

Madam Business®

únor 2008

Žena, která se neztratí

SRDCE A TEPLÉ VEČEŘE

Eva Brixi

Každý muž
má ženy rád
To opakuje před oltářem
nastokrát
Nákupy Nádobí Odpadkové koše
Teplé večere
O nůž nešika se pořeže
když jablka z ráje ochutnává
A ještě neví čemu vlastně
přednost dává
Slibuje Usmívá se Hladí
Hlavu nad polštářem sklání
Netuší
že za padesát let
srdce se mu rozbuší
snad už jen u karet



str. 1, 10–12 Pokud jste v zaměstnání
víc hodin, než ukládá zákoník práce

► **rozhovor s PhDr. Marií Pavlů, CSc, ředitelkou Enterprise Europe Network v Centru pro regionální rozvoj ČR.**

str. 6 TOP manažerka v Ostroji: Lépe se mi pracuje s muži
str. 16–18 Nikdy nic nevzdávám, čím větší problém, tím pro mne lépe

VOX®
kurzy, semináře
rekvalifikace
1. VOX a.s.

Investice do vzdělání se vyplatí!



**Projekty vzdělávání
pro Vaši společnost na zakázku**

Neustálá práce na rozvoji a vzniku nových vzdělávacích programů reaguje na aktuální požadavky klientů.

Přidanou hodnotou po realizaci vzdělávacího projektu je zvýšení odborné způsobilosti zaměstnanců a dlouhodobá kontinuální péče o našeho klienta.

Odborná specializace projektových manažerů 1. VOX a.s. je zárukou profesionální úrovně připravovaných projektů.



zakazky@vox-kurzy.cz, tel.: 226 539 681, www.vox.cz



KAVÁRNA I PRO MAMINKY

Café by Tretter's

ŽE BY V PRAŽSKÉM CENTRU EXISTOVALA NEKUŘÁČKÁ KAVÁRNA PRO MAMINKY S DĚTMI, KDE SI LZE UŽÍT OSVĚDČENÝCH BEZKOFEINOVÝCH NÁPOJŮ TYPU MELTA, VITAKÁVA NEBO OVOMALTINA A KDE MŮŽETE DOSTAT TŘEBA KRUPICOVOU KAŠI? NEBO KDE SI MŮŽETE POCHUTNAT NA CHLEBU S DOMÁCÍ POMAZÁNKOU? VSAĎTE NA CAFÉ BY TRETTER'S.

Kavárna, která patří majiteli vyhlášeného koktejlového baru Tretter's New York Bar v Kolkovně, leží v novém nákupním centru Palladium na Náměstí Republiky v posledním gastropatře. Nabízí příjemná nejen gastronomická překvapení maminkám s dětmi, těhotným, kojícím, ale i manažerkám či manažerům a všem ostatním nekuřákům. Je to první celonekuřácká kavárna v Praze zaměřená na zdravější způsob pití kávy. Rádi tu spočinou příznivci zdravé stravy i návratu české kuchyně. A děti si zatím pohrají v dětském koutku s obrazovkou na promítání pohádek, jediném na patře. Maminky najdou i prostor pro kočárky. Nakojit miminko přitom mohou v částečném soukromí, jaké vytváří na okraji baru několik útulných plážových košů (v jejichž zákrytu si jistě libují také milenci), které skvěle zapadají do originálního designu kavárny, který je dílem samotného majitele Michaela Trettera. Jako jediný podnik v celém Palladiu má navíc Café by Tretter's i vlastní toaletu a nabízí i připojení wi-fi zdarma.

Nezvyklé a nesmírně lákavé pro všechny milovníky zdravého životního stylu je ale především menu, jehož součástí je i menu pro děti. Návštěvník neví, co by si raději vybral! Zatímco si malíci hrají v dětském koutku nebo užíjejí třeba Šípkovou Růženku, jahodové mléko, těhotné a kojící maminky dají před kofeinovou kávou přednost cikorce anebo meltě. Mohou si ale také dát vynikající a povzbuzující chai-pur – ajurvédskou směs čaje, indického koření a mléka anebo legendární ovomaltinu, kterou vlastně mladší generace

Čechů vůbec neznaly! Nechybí ovšem ani pravá káva exkluzivní značky Dallmayr. Je možné si vybrat z mnoha druhů – rozhodně stojí za ochutnání Ginger Bread Latté, caffè latté s perníkovým sirupem, nebo Cappuccino Creme Brulée. Tyto dvě varianty jsou ideální pro zimní měsíce a nabízí je exkluzivně pouze tato kavárna.

Nápojový lístek nabízí rovněž i čajové orgie: kromě anglické klasiky, černého čaje s mlékem, objevíte například vanilkou a grapefruitem provoněný zelený čaj a také mnohé jiné nápoje, které ještě neznáte. A kromě klasických moučků si tu lze ke kávě poručit třeba ovesný dort nebo dia dort. Smlsnete si ale také na ovocném fondue, což je směs ovoce s horkou čokoládou.

Specialitou podniku jsou obložené chleby. Chuťové buňky se rozplývají potěšením, když ochutnají celozrnný anebo ovesný chléb s domácí kaviárovou, krevetovou, lilkovou či vydatnou škvarkovou pomazánkou. Kdo má větší hlad, posilní se polévkou. V ranních a dopoledních hodinách, od 10:00 do 12:00 je v jídelničce také snídaňové menu s pestrou nabídkou 7 variací, ze které si může vybrat opravdu každý (např. omeleta, ovocný salát, bábovka, míchaná vejce s lososem, domácí polévka, cornflakes, croissant atd. v kombinaci vždy s dalšími chody a nápoji). Sklenkou ušlechtilého alkoholu může posezení v příjemné atmosféře a s usměvavými servírkami vyvrcholit. K dispozici je celá škála vín, koktejly i šampaňské.

Majitel kavárny Michael Tretter je vítěz mnoha barman-ských soutěží. Je důstojným a úspěšným pokračovatelem více než devadesátileté barmanské rodinné tradice. Nostalgicky laděný Tretter's New York Bar v ulici V Kolkovně poblíž Staroměstského náměstí založil v roce 2000 a podnik platí za jeden z nejlepších koktejlových barů ve městě. Michael Tretter dbá na to, aby se v jeho podnicích zpracovávaly jen ty nejvyšší suroviny. Snaží se vyhovět těm, kdo dávají přednost zdravé stravě, a přitom propaguje i návrat k českým jídlům. Vybírá si jen vstřícný a zodpovědný personál, neboť ví, jak důležitá je příjemná atmosféra! A návštěvníci se do Café by Tretter's a Tretter's New York Bar také rádi vracejí.

menu a další informace najdete na www.tretters.cz (tz)

KIA CEE'D NABÍZÍ

to, co spousta žen hledá

TITUL AUTO ROKU 2008 V ČESKÉ REPUBLICE

POZORNOST AUTŮM VĚNUJÍ ŽENY STEJNĚ TAK JAKO TI, KTERÝM TENTO OBOR PATŘIL DOMINANTNĚ JEŠTĚ PŘED PÁR DESÍTKAMI LET. ZAJÍMAJÍ SE O AUTOMOBILY I V SOUVISLOSTI S NEJROZMANITĚJŠÍMI SOUTĚŽEMI. O JEDNU Z NICH ZEJMÉNA. PROTO VĚDÍ, ŽE V ANKETĚ AUTO ROKU 2008 V ČESKÉ REPUBLICE ZVÍTĚZIL VŮZ KIA CEE'D S CELKOVÝM POČTEM 196 BODŮ. O JEDEN BOD MĚNĚ ZÍSKAL DRUHÝ FORD MONDEO. NA TŘETÍM MÍSTĚ SKONČIL VÍTEŽ EVROPSKÉ ANKETY FIAT 500 SE 160 BODY, ČTVRTÝ MERCEDES-BENZ OBDRŽEL 117 BODŮ A PÁTÝ LEXUS LS 460/600H 107 BODŮ.

Vůz Kia cee'd se stal nejlepším ve 14. ročníku ankety, kde bylo nominováno celkem 47 automobilových novinek. Auto roku zvolila odborná porota, která rovněž vozy do ankety nominovala. Anketu vyhlásil Svaz dovozců automobilů a Sdružení automobilového průmyslu ve spolupráci s Klubem motoristických novinářů.

Anketa je dvoukolová. V prvním kole každý porotce vybral pět finalistů. Nejúspěšnějších pět automobilů postoupilo do druhého kola. Ve druhém kole měl každý porotce k dispozici 25 bodů, které rozdělil mezi finalisty. Výsledky hlasování byly zveřejněny na galavečeru, který se konal 16. ledna 2008 v pražském TOP Hotelu.

Pro veřejnost vyhlášovatelé ankety zorganizovali tipovací soutěž – lidé tipovali, který vůz se stane Autem roku 2008. Do ankety přišlo celkem 110 132 tipů. Pro tipující byly určeny ceny za více než 750 000 Kč; první cenu, tj. poukázku v hodnotě 600 000 Kč na pořízení některého z automobilů nominovaného do ankety získal Milan Szabo z Jilemnice. K ceně dále získal mechanické zabezpečení vozidel proti krádeži Construct od stejnojmenné firmy.

Součástí ankety byla i dětská výtvarná soutěž. Děti rozdělené na kategorie do 10 let a 11–15 let měly za úkol nakreslit obrázek na téma Auto pro kamarády. Do soutěže přišlo 1252 práce malých automobilových kreslířů.

Partnery ankety byly společnosti či značky: Alcar Bohemia, Spieshacker, Veletrhy Brno – pořadatel výstavy Autotec, Continental, Castrol, Eurooil, Bazény Desjouxiaux, Foxtoyo, Garmin a ÚAMK.

Je také známé, jak dokáží ženy ocenit vítězství. Není tedy divu, že se o model se všemi nej začaly ještě více zajímat. Nu a abychom jejich zvědavost umocnili, položili jsme managementu dovozce, společnosti KIA MOTORS CZECH, otázku:

JAK BYSTE CHARAKTERIZOVALI KIA CEE'D, KDYŽ BYSTE CHTĚLI PODPOŘIT PŘÍZEŇ DAM TOMUTO AUTOMOBILU? CO BYSTE O VÍTEŽNÉM MODELU ŘEKLI? ČÍM ŽENY OSLOVÍ?

Vít Pěkný, generální ředitel

Stoprocentně je osloví tím, že je pěkný (jako moje příjmení), praktický a zároveň nadčasový. Navíc jim nabídne skvělou sedmiletou záruku, maximální bezpečnost (5*E NCAP), zdarma titul Auto roku 2008, dále třeba tříletou bezplatnou asistenci po celé Evropě, skvělou cenu a k tomu všemu ještě na 200 pohledných mužů všeho věku, kteří se jim o jejich budoucího miláčka budou přepočlivě a rovněž s láskou starat.

KIA cee'd nabízí to, co spousta žen hledá – jistotu (záruka a asistence), bezpečí (skvělý výsledek nárazových testů), pohodu (komfortní interiér a vynikající jízdní vlastnosti), zážitky (výkonné motory), a navíc přiměřenou dávku krásy tak, aby napřed nechal vyniknout svoji majitelku/uživatelku a pak skromně upozornil na sebe.

Jan Veselý, fleet manager

Čím? Právě tím, že náš vůz je zkrátka pěkný, praktický a zároveň nadčasový. Cenu Auto roku 2008 si zasloužil mimo jiné právě těmito charakteristikami, kde bych ještě doplnil unikátní záruku, bezpečnost, a pokud by ani tyto faktory nebyly dostatečně přesvědčivé, zveme všechny zájemkyně na představení a předváděcí jízdy v kterémkoliv dealerství bohaté prodejní sítě značky KIA.

A myslím, že tento vůz osloví ženy i tím, že je stvořený i pro muže. Přestaňme přemýšlet, kdo je jaký řidič, jestli jsou lepší řidiči muži, či ženy, zda je horší řidič žena s různou barvou vlasů, či muž v klobouku. Pojďme si všichni společně užít opojný pocit z jízdy s vozem Kia cee'd, byl stvořen pro nás všechny!

Marek Vodička, marketing manager

Pro ženu je důležitý první kontakt, pocity a vjemy ... ladné křivky na pohled, odstín laku a dotyk materiálů v interiéru. Věřím, že se Auto roku stane prostě miláčkem, který bude dobrý partner na cestách, bezpečný ochránce, ale zároveň reprezentující společník. Dámy ocení dárkové i praktické balení všech předností jako stvořených pro starostlivou mámu i zaneprázdněnou manažerku spěchající za dalším úspěšným obchodem – to vše je Kia cee'd.

