraktivita tkví v pojmech jako vzrušení, zaujatost, soustředění, koncentrace, nápad, radost, uspokojení, respekt, tzn. že se jedná v převážné míře o takové disciplíny, které zatím nejsou běžnou výbavou vzdělávání techniků/manažerů.

Nápad jako inovace – v tomto kontextu je si zapotřebí osvojit myšlenku, že kreativní počín bez promítnutí do komerčního úspěchu je jen zbytečně vynaložená energie a čas. Jak přetavit nápad do konkurenčního úspěchu je také jedno z témat studia.

Sypejte nápady z rukávu – kolegové na vás koukají a říkají si, tak se ukaž. A vás opravdu napadají věci, které ostatní ještě nenapadly. A takhle je to často – jen se momentálně dokážete podívat na věci jinak.

Buďte originální – konvence dusí kreativitu, zaběhaná cesta je pohodlná jistota, která ovšem časem zmizí a je jen na vás, abyste našli cestu novou, vedoucí k cíli.

Samozřejmě že studijní program nabízí další atraktivní témata, opravdové a nevšední zážitky, radost ze sebepoznání, ze své kreativity a netušených možností jak je uplatnit, a konečně prokazatelnou dovednost kreativních metod, které bude umět absolvent studia rutinně využívat ve své firemní praxi.

PATŘÍTE MEZI ŠPIČKOVÉ MANAŽERKY A VÍM, NAKOLIK SI CENÍTE LIDSKÉ VYNALÉZAVOSTI, ŠIKOVNOSTI, INICIATIVY. V NOVÉM PROJEKTU JSTE ASI VYJÁDRILA KUS SVÉ ŽIVOTNÍ FILOZOFIE. NALEZLA JSTE A POJMENOVALA PROSTOR, V NĚMŽ SE POHYBUJEME ZATÍM SPÍŠE NAHODILE, BEZ ŘÁDU A SYSTEMATICKÉ PRÁCE SAMI NA SOBĚ...

Opravdu si vysoce cením uvedených vlastností. A to jak u svých kolegů v naší společnosti DTO CZ, tak i na univerzitách, kde pracuji s nastupující mladou generací manažerů-podnikatelů. Lidská vynálezavost, iniciativa, kreativita, pružnost, inovativnost – žel zatím tyto disciplíny nepatří k běžné vybavenosti absolventů VŠ a univerzit. A protože nemůžeme donekonečna čekat, než nám školy začnou vychovávat tvořivé lidi – inženýry, manažery, bylo naší snahou připravit vlastní studijní program výchovy dospělých k tvořivosti. Nejjednodušším řešením je (a rovněž o toto řešení nám ve studiu půjde) je přestat konečně pochybovat o tom, že člověk dokáže podstatně více, než jsou jeho dosavadní možnosti. Náš tvůrčí potenciál je opravdu značný; musíme se však učit jak jej co nejefektivněji využít. Vždyť nová globální doba přináší nové podmínky, s nimi nové problémy a to vše si vyžaduje i nového tvořivého člověka.

**za odpovědi k tématu nevšednímu poděkovala
Eva Brixi** ☞

VÁNOČNÍ KAPR SICE ANO, ALE CELÉ SVÁTKY SE PŘECI NEMUSÍ DOJÍDAT, JAK TO BÝVÁVALO V NEJEDNÉ RODINĚ ZVYKEM... PO ŠTĚDRÉM VEČERU PŘIJDE DALŠÍ DEN A PAK DALŠÍ SVÁTEK... CUKROVÍ BUDE SICE KRÁSNĚ VONĚT, JENŽE CHUŤOVÉ BUŇKY BY RÁDY I NĚCO JINÉHO, PIKANTNĚJŠÍHO, NĚCO PRO MLSNÉ JAZÝČKY, ZÁROVEŇ COSI LEHČÍHO VE STYLU ZDRAVÉ VÝŽIVY, A VÍCE ZELENINY K TOMU LENOŠENÍ MEZI DÁRKY...

KAPR NEBUDE našťvaný

A tak neváhejte, otevřete špyžíru i oči a dejte prostor vlastní fantazii. S rozmanitě upravenými tuňákovými krémy nebo konzervovaným tuňákem se docela pěkně kouzlí. Autorkou uměleckých děl však nemusíte být sama. Když se vám podaří nasměrovat vlastní potomstvo k rodinné soutěži a vybítout i babičku, manžela, případně známé, kteří si přišli jen tak poklábosit, myslím, že vy si konečně budete moci odpočinout! Posila si radostně zasoupeři o významné ceny ve formě pochval a vy pak již budete jen odměňovat! Prázdnými talíři, prvním místem a nějakým tím dárečkem navíc. Věřte, bude to šťastné řešení... Delegovat pravomoce jistě umíte, takže vlastně vše ostatní již půjde samo. K dispozici může být vecka, rohlík, toust, tmavý chléb, celozrnná houska a mnoho dalších druhů pečiva, pestré listy salátů, barevná rajčata a papriky, cibule několika barev, tvarů i chutí... Když k tomu přidáte dobrou náladu, rozhodně nic nezkažíte! Váš vánoční kapr nebude určitě našťvaný, že má konkurenci. I kuchyně se totiž kvapem globalizuje... (rix)



Vyhrajte romantický večer v hotelu President

Vánoce jsou vnímány především jako svátky klidu a míru, kterým ovšem předchází hektické období příprav. Patříte i vy k lidem, kteří předvánoční shon a davy v obchodech zrovna nemilují? Pak vás jistě potěší novinka, se kterou právě v tomto období přichází hotel President. Nabízí vám možnost zakoupit jako dárek certifikáty na některé oblíbené akce či speciální balíčky. Tak například si můžete zakoupit certifikát na Večer se šéfkuchařem, Romantickou večeří v restauraci Vltava nebo prožít Romantický večer v hotelovém masážním centru TAWAN a restauraci Vltava. Pro náročnější klienty připravil hotel President rozšířenou variantu – Romantický víkend a Relaxační balíček, které zahrnují také ubytování v jednom z nejluxusnějších pokojů a VIP péči. A



je tu ještě Balíček pro Vaše výročí! Ten je určen všem, kdo chtějí jedinečným a nezapomenutelným způsobem oslavit svůj významný den. Hotel President vystaví na jméno obdarovaného dárkový certifikát dle vašeho výběru. Pro více informací či rezervaci kontaktujte obchodní oddělení hotelu President: 234 614 169 nebo reservations@hotelpresident.cz

A nyní máte dokonce možnost jeden z uvedených balíčků vyhrát! Odpovězte na následující otázky:

1) Jaký druh masáží nabízí masážní centrum hotelu President?

- a/ ajurvédské
- b/ thajské
- c/ shiatsu

2) Kterou z níže uvedených služeb nenajdete v nabídce hotelu President?

- a/ připojení k vysokorychlostnímu internetu a Wi-Fi zdarma
- b/ kadeřnické studio
- c/ bazén

3) Mezi výhody, které získají členové věrnostního programu "President Club", nepatří:

- a/ 50% sleva na parkování
- b/ donáška denního tisku do pokoje
- c/ neomezená konzumace minibaru zdarma

Inspiraci k odpovědím na otázky najdete na www.hotelpresident.cz. Zasílejte je do konce letošního roku na e-mailovou adresu bartikova@prosperita.info a brixi@prosperita.info. Ze správných odpovědí vylosujeme jednoho výherce, který získá Romantický večer pro 2 osoby v hotelu President. Součástí balíčku je Royal Thai masáž, Royal Aroma masáž a večeře pro 2 osoby.



JAKÉ BUDOU

prací prášky

VÍTE, CO NÁS ČEKÁ ZA 10 ČI 20 LET? TŘEBA PRANÍ ZKRÁTÍ TECHNOLOGIE NA NĚKOLIK MINUT, ŽEHLIČKY BUDOU JEN NA DÁLKOVÉ OVLÁDÁNÍ, VARNÉ KONVICE BUDOU SAMY KÁVU ZALÉVAT A Z MIKROVLNKY VÁM TALÍŘE PŘISTANOU NA STOLE, ANIŽ BYSTE MUSELI HNOUT PRSTEM. ANO, ANO, MY ŽENY TO JIŽ MÁME VYMYŠLENÉ. NYNÍ PŮJDE JEN O TO, JAK ODVÁŽNÍ MUŽI UCHOPÍ NAŠE PŘÁNÍ. ŘADA FIREM SE O TO JIŽ SNAŽÍ.

