

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Hana
Krbcová

Na špičce jazyka

Eva Brixl

Na špičce jazyka
Cítím tvé kostky ledu
Něco mi uniká
Dnes líbat nedovedu
Ke kůlu přibítá
Tuším, kudy tě vedu
Motýlek babočka sedí ti pod krkem
Ta se snů nedočká
Vezmeš mě útokem
Zavoněl květen
Zblázněný vcházíš do mých skříní
Mám pravdu
Nesedí v nich už jiní
Do úst vkládáš mi v pravé poledne
Slova, jímž nerozumím
Noty mám v krku
A písni křičím nezbedné
Milování s tebou
Tvář mám na kolenou
Držíš mne za pus
Spolu dýcháme v poklusu
Nevím kolik se toho ještě dá
Stihnout ve tvé náruči
Snad tolik
Kolik nám život poručí

Věci se snažím vidět optikou čísel

str. 1, 10–11, 13

rozhovor měsíce s Hanou Krbcovou, ředitelkou divize personalistika ČEZ, a.s.

Stavební spoření pro nejmenší u Modré pyramidy zdarma

Od května až do konce září nabízí Modrá pyramida stavební spoření pro nejmenší zdarma. Dětem narozeným v loňském a letošním roce mohou tedy rodiče založit stavební spoření bez jakýchkoli nákladů. Pokud do konce září dětem uzavřou smlouvu s cílovou částkou 150 000 Kč, nebudou platit poplatek za uzavření. Na účet dětí mohou spořit nejen rodiče, ale i například babičky a dědečkové. Stavební spoření pro nejmenší se tak může stát vhodným dárkem do kolébky nebo k prvním narozeninám. Modrá pyramida zároveň prodloužila svou jarní nabídku a až do konce června je možné uzavřít stavební spoření u Modré pyramidy zdarma. Smlouvu zdarma, tedy bez poplatku za uzavření, získá ten, kdo do konce června uzavře novou smlouvu o stavebním

spoření s cílovou částkou 200 000 Kč a do konce července vloží alespoň 20 000 Kč, nebo s cílovou částkou 100 000 Kč a vloží do konce července 10 000 Kč. Výhodu v podobě slevy na poplatku získá ale i ten, kdo bude chtít uzavřít smlouvu s jinou cílovou částkou v rozmezí od 100 000 do 400 000 Kč. Tato nabídka Modré pyramidy je určena především pro nové klienty, ale jistě osloví i ty stávající, kteří nemají u Modré pyramidy čistě spořicí smlouvu, neboť čerpají přidělený nebo překlenovací úvěr. Modrá pyramida je dynamickou stavební spořitelnou, která se vyprofilovala jako expert na spoření a financování bydlení a tomu odpovídá kvalita služeb i rozsah nabídky bankovních a pojišťovacích produktů.



Modrá pyramida
stavební spořitelna

(tz) 9

Bez snahy o podbízení

Jaká investice je nezbytná, co koupit dříve, jak financovat a prostřednictvím jaké společnosti? Otázky, které se řeší snad v každé firmě, které prostupují rozhodováním nejednoho živnostníka. Najít optimální řešení je cílem. Potřebujete-li právě nyní inspiraci, čtěte v následujících řádcích. Slovo má Ing. Marta Slažanská, produktová manažerka společnosti ČSOB Leasing:

ČSOB Leasing patří od nepaměti k nejsilnějším hráčům na trhu. Na čem stojí důvěra vašich klientů?

ČSOB Leasing nabízí v rámci svých produktů pro podnikatele, ale i pro spotřebitele ucelenou řadu produktů pod obchodní značkou ČSOB Leasing a operativní leasing pod značkou ČSOB Autolease. Poskytujeme zákazníkům produkt za rozumnou cenu bez snahy o podbízení, který je nastaven tak, abychom nemuseli dělat extrémní opatření v průběhu platnosti smlouvy. Zákazník tak získává:

- 100% jistotu ohledně jeho nákladů na pořízení a na provoz své investice;
- 100% jistotu, že smluvené obchodní podmínky smlouvy o financování jsou nastaveny podle jeho potřeb;
- 100% jistotu kvalitního a komplexního pojištění vozidla;
- 100% jistotu kvalitních a komplexních zákaznických služeb (možnost prodloužení splácení, předčasného splacení, mimořádné splátky, cese, zapůjčení TP a další...).