Patrik Fanc, PR manager

Kia cee'd je neokázale elegantní, všestranný a přizpůsobivý jako ženy – čtenářky magazínu Prosperita Madam Business, a tím je právě pro ně předvídatelně na míru...

zpracovala Eva Bixi



Od něčeho k ničemu, to ne

Také se vám někdy stává, že chodíte od něčeho k ničemu a nic pořádného nemůžete udělat? Že popletete, co se dá, pokazíte i to, co se nedá? Že máte chuť zabývat se něčím úplně jiným, než musíte? Co v takové chvíli?

Psychlog by dal jednoznačnou odpověď, ale vy, pokud psychlogem nejste, si musíte umět poradit sama. Rady i pokusy zvrátit nešťastné chvíle absolutní nesoustředěnosti bývají sice někdy těžce vykoupené, jiné zase stojí za to.

Třeba já se nedávno rozhodla, že se vysvobodím z unaveného psaní tohoto editoria. Přesto, že k takové činnosti usedám s chutí (zásadně doma), a něco dobrého uvařím. Rodinu přeskupím, a ještě půjde o užitečné konání. Dala jsem se do práce. Šlo mi to od ruky. Jásala jsem a už se mi vůbec nechtělo spát. Užitečný čin byl na obzoru a já se těšila na radost druhých. V závěrečné fázi jsem k rajčatům přisypala poslední druh koření, dobrotu odstavila ze sporáku a čekala na kýžené zavřání dveří, až se milí moji přihnou domů. Dostali chleba se sádlem, teplá večeře se nekonala. Místo tymiánu jsem omylem do omáčky přihodila fenykl. Pravda, vonělo to jako vánoční perníčky... Ve vzteku jsem k psaní už ani nesesdla. Zato jsem navrh vyžehlila plný koš prádla.

Vzpomínám, jak jsem jistě páteční odpoledne v jedné redakci, kde jsem svoji novinářskou dráhu začínala, chtěla skončit. Ale pořád jsem nevěděla, jak na to. Jít za sekretářem redakce, sdělit vše kolegovi? Chodila jsem ten den jak kolem horké kaše a nač jsem sáhla, vše bylo špatné. Nakonec jsem sedla a výpověď rovnou napsala. Na stroji, přes kopírák, jak se to dělávalo. Úleva na duši se dostavila. Hotovo. Vymalováno. Na stole ležel tento významný list papíru a vedle redaktorský hrnek kafe. Aby dílo bylo dokonalé, chtěla jsem se ohlásit šéfredaktorovi a osobně ji předat. Zvedla jsem telefon. Jenže ouha! Zavdala jsem o hrneček, ten se převálil na výpověď. Kaluž hnědavá, ještě horké kávy zničila adrenalinové dílo více než značně. Do očí mi vhrkly slzy. Moje první výpověď v životě! Už jsem neměla sílu to napsat znovu. Zato články, s nimiž jsem se loudala od oběda do pěti večer, byly z ničehonic na světě.

Jít na tu konferenci, nebo ne? To byla loni na podzim přímo řečnická otázka. Přihlášku jsem měla den co den v ruce a ne a ne se rozhodnout. Jak to, do háje, vyřešit? Dilema bylo v tomto případě značné. Delegovat kolegu, zapomenout na příležitost dát o naší firmě vědět nebo si hodit korunou? Zvolila jsem třetí možnost. Koruna se zakutálela pod skříň. Psychicky jsem to nezvládla. Naordinovala jsem variantu číslo čtyři: na ten den jsem si vzala dovolenou a vyrazila na houby.

Co jsem předchozími řádky vlastně chtěla napovědět? Ať se, milé dámy, děje cokoli, nesmíme se dát! Nesmíme podlehnout řešení, které je o ničem, a ještě s tím ztrácet čas! Rozhodujeme se svažně a nespolehejme jen na rozum. A také se neberme tak zoufale vážně. Každá situace má východisko, ať chceme, nebo ne.

vaše Eva Brixí



MŮJ, ALE PRACOVNÍ ČAS

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

Ing. Jana Rišková
Marketing Manager
TOP HOTELS GROUP, a. s.

Téměř vždy si vzpomenu, co se říká: Když si člověk myslí, že už nemůže, tak může ještě desetkrát tolik. A pak sama sebe přesvědčuji, že je to pravda. Na mysl mi přijdou i všechny manažerské kurzy na téma time managementu a stanovování priorit. Občas se však stává, že musím všechny úkoly zvládnout naráz a nic nelze odložit – a co pak se všemi těmi teoriemi? Dokážu se vyburcovat k velkým výkonům, stále častěji se však za ně sama potřebuji odměnit – něco hezkého si koupit, dopřát si masáž, relaxaci v sauně... Zkrátka se stále více rozmazluji!



OTÁZKA PRO ŠIKOVNÉHO MUŽE

CO VÁS NA PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH FASCINUJE?

Petr Neústupný
vedoucí Divize Audi společnosti Import
VOLKSWAGEN Group

S potěšením sledujeme, jak v poslední době přibývá žen mezi našimi zákazníky. Z rozhovorů s nimi víme, že se o auta živě zajímají, dokáží ocenit kvalitu, nápaditý design i rafinované detaily. Nejsou tedy jen pasivními uživateli automobily a umí dobře stanovit priority a požadavky. Důležitou roli hraje i bezpečí, což se plně potvrzuje u našeho bestselleru, nekompromisního SUV Audi Q7. Právě u tohoto velkého modelu ženy vyhledávají nejen design a image značky ale zejména pocit bezpečí, který vůz jim a jejich blízkým poskytuje. Ženy manažerky a podnikatelky se tak stávají našimi důležitými obchodními partnery, se kterými rozhodně musíme počítat v našich plánech při prodeji vozů či uvádění nových modelů na náš trh.



Lákavé příležitosti

Fashion Studio návrhářky Michaely Bakotové vstoupilo do roku 2008 s několika novinami. V extravagantním modelu značky MB se objevila 2. února jedna z finalistek České Miss, půvabná Aneta Faitová. Další novinka se týká všech nevěst. Po celý rok 2008 totiž ve Fashion Studio MB platí speciální akce: svatební šaty od módní návrhářky včetně originální bižuterie za pouhých 12 000 Kč. Fotografie všech zhotovených modelů budou zveřejněny na webových stránkách www.michaelabakotova.cz a bude se soutěžit o nejkrásnější šaty. A do třetice: oblíbené nákupy s návrhářkou pokračují! I v roce 2008 je možné doplňovat šatník pod odborným vedením a s efektivním výsledkem. Michaelu Bakotovou dokonce loňské zkušenosti inspirovaly k rozšíření pole působnosti za hranice České republiky. V květnu a červnu proto bude možné společně s ní vycestovat za výhodným shoppingem do Milána. Víkendové akce jsou určeny maximálně pro dva zájemce, aby byl zaručen individuální servis. Přihlášky přijímá Studio MB na e-mailu fashion@michaelabakotova.cz nebo na telefonu 222 312 018.



(tz)

Tiráž: Prosperita Madam Business, vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, únor 2008

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové, e-mail: brixip@prosperita.info, mobil: 602 618 008; obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609; design: Kateřina Svobodová, zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožníčková. Tisk: Moravská typografie, distribuce: SP Agency, www.madambusiness.cz

ŠEVCOVINU JÍ NADĚLIL OSUD

ČESKÝ OBUVNICKÝ PRŮMYSL, KTERÝ PO CELÉM SVĚTĚ PROSLAVILA ZLÍNSKÁ ZNAČKA BAŤA, HYNĚ NA ÚBYTĚ. JE PŘÍZNAČNÉ, ŽE PRA-POR TRADIČNÍ PROFESE ZVEDLA ŽENA. PODNIKATELKA MARIE BEDŘICHOVÁ Z JIHOMORAVSKÉ OBCE ŠITBOŘICE ZAČÍNALA PŘED LETY DOSLOVA Z NIČEHO A DNES VYRÁBÍ DĚTSKÉ BOTY, O NĚŽ MAJÍ ZÁJEM NEJEN DOMÁCÍ, ALE I ZAHRANIČNÍ ZÁKAZNÍCI. SPOLEČNOST, JIŽ ZALOŽILA A VLASTNÍ, SE JMENUJE PŘÍZNAČNĚ – FIRMA MARIE BEDŘICHOVÁ.



NEČEKAL BYCH, ŽE VYMÍRAJÍCÍ PLEMENO ČESKÉHO ŠEVCE BUDE TAK DOBŘE REPREZENTOVAT ŽENA. JAK SE V TÉTO ROLI CÍTÍTE?

Všechno je dáno osudem a příležitostí. Po 17. letech práce jako šička, úspěšně zvládnuté kožařské průmyslovce, po revoluci vybudování sítě maloobchodníků a následně krachu firem zaměstnavatelů vám už nic jiného nezbude než vzít příležitost do svých rukou a šance je na světě. Jak jinak, toto je osud. A jak se v této roli cítíte? Docela dobře, hlavně když je po našich výrobcích čím dál větší poptávka.

MYSLÍTE SI, ŽE I DNES MŮŽE U NÁS VYRŮST NOVÝ BAŤA?

Nemyslím si, že by to někdo dokázal v takové míře. Bohužel tomu nikdo nepřeje, aby kdysi proslavené Československo znovu obnovilo svou tradici ve výrobě obuvi, ale doufám, že nějací malí Baťové tady zůstanou. Nemusí se jednat přímo o mě, ale dala jsem tomu hodně. Proto jsem přesvědčená, že někdo půjde v mých stopách, a když to bude dělat s radostí a poutivě, tak by takový jeden malý hned byl na světě. Ale...

JAK MŮŽE DOMÁCÍ OBUVNICKÝ PRŮMYSL DRŽET KROK S PRODUKTY, KTERÉ SE NA NÁS VALÍ Z ORIENTU?

Jak jinak než kvalitou. Česká kvalita a zdravotní nezávadnost, to je zásadní rozdíl mezi našimi výrobky a výrobky z Orientu. Odsud se valí kvantita nízké jakosti. A o zdravotní nezávadnosti pro děti, které u nás věnujeme pozornost především, se u dováženého zboží mluvit vůbec nedá. Český spotřebitel si sám vybere mezi dobrým a špatným výrobkem, proto nám poptávka roste. Konečně už v České republice víme, co si chceme kupovat, a vítám, že opět dbáme na dobrou značku a již zmíněnou kvalitu.



Marie Bedřichová přebírá významné ocenění za kvalitu

CHYSTÁTE NA TENTO ROK NĚJAKÁ PŘEKVAPENÍ, MĚNÍTE ZÁSADNĚ SVÉ PLÁNY NEBO SE JINAK PŘÍZPŮBOJETE NEUSTÁLE SE MĚNÍCÍM PODMÍNKÁM V BUSINESSU?

Samozřejmě i letošní rok bude pro nás jiný. Chystáme nové vzory, které přizpůsobujeme světu. Pro český trh je specifická domácí obuv lepená na styroporu, ale ve světě to neznají. Je to dáno tím, že se nikde nikdo nepřezouvá, proto na domácí obuv dáváme jiné, atraktivnější podešve, a tím začínáme pronikat i na zahraniční trhy. Zahraniční poptávka pro nás představuje výzvu a pobídku stále něco vylepšovat a zdokonalovat.

MÁTE JAKO ŽENA V TÉTO BRANŽI NĚJAKOU VÝHODU, NEBO JEN TĚŽŠÍ POZICI DANOU POVINNOSTMI V RODINĚ?

Bohužel jako žena, matka, babička to mám v podnikání vždy těžší, protože musím hodně obětovat, aby všechno fungovalo a vždy je to ta rodina, která to hodně pocítí. I když na druhé straně dneska už firmou žije celá rodina, a to je dobře. V mých rozhodnutích mě naprosto všichni podporují a začínají mě následovat a spolurozhodovat. Takže doufám, že bude mít kdo firmu převzít!

CO BYSTE PŘÁLA ČESKÝM PODNIKATELŮM A ZVLÁŠTĚ ŽENÁM NA ODPOVĚDNÝCH MÍSTECH VE FIRMÁCH?