Celosvětový výrobce pracích prášků, kosmetiky, lepidel a technologií, společnost Henkel, patří k firmám, které prostřednictvím svých značek a technologií již několik desetiletí aktivně přispívají k trvale udržitelnému rozvoji za zachování rovnováhy mezi dosažením ekonomických cílů, sociální angažovaností a ochranou životního prostředí. Roli průkopníka dokázal Henkel již v roce 1983, kdy na trh uvedl první bezfosfátový prací prášek.

Důkladnou analýzou životního cyklu jednotlivých výrobků sleduje oddělení výzkumu a vývoje Henkel, jaký dopad na životní prostředí má nejen výběr surovin nebo použití výrobní technologie, ale i logistika, fáze spotřeby a likvidace produktu. Výsledky těchto analýz pak vyhodnocuje a přizpůsobuje jim produktová portfolia.

Suroviny

Hlavním cílem výzkumných pracovníků je objevit pro výrobu produktů suroviny z obnovitelných zdrojů, nejlépe stoprocentně biologicky odbouratelné. Značná část surovin pro výrobu pracích a čisticích prostředků jsou anorganického původu a nedají se jinými zdroji nahradit. Druhá část surovin je organického původu na bázi ropy, jako např. pro prací výkon důležité tenzidy.

Henkel je nahrazuje tenzidy na bázi surovin z oleje z palmových semen. V pracích prášcích činí podíl tenzidů z obnovitelných zdrojů na 35 %, u šampónů a některých lepidel je to více než 40 %. Velmi osvědčenou patentovanou technologií Henkel jsou také nanotechnologie. Díky nim vydrží například skleněné plochy ošetřené prostředkem Clin délce lesklé, zubní pasta Vademecum S.O.S. s přísadkou látky nanit® chrání citlivé zuby a technologie Bonderit NT zabraňuje korozi metalických povrchů.

Výrobní řetězec a obaly

Energetická náročnost výroby může být významně ovlivněna zavedením optimálních procesů – snížením procesní teploty, nahrazením sušení ve spreji například granulováním nebo využitím mořské vody jako procesní. Životnímu prostředí lze prospět inteligentními obaly na bázi škrobu nebo celulózy. Cílem Henkel je využívat co nejvíce obalů, které se dají snadno recyklovat. Snahou výrobce je také nalézt řešení ve využití bioplastů jako obalového materiálu, který lze kompostovat. V České republice se celkem 66 % všech používaných obalů vrací zpět k recyklaci. Každý občan odnese k recyklaci celkem 48 kg obalů ročně.

Fáze spotřeby zatěžuje

Dle analýzy Henkel je nejvíce zatěžující pro životní prostředí fáze spotřeby výrobku.

U jednoho pracovního cyklu dosahuje energetická náročnost ve fázi praní více než 60 % z celkově spotřebované energie. Zpracování surovin tvoří 33 % a zbylých 7 % připadá na výrobu, obal, dopravu a likvidaci produktu. Například z celkového počtu 14,5 kJ energie spotřebované na jeden prací cyklus tvoří praní celých 9 kJ.



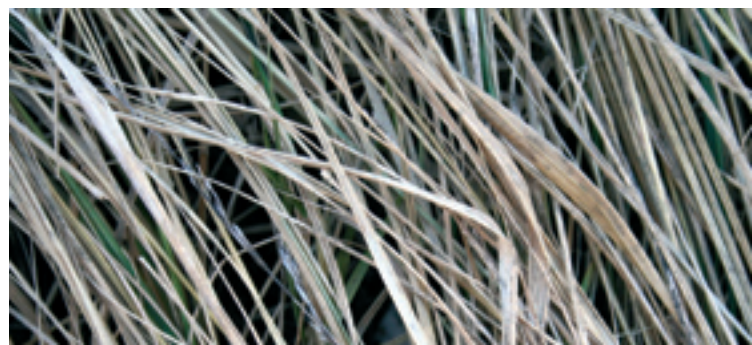
Moderní prací prášky

Současným i budoucím trendem je snaha výrobců o co největší koncentraci pracích prášků, stejně účinných při co nejnižší teplotě a minimálním množství vody. S nadsázkou lze říci, že ideální varianta praní v budoucnu bude pouze v pění.

Český trh v minulém roce významně ovlivnila kampaň společnosti Henkel a dalších předních výrobců pracích prášků ve spolupráci s Evropskou asociací výrobců mýdla, pracích a čisticích prostředků (A.I.S.E.) s názvem „Provětrejte své prací návyky“. Kampaň provázela zavedení koncentrovaných pracích prášků označených logem Eurocompact na český trh a měla za cíl vysvětlit jejich výhody spotřebitelům. Koncentrované, nebo-li kompaktní prací prášky mají o třetinu menší objem než tradiční, a přitom vyperou stejné množství prádla. Můžeme jich tedy dávkovat o třetinu méně. Kompaktnost sníží spotřebované množství pracích prášků o tisíce tun ročně, menší balení se lépe dopravují z obchodu i skladují v domácnosti, kromě chemikálií se sníží i množství obalů a spotřeby energie. Rok po kampani zaujímají koncentrované prací prášky v hodnotovém vyjádření téměř 85 % trhu. Prací gely, další forma koncentrovaných pracích prostředků, dobyly český trh sice až letos, deset let po své premiéře v západní Evropě, ale i jejich tržní podíl mimořádně stoupá. Zatímco kategorie prášků zaznamenala v pololetí 2007 v meziročním srovnání nárůst v hodnotě o 11 %, tekuté prostředky zvýšily svůj tržní podíl v hodnotě dokonce o 34 %.

Dow Jones Sustainability Index

Letos se firma poprvé v historii dostala na čelní pozici v sektoru výrobců spotřebního zboží světového indexu Dow Jones Sustainability a byla rovněž zařazena do nového indexu Global Challenges, v němž je padesátka firem s mimořádnými výsledky v oblasti trvale udržitelného rozvoje. Každoroční vyhodnocení vychází z analýzy výkonnosti jednotlivých firem v oblasti ekonomické, ekologické a sociální. Kritériem pro zařazení je prokázaná schopnost věnovat úsilí k řešení globálních problémů, jako jsou klimatické změny, chudoba, nedostatek pitné vody, trvale udržitelné lesní hospodářství, zachování biodiverzity a demografický vývoj, a současně využívat nové tržní příležitosti. (tz)





☒ Očkování proti rakovině děložního čípku

**Máte dceru či vnučku ve věku 13 až 15 let?
Věnujte dárek na celý život.**

.....

Rakovina děložního čípku u nás ročně postihne **1 000 žen**,
z toho **až 400** z nich této nemoci podlehne.

Nepodceňujte očkování a ještě v tomto roce využijte příspěvku **až 2 000 Kč ***
z fondu prevence Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra.

** Celkovou vyšší příspěvku lze získat čerpáním Balíčku očkování proti rakovině děložního čípku v hodnotě 1 500 Kč a Balíčku očkování v hodnotě 500 Kč. O čerpání příspěvku se předem informujte na našich pracovištích, prostřednictvím infolinky nebo internetu.*



NOVÝ RAJEC BYLINKA

– nyní šalvěj a pampeliška

SPOLEČNOST KOFOLA ROZŠÍŘILA NABÍDKU PRODUKTŮ V ŘADĚ BALENÝCH FUNKČNÍCH VOD RAJEC BYLINKA A PŘEDSTAVILA DALŠÍ DVĚ UNIKÁTNÍ VARIANTY S BYLINNÝMI VÝTAŽKY PAMPELIŠKY A ŠALVĚJE. PRVNÍ DVĚ VERZE S VÝTAŽKY MATERIĐDOUŠKY A MEDUŇKY BYLY UVEDENY NA TRH JIŽ LETOS V ÚNORU.



„Neuvěřitelný úspěch prvních dvou bylinek nás přesvědčil o tom, že spotřebitelé mají o funkční vody zájem, a především, že je zde silná skupina spotřebitelů, kteří dbají o své zdraví a zdraví svých blízkých. Chceme těmto lidem vycházet vstříc a reagovat na jejich požadavky a potřeby rozšířením naší nabídky bylinek,“ komentoval uvedení nových variant Vojtěch Kolmaš, Brand manažer značky Rajec.

V nové receptuře Rajec Bylinka jsou nyní využity bylinné výtažky z pampelišky a šalvěje, přičemž v jednom litru je jich 100 mg. Již v tomto množství mohou blahodárně působit na lidský organizmus. Pampeliška příznivě ovlivňuje trávení a je doporučována při problémech se žaludkem a žlučníkem. Pampeliška také snižuje krevní tlak. Šalvěj můžeme zase využít ke zklidnění a pročištění mysli. Dále má výbor-



né dezinfekční účinky, působí proti pocení a také snižuje hladinu cukru v těle.