V případě využití trendy produktu – full service leasing dopravní techniky, který řeší zejména nám, ženám, zbytečné starosti s technickým servisem:

- 100% jistotu kvalitního servisu a údržby vozidla;
- 100% jistotu asistenčních služeb v případě nesnáží;
- 100% jistotu, že se vozidla vrací pracovníkům ČSOB Autolease, nikoli externím firmám;
- Ve 100% případech vrácených vozidel byla dosažena shoda s nájemcem o stavu vráceného vozidla.

Dalo by se odhadnout, jaké procento smluv podepisují ženy? Ať již za firmy, které reprezentují, nebo jako zákaznice samy za sebe?

Počet smluv podepisovaných ženami je relativně nízký a odpovídá zastoupení žen v živnostenských rejstřících. Ženy – podnikatelky, které mají svou živnost, tvoří necelých 20% našich zákazníků z řad živnostníků, v oblasti právnických osob (akciových společností a společností typu s.r.o.) je to ještě méně – tyto smlouvy totiž obvykle řeší zá-



Ing. Marta Slažanská

stupci investičních oddělení, správci vozového parku apod., a i když jsou ženy ve vedení společnosti zastoupeny, pak obvykle uzavírání smluv na nákup a financování nových výrobních technologií nebo vozového parku přenechávají svým technicky založeným kolegům a samy se věnují spíše strategickému rozvoji společnosti, oblastem, jako je plánování, ekonomické řízení anebo obchodní směřování společnosti. Takže sice o investici rozhodují, ale fakticky pak smlouvy již podepisují jejich výkonní manažeři. U smluv uzavíraných spotřebiteli je vidět vzrůstající trend zejména u mladé generace do 35 let, kde ženy touto formou získávají koupí vozidla svou nezávislost a možnost dojíždění za kvalifikovanou prací, takže jejich podíl roste více než počet žen – podnikatelek. V případě rodinných nákupů stále převažuje tradiční model – žena rozhoduje a muž kupuje.

Finanční leasing ustoupil do ústraní, praktičtější se zdají úvěry. Lze alespoň stručně vysvětlit, kdy je pro firmu leasing výhodnější? A kdy vzít auto raději na úvěr?

Vaše otázka je zaměřena na praktickou

výhodnost pořízení vozidla pro firmu, proto bych i kolegyním doporučila jako kritérium rozhodování použít způsob užití ve firmě, např.:

- pokud jste manažerka logistiky spediční společnosti nebo distribuční sítě prodejců, pak víte, že vaši spolupracovníci najezdí ročně cca 30–50 tisíc kilometrů, jejich čas je přesně naplánován a po 3 letech je potřeba vozový park obměnit. Kritériem je tedy co největší sleva na vozidle, servis v ceně a převzetí starostí s obnovou parku na externí společnost. V rámci servisu by pak financující firma mohla zajistit i elektronické sledování, vedení knihy jízd a veškeré statistiky a výkaznictví. Výsledkem je operativní leasing a ten je pak pro firmu nejpraktičtější, ale i nejvýhodnější.
- Pokud jste výborná pekařka, ráno v 7 hodin se u vás scházejí první manažerky okolních firem a u čerstvého croissantu s kávou diskutují o vývoji ekonomiky, pak pro zajištění cateringu potřebujete kvalitní dodávku (nejlépe dvě) a také osobní vůz, který využijete i pro soukromé účely. V tom případě bych vám doporučila dodávky pořídit formou finančního leasingu a ve vaší rozvaze pak položka „úvěr“ nebude touto investicí zatížena a umožní vám např. získat od banky provozní úvěr na zajištění větších akcí. Celkové náklady a daňové dopady jsou při pořízení leasingem nebo úvěrem srovnatelné. Výjimkou je aktuální možnost uplatnění mimořádných odpisů majetku (tato daňová možnost končí 30. 6. 2010), kdy by pro vás bylo vhodné pořídit vozidlo úvěrem např. se splácením na 4 roky a do daňově uznatelných nákladů jej promítnout během 24 měsíců formou krátkých mimořádných odpisů. To vytvoří dostatečný „daňový štít“ a aby vaše hospodaření neskončilo ztrátou, což by nebyl dobrý signál pro obchodní partnery, doporučuji vám takto financovat jen část investic – např. zmíněné osobní auto.