Všem podnikatelům a podnikatelkám přeji rovné podmínky pro podnikání, méně legislativy, hodně spotřebitelů a hlavně mnoho spokojených zákazníků. A když vyrábí pro děti, tak hodně rozzářených dětských očíček při kupování kvalitních, certifikovaných zdravotně nezávadných bačkorek se značkou kvality ŽIRAFA.

připravil Pavel Kačer

foto: Národní informační středisko podpory kvality





SOTVA SI LZE PŘEDSTAVIT ODTAŽITĚJŠÍ FEMINISTICKOU PRACOVNÍ OBLAST, NEŽ JAKOU ZNAMENÁ DŮLNÍ STROJÍRENSTVÍ. A PŘECE V OPAVSKÉ FIRMĚ OSTROJ, A. S., NAJDEME VÍC NEŽ 160 ŽEN, MNOHÉ VE VEDOUCÍCH POZICÍCH. CHTĚLI JSME TOMU PŘIJÍT NA KLOUB A POLOŽILI PROTO NĚKOLIK OTÁZEK ING. OLZE TROCHTOVÉ, ŘEDITELCE DIVIZE DŮLNÍ STROJE JMENOVANÉ SPOLEČNOSTI:

TOP MANAŽERKA V OSTROJI:

Lépe se mi pracuje s muži

JE TO JEN NÁHODA POTVRZUJÍCÍ PRAVIDLO NEBO VÝSLEDEK PŘÍZNIVÝCH PODMÍNEK VYTVOŘENÝCH VAŠÍ FIRMOU?

To, že v OSTROJi pracuje velký počet žen, je podle mého názoru částečně shoda okolností, ale přispívá k tomu také fakt, že přes široké mínění je mezi příslušnicemi něžného pohlaví mnoho žen s technickým zaměřením a předpoklady. A pokud žena své práci rozumí a nedělají jí technické procesy problémy, může ji zaměstnávat i důlní strojírenství. Zvláště, když jí dá vedení společnosti důvěru a šanci.

ŘÍDÍTE V OSTROJI RYZE „MUŽSKOU“ DIVIZI DŮLNÍ STROJE. JAKÁ MUSÍ BÝT ŽENA, ABY SI DOKÁZALA UDRŽET RESPEKT SPOLUPRACOVNÍKŮ? PRACUJE SE VÁM LÉPE S MUŽI NEBO ŽENAMI?

Ostrojácká divize Důlní stroje není úplně „mužská“. Máme zde 5 žen na různých postech – od konstruktérky, přes obchodnici, až po funkci ředitelky. I když samozřejmě muži početně stále převažují, nejlepším zaměstnancem divize za uplynulý rok bude vyhlášena právě žena. Obecně se mi ovšem lépe pracuje s muži. Mám pocit, že si s nimi lépe vše „vyříkám“ – hned a na rovinu. Přestože to může být o negativních aspektech, muži reagují jednoznačněji: vyčistíme si stůl a jedeme dál...

OSTROJ ZAMĚSTNÁVÁ ŽENY JAKO VEDOUcí PRACOVNICE, OBCHODNICE A MNOHÉ V DĚLNICKÝCH PROFESÍCH. ČÍM MŮŽE ŽENSKÝ PRVEK OBOHATIT PRACOVNÍ KULTURU FIRMY A PŘÍSPĚT K JEJÍMU PODNIKATELSKÉMU ROZVOJI?

Ženy do firemní kultury a do celého kolektivu přinášejí jistou míru preciznosti, dokonce bych řekla, že jsou v někte-

rých ohledech zodpovědnější. Nezanedbatelný je také vliv „hezkého napětí“, jak já říkám. Mám na mysli takovou tu vzájemnou pozornost a náklonnost. Často se mi zdá, že jsou ženy, které tématům rozumí, muži hýčkány a je to příjemné pro všechny. Jsme prostě ozdobou, a to včetně toho, že si nás spolupracovníci váží.

SKUTEČNOST, ŽE V PODNIKÁNÍ SE POHYBUJE MÁLO MANAŽEREK, SI MŮŽEME VYSVĚTLIT TÍM, ŽE ŽENY STĚŽÍ ZVLÁDAJÍ ZA DEN DVĚ MIMORÁDNĚ NÁROČNÉ „SMĚNY“ – JEDNU V ZAMĚSTNÁNÍ A DRUHOU V RODINĚ. JAK SE TO DAŘÍ VÁM A VAŠIM SPOLUPRACOVNÍCÍM, ANIŽ BYSTE MĚLY POCIT, ŽE NĚCO ZANEDBÁVÁTE?

Mně dobře, jsem totiž svobodná (usmívá se). Mé spolupracovnice v OSTROJi ovšem mají rodiny, děti... Je to ale obdivuhodné. Zvláště, když například neustále cestují po světě. Bez zásadní podpory rodin by se to určitě nedařilo.

BUDOU SE, PODLE VAŠEHO NÁZORU, DÁL STÍRAT ROZDÍLY MEZI MUŽSKÝMI A ŽENSKÝMI OBORY A PROFESEMI? KDE LEŽÍ NEPŘEKROČITELNÁ HRANICE?

Nevidím to nijak extrémně. Myslím, že žen v „mužských“ oborech bylo dost i dříve. Jen možná nebyly v takovém počtu v řídicích funkcích nebo se o nich tolik nemluvalo. Rozdíl, který hraje do karet současným ženám, je možná vyšší dosahované vzdělání a s tím související další kariérní růst. A hranice, za kterou by se nemělo jít? Každá ji máme v sobě a každá jinak, určitě se nedá zobecnit. Tu svou si s dovolením nechám pro sebe.

otázky připravil Pavel Kačer

SPOLEČNOST DHL SE STALA OFICIÁLNÍM PARTNEREM POSKYTUJÍCÍM EXPRESNÍ A LOGISTICKÉ SLUŽBY PRO IMG FASHION WEEKS (TÝDNY MÓDY IMG) PO CELÉM SVĚTĚ. JEDNÁ SE O SERIÁL PRESTIŽNÍCH SHOW PRODUKOVANÝCH ANEBO ZASTOUPENÝCH SPOLEČNOSTÍ IMG FASHION, KTERÝ SE KAŽDÝ ROK KONÁ V DESETI ZEMÍCH NA ČTYŘECH KONTINENTECH. PO ÚSPĚŠNÉM ROCE, KDY SPOLEČNOST DHL SPOLUPRACOVALA S IMG FASHION NA AMERICKÉM TRHU, ROZŠIŘUJE NYNÍ DHL SPOLUPRÁCI JAKO OFICIÁLNÍ PARTNER PŘI POSKYTOVÁNÍ MEZINÁRODNÍCH EXPRESNÍCH A LOGISTICKÝCH SLUŽEB.



DHL ŠIJE NA MÍRU MÓDĚ

První z řady byla Milano Moda Uomo v lednu 2008 v Itálii, následovaly přehlídky v rámci Mercedes-Benz Fashion Week Berlin. Další přehlídky přijdou na řadu v průběhu roku. Jakožto vedoucí světový poskytovatel logistických služeb pro oblast módy využije DHL těchto přehlídek k hlubšímu pronikání do světa módy, oděvního a maloobchodního průmyslu.

Senior vice-prezident Corporate Branding and Advertising v Deutsche Post World Net Wolfgang Giehl uvedl: „IMG Fashion Weeks tvoří perfektní základnu, kde můžeme předvést naše znalosti a dovednosti, obzvláště v tak sofistikované oblasti, jako je textilní průmysl. Běžné služby DHL pokrývají celý logistický hodnotový řetězec módního průmyslu – od nákupu materiálu a přípravy vzorků

ke kontrole kvality produkce a přímých dodávek do butiků mezinárodních módních firem.“

Při spolupráci s mnoha známými módními firmami a nejlepšími značkami v oděvním průmyslu pracovali logističtí experti v DHL léta na vývoji přepravních řešení šitých na míru, které odrážejí nejnovější trendy ve světě módy a které splňují specifické požadavky jednotlivých zákazníků. Přítomnost společnosti DHL ve více než 220 zemích zajišťuje, že veškeré módní kreace mezinárodně uznávaných designérů dorazí na důležité módní přehlídky včas.

Další města, ve kterých bude DHL sponzorovat módní přehlídky, jsou Londýn, New York, Mexico City, Moskva, Mumbai, Hong Kong, Los Angeles, Miami a Sydney. (tz)



Náskok díky technice www.audi.cz

**Vypadá skvěle.
A řídí se přímo dokonale.**

Přichází Audi A4, limuzína budoucnosti. Užijte si její jedinečnost všemi smysly. Podívejte se na ni. Nechte se unést strhujícím sportovním designem. Posad'te se. Vychutnejte si pocit bezpečí prostorného interiéru. Poznejte výjimečnost technologií, které Vás obklopují. Nastartujte. Rozjed'te se. Dynamika a preciznost řízení Vám dají zapomenout na svět kolem. Jste v budoucnosti. Řídíte Audi A4.

Více informací u Vašeho prodejce Audi, na tel. 800 1 101 01 nebo na www.audi.cz.



ŠTĚSTÍ NA VYSTAVOVATELE

je dobrou navigací

DO RODINY MOHOU PATŘIT NEJEN MANŽEL A DĚTI, ALE I PRÁCE. V PŘÍPADĚ MANAŽERKY SPOLEČNOSTI VELETRHY BRNO MARIE SURKOVÉ TO URČITĚ PLATÍ. VŽDYŽ SVÉ VELETRHY TECHAGRO – ANIMAL VETEX – SILVA REGINA VYPIPLALA Z PLENEK DO PODOBY, NA KTEROU MŮŽE BÝT PRÁVEM HRDÁ. A ONA TAKÉ JE, JAK VYPLÝVÁ Z NÁSLEDUJÍCÍHO ROZHOVORU.

JAK SE RODÍ TAKOVÝ VELETRH, JAKO JE TECHAGRO?

Mezinárodní veletrh zemědělské a lesnické techniky Techagro vznikl vyjmutím zemědělské a lesnické techniky z Mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně. Prvního ročníku se v roce 1994 zúčastnilo 298 vystavovatelů na čisté výstavní ploše cca 23 tisíce metrů čtverečních a navštívilo ho více než 35 tisíc návštěvníků. V roce 2006 se veletrhů Techagro – Animal Vetex – Silva Regina zúčastnilo již 708 firem na čisté výstavní ploše 55 tisíc m² a navštívilo je téměř 80 tisíc návštěvníků. Vše nasvědčuje tomu, že 10. – jubilejní – ročník bude ještě větší (od roku 1994 do r. 1998 se konala akce v jednoletém cyklu, následně pak každý druhý rok).

Jak roste takový veletrh? Je za tím spousta drobné práce. Je třeba navštěvovat různé akce podobného zaměření, jednat s firmami daného oboru, povídat, vysvětlovat, informovat a v neposlední řadě zajistit co nejlepší péči na „místě činu“.

S KÝM SE VÁM JEDNÁ LÉPE – S VETERINÁRNÍMI LÉKAŘI, MYSLIVCI, NEBO ZEMĚDĚLSKÝMI STROJAŘI?

Myslím, že mám štěstí na vystavovatele. Zemědělští a lesnickí strojaři, zemědělci a lesníci vůbec, ale i veterináři a chovatelé hospodářských zvířat, myslivci – to všechno jsou lidé spjatí s přírodou, jsou přímí, odolní, mají zdravý selský rozum, pochopení – a já zrovna takové lidi mám ráda, rozumím jim. Takže se mi se všemi jedná dobře.

DÁ SE SKLOUBIT PRÁCE NA TAK ROZDÍLNÝCH OBLASTECH? CHÁPU, ŽE JAKO ŽENA BUDETE ROZUMĚT POTŘEBÁM ZVÍŘAT, MÁTE BLÍZKO K PŘÍRODĚ, ALE CO VÁŠ VZTAH K ZEMĚDĚLSKÉ TECHNICE?

Moje práce spočívá v pozvání vystavovatelů daného oboru, přidělení co nejvhodnější výstavní plochy, zajištění odpovídajících doprovodných akcí a vytvoření optimálních podmínek na výstavišti tak, aby se našim vystavovatelům podařilo pokud možno bez problémů zajistit své expozice a jejich pobyt v průběhu akce byl nejen úspěšný, ale i příjemný. Takže strojům moc rozumět nemusím, i když už je vcelku rozeznám. Dnešní zemědělská a lesnická technika je na vysoké úrovni a právem bývají naše veletrhy občas nazývány „Agrosalonem“.

PATŘÍTE VE SVÉM OBORU K NEJZKUŠENĚJŠÍM. POŘÁD VÁS BAVÍ OSLOVOVAT VYSTAVOVATELE, JSTE STÁLE ZVĚDAVÁ NA PŘEDSTAVOVANÉ NO-

VINKY, DOKÁŽE VÁS JEŠTĚ PŘEKVAPIT OHLAS NÁVŠTĚVNÍKŮ?