Rajec Bylinka poskytuje výhody pramenité vody Rajec, kterými jsou vyvážená mineralizace a nízký obsah sodíku. Právě díky těmto vlastnostem je vhodným základem každodenního pitného režimu. Díky výtažkům z pampelišky a šalvěje určitě nadchne spotřebitele, kteří pečují o své zdraví, a zároveň překvapí neotřelou chutí.

Design nových variant Rajec Bylinka navazuje na předchozí dvě příchutě. Barva láhve je opět laděna do fialova. Etikety a uzávěry obou nových druhů se odlišují, aby spotřebitelé umožnily snadnou orientaci při výběru bylinky (pampeliška je laděna do žluta, šalvěj do zelena). Láhve mají obsah 0,75 litru nebo 1,5 litru. Nutriční hodnoty ve 100 ml vody jsou 82kJ/19 kcal. **(tz) více informací o funkční vodě Rajec Bylinka najdete na www.rajecbylinka.com/**



Dvě otázky pro Vojtěcha Kolmaše, Brand Managera WATERS, CSD:

Jakou bylinku máte vy osobně nejraději?

Mám dva chuťové favority – Meduňku a Šalvěj.

Proč doporučujete jako nápoj právě bylinkový Rajec ženám podnikatelkám a manažerkám?

Těch aspektů je samozřejmě více – ty hlavní jsou ale dodržování pitného režimu a příznivé účinky bylinek na lidský organizmus. Žijeme v době, kdy v práci trávíme stále více času, čímž úměrně stoupá zatížení a následně i únava celého našeho organismu. Rajec Bylinka kombinuje výhody pramenité vody Rajec, kterými jsou lehká, vyvážená mineralizace a nízký obsah sodíku s pozitivními účinky bylinek, jako je např. pampeliška nebo šalvěj. Právě díky těmto vlastnostem je vhodným základem každodenního pitného režimu.

ŽENĚ PŘIDÁVÁ NA PŮVABU, pokud se netrápí

NAKUPOJETE RÁDY? ASI JE TO ZBYTEČNÁ OTÁZKA. NAKUPOVÁNÍM ŽENY ČASTO POOKŘÍVAJÍ, PLNÍ SNY, A NEJEN SVÉ, ALE ZEJMÉNA TĚCH NEJBLIŽŠÍCH. VĚŘÍM, ŽE I PRO VELMI ZANEPRÁZDĚNÉ OSOBNOSTI NĚŽNÉHO POHLAVÍ JE NAKUPOVÁNÍ URČITÁ RELAXACE, PŘEHOZENÍ MYŠLENEK ČI DOBRODRUŽNÁ VÝPRAVA ZA POZNÁNÍM. ŽENY PRAKTICKÉ POMĚŘUJÍ VŠAK I TUTO MÍRU ODREAGOVÁNÍ RELATIVNÍ ÚSPOROU ČASU A JISTOU VOLNOSTÍ PŘI ROZHODOVÁNÍ. ČASTO JIM POMÁHAJÍ RYCHLE VYŘÍZENÉ ÚVĚRY. PŘÁNÍ K JEJICH SPOKOJENOSTI S PRODUKTY SPOLEČNOSTI SANTANDER CONSUMER FINANCE VYSLOVIL MAREK MUCHA, ŘEDITEL ODBORU MARKETINGU:

SPOTŘEBITELSKÝ ÚVĚR JE VDĚČNÝ PRODUKT. V KTERÉM OBDOBÍ ROKU JICH KLIENTI U VÁS VYUŽÍVAJÍ NEJVÍCE?

V průběhu roku nejsou velké rozdíly ve využívání úvěrových produktů. Poptávka však mírně roste na konci roku s blížícími se vánočními svátky. Pro toto období připravujeme produkty, které kromě tradičních výhod přináší i určitý bonus nebo odměnu pro našeho zákazníka.

JAKÉ ÚVĚRY SE LIDEM ZDAJÍ PŘÍHODNĚJŠÍ? ÚČELOVÉ, ČI NEÚČELOVÉ? A KTERÝCH PŘED VÁNOCEMI POSKYTUJETE VÍCE?

Protože financujeme především automobily, poskytujeme mnohem více účelových úvěrů, kde zmíněným účelem je právě profinancování vybraného vozu. Na našich 11 pobočkách však poskytujeme i neúčelové hotovostní úvěry, u kterých poptávka roste právě s blížícími se Vánoce. Tyto úvěry je totiž možné využít na pořízení zboží nebo služeb podle vlastního uvážení.

PRŮMĚRNÁ VÝŠE ÚVĚRU SE CELOSTÁTNĚ NEPOHYBUJE V ZÁVRATNÝCH ČÁSTKÁCH – KOLIK ČINÍ U VÁS?

Průměrná výše neúčelového úvěru je u nás přibližně 90 000 Kč. Naše úvěry poskytované na pobočkách se svými parametry jako je sazba a výše úvěru, včetně důsledného ohodnocení bonity zákazníka, blíží bankovním úvěrům. Neposkytujeme nízké částky za extrémně vysoký úrok, jak to dělají mnohé společnosti.

VÁNOCE, NEBO SPÍŠE LÉPE PŘEDVÁNOČNÍ ČAS, PATŘÍ SPÍŠE ŽENÁM – JAKÉ PRODUKTY VAŠÍ SPOLEČNOSTI MAJÍ NEJRADĚJI? BEROU SI JE TAKÉ NA POSLEDNÍ CHVÍLI?

Pokud je typickým zákazníkem pro financování vozidla muž,



tak potom zájem o neúčelové hotovostní úvěry je především doménou žen. Patrně se více zajímají o domácí finance a snaží se poptávky po volných prostředcích řešit co nejlépe, tedy prostřednictvím našich produktů. To, zda si úvěr berou na poslední chvíli, nevím, ale pokud nemají moc času, tak jim můžeme garantovat vyřízení úvěru na naší pobočce do 30 minut. Pokud si tedy přinesou veškeré potřebné dokumenty.

A ČEMU DÁVAJÍ PŘEDNOST – TELEFONICKÉMU VYŘÍZOVÁNÍ NEBO OSOBNÍMU KONTAKTU?

Obyčejně probíhá vyřízení úvěru na naší pobočce, kde se zákazníkovi věnuje náš pracovník.

KDYBYSTE BYL JEŽÍŠEK, CO BYSTE ČESKÝM PODNIKATELKÁM A MANAŽERKÁM NADĚLIL? DÁM VÁM NA VYBRANOU: NOVÉ AUTO I S ŘIDIČEM, DOMÁČÍHO SLUHU, ZAHRADNÍKA, DOVOLENOU U MOŘE S ČESKÝM HERCEM, KTERÉHO MAJÍ RÁDY, ANEBO KOUZELNÝ PROUTEK, KTERÝ BY ODČAROVAL ÚNAVU Z JEJICH TVÁŘE?

Asi bych odčaroval únavu z jejich tváře, protože ženě přidává na půvabu, pokud se netrápí, je odpočatá a svěží. Alespoň o Vánocích tedy přeji všem ženám co nejméně strastí se sháněním dárků a co nejvíce rodinné pohody. A pokud mají starosti s pořízením úvěru, tak je doporučuji přenechat nám.

za rozhovor s kouzelnou tečkou poděkovala Eva Brixí

Vyhraďte zájezd na Formuli 1!



Zúčastněte se soutěže od 15. 10. do 31. 12. 2007 a jeďte na závod Formule 1 nebo získejte některou z dalších cen.

Více informací na www.santander.cz

Půjčka až 200 000 Kč snadno a rychle

- úrok od 9,5% ročně*
- půjčme Vám na cokoli již od 5 000 Kč
- možnost pojištění schopnosti splácet

50 000 Kč měsíčně jen za 1 199 Kč*

GARANTUJEME
vyřízení půjčky
do 30 minut

Infolinka: 225 285 285

 **Santander**
CONSUMER FINANCE

JE ASI STÁLE SLOŽITĚJŠÍ VYBÍRAT PRESTIŽNÍ DÁREK. RADOST Z MALIČKOSTÍ JE SICE VÍTANÁ, ALE NEVŽDY SE NA NI DÁ SPOLEHNOUT. JESTLI, MILÉ DÁMY A MILÍ PÁNOVÉ PŘEMÝŠLÍTE, ČÍM OKOUZLIT POD STROMEČKEM SVŮJ PROTĚJŠEK, VĚZTE, ŽE ZCELA JISTĚ NECHYBÍTE, KDYŽ SE VYDÁTE PO STOPĚ LUXUSNÍCH PSACÍCH POTŘEB. NECHÁTE-LI SE VĚST NABÍDKOU SPOLEČNOSTI ACTIVA A JEJÍ KOLEKCI SVĚTOVÝCH ZNAČEK...