Čím potěšíte motoristy, chystáte nějaké motivační a inovativní produkty pro letní sezonu?

Letní sezonu jsme již začali naší kampaní „vezměte jej na dovolenou“, která vám umožní získat rok povinného ručení k vašemu vozidlu skutečně zdarma. Akce je určena zákazníkům, kteří si pořídí nový vůz prostřednictvím financování, a to s atraktiv-

► ním benefitem v podobě povinného ručení na rok skutečně zdarma. Tuto výhodu získá zákazník při sjednání finančního leasingu nebo úvěru ve spolupráci s vybranými pojišťovnami přímo při nákupu vozidla u spolupracujících dealerů společnosti ČSOB Leasing. ČSOB Leasing usiluje o oživení trhu, a tudíž je tato nabídka postavena na časově omezené skutečné dotaci. Akce platí do 30. června nebo do vyčerpání dotace. Kampaně pro motoristy jsou tradičně v období jara a začátku léta, samotná letní sezona je ve znamení dovolených a odpočinku, kdy jakékoliv inovace na trhu nejsou obvykle provázány zájmem kupujících. Oživení nastává pravidelně na přelomu září a října, ale co nachystáme pro toto období, je ještě tajné.

Může si zájemce vaším prostřednictvím pořídit třeba drahé jízdní kolo?

Jízdní kolo není předmětem, který bychom financovali, protože je obtížná jeho identifikace (není vybaveno registrační poznávací značkou). I když jsou pokusy jednotlivých měst o zavedení jejich evidence, přesto je riziko spojené s jejich zcizením tak vysoké, že v tomto případě doporučuji využít bankovní produkty neúčelového financování, bez vazby na předmět financování.

Obecně se o finančních produktech říká, že jsou pro laika stále složitější. Dají se zjednodušit?

Pokud hovoříte o laikovi, pak se vracíme zřejmě opět k financování spotřebitelů a pak platí v podstatě 5 jednoduchých rad, které

rozhodně nejsou složité a tento pohled na finanční produkty je i velmi praktický:

- obraťte se na společnost, která je spolehlivá (např. je členem ČLFA a řídí se Kodexy financování)
 - nekupujte, co skutečně nepotřebujete
 - nepodepisujte, co jste si nepřečetla a čemu nerozumíte
 - porovnejte výšku úvěru s částkou celkových nákladů (= splátky * počet splátek + poplatek + poplatky za povinné pojištění – např. Cardif + poplatky za vedení účtu), a pokud je navýšení více než 10 % ročně, pak si úvěr v žádném případě neberte
 - vyšší splátky a doby splácení porovnejte se svými zbytnými výdaji (třeba za časté posezení v kavárně, které vyměníte za běh parkem), abyste měli v klidu na splácení
- Pokud posuzuje finanční produkty podnikatel, pak doporučuji poradit se s daňovým poradcem, sdělit mu své plány do budoucna a takto sestavit investiční finanční plán – ale to je přece standardní způsob práce všech, kteří ještě dnes na našem trhu úspěšně podnikají, jinak to snad ani nejde.

Vzpomenete si na okamžik, kdy jste si sama brala první úvěr či leasing?