Ano, stále mne baví získávat nové vystavovatele, těší mne, když ti stávající rozšiřují svou výstavní plochu, snažím se, aby každý ročník přinesl něco nového v doprovodných programech a přicházelo stále více návštěvníků. Do soutěže o nejlepší exponáty Grand Prix Techagro – Animal Vetex – Silva Regina se hlásí také vždy větší počet vystavovatelů, což dokazuje, že každý další ročník přináší opět více novinek.



MÁTE NĚJAKÉ „DESATERO“ ÚSPĚŠNÉ MANAŽERKY?

Myslím, že nejdůležitější je mít kolem sebe spolehlivé kolegy a odborníky, kteří daný veletrh uznávají, jsou ochotni pro něj pracovat a šířit jeho dobrou pověst. Já mám štěstí, že mám vynikající výstavní výbor složený ze zástupců našich spoluorganizátorů, jako jsou Ministerstvo zemědělství ČR, Asociace zemědělské a lesnické techniky, Sdružení dovozců zemědělské techniky, Agrární komora ČR, Zemědělský svaz ČR, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, Česká zemědělská univerzita, Veterinární a farmaceutická univerzita, Komora veterinárních lékařů, Lesnická práce a další, kteří od prvního ročníku akce naše veletrhy podporují, pomáhají, radí a naše veletrhy propagují. Neméně důležitá je mediální podpora zejména odborných vydavatelství, jako je Profi Press, Zemědělský týdeník, Agrospoj, Agrární obzor, na které se také můžeme spolehnout. Rovněž kolegové na výstavišti tvoří sehraný tým, a to jak z úseku obchodního, propagace tak i technického. Každé oddělení má své úkoly a na jejich zajištění záleží celkový úspěch veletrhu. A v neposlední řadě je důležité mít svou práci prostě ráda.

DOKÁŽETE SKLOUBIT PROFESI SE SVÝMI KONÍČKY A OSOBNÍM ŽIVOTEM?

Práce na výstavišti je a byla vždy časově náročná, což občas odnášela jednoznačně rodina. A úplně nejméně býval čas právě na ty koníčky.

A PROZRADÍTE, JESTLI RÁDA PLÁNUJETE A NA CO SE TĚŠÍTE?

Po perném roce na výstavišti jsem se vždy těšila na krásnou dovolenou s rodinou, nejlépe někde u moře. A do budoucna se těším, že právě se blíží doba, kdy budu mít více času na rodinu a na své koníčky. Ráda si přečtu více knížek než doposud, budu navštěvovat hojněji divadla, kina, koncerty a budu cestovat. To jsou mé plány do budoucna!

připravil Pavel Kačer
foto: archiv Veletřhy Brno



CAROLLINUM, S. R. O., JE RYZE ČESKÁ OBCHODNÍ SPOLEČNOST, KTEROU V ROCE 1996 ZALOŽILA TAMARA BENDLOVÁ KOTVALOVÁ. ZABÝVÁ SE DISTRIBUCÍ A PRODEJEM LUXUSNÍHO ZBOŽÍ, KTERÉ ZAHRNÚJE HODINKY, ŠPERKY, PSACÍ POTŘEBY, KOŽENÉ ZBOŽÍ, PÁNSKÉ A DÁMSKÉ ODĚVY A DOPLŇKY A BRÝLE.

LUXUSNÍ zboží z pěti prodejen

V současné době je v České republice Carollinum výhradním dovozcem a prodejcem značek Montblanc a Dunhill, od března také dámského oblečení návrháře Johna Galliana. Mimo uvedených je výhradním prodejcem značek Patek Philippe, Vacheron Constantin, Panerai a Van Cleef & Arpels a autorizovaným prodejcem značek Cartier, Rolex, Piaget, Chopard, IWC, Breitling, Bvlgari, Baume & Mercier, Omega a Gucci.

Společnost Carollinum, s. r. o., provozuje síť pěti prodejen. Čtyři jsou v Praze: hodinářství-klenotnictví Carollinum a boutique Dunhill v Pařížské ulici, boutique Montblanc, který se z ulice U Prašné brány v březnu přestěhuje rovněž do Pařížské ulice, a obchod zaměřený na hodinky a klenoty Carollinum Airshop v severním terminálu Letiště Ruzyně. V březnu se bude v prostorách stávajícího butiků Montblanc u Obecního domu otevírat první butik ve střední Evropě renomovaného návrháře Johna Galliana. Posledním obchodem je Focus Carollinum v Grand-hotelu Pupp v Karlových Varech – tedy víceznačková prodejna luxusního zboží s převážně dámskou módou slavných módních značek – GF Ferré, Just Cavalli, Versace Jeans Couture, Versace Versus. Vedle nich jsou v prodeji i šperky Pianegonda.

Klenotnictví Carollinum nabízí kromě výše popsaných značek také vlastní originální kolekci šperků Carollinum, které si dokonce může nechat zákazník vyrobit na zakázku.

(tz)



Jáchymovské lázně otevřely plesovou sezonu

V sobotu 12. ledna zahájily slavnostní fanfáry plesovou sezonu na Karlovarsku. K tanci a zábavě se na tradiční akci sešlo přes 430 lidí. Lázeňské plesy se v Jáchymově konají od založení Radium Palace v roce 1912. „Bohužel, přesný ročník plesu nelze přesně určit, protože po určité období byla sezona narušena válkami. Určitě však překročil devadesátku,“ uvedl generální ředitel Léčebných lázní Jáchymov MUDr. Eduard Bláha.

Ples byl otevřen zpěvačkou Leonou Machálkovou a generálním sekretářem Evropského svazu lázní (ESPA) Joachimem Lieblem, který předal jáchymovským lázním čerstvě přidělené certifikáty kvality EurospaMed. V minulých letech byli čestnými hosty plesu například Ladislav Kernndl nebo Sestry Havelkovy. V průběhu večera měli diváci možnost shlédnout čtverylku i latinsko-americké tance v podání žáků taneční školy Bestdance a velkou bubenickou show. O půlnoci navštívil lázně i kouzelník.

Jáchymovský ples je mezi veřejností stále oblíbenější, o čemž svědčí velký nárůst zájmu o vstupenky. Plno bylo také na sále při vědomostní soutěži. Otázky z okruhu lázeňství v Jáchymově byly všemi hravě zodpovězeny a úspěšní soutěžící si domů odvezli cenné trofeje.

(tz)



Svět konferenční techniky

Pronájem, montáž a obsluha:

- ozvučení
- osvětlení
- projekční techniky
- velkoplošných LED stěn
- tlumočnické techniky
- hlasovacího zařízení

ProMoPro

V naší nabídce naleznete:

- bezdrátové konferenční mikrofony Bosch NG
- LED projekční stěny BARCO
- 65" (165 cm) plazmové obrazovky Panasonic
- bezdrátový hlasovací systém IVS
- digitální tlumočnické zařízení INTEGRUS

ProMoPro s.r.o.

Rubeška 1/215
190 00 Praha 9
Tel.: +420 283 891 660-1
Fax: +420 283 892 757
e-mail: provoz@promopro.cz
www.promopro.cz

POKUD JSTE V ZAMĚŠTNÁNÍ víc hodin, než ukládá zákoník práce...

JSOU TYPY ŽEN, KTERÉ SI „TO“ PROSTĚ DOKÁŽÍ VŠECHNO V ŽIVOTĚ USPOŘÁDAT, ZORGANIZOVAT, NAPLÁNOVAT, VŠECHNO STIHNOUT VČETNĚ PÉČE O SEBE SAMA, ROZDÁVAJÍ SE, ALE JSOU NA DRUHÉ STRANĚ TROŠKU SOBECKÉ, ABY VŠE ZVLÁDLY V OPTIMÁLNÍM MĚŘÍTKU. VÝBORNĚ VYPADAJÍ, RÁDY PŘIJÍMAJÍ DALŠÍ PROFESNÍ VÝZVY, JSOU PYŠNÉ NA SVÉ RATOLESTI, KTERÝCH JE ZPRAVIDLA VÍCE NEŽ JEDNA, VĚNUJÍ ČAS NEJEN RYZE PRACOVNÍ, ALE I TEN SPOLEČENSKÝ, PRO DOBRO VĚCI, K NÍŽ SE ROZHODLY PŘÍSPĚT. TAKOVOU DÁMOU JE I PHDR. MARIE PAVLŮ, CSC., DNES ŘEDITELKA ENTERPRISE EUROPE NETWORK V CENTRU PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ ČR, KTERÉ SE NACHÁZÍ V PRAZE NA VINOHRADSKÉ 46. ŽENA, KTERÁ NAVÍC NIKDY NEZAPOMNĚLA NA DALŠÍ VZDĚLÁVÁNÍ SE A STUDIUM, SPORTOVNÍ RADOVÁNKY STEJNĚ TAK JAKO TŘEBA NA SAMOZŘEJMOST ROVNAJÍCÍ SE NÁVŠTĚVÁM MÓDNIHO ČI KOSMETICKÉHO SALONU. ŘEKNETE – OPTIMÁLNÍ KOMBINACE VŠECH NEJ A ZEPTÁTE SE, JAK TO DOKÁZALA. PRAVDĚPODOBNĚ TÍM, ŽE VŽDYCKY CHTĚLA TROCHU VÍCE OD VŠEHO, CO SE NABÍZELO, VŽDY SE SNAŽILA UCHOPIT OD ZÁKLADU TO, CO UCHOPENO MĚLO BÝT. DALŠÍ ODPOVĚDI NAJDETE V NÁSLEDUJÍCÍCH ŘÁDCÍCH.

EURO INFO CENTRUM A VAŠE JMÉNO – LÉTA TO PATŘÍ K SOBĚ. ALE JAK TO VLASTNĚ BYLO ZE ZAČÁTKU? A PROČ TOTO SPOJENÍ?

V roce 1992 jsem po dvouletém působení na Vysoké škole ekonomické začala pracovat v Národním informačním středisku, které zastřešilo jedno z center velké evropské sítě – Euro Info Centrum (EIC). Tehdy to bylo první středisko, které poskytovalo odborné informace a poradenství pro podnikatele o vznikajícím jednotném trhu Evropské unie. EIC v Praze, tehdy sice jen tzv. korespondenční EIC, mělo dokonce na starosti koordinaci všech těchto center ve střední a východní Evropě. A musím také říci, že bylo založeno díky belgické vládě, která jeho činnost po několik let dotovala a EIC Charleroi (město ve valonské části Belgie), poskytovalo Praze jak podporu informační, tak i jednoho Belgičana, který nám předával „know-how“ této sítě.

Od r. 1994 jsme ale měli přímé napojení na Evropskou komisi a informace, různé materiály, tehdy unikátní, i podporu



Podpora podniků na dosah ruky

ve formě různých brožur jsme dostávali přímo od generálního ředitelství Evropské komise, které mělo na starosti malé a střední podnikání. Tyto pionýrské doby se obešly ještě dokonce bez počítače a databázi, což dnes už zní, jako bychom se pohybovali tehdy ve středověku! Celá síť a tedy i naše pražské středisko mělo ale jasný cíl: informovat a radit o evropských záležitostech a pomáhat firmám, aby uspěly už tehdy při exportu a při orientaci ve složité evropské legislativě.

Euro Info Centrum tedy ve svém počátku znamenalo Evropské Informační Centrum – ale já tento název považovala vždy za trochu matoucí. My jsme nejen informovali, ale radili, zprostředkovávali a organizovali celoevropské akce pomáhající navazování mezinárodní spolupráce firem ve všech oblastech, dělali jsme rešerše z oblasti legislativy...

TO ZNAMENÁ, ŽE VÁS VEDLA SILNÁ VIZE A ŽE SE PORADENSTVÍ, SKLOUBENÉ DO URČITÉHO SYSTÉMU, STALO VAŠÍM KONÍČKEM?

Ano, taky jsme se pokoušeli skutečně vytvořit jednotný poradenský systém, postupně zavádějící všechny objevující se technologické novinky – počítače, databáze, intranet – a sami jsme se poctivě školili jak v odbornostech – zejména právních a ekonomických, ale samozřejmě také počítačových. Vždyť, jak už jsem říkala, začínali jsme pouze s tužkou v ruce a papírovými zdroji! Musím říci, že Evropská komise, která si tuto síť v r. 1987 vymyslela, nám pomohla vytvořením řady účinných nástrojů: jsme například asi jediná mezinárodní poradenská síť, která vlastní intranet spojující kolem 400 subjektů v Evropě i mimo ni. A díky tomuto nástroji jsme denně spolu v kontaktu, a protože se pravidelně setkáváme i při odborných školeních, osobně se velice dobře známe. A proto se nám i mnohem lépe spolupracuje, a často jsme pro podnikatele zjistili informace, které by se oficiální cestou zjistit nepodařilo! Evropská komise nám také dala k dispozici celosvětovou databázi na vyhledávání obchodních partnerů, kterou jsme pravidelně vylepšovali. A tak jsme se všichni v naší síti museli stát také odborníky i v této oblasti. Celá síť slavila v loňském roce 20 let, a my jsme při bilancování zjistili, že mezi sebou v rámci EU máme dnes tolik vysoce kvalifikovaných odborníků na nejrůznější problematiku jednotného evropského trhu, že je dnes již potkáváme i na exponovaných místech jak v jednotlivých zemích, tak i v Evropské komisi.