LUXUSEM

k podpisu

Společnost ACTIVA, která je přímým dovozcem a oficiálním distributorem psacích potřeb prestižních značek Parker, Waterman, Rotring a Lamy, letos očekává zvýšení obrátu tohoto sortimentu o 10 %.

Nabídka zajímavých psacích potřeb je široká, pro předvánoční čas je navíc obohacena o speciální limitované edice a řadu vkusných dárkových kazet či pouzder dodávaných k zakoupenému zboží zdarma.

Peny se pohybují od 200 Kč u kuličkové tužky Parker Jotter až po 450 000 Kč u per z limitované, ručně vyráběné edice Waterman Sérénité D'Art.

Waterman – značka plná úžasu

V roce 1883 newyorský pojišťovací agent Lewis Edson Waterman přišel o velkou zakázku kvůli tomu, že jeho plnicí pero při podpisu udělalo na smlouvu kaňku, a než se vrátil s novou kopií, klient byl pryč. Zklamán Waterman se zařekl, že tohle už se nesmí nikdy stát, a začal přemýšlet, jak samovolnému vytékání inkoustu z pera zabránit. O rok později si nechal patentovat zcela nový způsob plnění a za další 4 roky vznikla firma The L. E. Waterman Company.

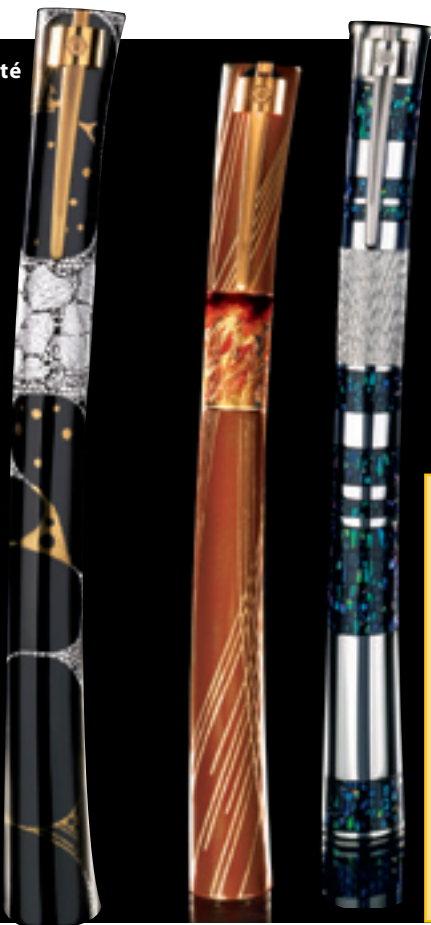
Pera Waterman používaly mnohé významné osobnosti, například Charles Lindbergh s ním psal svůj deník během historického letu z New Yorku do Paříže v roce 1927. V tomtéž roce také výzkumný pracovník firmy Waterman, M. Perraud, vynalezl inkoustovou bombičku.

V současné době jsou výrobní závody Waterman umístěny ve Francii a v jejich produktech se spojuje neopakovatelný francouzský design a šarm s absolutní kvalitou a dlouholetou tradicí značky. Proslulými se staly zvláště unikátní lakované povrchy, které patří k vrcholu toho, co lze v tomto oboru spatřit.

Psací potřeby Waterman se stávají důležitým doplňkem odrážejícím životní styl a osobnost svého vlastníka. Značka Waterman je synonymem luxusních psacích potřeb s vynikajícími technickými parametry a výjimečným designem. (tz) ⇨

Sérénité Air

Sérénité Eau



Waterman Sérénité Eau

Čistotu a životodárnost vody představují jemné plošky modré a zelené perleti pocházející z mušlí vylovených z moře mezi Japonskem a Koreou. Každý miniaturní perleťový dílek je pečlivě opracován, opatřen lakem, usazen na své místo a poté opět nalakován. Vzájemná hra světla a odlesků v různobarevných ploškách vytváří dojem věčného proudění v hloubce i na povrchu nekonečného oceánu. Mořskými proudy neustále opracovávané a přetvářené dno představuje masivní stříbrný prstenec pocházející z dílny francouzského umělce Nicolase Droueta.

Cena: 450 000 Kč s DPH

Waterman Sérénité Air

Iluzi vířícího vzduchu dosáhl Waterman využitím tradičních japonských technologií, jimiž se zdobily drobné dekorativní předměty. Základ tvoří několik vrstev různě hustého laku, v nichž se pomocí bambusové tyčinky opatrně rozpouštějí nejmenno rozdrčené skořápky křepelčích vajíček a zlatý prach. Výsledný efekt v podobě vlajících proudů a vířů symbolizuje božskou cestu do nekonečna. Originální křivka těla modelu Sérénité je zde vzdáleným horizontem, nad nímž se ve dne chvějí zlaté paprsky horkého slunce a v noci září stříbrné světlo chladného měsíce.

Cena: 450 000 Kč s DPH

HELENA ULDRICHOVÁ. VYSLOVÍTE-LI JEJÍ JMÉNO PŘED LIDMI Z FILMOVÉ BRANŽE, KAŽDÝ BUDE VĚDĚT, O KOHO JDE. A PROZRADÍME-LI, ŽE BYLA PRODUCENTKOU TAKOVÝCH FILMŮ JAKO ŽELARY ČI MAHARAL, TAJEMSTVÍ TALISMANU NEBO ŽE SPOLUPRACOVALA NA VÝROBĚ SNÍMKŮ MISTŘI, JEDNA RUKA NETLESKÁ ČI OTESÁNEK, ZAČNE BÝT STOPROCENTNĚ BLÍZKÁ I KAŽDĚMU Z VÁS. HELENA ULDRICHOVÁ NAVÍC REPREZENTOVALA VÍCE JAK DESET LET ČESKOU REPUBLIKU V EURIMAGES – EVROPSKÉM FONDU PRO PODPORU KOPRODUKČÍ, JE ČLENKOU PŘEDSTAVENSTVA ASOCIACE PRODUCENTŮ V AUDIOVIZI A PŘEDSEDKYŇÍ SPRÁVNÍ RADY ČESKÉ FILMOVÉ KOMORY. MIMO TO VŠECHNO JE TAKÉ ČLENKOU SPRÁVNÍ RADY FILMOVÉ NADACE RWE & BARRANDOV STUDIA.

BUDU SPOKOJENA VŽDY,

kdy se objeví silné téma

FILMOVÉ TVORBĚ JSTE VĚNOVALA PODSTATNOU ČÁST SVĚHO ŽIVOTA. SNÍTE NĚKDY O TOM, CO BYSTE JEDNOU JEŠTĚ CHTĚLA? MÁM NA MYSLI TAKOVÁ TA TAJNÁ PŘÁNÍ...

Jsou sny, které se s roky nemění. Stále chci pracovat na projektech, které nejen osloví diváky, ale budou mít uměleckou hodnotu. Splnilo se mi to například u filmu Želary, kde jsem byla jedním z producentů. V Čechách jej vidělo více než půl milionu diváků, byl nominován na Oscara a asi i díky tomu jej koupila řada zemí. Byla to výjimečná látka, která zasáhla srdce. Moje přání tedy zní velmi jednoduše – budu spokojena vždy, kdy se objeví silné téma, které dokáže promluvit k co nejvíce lidem.

PODLE ČEHO SE DNES TOČÍ FILMY? JAK SE VYBÍRAJÍ NÁPADY? URČITĚ NESTAČÍ JEN TO, ABY PŘIŠEL ORIGINÁLNÍ NÁMĚT. ROLI HRAJÍ PENÍZE, SYMPATIE A JISTĚ MNOHO DALŠÍCH HLEDISEK.

Na začátku stačí dobrý nápad, ať už ve formě povídky či scénáře. Podstatné je sestavení štábu – a to především hlavních tvůrčích profesí, protože film je týmová práce. Vše musí fungovat na vzájemné důvěře a profesionalitě. A pak jsou důležitým hlediskem peníze. Kinematografie má u nás silnou tradici. Stále však čekáme na nový audiovizuální zákon, abychom se mohli alespoň přiblížit našim kolegům v Evropě. Státní podpora je samozřejmě jen jedním ze zdrojů, ale výpravnější filmy, jako např. Obsluhoval jsem anglického krále, by bez ní vůbec nevznikly. Dále jsou filmy financovány převážně ze soukromých zdrojů. Vždy tedy musíme pečlivě uvážit, kolik investovat, aby bylo dílo kvalitní. Na druhé straně je však třeba také odhadnout množství diváků, které může daná látka oslovit.