Vzpomenu, vyzkoušela jsem oba produkty na sobě i svých blízkých a kouzelné bylo sledovat, jak spolu s jejich zkušenostmi rostla i schopnost naší společnosti poskytovat kvalitní servis. Jako příklad bych uvedla kolegyni – projektovou manažerku, která jako první uzavřela s naší společností financování auta



úvěrem pro firmu svého manžela po uvedení tohoto produktu na trh a já jsem si zároveň vzala leasing na financování našeho soukromého automobilu. Společně jsme pak „tajně“ volaly na call centrum, zkoušely změnit pojištění vozidla, prodloužit splátky nebo vyplnit dotazník spokojenosti zákazníka, pak předčasně úvěr doplatit a vše jednoduše vysvětlit. Vzpomínám na diskuze s našimi partnery, kdy jsme jim měly vysvětlit, co že se to po nich vlastně chce, co mají udělat, kolik je to stojí. Stálo to za to, partneři i my jsme nakonec byli spokojeni a společností jsme pomohli nastavit jednoduché postupy, které zvládnou nejen manažerky z oboru, ale i jejich partneři – technici, kteří nemají s financováním žádné zkušenosti.

otázky připravila Eva Brixí

Odhal tajemství růžového

Růžová vína se těší stále rostoucí oblibě mezi milovníky ušlechtilých nápojů. Produkce růžových vín se v České republice meziročně zvýšila zhruba o jednu třetinu. Na tuto poptávku reagují také Templářské sklepy Čejkovice a aktuálně nabízí celkem 13 tichých a šumivých růžových vín v základní a vyšší řadě. Díky tomu jsou právem označovány za největšího producenta růžových vín v České republice. V letošním roce se vinařské družstvo snaží vzrůstající tendenci prodeje růžových vín zachovat, a proto přišlo s netradiční kampaní s názvem „Odhal tajemství růžového“. Přetrvávající hospodářská krize se totiž podepsala i v komoditě vín, byla zaznamenána částečná stagnace u některých řad. Zákazníci teď upřednostňují vína v nižších cenových kategoriích. Nicméně, i přesto očekávají letos Templářské sklepy Čejkovice vysoký zájem o kolekci tichých a šumivých růžových vín, kterou zde v minulém roce výrazně rozšířili. V základní řadě byla představena jakostní vína Frankovka, Zweigeltrebe a André, a sekty Sang Real a Saint Croix, vše s přídomkem Rosé. Náročnější milovníci si mohli z růžové kolekce vybrat například Rulandské modré klaret pozdní sběr nebo sekt Sang Real kvašeno v lahvi. V roce 2009 byl o růžová vína veliký zájem a proto ani tuto sezonu nebudou chybět v nabídce.

„Chceme, aby měl zákazník možnost výběru. Do budoucna plánujeme další rozšiřování nabídky Rosé,“ vysvětlil Lukáš Lukáš, obchodní a marketingový ředitel Templářských sklepů Čejkovice. „Pokud se naše odhady naplní, přesáhne letošní produkce tichých i šumivých růžových vín hranici půl milionu lahví,“ doplnil L. Lukáš. Největší producent růžových vín podporuje tento segment jak z hlediska nabídky, tak z hlediska propagace. V letošní kampani budou návštěvníci

segmentu HoReCa odhalovat tajemství za pomoci setu s charakteristickými vůněmi růžových vín, které jim pomohou vybrat si vyhovující rosé. Napovídat jim budou i propagační materiály s popisem vůní a chutí každého z nabízených produktů. Součástí kampaně bude také mediální podpora prostřednictvím billboardů a prezentace v lifestyleových i odborných titulech. Pro aktivní příznivce vína je navíc připravena kreativní soutěž. Každý týden budou účastníci o krok blíže k odhalení tajemství růžového – výhrou v soutěži bude totiž účast na dvoudenním semináři Škola vína v Čejkovicích. Další soutěže a aktuální informace a tipy nejen z oblasti růžových vín bude možné nově sledovat na sociální síti Facebook na stránce Templářské sklepy Čejkovice. (tz) ¶



Ruce jako dřevorubec

Ruce mám jak dřevorubec, napsala jsem onehdy kolegovi do mailu, když jsem mu v neděli večer chtěla udělat radost sdělením, kolik jsem toho všeho zvládla na zahradě. Ruce jsem měla opravdu dobře označované – otisky od pampelišek, kopřiv i vlaštovičnicku, póry pokožky ozelenělé od trávy, nehty dobarvené hnědý rodné hroudy. Škrábance od růží, mozoly od motyky. No – na módní přehlídku by mne nepustili a na významné obchodní jednání bych takhle určitě nemohla.