MEZI PODNIKATELI JSTE SE STALA ZNÁMOU A VÍ- TANOU OSOBNOSTÍ, PŘEDNÁŠÍTE NA ŘADĚ KON- FERENCÍ, SAMA JSTE DALA PODNĚT K TOMU, ABY JICH BYLO NESPOČET USPOŘÁDÁNO, ČÍM JE TAKOVÉ PROSTŘEDÍ PRO VÁS MAGICKÉ?

Já bych neřekla magické – já bych řekla inspirující a dodávající energii. Když vidíte, že o akce je zájem, nebo dostanete dopis s poděkováním, nebo se k vám podnikatelé hlásí i při akcích, kde jste spíše inkognito, pak je to samozřejmě příjemné. A když se nám navíc podařilo vystihnout témata, která podnikatele zajímala (jako například před naším vstupem do EU, kdy jsme vytvořili řadu nástrojů jednak pro školení o EU, jednak pro samohodnocení firem z hlediska připravenosti pro jednotný trh – a dokonce jsme objevili, že z nás čerpali i soukromé renomované firmy!) – pak je to pocit, že to neděláme nadarmo. Ale tento pocit je vždy příliš subjektivní (ono se někdy i něco nepovede – podle hesla, kdo nic nedělá, nic nezkazí), proto jsme se uspokojením po ramenech neplácali. Vždy jsme se drželi názoru podnikatelů a téměř pravidelně jsme si dělali reprezentativní výzkumy, co podnikatelé potřebují znát a vědět o EU, jaké služby po nás chtějí a jaké informace jim chybějí. A z toho vycházel i náš plán na další roky. Ale nechci mluvit jen o sobě.

VÍM, ŘEKNETE MI, AŽ SE DRŽÍM PŘI ZEMI A NEPROVO- KUJI TAKOVÝMI OTÁZKAMI. A URČITĚ DODÁTE, ŽE JE NA KAŽDÉM, JAKOU CESTU NA SVÉ PROFESNÍ DRÁZE ZVOLÍ...

A co se týče mé osoby – jak vidíte, mluvím v množném čísle, protože bez svých spolupracovnic a ostatně bez dalších kolegů z těch téměř 400 středisek naší sítě bych nemohla naše cíle – dobré poradenství pro podnikatele – vůbec uskutečnit. Moje „nová“ profese (v podstatě třetí v mém životě – po dráze literární historičky a vysokoškolské učitelky) mi ale popravdě přináší největší uspokojení... Mohu totiž uplatnit tak trochu ze všech svých zkušeností. A je pravda, že dnes je mnohem snazší profesi změnit a stále se vzdělávat, než tomu bylo před dvaceti lety.

VAŠE SPOLEČNOST SE TEDY VÝZNAMNĚ PODÍLELA NA FORMOVÁNÍ PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ U NÁS. JAK JE TOMU DNES?

Já už jsem to trochu popsala. Považuji za podstatné zdůraznit, že naše role je trochu výjimečná a více než některých českých institucí provázána i na Evropskou komisi, která má také jako jeden cíl přispět k zjednodušení podnikání v Evropě. My se jí snažíme poskytovat zpětnou vazbu o tom, které předpisy jsou brzdou pro další rozvoj. Samozřejmě, tyto



informace čerpáme zase z konzultací s firmami. A naopak, snažíme se našim podnikatelům a institucím zprostředkovat i dobré příklady z jiných zemí. Jsme v pravidelném kontaktu jak s hospodářskými komorami, tak všemi institucemi, které se na podobné činnosti podílejí. Kdysi jsme iniciovali pod záštitou Evropské komise i pravidelné konzultace institucí a podnikatelů na úrovni regionů s cílem diskutovat o všech otázkách podnikatelského prostředí a jeho zlepšování se snahou najít některá řešení.

KDYŽ REKAPITULUJETE ČINNOST POD ZKRATKOU EIC – CO BYSTE OZNAČILA JAKO JEDNOZNAČNÝ ÚSPĚCH, KTERÝ NESMYL ANI ČAS?

Jsme síť. A fungujeme tak. Poskytujeme si navzájem unikátní služby, jejichž konečným příjemcem je podnik či podnikatelé. Kde jinde byste například do dvou týdnů dostala rešerši o národní legislativu týkající se např. herních automatů? A vidíte, my to umíme. I když jde o menší zádrhele – nejvíc dotazů teď máme k vysílání pracovníků a poskytování služeb – dokážeme je za pomoci svých kolegů vyřešit. (A navíc, podniky za to skoro nic neplatí.) A ostatně také nám nikdo nevezme, že jsme byli první, kdo podával ucelené informace o evropském trhu.

SÍŤ EURO INFO CENTER VŠAK ČEKÁ V TĚCHTO DNECH PODSTATNÁ ZMĚNA. JAKÁ A PROČ K NÍ DOJDE?

Oslavili jsme 20 let a nastala fáze dalšího zkvalitnění. A tak jsme se od ledna 2008 spojili s další, mladší sítí zřízenou také



Evropskou komisí, s IRC = Innovation Relay Centres. A vznikla nová síť v rámci evropského Programu na podporu konkurenceschopnosti a inovací (anglicky CIP), jmenuje se Enterprise Europe Network. Má tedy nové jméno, logo, ale co je podstatné, staví na nejlepších zkušenostech obou sítí a využívá většinu všech těch kvalifikovaných odborníků, o nichž jsem již mluvila. Síť řídí Evropská komise a finančně ji podporuje.

CHYSTAJÍ SE ROVNĚŽ NĚJAKÉ NOVINKY V KOMUNIKACI S FIRMAMI, VAŠIMI KLIENTY?

Určitě. Bude nový web (ale zatím nás hledejte stále na www.euroinfocentrum.cz), společný portál obou sítí (ten nový bude mít adresu www.enterprise-europe-network.cz), budeme se snažit i nadále s nimi komunikovat všemi prostředky a budeme je stále více „vtahovat“ do rozhodování o tom, jak má jednotný evropský trh vypadat – ať už konzultacemi, nebo osobními návštěvami... Avšak na prvním místě bude pro nás poradenství poskytované za rozumných a finančně nenáročných podmínek.

SAMA JSTE PODNIKATELKA, MANAŽERKA, VSTŘÍCNĚ VNÍMANÁ OSOBNOST, HRDÁ MATKA, SPOKOJENÁ MANŽELKA, ČINORODÁ ŽENA – CHYBÍ VÁM VŮBEC JEŠTĚ NĚCO KE ŠTĚSTÍ?

Víte, vždy něco chybí a je něco za něco. Pokud trávíte v práci víc hodin, než ukládá zákoník práce, vaše povolání se vám stane koníčkem a vaši pracovní partneři přáteli, pak je trochu problém si najít ještě dost času na rodinu a blízké. To bych chtěla jednou změnit, zejména až se objeví nějakí vnuci. Já mám nyní už tři dospělé děti, které to chápou, a stejně pra-

cí posedlého manžela, takže jenom občas spřádáme plány, jak jednou naložíme s časem, až nám pracovní povinnosti ubudou. Jinak si ale vždycky udělám volno na sport – v zimě běžky, aerobic, turistika, v létě kolo. I když i tam se vlastně potkávám se svými kolegyněmi – jezdíme totiž např. společně na týdenní cvičební pobyt už léta do Mariánských lázní.

CO, PODLE VÁS, DNES NEJVÍCE OTRAVUJE MALÉ FIRMY A ZNEPŘÍJEMŇUJE ŽIVOT NADŠENÝM?

Malé firmy se potýkají určitě s mnoha problémy – od nedostatku financí po nedostatek loajálních zaměstnanců. A určitě také s tím, že nemají čas na získávání relevantních informací z oblastí, které jsou jim vzdálené. Nechci tady opakovat, co čteme všude – moc administrativy, málo vstřícnosti úředníků, bariéry při podnikání v zahraničí... Já bych chtěla zakončit optimisticky – hledejme dobré příklady, inspirujme se při podnikání těmi, kteří všechny překážky zvládli a poučme se z jejich postupů. Ono se až někdy nechce věřit tomu, jak jednoduše lze některé věci zařídit, pokud víte, jak na to. Já třeba mám jednu velice oblíbenou knihu, kterou jsem vždy dávala jako příklad úžasného přístupu k životu a podnikání – je to románový životopis slavné Heleny Rubinsteinové od francouzského romanopisce Paul-Loup Sulitzera s jednoduchým názvem Hannah. Vřele doporučuji (vyšla i česky) jako doplněk ke školení jak se stát podnikatelem(lkou) i jako úžasný kurz marketingu. A vidíte, už jsem ve své první profesi, v mé milované francouzské literatuře...

otázky na míru se pokusila ušít Eva Brixí ☞

*foto: archiv Enterprise Europe Network
v Centru pro regionální rozvoj ČR*



VEČER „MUŽ PRO SLUNCE“, KTERÝ SE USKUTEČNIL NEDÁVNO V PRAZE, BYL POŘÁDÁN ZA ÚČELEM SHRUTÍ STÁVAJÍCÍ SPOLUPRÁCE MANUÁLU ÚSPĚŠNÉ ŽENY („MUŽE“) S NADAČNÍM FONDEM „SLUNCE“ PRO VŠECHNY A JEJÍHO PROHLoubENÍ. „JSEM NESMÍRNĚ RÁDA, ŽE MŮŽEME V RÁMCI „MUŽE“ „SLUNCI“ POMÁHAT A DOUFÁM, ŽE DO BUDOUČNA BUDE POMOCI JEŠTĚ VÍCE,“ NECHALA SE SLYŠET EVA ČEJKOVÁ, ZAKLADATELKA PROJEKTU „MUŽ“ A ŘEDITELKA SPOLEČNOSTI CONPRO.

„MUŽ“ A „SLUNCE“ jsou skvělý pár

Moderování se bez nároku na honorář zhostil Vlasta Korec, který se jako už tradičně překonával – na nudné řeči opravdu nebyl čas, večer měl velkou dynamiku. Nejprve Vlasta představil ženy, které následně převzaly patronát nad některou z oblastí služeb poskytovaných Nadačním fondem – Tamaru Bendlovou, Hanu Heřmánkovou a Radku Fišarovou.

Následovala dražba, která byla nad očekávání vydařená. Dražily se předměty, které darovaly samy patronky a celý výtěžek z této dražby samozřejmě poputuje na účet Nadačního fondu SLUNCE pro všechny. Dvě vstupenky na představení Jakub a jeho pán v Divadle Bez zábradlí, které věnovala Hana Heřmánková, vydražil Ilja Hašek z firmy Uniservis za krásných 16 000 Kč. Náramek Radky Fišarové, ke kterému Radka spontánně přidala ještě své CD, byl prodán hejtmánovi Středočeského kraje Petru Bendlovi dokonce za 36 000 Kč a zlatým hřebem se stalo pero od paní Tamaru Bendlové, které vydražil Petr Vaculík za 60 000 Kč. Hezké gesto vzešlo také z řad ostatních hostů – dražba CD Kompass, které neplánovaně věnovala k prodeji paní Iveta Petřů, vynesla 20 000 Kč.

Tím ale pro „SLUNCE“ příznivé zprávy zdaleka nekončily – na řadu přišlo totiž ještě předávání darů od firemních sponzorů. Za firmu Daril byl předán šek na částku 3000 Kč, společnost Pharma Nord přivezla klientům „SLUNCE“ 170 tašek plných bioaktivních vitaminů, MATERNA Communications poskytla šek na telekomunikační služby v hodnotě 10 000 Kč, společnost Karlovarské minerální vody darovala pitný režim v hodnotě 5000 Kč. Pearl Bohemica předala šek na 33 400 Kč, což je částka, která byla výtěžena prodejem charitativního šperku „MUŽe“, a spoustu skleněných korálků. Na závěr věnovala Nadačnímu fondu Eva Čejková poukázku na PR služby v hodnotě 250 000 Kč. „Jsem moc ráda, že nám ConPro bude pomáhat v této oblasti – PR jsme si doteď dělali, jak se říká, na koleně, protože na ně nebyl dostatek finančních prostředků. Přitom je ale pro nás samozřejmě velmi podstatné,“ děkovala Blanka Dvořáková. Jeden z významných hostů večera velmi skromně, až po skončení oficiální části pode-



... a osobnosti se usmívaly.