HLEDÁNÍM NOVÝCH ORIGINÁLNÍCH TÉMAT SE ZABÝVÁ TAKÉ FILMOVÁ NADACE RWE & BARRANDOV STUDIA, KDE PŮSOBÍTE VE SPRÁVNÍ RADĚ. DAŘÍ SE JÍ TO?

Nadace je nadějí a motivací pro talentované autory v oblasti

audiovizuální tvorby. Nabízí jim příležitost na sebe upozornit a prosadit se. Jako jediná v České republice totiž systematicky podporuje literární přípravu celovečerních hraných filmů a snaží se najít pro díla, která získají granty ve výběrových řízeních, možnosti realizace.

Přestože může ročně ocenit jen několik námětů a scénářů, vybudovala si za dvacet měsíců své existence dobré jméno. Stala se jakýmsi opěrným bodem pro začínající autory, kteří se domnívají, že našli zajímavou látku pro filmové či televizní zpracování. Vítání jsou však i profesionálové – pro ně může být nadace šancí jak prosadit projekt, o jehož kvalitách jsou přesvědčeni, na plátna kin.

PROFESIONÁLŮ VŠAK S KAŽDÝM KOLEM GRANTOVÉHO ŘÍZENÍ PŘIBÝVÁ. JE TO TREND, KTERÝ JSTE OČEKÁVALI?

Zda je uchazeč profesionál nebo debutant není kritériem výběru. Příležitost má každý talent, který dokáže nabídnout zajímavé nebo originálně zpracované téma. Zvyšující se počet přihlášek autorů, kteří již mají v oblasti literární přípravy nějaké zkušenosti, nám však signalizuje, že v profesionálních kruzích se nadace dobře zavedla. A to je pro český film, který potřebuje původní a originální témata a talentované autory, jen dobře.

JSTE ŽENOU, KTERÁ URČITĚ NETRÁVÍ VĚTŠINU ČASU U DOMÁCÍCH PRACÍ A PĚČÍ O RODINU. NENÍ VÁM TO NĚKDY LÍTO? ŽIVOT BY BYL TŘEBA JEDNODUŠŠÍ, JEDNOZNAČNĚJŠÍ...

Nikdy jsem nevolila nejjednodušší cestu. Potřebuji se nějak seberealizovat, uskutečňovat své pracovní cíle či sny. To ale samozřejmě bez rodinného zázemí nejde. Pro mě je důležité obojí. Snažím se mít dostatek času také pro sebe, svou rodinu a své koníčky.

V MANAŽERSKÝCH POZICÍCH SE POHYBUJETE NA PŮDĚ KOMORY, ASOCIACE, NADACE. JAK VYCHÁZÍTE S KAMARÁDEM ČASEM? TAKÉ VÁM CHYBÍ? ANEBU JSTE SE S NÍM UŽ NAUČILA PRACOVAT?

S časem se učím pracovat stále. Myslím, že to už dokážu mnohem lépe než dříve. Zažila jsem opravdu některá intenzivní pracovní období, kdy nebyl čas takřka na nic jiného. To je ale minulost. Zvolila jsem si určitou mez, kterou nechci překročit.

za rozhovor poděkovala Eva Brixi





JSOU SVĚ. VYPADAJÍ PODLE SVÝCH MAJITELEK. JSOU JEJÍMI OBRAZY, STÍNEM, KTERÝ KVETE. BUTIKY. TY MALÉ, MILÉ OBCHŮDKY, V NICHŽ TO VĚTŠINOU VONÍ PARFÉM, BYLINKAMI, KOŘENÍM, DÁLKAMI. JSOU TO MÍSTA, KDE OŽÍVAJÍ SNY KAŽDÉ Z NÁS. KAM CHODÍME NASÁT TO, CO V USPĚCHANÉM BĚHU DNE VĚTŠINOU MÍJÍME A CO MÍJÍ NÁS: ATMOSFÉRU. BUTIKY JSOU MÍSTEČKA NAŠICH DUŠÍ.

JEDEN Z NICH SE JMENUJE EXOTIK. MAJITELKA EVA ŠPAČKOVÁ PODOTÝKÁ: S K NA KONCI! JDE O ČESKÝ BUTIK, I KDYŽ SE ZDE PRODÁVAJÍ CIZOKRAJNÉ VĚCI. HLAVNĚ OBLEČENÍ Z BALI, TEDY Z INDONÉSIE. POLOŽILA JSEM JÍ NĚKOLIK OTÁZEK:

EXOTIK JE BUTIK S k na konci

UŽ HODNĚ DLOUHO MÍJÍM TENHLE OBCHŮDEK V PRAZE NA NÁMĚSTÍ JIŘÍHO Z PODĚBRAD...

Ani se tomu nechce věřit, ale firma začínala v roce 1991. Původně jsme byly tři, které se takto vrhly do podnikání, nakonec, dílem osudu, jsem zůstala se jménem Exotik jen já. Víte, původním povoláním jsem letuška a tím směrem, odkud pochází nyní moji dodavatelé, jsem se dříve vydávala často. Není divu, že mi zůstalo hodně zajímavých kontaktů i poté, co jsem s povoláním ve vzduchu skončila. A protože mi bylo líto nechat ležet ladem všechny ty vztahy, uvažoval jsem tenkrát nápad začít vozit do naší země módní doplňky, stříbrné šperky, výrobky z kůže a dřeva i atraktivní oblečení s puncem tamních zvyklostí, stylu a nádechu exotiky.

MUSELO TO BÝT VZRUŠUJÍCÍ, ZAVÁDĚT NA DOMÁCÍ TEHDY NEODVÁŽNÝ TRH PŘED TĚMI 16 LETY NĚCO NOVÉHO.

Bylo to báječné, začala jsem se seberealizovat, dala jsem průchod fantazii, i když obchodník tělem i duší asi nikdy vlastně nebudu. Ale bylo to zase něco jiného a jinak zodpovědného – věnovat se obchodu. Člověk do toho šel s plným nasazením. Butik měl hned velký úspěch – byli jsme skutečně jediní a velmi dlouho. Naučilo se k nám chodit velké množství zákazníků a zákaznic a s nabídkou byli velmi spokojeni. Úspěch však nemohl trvat věčně. Na scénu přišly velkododavatelé, obchodní řetězce a butikům všeobecně přibýly vrásky na čele.

VY JSTE VŠAK NAŠLA ŘEŠENÍ, POKUD VÍM.

O tom je podnikání. Převrátila jsem maličko hodnoty – začala jsem dávat postupně přednost prodeji oblečení. Šaty, tuniky, kalhoty, sukně, haleny, tílka, to všechno do velké míry vyráběné podle mých vlastních představ, návrhů, které jsem si malovala. Do Indonésie jsem si jezdila vybírat látky, barvy, vzory, mnohé z nich opravdu sama navrhovala. Zájem o to byl „doma“ obrovský. Našími věrnými zákazníky se staly celebrity – zejména dámy herečky. Časem jsem se naučila lépe odhadovat, co která z nich, i z ostatních zákaznických skupin, asi bude vyžadovat, co se k ní hodí, čemu dává přednost, co jí zaujme. Díky materiálu, vzorům i barvám a zpracování rostla poptávka po větších velikostech, a tak jsou dnes běžně v nabídce i velikosti XXXL, aby si všechny typy přišly na své. A naučily se nás vyhledávat právě i ty ženy, které mají nějaké to kilo navíc. Výborně jim totiž sedí bavlněné tkaniny, nadváha se zakryje šikovným střihem, odstínem, vzorem.

BATIKOVANÁ BAVLNA TEDY UDĚLÁ Z POSTAVY DIV SVĚTA?

No, skoro ano. Je to totiž technika, která dává prostor fantazii, a to má česká zákaznice ráda. Pravda je, že i z Bali a celé Indonésie se stala vyhledávaná nákupní oblast, že komerce zde šla nahoru. Takže se i na českém trhu zrodila konkurence, tedy v sortimentu zboží, které musíme odolávat. Třeba právě jedinečností a originalitou některých vzorů získáváme punc bezva prodejny. Stavíme rovněž na věrnosti zákazníků a jejich chuti si k nám přijít ten nákup prožít. Butik je totiž skutečně o pro-

žitcích, o emocích, tam se nespěchá.

V butiku se nespěchá, ale dívá se a zkouší. Třeba patery, desatery šaty. Chce to chvíli vypnout a starat se jen a jen o sebe. Ženy si to zaslouží. Módní kalhotový komplet si přece nebudete kupovat v poklusu. To by vám pak neslušel.



EXOTIK

nám. Jiřího z Poděbrad 18
130 00 Praha 3
Tel./fax:222 728 058
Otevřeno: po–pá 9.30–18.00

CO BYSTE DOPORUČILA POZORNOSTI ŽEN V ZIMĚ? TIP NA VÁNOČNÍ DÁREK...

Sortiment jsme letos obohatili o vesty a bundy s atraktivními vzory, na ty necht' se čtenářky určitě přijdou podívat. Je to zase něco jiného, než nač jsme byli zvyklí, jde o takové, jak říkám, dobré osvěžení zimy. Jako dárečky bych zvolila třeba stříbro, šály a šátky, peněženku, kabelku z hadí kůže... I nyní se však u nás zastavují třeba budoucí hosté svateb a pořizují si komplety, dokonce i sami svatebčané, kupují se originální šaty a tuniky do divadla, na koncerty. Není to klasika, ale jde o oděvy, které dokáží umocnit vaši osobnost. Jste v nich prostě vidět, vždycky odlišně zazáříte mezi ostatními. A řekněte sama – která žena nechce oslňovat?

za příběh butiku poděkovala Eva Brixí



SVÁTEČNÍ FOTKY

rodinné, chvála jim

LIDIČKY, FOTOGRAFUJTE! NA NIC NEČEKEJTE A FOŤTE, CHTĚLO BY SE JEDNOMU ZVOLAT. ČAS UTÍKÁ A S NÍM DO NENÁVRATNA OKAMŽIKY JAKO STVOŘENÉ PRO ZROD NEJBÁJEČNĚJŠÍCH RODINNÝCH MOMENTEK, KTERÉ NÁS MAPUJÍ PRO ÚSMĚV DALŠÍM GENERACÍM.



cewe
vždy pěkné fotografie

Onehdy na mne při úklidu vypadla složka takových fotek. Jako by se na mne z nebes sesypalo požehnání, nechala jsem všeho a jen brala jednu fotografii za druhou. Vzpomínky plynuly překotně a já si vybavovala nádherné chvíle v blízkosti těch, které mám navždy zapsané do své paměti. Tu děda hrozí hráběmi na zahradě v okamžiku, kdy mu za oplotem ukradli nenechaví poslední krásnou broskev, tu zase bratr pózuje při zabíjačce vykrmeného čuníka, další fotka z oslav narozenin, ta se nedá ani komentovat, jiná zas z návratu při houbaření jasně vypovídá o schopnosti člověka českého bavit se v lese.

Nejúsměvnější však byl paklík obrázků z Vánoc. Nevím, proč máme ve zvyku fotit štedrovečerní tabule a zlomyslně je pojmenovávat názvy jako žlučníková kolika, pozor na ledviny, játra vydržte atd. nebo znavené děti po absolvování túry kolem stromčku při rozbalování dárků. Netuším, proč si dá manžel záležet každý rok na tom, aby zmáčkl spoušť přesně v okamžiku, kdy byste se k sobě raději ani neznali. A proč to obvykle vyjde tak, že mi roste špice stromku z ucha a syn má místo účesu na hlavě květináč s vánoční hvězdou. Také nechápu, proč je babička zabrána tehdy, když usíná u nové televizní pohádky a dcera před zrcadlem, jak na sebe vyplazuje jazyk.

Inu, tvořivé i patvořivé záměry autorů je prostor přímo hvězdný. A galaxie rodinných snímeků, těch úchvatných momentek, které rozslzí naše oči at steskem, či přímo osvobozujícím řevem nad fotkou z dovolené po nějakém tom roce znovu a znovu, budou hýbat světem věčně. Tedy – dokud se budeme umět smát nejen těm ostatním, ale i sami sobě.

Eva Brixi

Manažerky se dohodly

Na poli cestovního ruchu vyrostlo nové partnerství. V průběhu října se generální ředitelka společnosti ASAP Rent car (česká firma bez zahraničního kapitálu a bankovního zatížení) Lucie Šťastná domluvila na spolupráci s generální ředitelkou TOP HOTELu Praha Martou Šnoblovou (29).

Počínaje listopadem začal TOP HOTEL Praha exklusivně nabízet služby ASAP Rent car a naopak.

Od vzájemné komunikace si slibují rozšíření klientely. „TOP HOTEL Praha jsme si vybrali, protože se jedná o největší hotelový komplex v Čechách. My zase můžeme nabídnout rozsáhlý vozový park a nadstandardní služby, kdy například přistavujeme na rozdíl od konkurence vozy po Praze zdarma,“ sdělila L. Šťastná.

Zmíněné partnerství samozřejmě nebrání dalším aktivitám. Nic se nemění na tom, že ASAP Rent car půjčuje vozy i do jiných hotelů za provizi a TOP HOTEL Praha zase prodává okružní jízdy a služby taxislužeb.

Součinnost by měla přinést pro obě strany více klientů a zjednodušení při poskytování „nedomovských“ služeb. (tz)



Biopotraviny?

Nakoupíte je i v dm

Jíte zdravě? Tak to už u vás jistě našly své místo také biopotraviny... A zkusili jste exkluzivní značku biopotravin AlnaturA? Jejich výrobky nakoupíte v síti prodejen dm drogerie markt.

„Sortiment biopotravin dm zahrnuje více než 240 položek značky AlnaturA. Od olivového oleje a koření přes sušenky, tyčinky a müsli až po čaje a šťávy,“ uvedla prokuristka Mgr. Martina Horká, zodpovědná za resort marketingu a nákupu v dm drogerie markt, a dodala: „V dm je kromě toho k dostání více než 110 dalších biopotravin a přes 50 výrobků přírodní kosmetiky značky alverde.“

Velké oblibě se těší i další výrobky dm vlastní značky. Ve spotřebitelských testech pravidelně dosahují výborných ohodnocení. Podíl odprodeje vlastní značky na celkovém obratu firmy se zvýšil na více než 19,6 %.

Věrní zákazníci, kteří se do dm rádi vrací, jsou navíc odměňováni tzv. Věrnostním programem active beauty Svět výhod. „Naš věrnostní program běží již třetím rokem. Zákazníci za každých 100 Kč z hodnoty nákupu obdrží jednu samolepku, kterou si nalepí do speciální hrací karty. Když je hrací karta naplněna samolepkami, při příštím nákupu má klient nárok na desetiprocentní slevu,“ informovala Mgr. Martina Horká.

Velkých úspěchů dosahuje rovněž program dm babybonus. Pokud rodiče zaregistrují své novorozené děti, a také nastávající maminky, které se do programu přihlásí, obdrží startovací balíček. Následně pak dostávají pravidelné zásilky v podobě slevových knížek a informačních brožur. Počet rodičů, kteří se do programu dm babybonus hlásí, je rok od roku vyšší. V roce 2006 jich bylo zaregistrováno 50 000. dětátka a v současné době přesahuje počet miminek a těhotných žen registrovaných v databázi 70 000.

„V dm stojí v centru pozornosti člověk,“ komentoval úspěch Gerhard Fischer, jednatel dm drogerie markt, s. r. o., v České republice a pokračoval: „Dm drogerie markt se neustále vyvíjí, vše děláme s cílem vycházet vstříc potřebám všech lidí v našem okolí – našich zákazníků i našich zaměstnanců – a plnit jejich přání a očekávání.“ V nastávajícím obchodním roce plánuje dm rozšíření sítě prodejen o téměř 30 poboček. (tz)

MOVITÉ THAJKY

berou život do svých rukou

ZPRÁVA AGENTURY SYNOVATE „BOHATÉ THAJSKÉ ŽENY“ ODHALILA VÝDAJE, ŽIVOTNÍ STYL A POSTOJE BOHATÝCH THAJSKÝCH ŽEN. TY DBAJÍ O SVŮJ SOCIÁLNÍ STATUS, NECHÁVAJÍ SE OVLIVŇOVAT NÁZORY SVÝCH RODIČŮ A TĚMĚŘ POLOVINA SE POVAŽUJE ZA OSOBU, KTERÁ ROZHODUJE O RODINNÝCH FINANČÍCH. TO VYPLÝVÁ Z VÝZKUMU AGENTURY SYNOVATE THAJSKO.