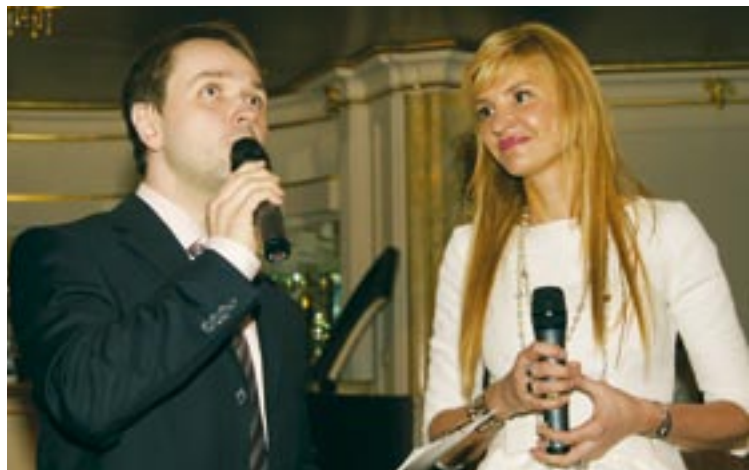


Na vydařený večer budou vzpomínat všichni aktéři...

psal s Blankou Dvořákovou darovací smlouvu na 100 000 Kč. Pohazení po duši znamenala pro přítomné i vystoupení umělců, z nichž si žádný nenárokoval honorář – Radka Fišarová, Honza Kalousek, Markéta Muzikářová a Inflagranti a skvělý moderátor Vlasta Korec! Hudebním nadáním okouzlit také Ladislav Albrecht, klient „SLUNCE“ pro všechny, který zahrál a zazpíval píseň od skupiny BEATLES – Yesterday. Na otázku, co by každý z patronů a hostů popřál Nadačnímu fondu „SLUNCE“ pro všechny do nadcházejícího roku, odpověděl šarmantní Honza Kalousek slovy „Nemá to být přirovnání k nukleární energii, ale přeji si, aby nám všem svítily tisíce sluncí.“ Nezbyvá než doufat, že přání se splní.

více informací na www.manualzeny.cz a www.conpro.cz (tz)

foto: archiv ConPro



... a ženy byly krásné

VE STRESU JSME IN?

aneb Dokonalá manažerská selhání



TĚŽKO BYLO ROZPOZNAT, KDY V KOMENTÁŘI PAVLA VOSOBY K NOVÉ KNIZE, KTERÁ SE ONEHDY KŘTILA V PRAZE, KONČIL SARKAZMUS, KTERÝ SE MÍCHAL S CYNIZMEM I NADHLEDDEM NAD VĚCÍ, A PŘECHÁZEL V ÚSMĚVNÝ NÁZOR NA ŽIVOT A VLASTNÍ DOVEDNOSTI AUTORA. Z TOHO VEČERA MI V PAMĚTI UTKVĚLY DVA PRVKY: DĚS PAVLA VOSOBY Z TOHO, ŽE BYCH SE HO V TEN SLAVNÝ VEČER CHTĚLA JEŠTĚ NA COKOLI ZEPTAT, ŽE BY SE MUSEL KONCENTROVAT NA TO, CO VYJDE V DALŠÍ ŘEČI VÁZANÉ; A JEHO VYJÁDRĚNÝ OBDIV K TĚM, KTERÉ Z JEHO NÁPADŮ KNIHU VLASTNĚ VYTVOŘILY – K ŽENÁM. MANŽELCE, KOREKTORCE, ŠÉFCE ODDĚLENÍ V NAKLADATELSTVÍ, A VLASTNĚ I DCEŘI, PRONIŽ TU KNIHU VŮBEC NENAPSAL, KDYŽ ZJISTIL, JAK SLOŽITÉ JE VYMÝŠLET PRO DĚTI.

Druhý den jsem do redakce nešla autem. Ačkoli se snažím nebrat s sebou nic, co mi připomíná moji profesi, natož nějaké knihy, a raději relaxuji díváním se třeba z okna autobusu na malebnou krajinu nikoho, tentokrát jsem se třásla na to, až budu moci knížku otevřít. (Totiž – ve spěchu jsem ji nestačila z kufru vyndat a s sebou jsem táhla vše od včerejška.) Drama zvědavosti narostlo s tím, když jsem se přesvědčila, že příběhy jsou skutečně kratičké a že se po mně nebude chtít usínání nad stránkou. A stouplu v okamžiku, jakmile jsem našla v kufříku brýle. Díky nim jsem zjistila, že postrádám jakýkoli doklad o své totožnosti, což se mi stalo poprvé v životě (pro změnu zůstaly v kabelce od předvčerejšku). Než abych se sháněla po kreditkách, občance, průkazce na MHD či novinářském průkazu a mnoha dalších nezbytnostech, bez nichž vás v této zemi ani nepohrbí, s bojovnou rozhodností jsem se začetla. Že mohu ujít pozornosti revizora, když hbitě vyruším řidiče a zakoupím lístek přímo v autobuse, který mne na 60 minut učiní svobodnou, jsem podvědomě odložila. Slast z četby byla na místě. Také jsem vlastně doháněla čas, který jsem probendila právě na křtu, během kterého se nic nespolečenského dělat nedalo. Musela jsem to všechno udělat tak, abych stihla schůzku se skvělou manažerkou jisté stavební spořitelny, abych vyřídila posléze všechny ušlé telefonáty, a že jich bylo, odepsala na všechny maily, přijala dva nové kolegy, navrhla inovovanou strategii naší reklamní kampaně, vyhledala dva mizerné weby, což mám jako denní předsevzetí, zredigovala několik článků, domluvila se s tiskárnou, zavolala mamince, jak se má, znovu si přečetla básničku, která má jít na titulní stranu naší Madam, ve chvíli volna vyplnila prázdná okénka na stránkách diáře a pádila zařadit další záležitosti. Potřebovala jsem se také zastavit v obzorámařství a vyzvednout zasklenou stránku z mého starého diáře. Vyvěšuji si je totiž v redakci jako skutečné obrázky: ano, zasklený stres!

A jak mi tyto maličkosti letěly hlavou současně s listováním v Pavlu Vosobovi, vrátila jsem se k řádkům, které čtu nyní znovu společně s vámi.



Ing. Pavel Vosoba, CSc.

Možná vím, proč:

„Skončil mítink. Z vydýchané a propoceně zasedačky se trousí mátožné postavy. Přemýšlím, kolik energie v nich ještě zbylo. Jakou činnost mohou produktivně vykonat ve zbytku pracovní doby? Vcházím do zasedačky. U stolu sedí mladá žena a telefonuje. „Právě jsme skončili! Promiňte, ale nešlo to. Za chvíli mám další mítink. Můžeme se domluvit na oběd?“ Žena sklapla mobil a já se neseměle ptám: „Na kolika projektech pracujete?“ „Asi na šesti, z toho dva v podstatě řídím. Nebaví mě to. Svoji práci nestíhám, končím v devět večer. Aspoň kdyby u toho nebylo tolik byrokracie.“ „Proč to neodmítnete?“ „Kdo by to dělal? Nechápu, proč je těch projektů tolik, ztrácím se v nich.“ „Není to tím, že se cítíte in – žádaná, potřebná, že vypadáte vytíženě a že vás ostatní obdivují?“ (Když prodáváš změnu – nespěchej, str. 33–34)

Slavnostním křtem vstoupila do českých knižních vod již pátá kniha Pavla Vosoby Dokonalá manažerská selhání. Pavel Vosoba je poradcem

a spolumajitelem společnosti M.C.TRITON, která podporuje růst a výkon společností prostřednictvím služeb svých poradců, trenérů a interim manažerů. Jeho kniha přináší čtenářkám a čtenářům cenné zkušenosti z dlouholeté poradenské praxe autora, ať už se jedná o oblast zvyšování výkonu společností či řízení projektů ve všech jeho fázích, nebo rozvoj služeb. Publikace Dokonalá manažerská selhání, kterou vydalo nakladatelství Grada, pomůže manažerům, obchodníkům či podnikatelům na 55 příbězích pochopit leckdy fatálně špatné přístupy k lidem a problémům. Ukáže jim také jasná pozitiva otevřenosti, pragmatičnosti a mnoha dalších zásad, která přinášejí nejlepší výsledky. Každý příběh vrcholí poučením a pravidly, která čtenáře příjemně upoutají: „Nesamostatnost pracovníků je zrcadlem chování manažera“, „Řízení není pozice, ale myšlení“, „Projekt potřebuje osobnost schopnou odmítnout hloupost“, „Rozumějme hodnotám lidí, které řídíme“, „Hrdost na minulost je příjemná, ale neuživí“ a mnoho dalších.

Eva Bixi

foto: archiv M.C.Triton

JAZYK ČESKÝ NENÍ JEN SLOŽITÝ A PLNÝ LSTÍ, ALE TAKÉ MLSNÝ. TEDY – OBRAZNĚ ŘEČENO. JE RÁD, KDYŽ ČLOVĚK DOPLNÍ KLASICKOU ČESKOU KUCHYNI JÍDLEM, KTERÉ JEŠTĚ NEMÁ U NÁS TAKOVOU TRADICI, O TO VÍCE NOVÝCH PŘÍZNIVCŮ. JEDNOU Z DOBROT, KTEROU SI NENECHÁME UJÍT, JE TAKÉ MASO TUŇÁKA. NEJZNÁMĚJŠÍ JAKO RIO MARE, A TO V RŮZNÝCH PODOBÁCH. ZAJÍMAVÝ JE TŘEBA V ROLI TUŇÁKA NA TĚSTOVINY.

RYCHLÉ DOBROTY

vítězí v čase

Tuňák na těstoviny Rio Mare Per Pasta je řada tuňáků ochucených dle tradičních italských receptů, výborně se hodí na přípravu teplých i studených pokrmů ve stylu středomořské kuchyně.

Tato řada kombinuje vysoce kvalitního tuňáka v olivovém oleji se zeleninou, kořením a dalšími přísadami v pěti variantách: Puttanesca – s rajčaty, černými olivami a kapary, Jemný tuňák s rajčaty a bazalkou, Pikantní tuňák s česnekem a feferonkou a nově také Exotický tuňák Alla Marinara s ančovičkami, kapary a rajčaty a Pikantní tuňák Alla Arrabbiata s rajčaty a feferonkou.

Díky směsí tuňáka na těstoviny Rio Mare Per Pasta je příprava těstovinového salátu nebo teplého jídla maximálně jednoduchá. Obsah konzervy se



prostě zamíchá do uvařených těstovin a jídlo je hotové.

Znamená to, že se takový tuňák výtečně hodí v okamžiku, kdy pospícháme a máme notný hlad. Což je v případě vytížených žen nejméně jednou denně... Řekněte, milé dámy, samy. Co je snadnějšího, když přijdete později domů a... Těstoviny se uvaří skoro samy a vyzývavá konzerva je po ruce...

Dovází Bolton Czechia, Hviezdoslavova 29, 627 00 Brno, www.riomare.com

(tz,rix)

FEJETON

CHCI MANAŽERKU

Rád vyhledávám chvíle samoty, i když přebývat v osamění nikdy nebyl můj šálek čaje. Ale koho mít po svém boku jako nejbližšího člověka, to je, oč tu běží. Nad tím jsem se neprestal zamýšlet, i když touhy postupně ztrácely ten spalující žár a mladické vášně byly s nabyváním zkušeností vytěšňovány rozumovými argumenty.

Žena mých snů prošla proměnami času. V pubertě mne oslňovaly, jak banální, něžné plavovlásky s roztomilým pršáčkem, útlé v pase a s velkoryse klenutým poprsím. Kvůli jedné takové Claudii Schiffer jsem začal psát dekadentní básně a nasadil si masku mladého muže, předčasně znechuceného životem, s neustále zapálenou cigaretou v ústech.

Abych se nakonec nestal doživotním zoufalcem bez partnerky, začal jsem z nastavených kritérií slevovat. Přestal jsem trvat na barvě vlasů (blond), velikosti podprsenky číslo 4 a velikosti dámského nosíku. S věkem jsem se odvrátil od fyzických parametrů a ženský ideál si začal formovat stále víc podle duševních kvalit a celkových schopností.

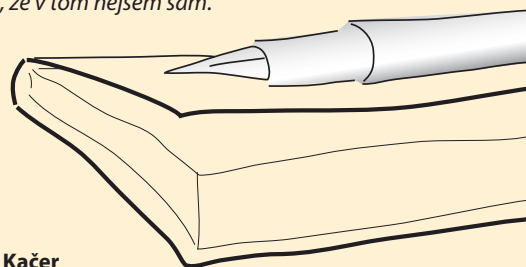
Ano ženy, pozornost jsem obrátil k vaší duši, která na rozdíl od těla může s přibývajícím rokem krásnět. Dospíval jsem k přesvědčení, že člověk nemusí mít filmovou tvář bez vrásky a svůdnou postavu sexbomby. Nesmí mu však chybět lidské vlastnosti a něco, co bych nazval souzvukem, naladěním na stejnou strunu.

Dozrál jsem k tomuto názoru postupně, ne lacině a nic na tom nemění ani fakt, že i v pozdně středním věku se rád ohlédnu za mladou, fešnou sukní a srdce mi radostně posko-

čí. Jaksí platonicky. Už ale vůbec nehledám tu naivní krásku, k níž budu okouzlen vzhlížet jak ke svatému obrázku a plnit každé její, ještě ani nevyslovené, přání. Teď chci pravý opak! Ženu, která se vyzná v životě a moc dobře ví, co obnáší. Perfektně zvládá úlohu hospodyně, ale rozhodně není domácí putka. Suverénně si vede ve své profesi, ale není to hysterická workoholička ani generál v sukních, která ze svého manžela udělá prvního z podřízených. Inteligentní ženu, která si nebude hrát na interesantní intelektuálku. Sním o dokonalé bytosti, o manažerce rodinného štěstí.

Od takového člověka se chci nechat hýčkat. Abyste mi rozuměly, nehodlám z ní učinit exkluzivní služku, která byla stvořena jen pro svého pána. Chci být hýčkán její přítomností, její úctou a láskou. A mít to nádherné privilegium dělat ji milovaného, spolehlivého, rovnocenného partnera.

Zní to možná jako z červené knihovny, ale její obliba svědčí o tom, že v tom nejsem sám.



Pavel Kačer

NIKDY NIC NEVZDÁVÁM,

čím větší problém, tím pro mne lépe

NEVÍTE SI RADY, POTŘEBUJETE NOVÝ BYT NEBO DŮM, ROZVAŽUJETE NAD REKONSTRUKCÍ TOHO, KAM SE DENNĚ VRACÍTE, ALE NEMÁTE FINANCE? PAK DOPORUČUJI VYZKOUŠET NABÍDKU HYPOCENTRA MODRÉ PYRAMIDY, KTERÉ NAJDETE V PRAŽSKÉ JINDŘIŠKÉ ULICI ČÍSLO 17. FUNGUJE TU OD LEDNA NEJEN VE VŠEDNÍ DNY, ALE TAKÉ O VÍKENDU. VĚNOVAT SE VÁM BUDOU FINANČNÍ PORADCI, NA KTERÉ SE MŮŽETE SPOLEHNOUT. FUNGUJE TO ZDE TAK DOKONALE, ŽE MI PO PRVNÍ NÁVŠTĚVĚ SYN OZNÁMIL: „TAK SE, MAMI, PŘIPRAV NA TO, ŽE SE ODSTĚHUJU. DO VLASTNÍHO S MODROU PYRAMIDOU.“



Nic na tom nezměnil fakt, že mi vhrkly slzy do očí a myslí se začal odvíjet filmový pás uplynulých dvaceti let. Vidinu osiřelého pokojíku juniora nebylo lehké překonat. Život jde ale dál, Modrá pyramida má pravdu, řekla jsem si, avšak jen potichoučku, aby to nikdo neslyšel, protože přijímat vlastní pravdy je někdy těžší, než souhlasit s pravdami ostatních. Dnes přemýšlím, jak často bude vozit košile k vyžehlení a zda budu pověřena zalévat květiny, až synek odjede na dovolenou... Víím, že budu přece jen užitečná...

Když jsem do právě otevřeného Hypocentra vešla, ještě to zde dýchalo novotou. Ale už žilo na plný plyn. A když mi stiskla ruku Ing. Martina Pařízková, manažer obchodního týmu I, bylo mi jasné, že nejsem u amatérů, ale mezi odborníky, jejichž zdravé sebevědomí a profesionalita dává člověku jistotu dobré péče a naději veselých snů. Ty se zde pomáhají totiž plnit.

PODÍLET SE NA ROZHODOVÁNÍ LIDÍ O TOM, JAK NALOŽÍ SE SVÝMI PENĚZI – TO JE DOCELA ZODPOVĚDNÁ PRÁCE – NEBOJÍTE SE, ŽE VÁM ZA ČAS ZAČNOU SPÍLAT, ŽE JSTE JE PŘESVĚDČILA KE ŠPATNÉ INVESTICI?

Především obecně platí, že investice do bydlení jsou výhodnými a dobrými kroky. Vložit prostředky do koupě bytu či domu to není nikdy špatné rozhodnutí. Například náš Hypoúvěr je atraktivně nastavený produkt, velmi konkurenceschopný i samotným hypotékám, vlastně lepší. Snad nebudu přehánět, když řeknu, že nám sám přivádí klienty, hlavně na doporučení jiných, spokojených lidí. A když je někdo spokojen, rád se o tom zmíní známým, přátelům, kolegům.

PODLE VAŠICH PRVNÍCH ARGUMENTŮ SOUDÍM, ŽE MÁTE VÍCE ZKUŠENOSTÍ Z KOMUNIKACE S LIDMI NEŽ Z JEDNOHO ZAMĚSTNÁNÍ.

Jak jste to poznala? Ano, určitou školou života byla jistá advokátní kancelář. Zabývala jsem se pohledávkami, tedy jsem byla jsem zvyklá snažit se. Víím také, jak na tom jsou ti, kteří špatně předvídali své možnosti a mají dluhy. A ne proto, že by nechtěli platit, ale proto, že správně neodhadli svoji situaci. Proto bych si také nikdy nedovolila

vtáhnout do obchodu klienta, který na to nemá... to mu raději doporučím jiný produkt, jiné řešení, jiný režim splácení. Udělat obchod za každou cenu se nevyplácí. Není to můj styl.

Snažím se klientům vyjít vstříc tak, aby z toho měli užitek a já abych neměla výčitky svědomí. Dobrý obchod není jen o provizi. Na tom si zakládám.

CO VÁS DOVEDLO K TOMU, ŽE JSTE ZAČALA VĚŘIT V PRODUKTY, KTERÉ NABÍZÍ MODRÁ PYRAMIDA? MĚLA JSTE OSOBNÍ ZKUŠENOST ZE STAVEBNÍHO SPOŘENÍ?

Přesně tak. Když jsem skončila v advokacii, měla jsem v Modré pyramidě stavební spoření a vyřizovala si překlenovací úvěr. A tehdy jsem dostala nabídku zde pracovat. Moc jsem se nerozmýšlela – jsem aktivní člověk, víím to, musím mít před sebou program, práci, adrenalin, stres. Pak žiju. Vzala jsem to. Nastoupila jsem v roce 2004. Měla jsem odvalu a chuť do práce. Musela jsem se i hodně učit.

PŘÍCHÁZEJÍ K VÁM TI, KTERÍ VLASTNĚ JEŠTĚ NEVĚDÍ, CO CHTĚJÍ, ANEBU SPÍŠE S JASNOU PŘEDSTAVOU?

Spíše asi s tou představou, co koupit, co zrekonstruovat, a hledají cestu, jak to zvládnout optimálně. Většina mých klientů také přichází na doporučení známých, po dobré zkušenosti, na základě spokojenosti s našimi službami. Je jich však tolik, že „je rozpouštím“ mezi kolegy, do svého sedmičlenného týmu, sama bych je obsloužit už nezvládla.

ALE TVRDILA JSTE, ŽE STRES JE PRO VÁS VYSVOBOZENÍ...

To určitě, ale fyzické možnosti člověka jsou také v určité toleranci. A klient má přednost přede vším. Takže jako manažer obchodního týmu víím, co dělám, když se o práci, která se nám hrne díky spokojenosti klientů, dělím jak se zkušenými, tak s kolegy, kteří začínají. Vííte, oni k nám klienti nepřicházejí jen tak, že jdou okolo naší budovy v Jindřišské a jsou zvědaví...

Protože spolupracujeme s velkými korporacemi, jako například s O2, T-Mobilem, Unicornem, DHL, TNT, RWE, Ikea a také s renomovanými developery jako REMAX, FINEP, Sicom, Singa, poskytujeme finanční poradenství a následné řešení jejich zaměstnancům... A ti vědí, kde nás hledat...

VY JSTE SE VLASTNĚ PODÍLELA NA MYŠLENKOVÉ PŘÍPRAVĚ HYPOCENTRA, VIĐTE?

To do určité míry ano, protože mimo jiné vznikalo i na základě našich výsledků a praxe ze dvou poboček. UVědomili jsme si, že poskytovat poradenství na dobře dostupném místě a pod jednou střechou s odpovídajícím zázemím bude to nejšikovnější řešení. No a zrodilo se naše Hypocentrum. Otevřeno je v sobotu i neděli, a to od 9 do 18, v týdnu pak od 9 až do 21 hodin, aby si zájemci mohli věci v klidu vyřídit, rozvážit, propočítat. Minulý týden tu bylo, promiňte mi ten výraz, tak narváno, že jsme lidi málem neměli kam usadit. Vidíte, to je ten správný stres, pro obchodníka v jistém slova smyslu úžasný pocit.

JAKÉ VIDÍTE NEJVĚŠÍ SLOŽITOSTI V ROZHODOVÁNÍ O TOM, KTERÝ PRODUKT VLASTNĚ NABÍDNOUT?

O tom ta práce přece je. Najít to nejlepší pro klienta, to je o praxi, o tom, jak umíte kombinovat. Čím složitější případ k řešení, tím pro mne lepší. Základní pravidlo je, že se snažíme nabídnout klientovi takovou variantu, která i jemu připadá neoptimálnější. Tomu nejlépe porozumí ten, kdo nás poznal a kdo třeba nějaký úvěr od Modré pyramidy dostal. Na druhé straně musím říci, že třeba právě Hypoúvěr je tak šikovně nastavený, že je použitelný v obrovském množství případů.

MŮŽETE MLUVIT DO INOVACE, TVORBY PRODUKTŮ?

Jste první, kdo se nás na to ptá. Je fakt, že máme hojnost zkušeností z bezprostředního kontaktu s klienty, známe jejich přání, tužby, potřeby – možná bychom dokázali být ještě užitečnější další zpětnou vazbou než doposud.

BRÁT SI PŘED DESETI LETY HYPOTÉKU NEBO PŘEKLENOVACÍ ÚVĚR BYLO ADMINISTRATIVNĚ I ČASOVĚ VELICE NÁROČNÉ. JAK JE TO DNES? CO VŠECHNO VYŘÍDÍTE ZA ŽADATELE?

Doba se hodně změnila a my přebrali velký díl starostí a administrativních úkonů. Od odhadu až po katastr. Záleží však na tom, zda člověk nemovitost kupuje, nebo staví, rekonstruuje, je-li to byt, nebo dům... Nejjednodušší je to s koupí třeba nového domku. Zájemce doloží potvrzení o příjmu, my zažádáme o odhad, udělá se zástavní smlouva... už je to skutečně velice jednoduché. Nebudete mi věřit, ale s jednou klientkou jsme postavili dům za tři měsíce! Od „papírů“ až po kolaudaci. Dobře se nám tehdy podařilo všechny operace tak zkoordinovat, že na to dodnes ráda vzpomínám.

JAK SE LIŠÍ PŘÁNÍ MLADŠÍCH ZÁJEMCŮ O VAŠE SLUŽBY OD PŘEDSTAV TĚCH ROZVÁŽNĚJŠÍCH?

Nedá se to jednoznačně vymezit. Když jsem v Modré pyramidě začínala, chodili za mnou klienti ve věku 30–35 let, to byl takový ten průměr. Dnes je hodně těch 19 až 20letých, kteří si kupují tzv. startovací byt. Hledají spíše menší prostor, posléze se vdají, ožení, přemýšlejí o rodinném domku... O bydlení se toho dnes už také hodně ví,

je velká osvěta, lidé se o tyto záležitosti zajímají, každý chce bydlet pěkně, zdravě, ekonomicky. Velkým skokem se posunula tzv. finanční gramotnost lidí. Každý už ví, co je hypotéka, co překlenovací úvěr, co stavební spoření, co kreditka a co leasing.