Zpráva nazvaná „Bohaté thajské ženy“ obsahuje výsledky studie Media Atlas agentury Synovate. Ta zkoumala 460 majetných žen nad 15 let žijících ve větším Bangkoku od dubna 2006 do března 2007. Bohaté ženy v Thajsku zabírají 20 % celkové populace velkého Bangkoku. Pocházejí z domácností, které vydělávají 50 000 THB nebo více měsíčně.

Steven Britton, generální ředitel thajské pobočky Synovate, který zprávu nazývá strategickým průvodcem pro marketéry, řekl, že zpráva byla navržena tak, aby pomohla marketérům, zadavatelům reklamy a media plannerům lépe porozumět mobilní a finanční nezávislosti thajských žen. „Bohaté thajské ženy jsou vitálním segmentem pro spojení s marketéry, jelikož mají zdravé příjmy a

přebírají více a více kontroly nad všemi aspekty života svých rodin, a to od toho, kde žijí, co si kupují až po to, jak získávají své informace,“ řekl S. Britton.

„Když přijde na kontrolování rodinných výdajů, 44 % všech bohatých thajských žen se považuje za hlavní osobu, která rozhoduje o financích. U bohatých čtyřicátnic se toto číslo zvýšilo dokonce na dvě třetiny,“

uvedl dále S. Britton. Při zkoumání jejich návyků týkajících se spoření a půjčování si, bylo zjištěno, že bohaté Thajky jsou pozoruhodně rozumné. Více než 70 % všech žen, a to všech věkových kategorií, průběžně spoří a raději si půjčují peníze od rodinných příslušníků než od finančních institucí.

Navzdory jejich rostoucí kontrole a větší finanční nezávislosti zpráva Synovate také odhalila, že bohaté thajské ženy začínají plánovat svoje finanční důchodové zajištění ve svých třiceti a čtyřiceti letech, což je v protikladu k západním společnostem, které podporují důchodové plány již v mladém věku.

Zpráva Synovate „Bohaté thajské ženy“ také odhaluje vlastnictví kreditních karet. Více než polovina (51%) žen všech věkových skupin ještě nevlastní kreditní kartu.

„Synovate také objevil, že bohaté thajské ženy kolem třiceti let, které vlastní kreditní kartu, utrácejí průměrně přes 16 200 THB měsíčně, což je působivé číslo pro jednotlivce,“ řekl S. Britton.

„Jak je vidět, Thajsko skýtá velké příležitosti pro finanční instituce, které se zaměřují na bohaté thajské ženy. Finanční instituce by jim měly poskytnout více informací a větší přístup k plánování služeb a také zvýšit například propagaci kreditních karet,“ dodal. Zpráva Synovate zdůrazňuje místní a satelitní televizní sledovanost, zvyky četnosti místních tištěných médií a užívání internetu napříč vyšším příjmovým sektorem. Zpráva založená na Media Atlas poskytuje pohledy na to, co bohaté spotřebitelky sledují a čtou a jak získávají informace pro svá nákupní rozhodnutí.

„Když chtějí být informovány, čtou noviny a časopisy, a to celé tři čtvrtiny dotázaných žen. Na 79 % jich otevřeně přiznává, že čtení novin a časopisů je jednou z jejich oblíbených kratochvílí,“ komentoval ještě výsledky šetření S. Britton. (tz)

Vstupte do tajemného světa smyslnosti s Parfémovanou vodou DIVINE SENSUAL od ORIFLAME



Že ještě nemáte všechny vánoční dárky? Nevadí! Máme pro vás jedinečný vánoční tip. Novou, smyslnou a šarmantní dámskou vůni DIVINE SENSUAL od Oriflame. Vůně je inspirována ženskými křivkami a získáte s ní neodolatelný šarm. Podmanivou vůni otevírají hravé ovocné tóny maliny, broskve, grapefruitu a borůvky, které rozkvétají do květinového srdce gardénie, fialky, jasmínu a růže. Jemné tóny vanilky, ambry a santalového dřeva tvoří vřelé a decentně slušivé zakončení.

Více informací o novinkách přírodní švédské kosmetiky Oriflame získáte na www.oriflame.cz a na infolince 271 024 999.



VE VIETNAMU POZNÁVAJÍ

básně Jaroslava Seiferta

PŘEDNÍ VIETNAMSKÝ PŘEKLADATEL ČESKÉ LITERATURY A ČESTNÝ ČLEN ČESKO-VIETNAMSKÉ SPOLEČNOSTI DUONG TAT TU Z HANOJE VYDAL VE SVÝCH 73 LETECH DALŠÍ SKVOST NAŠÍ POEZIE, BÁSNĚ JAROSLAVA SEIFERTA, NOSITELE NOBELOVY CENY ZA LITERATURU Z ROKU 1984. K VYDÁNÍ POSLOUŽIL FINANČNÍ PŘÍSPĚVEK MINISTERSTVA KULTURY ČR. DUONG TAT TU, JAKO PRVNÍ OBČAN VIETNAMU, ABSOLVOVAL V ROCE 1961 STUDIUM V OBORU BOHEMISTIKA NA FILOZOFICKÉ FAKULTĚ UNIVERZITY KARLOVY V PRAZE.

Po návratu do tehdy ještě rozděleného Vietnamu zakusil útrapy mnoha let války, a přesto vždy překládal a vydával naši literaturu i poezii. Často se vzdal svého honoráře, jen aby překlad české knihy ve Vietnamu byl vydán nebo aby byl prodejný. Do roku 2005 žádnou pomoc z ČR nedostával. Přitom jeho vydané knihy se týkají všech významných osobností naší literatury: Jana Nerudy, Jana Amose Komenského, Boženy Němcové, Jaroslava Haška, Karla Čapka, Julia Fučíka, Vítězslava Nezvala, Josefa Nesvadby, Franze Kafky, Michala Černíka a mnoha dalších našich spisovatelů i básníků.

Loni vydal také ve VSR publikaci o Praze, kterou vytvořil při své návštěvě naší republiky v září a v říjnu v roce 2004. Byl tu na pozvání naší Česko-vietnamské společnosti, která mu tím chtěla poděkovat za jeho celoživotní překladatelskou práci. Pan Duong Tat Tu vždy také pomáhá v dubnu i v říjnu na veletrzích v Hanoji našim podnikatelům v jejich expozicích, ale také je rád seznamuje s historií i krásami Vietnamu. Je nejznámějším a nejlepším překladatelem české literatury a poezie ve Vietnamu, velkým přítelem naší země. Za svoji celoživotní práci by si zasloužil ocenění od našeho státu.

Marcel Winter
Předseda Česko-vietnamské společnosti
<http://www.cvs-praha.cz>



Vào thời đó dòng sông tuôn chảy
mang theo cả mùi hương thoảng bay
như mái tóc của người phụ nữ
địu thềm xưa xuống đôi vai mềm
trên làn da phơi trần cơ thể dịu êm...
(Sân âm chìm bờ cõi)

...Dưới chân tượng đài nhà thơ Málkha... Tất cả đều bị tuyệt phủ. Cho đến nay,
tôi vẫn là một đóa hoa hồng trắng... Một đóa hoa không thực dành cho một
uộc hôn nhân không thành. Vàng, đúng là như vậy, đáng lý một đóa hoa như
ấy thi sĩ Málkha đã mang đến trao cho nàng Ló-ra tại nhà thơ Thánh Stépan
ông lễ cưới. Nhưng rồi cũng đứng vào ngày hôn lễ thiêng liêng đã dự định đó,
quả là ta đã khinh linh cầu nhà thơ lên nghĩa địa Lisémbrítxê ...