KDYŽ VÁS NĚCO V PRÁCI NAŠTVE, NEŘÍKÁTE SI, ŽE BY BYLO LEPŠÍ MÍT TŘEBA NĚKDE V MENŠÍM MĚSTĚ CUKRÁRNU NEBO BUTIK S KOSMETIKOU?

To ani náhodou! O mně je známé, že čím více stresu, tím lepší výkony vydávám. Nikdy nic nevzdávám, čím větší problém, tím pro mne lépe. Potřebuji adrenalin a stres, stejně jako těch mých osm káfi denně. Když jsem dělala v oné advokátní kanceláři, měli jsme hodně práce, a co myslíte, že jsem si k tomu přibrala? Začala jsem dálkově studovat Vysokou školu finanční a správní, byla jsem tenkrát jednou z prvních studujících, škola se právě otvírala. No a obor? Podnikové finance, to mě bavilo.



VE CHVÍLI, KDYŽ S VÁMI KLIENTI KONZULTUJÍ A SPOLEČNĚ VYBÍRÁTE VHODNOU VARIANTU PRO JEJICH SNY, ČASTO NAHLÍŽÍTE I DO JEJICH SOUKROMÍ. ASI SE VÁM PŘED OČIMA ŘETĚZÍ JEDEN PŘÍBĚH ZA DRUHÝM, LIDÉ SE VLASTNĚ SVĚŘUJÍ. JSOU TO SPÍŠ POHÁDKY NEBO DETEKTIVKY?

Když s klienty promýšlíme, jak jim pomoci s lepším bydlením, je to také o finančních možnostech, a to jsou často určitě až intimní a vysoce citlivé informace, které často vedou nitky dramatu. A důvěru k vám klient získá, když se částečně do jeho života ponoříte. Ale pozor, nic se nemá přehánět, výsledkem má být kvalitní obchod. Emoce někdy odvádějí pozornost, a to nemám moc ráda. Navíc se přiznám, naznačila jsem vám, že jsem hyperaktivní člověk, a jakmile se klient ponoří příliš sám do sebe a myšlenkami začne směřovat k okolnostem, které až druhořadě souvisí s tím, čeho s námi hodlá dosáhnout, naznačuji, že bychom měli jít k věci. Tento postup se mi velmi osvědčil, i korektnost má svoje mantinely.

NENÍ VÁM PADESÁT, ALE JE MI JASNÉ, ŽE SE V LIDECH UŽ VYZNÁTE...

Jakmile člověk vejde, poznám, kdo je, zda uzavřený, introvert, nebo naopak otevřený a s nadhledem, nešťastný, nerozhodný nebo více než optimistický. Prostě na první pohled. Pak víte, kam sáhnout pro informace.

MÁTE ZA SEBOU I NĚJAKÝ PRŮŠVIH?

To víte, že mám! Sice mi ještě nikdy nikdo za služby v Modré Pyramidě nevynadal, ale... No – jednou jsem si špatně porozuměla s jistým klientem. Doporučila jsem mu, s ohledem na možnosti naší stavební spořitelny a konstrukci jistého produktu, aby se se svojí partnerkou oženil... Opravdu se vzali, jenže se ukázalo, že řešení, na němž jsme se shodli, pro ně nebude vhodné. Z obchodního případu sešlo a mně nezbylo, než doufat, že tento manželský pár žije spokojeně a vzpomíná na moje orga-

nizačorské schopnosti jen v dobrém. Když jsme si tehdy vyjasnili, že šlo skutečně o velké, neobvyklé nedorozumění, byla na mne paní, z níž se díky mně stala novomanželka, nesmírně milá, zachovala se úžasně, když nakonec řekla: ale to nevadí... Já ale měla dlouho orosené čelo.

JAK SE CÍTÍTE V ROLI FINANČNÍHO PORADCE? NE VŽDY JE TATO PROFESE NA ČESKÉM TRHU VNÍMÁNÁ OBJEKTIVNĚ.

Vím, nač se mne chcete zeptat. Měla jsem s tím ze začátku velký problém. Jak oslovit klienty s nabídkou? No, trvalo to tři čtvrtě roku, než jsem uzavřela první smlouvu. Pak se to nějak přirozeně zlomilo. Dnes je moje úspěšnost devadesátiprocentní.

V ČEM VIDÍTE PŘEDNOST VAŠEHO NOVÉHO HYPOCENTRA OPROTI KONKURENCI?

Jsme profesionálové. Na tom si hodně zakládáme. Stejně tak na naší celkové nabídce. A jsme také obětaví, i když to zní jak z čítanky. V Hypocentru nyní poskytuje informace přes 40 lidí, další budeme přibírat. Naše kapacita je velká, vím, že soustředit značné know-how na jednom místě se vyplácí. A taky se nebojíme výzev. Máme chuť něčeho dosáhnout, prostě být užiteční.

**za rychlé odpovědi kořeněné čínorodostí
poděkovala Eva Brixí ☺**



Modrá pyramida
NA RODINĚ NÁM ZÁLEŽÍ

Kontakt: Hypocentrum Modré pyramidy
Jindřišská 17, Praha 1
www.hypocentrum.cz
e-mail: hypocentrum@mpss.cz
tel.: 222 868 300



VALENTÝNSKÁ POŠTA

a historicky první ambigram na razítku



UŽ NA PŘELOMU LEDNA A ÚNORA SVÍTILO SLUNCE JAK O ZÁVOD. KALENDÁŘ DATEM MATE A NEROZUMÍ SI S TEPLoměREM, PŘÍRODA SE SNAD PRO JEDNOU ROZHODLA PŘÍZPŮSOBIT ČLOVĚKU A PŘESUNOUT JARO A PŘÍSLUŠNÁ MILOSTNÁ VZPLANUTÍ UŽ NA ÚNOR, KDY SE SLAVÍ SVÁTEK ZAMILOVANÝCH.

Člověčí námluvy mají své zákonitosti. Na počátku, ještě před květinou a před pozváním do kina, často stával milostný dopis. Třebaže ho dnes nahradily spíš esemesky, půvabnou tradici zachovává celá řada zákazníků České pošty. Tisíce dopisů poslaných v letech 2004–2007 na valentýnskou poštu v Milostně jsou toho jasným důkazem. Nehledáme, kdo psal z lásky nebo kdo chtěl pouze výjimečné razítko, které se mění každým rokem. Popravdě je počet dopisů stanovený odhadem, protože listovní zásilky se nepočítají, ale váží. Přesnou hodnotu lidské vášně – partnerské či sběratelské – lze v roce 2007 vyjádřit číslem 109 kilogramů.

Chcete-li přání své milé nebo svému milému ozvláštnit něčím opravdu originálním anebo máte-li zásluk na sběratelskou raritu, Česká pošta nabídla tentokrát jedinečnou možnost, speciální příležitostné razítko. A pro příležitostné razítko zvolila zcela netradiční podobu – ambigram.

Co je to ambigram?

Ambigram je nápis, který se dá přečíst stejně z více než jedné strany. Nejznámějším jednoduchým ambigramem je „milostné číslo“ 69. To ale asi není důvod, proč Česká pošta nachystala pro letošní valentýnskou poštu razítko právě s ambigramem: „Už sedmým rokem jsme v Milostně razítkovali zamilovaná přáníčka a v letošním roce jsme chtěli přijít s něčím opravdu

netradičním,” vysvětlil Miroslav Špaček, ředitel odboru známkové tvorby a filatelie.

Jak toto speciální razítko mohli lidé na své přání získat?

Postup byl jednoduchý. Zamilované přání opatřili adresou své lásky a poštovní známkou. Pak ho vložili do čisté obálky, kterou také opatřili známkou a poslali na adresu Pošta Milostín, 270 05. Pošta přání razítkovala od 4. do 14. února. Na letošním valentýnském razítku je ambigram od autora Oldřicha Pošmurného.

Příležitostné razítko

Příležitostných razítek chystá Česká pošta ročně kolem padesáti. 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 Milostně. Seznam razítek, které Pošta vyráběla, nebo se vyrobily chystá, naleznete na našich webových stránkách www.ceskaposta.cz.



Statistika lásky:

2004	cca 25 kg	cca 1.300 zásilek
2005	cca 27 kg	cca 1.400 zásilek
2006	cca 28 kg	cca 2.000 zásilek
2007	cca 29 kg	cca 2.200 zásilek

Dita Václavíková

foto: archiv České pošty

Nos pro výrobu – aby Volvo vonělo

V současnosti neexistuje technické zařízení, které by bylo schopno nahradit lidský nos a zejména rozpoznat, zda něco voní, nebo naopak páchně. Z tohoto důvodu společnost Volvo Cars před několika lety vytvořila „komisi čichového testování“. „Tým Nos“ sestává z osmi speciálně vybraných lidí s „normovanými“ nosy, kteří radí designérům při volbě materiálů a výrobních postupů, zejména v rámci interiéru vozu. Nové Volvo musí vonět jako Volvo!

Posouzení, zda něco voní, nebo naopak, je subjektivní. „Různí lidé mají odlišné vnímání vůní,” vysvětlil Patrik Libander, specialista inženýr, který je odpovědný za komisi čichového testování. „Je to způsobeno rozdíly mezi generacemi a kulturami a také různými asociacemi, které jsou odvislé od individuálních zkušeností jednotlivců. Je to jedna z věcí, které činí mou práci velmi zajímavou.“

Interiér moderního vozu je tvořen řadou

různých materiálů, jako jsou například plasty. Ty pak obsahují chemické látky. Přestože většina těchto látek zůstává „uzavřena“ v materiálu, malá množství se mohou odpařovat a vytvářet vůni typickou pro nový vůz. Společnost Volvo Cars tyto látky a čichové vjemy, které mohou v kabině vznikat, sleduje. Úkolem „komise čichového testování“ je zajistit, aby doplňky vnitřního obložení vozu voněly tak, jak mají. Komise je tvořena osobami, které prošly důkladným výběrem, jenž má zajistit, aby každá z nich měla „normální“ čich a aby se v tomto ohledu navzájem citelně nelišily. Při každém testování je přítomna čtveřice těchto odborníků.

„Lidé, jimž je příjemná vůně, kterou ostatní v komisi považují za nepříjemnou, jsou vyloučeni,” řekl Patrik Libander, „stejně jako ti, kteří buď nic necítí, nebo jsou vůči vůním přecitlivělí. Všichni členové komise musí být nekuřáci, neboť kouření může čichové vnímání ovlivnit.“

Komise vyhodnocuje vůně součástí vnitřního obložení vozu pomocí stupnice od 1 do 6, přičemž „1“ značí „neznatelná“ a „6“ „nesnesitelná“. Materiál je schválen tehdy, je-li hodnocení testu takové, že nepřesáhne stupeň „3“, který značí „citelný, ale ještě nikoli nepříjemný“.

Návrháři interiéru zároveň využívají simulátor slunečního svitu v SP Švédském technickém výzkumném institutu, který se nachází ve městě Borås, vzdáleném hodinu jízdy od Göteborgu. Zde je možno vůz vybavený vnitřním obložením z nového materiálu také vyzkoušet. Vůz se umístí do simulátoru do doby, než vnitřní teplota dosáhne přibližně 65 °C. Pomocí měřicích zařízení se pak zjistí množství těkavých organických sloučenin a aldehydů v interiéru. Nakonec členové „komise čichového testování“ společností Volvo Cars usednou do vozu a vyhodnotí vůni interiéru pomocí dané stupnice.

(tz)



Víme, jak vás prosadit

Marketingová podpora



Mediální poradenství

Dovedeme vaši společnost k tomu správnému obrazu v médiích.

- připravíme mediální plán
- naznačíme, jak komunikovat s médii
- uspořádáme tiskové konference
- postaráme se o psaní a distribuci vašich tiskových zpráv
- budeme pečovat o vaše vztahy s médii a veřejností

Naše služby jsou včetně profesionálního grafického zpracování. Kvalitní zázemí považujeme za samozřejmost. Nabídka se vyplatí i malým společnostem.

Jistě si zasloužíte, aby pozitivní povědomí o vaší společnosti rostlo.

Kontaktujte nás.

Vydavatel RIX, s.r.o., Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9

Telefon: +420 606 615 609, fax +420 284 689 063

info@prosperita.info, www.prosperita.info