...Ngày nay, mọi thứ đã đổi khác. Đã từ lâu, tình yêu không còn e thẹn, dè dặt
như xưa. Tình yêu bây giờ ít rụt rè hơn và cũng ít kiên nhẫn hơn. Đã đến lúc cần
sự dung hòa. Tôi sẽ rất buồn nếu như ai đó bảo rằng tôi là người bảo thủ, hoài
cố, nhưng dù sao tôi vẫn phải nói rằng cái thời xưa của chúng tôi, tình yêu
thường có những nét đẹp đẹp hơn...
(Đóa hoa của thi sĩ Málkha)

Giá: 30.000đ



PATRONKY PROSINCOVÉHO nakupování

TAKÉ ŽENY. AŤ CHCEME, NEBO NE, MAJÍ HLAVNÍ PODÍL NA TOM, CO VŠECHNO O TĚCHTO PŘENÁDHERNÝCH SVÁTCÍCH BUDEME JÍST, PÍT, Z ČEHO SE BUDEME RADOVAT A CO NAJDEME POD STROMEČKEM. NENÍ TAKÉ ŽÁDNÝM TAJEMSTVÍM, ŽE JSOU DÁMY V TOMTO OBDOBÍ PATRONKAMI A VLÁDKYŇEMI NAKUPOVÁNÍ. ZKRÁTKA – VÁNOCE HRAJÍ POD JEJICH TAKTOVKOU. A O TOM, JAK LÍBEZNÁ HUDBA TO BUDE, ČASTO TAKÉ ROZHODUJÍ FINANCE. K CHUTI UTRÁCET TROCHU VÍCE NAPOMÁHAJÍ ÚVĚRY, PATEBNÍ KARTY A DALŠÍ FORMY FINANCOVÁNÍ. A CO PRO SVÉ KLIENTY, TEDY VE VELKÉ MÍŘE TAKÉ PRO ŽENY LETOS PŘIPRAVILA SPOLEČNOST HOME CREDIT? NEJEN O TOM MARTIN VETÝŠKA, OBCHODNÍ ŘEDITEL SPOLEČNOSTI:

V JAKÉM SMYSLU POMÁHÁTE KLIENTŮM ZVLÁDAT NADCHÁZEJÍCÍ SVÁTKY?

Jako každý rok pro ně máme připravenou zajímavou předvánoční nabídku. Například při nákupu na splátky čeká na všechny naše příznivce, kteří k nákupu zboží využijí speciální vánoční úvěr a řádně uhradí čtyři pravidelné splátky, bonus ve výši 1000 Kč. Tato nabídka navazuje na loňskou úspěšnou akci, v jejímž rámci jsme vyplatili klientům formou bonusů téměř 4,5 milionu korun. Akce platí v široké síti obchodních partnerů. Zahrnuje jak prodejce spotřební elektroniky a domácích spotřebičů, tak obchody s dalšími oblíbenými vánočními dárky, jako jsou například sportovní potřeby či nábytek. Nabídka Home Creditu platí až do konce roku, takže se vztahuje i na povánoční výprodeje mezi svátky.

VÁNOČNÍ ÚVĚR S TISÍCIKORUNOVÝM BONESEM UŽ ZA 84 KORUNY MĚSÍČNĚ – CO TO VLASTNĚ ZNAMENÁ?

Jak je u našich produktů obvyklé, také vánoční spotřebitelský úvěr si může každý nastavit podle svých individuálních potřeb. Sjednat jej lze ve standardní výši od 3000 do 100 000 Kč, a to i s nulovou akontací. Délku splácení si klient volí od 9 do 60 měsíců, minimální výše splátky se tak pohybuje už od 84 korun. K uzavření úvěrové smlouvy obvykle stačí jen dva doklady, které člověk nosí běžně v peněžence – občanský a třeba řidičský průkaz. Podmínkou pro výplatu bonusu je zejména to, aby klient řádně uhradil čtyři pravidelné splátky a neměl problémy s plněním svých závazků vůči Home Creditu ani v minulosti. Při splnění těchto podmínek klient obdržel poukázku na slevu 1000 Kč, kterou mohl uplatnit do konce listopadu 2008 během svého dalšího nákupu v prodejně, a to standardně prostřednictvím kreditní karty Home Credit. Pokud klient kreditní kartu nevlastní, mohl vyčerpat bonus formou jednorázové slevy při nákupu. Aby Vánoce a dárky přinesly jen hezké vzpomínky, je možné jakoukoliv variantu vánočního úvěru doplnit pojištěním proti neschopnosti splácet ve dvou typech: balíček A chrání klienta pro případ pracovní neschopnosti či invalidity způsobené nemocí nebo úrazem a rovněž se vztahuje na úmrtí následkem úrazu. Balíček B pokrývá všechny uvedené situace, a navíc chrání klienta i pro případ ztráty zaměstnání.

NAKUPUJÍ VÁNOČNÍ DÁRKY NA SPLÁTKY SPÍŠE MUŽI, NEBO ŽENY?

Od října do prosince loňského roku nakoupilo s Home Creditem na splátky celkem 55 667 žen. Mužů bylo jen o asi 1000 víc, ženy tedy představují téměř polovinu všech zákazníků, kterým Home Credit pomohl před rokem financovat vánoční nákupy. Přitom 45 % všech žen, které v obchodní síti uzavřely úvěrovou smlouvu na financování svého nákupu, pocházelo z věkové kategorie 36 až 54 let.



ÚSPĚCH ZAZNAMENALA TAKÉ VAŠE TELEFONNÍ PŮJČKA...

Za dobu, kdy Home Credit Telefonní půjčku nabízí, zaznamenala bezplatná klientská linka půl milionu hovorů. Svědčí to o zvyšujícím se zájmu o hotovostní úvěry, které od ledna do října meziročně vzrostly o 47 %. Telefonní půjčka je úvěr neúčelový, takže jej klient může použít na jakýkoliv nákup nebo platbu – třeba i na

štědré Vánoce.

Od listopadu se horní hranice úvěru zvýšila na 100 000 Kč. Klient si Telefonní půjčku vyřídí z pohodlí domova a bez vyplňování složitých formulářů. Stačí, když zavolá na bezplatnou zákaznickou linku a sdělí operátorovi požadované informace. Smlouvu obdrží po schválení úvěru poštou, peníze si klient vyzvedne na poště nebo mu jsou zaslány na běžný účet. Klientská linka je dostupná 24 hodin denně, sedm dní v týdnu. Díky tomu, že si klient půjčku vyřizuje z domova, má dostatek prostoru i klidu k detailnímu prostudování veškerých smluvních podmínek. Navíc neplatí žádné zbytečné poplatky za uzavření, vedení ani předčasné splacení úvěru.

TO JE JISTĚ POHODLNÉ PRO MNOHO ŽEN NA MATEŘSKÉ DOVOLENÉ NEBO TĚCH, KTERÉ JSOU PRACOVNĚ NADMÍRU VYTÍŽENÉ...

Jistě. Šetří jim to čas, zvyšuje komfort komunikace. To klientky oceňují nejvíce právě v době, kdy mají práce nad hlavu.

LZE TEDY ŘÍCI, ŽE TENTO TYP ÚVĚRU VYUŽÍVAJÍ ŽENY ČASTĚJI?

Ano, v případě Telefonní půjčky tvoří ženy 55 % všech klientů, nejčastěji patří do věkové skupiny 25 až 44 let. Ženy na tomto typu spotřebitelského úvěru oceňují zejména to, že jej mohou vyřídit jednoduše z domova.

Ženy však využívají i další úvěrové produkty. Například více než 260 000 českých žen má aktivovanou některou z úvěrových karet Home Credit. V poslední době roste zejména počet těch žen, které aktivně využívají kreditní kartu Home Credit. Ta je moderním platebním nástrojem, který dává velkou flexibilitu – finanční prostředky má klientka vždy k dispozici a také se může sama rozhodovat, kolik peněz ze své karetní „peněženky“ použije.

Mimo jiné v závislosti na tom, kolik může – anebo chce – splácet. Nepopíratelnou výhodou kreditní karty je až 51 denní bezúročné období pro všechny bezhotovostní platby. Kreditní karta Home Credit patří mezi karty typu MasterCard Unembossed, a jako takovou jí mohou klienti platit na kterémkoliv z 25 milionů platebních terminálů nebo vybrat peníze z milionu bankomatů po celém světě. Ať už tráví s rodinou Vánoce v Česku, na horách nebo třeba exotické dovolené u moře.

**za slova motivace k příjemnému utrácení poděkovala
Eva Brixi**

... protože výsledek
je důležitý.

- Výkonnost
- Koncentrace
- Odolnost
- Zrak
- Imunita

Váš pracovní den má víc než 8 hodin,
potřebujete neustálé soustředění,
pracujete naplno a občas pod stresem,
protože výsledek je důležitý.
Právě pro Vás je určeno

CALIBRUM[®]
PROFI



Doplněk stravy

**PRVNÍ MULTIVITAMIN VYVINUTÝ
PRO DLOUHODOBOU VÝKONNOST**

www.calibrumprofi.cz

*Zkrácením záclon ušetříte
až 6 % výdajů za energii*



I díky zdánlivým maličkostem můžete ušetřit spoustu energie
a využívat zemní plyn od společnosti skupiny RWE mnohem efektivněji. Další tipy a rady
na úsporu energetických nákladů při vaření, ohřevu vody nebo vytápění najdete na:

www.setrimenergii.cz

RWE – Váš spolehlivý dodavatel zemního plynu

RWE 