Přesto jsem se za své ruce nestyděla, dokonce jsem z nich měla pocit zvláštního, hlubokého uspokojení. Věděla jsem, že jsem se dotýkala země, že jsem jí dávala svoji energii a zároveň si bojovně přisvojovala tu její, že jsem své já přibližovala k magické svátosti, jež propojovala moje srdce a ruce s motlidbou za budoucnost. Věděla jsem, že stopy prstů, jež jsem otiskla do záhonů, přinesou brzy ovoce v podobě nádherných květů říše rostlinné, tedy všeho, co má člověku sloužit k potěšení.

Ruce jsem v onom konci týdne necítila. Jako by i na polštáři byly plné plevle, kamínků či trnů. Jako by stále ještě nesly poselství života – jako by byly zhmotnělou myšlenkou, ohněm, který dokvětá.

vaše Eva Brixí

Tip Grady



Jak úspěšně zvládat rozepře, agresivní diskuze a pohotově argumentovat i ve stresových situacích? Jak se vyrovnat s osobními útoky, výhrůžkami a hrozivými gesty? Jak se bránit psychologickým trikům? V knize, která je evropským bestsellerem, se dozvíte, jak účinně reagovat na různé neferové útoky a „špinavé“ taktiky, jak rozpoznat otevřené a skryté hry, jak se dokázat slovně bránit, odrazit manipulaci a vyzářovat osobní autoritu.

partneři www.madambusiness.cz

Amway

www.amway.cz

mojetelevize.cz

www.mojetelevize.cz

resort

SVATÁ KATEŘINA

www.katerinaresort.cz

KIA

KIA MOTORS

The Power to Surprise

www.kiamotors.cz

Svamberk

www.svamberk.com

bedenika

www.bedenika.cz

zts

www.zts.cz

REGINA

KOSMETIKA

www.reginakosmetika.cz

Templářské

www.templarske-sklepy.cz

SLUNE

www.slune.cz

VOX

kurzy, semináře
rekvalifikace

www.vox.cz

AB

COSMETICS

www.ab-cosmetics.com

ECONOMY

RATING

www.economy-rating.cz

Cetelem

www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, květen 2010

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové

e-mail: brixii@prosperita.info, mobil: 602 618 008

obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609

design: Věra Vinterová a Karel Švihel

zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožničková

tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem



Co děláte, když zjistíte, že víc spěchat už není v lidských silách?

► **Marcela Kotyrová, tisková mluvčí, Česká asociace pojišťoven**

Nejsem bohužel typ, který by už od mládí uměl dobře hospodařit s časem. K určitému systému jsem se musela postupně dopracovat. I přesto se samozřejmě, téměř každodenně, potýkám s nedostatkem času a s pocitem, že něco nestíhám. Do určité míry je to také dané i tím, že mám na čas stále větší nároky. Pokud mne práce baví, pak nesleduji dobu, kterou jí věnuji, a pracuji dlouho do večera a těší mne to. Zároveň jsem si ale vědoma, že čas musím ušetřit někde jinde, to znamená na úkor rodiny, přátel, koníčků a podobně, které jsou v mém životě také velmi důležité. Snažím se proto stanovit si priority a těm se naplno věnovat. Vybrala jsem si do svého týmu lidi, na které mohu část práce delegovat a nepodstatné věci vypouštím. Stres se strašně rychle šíří, a tak se snažím, abych mu nepodlehla a nepřenášela ho tak na ostatní kolegy, ale ani si ho neodnášela domů. Své hranice znám a vím, kdy je třeba vypnout a dát si relax. Pak volím bazén, vířivku nebo pár dní v přírodě. Výborným zdrojem energie jsou pro mne moje děti, které jsou stále v dobré náladě. Na konzultace a pro rady chodím za přáteli. Naprosté zvolnění tempa, očista hlavy i duše – tak toho jsem schopna pouze někde u moře. Mám ráda aktivní, poznávací dovolené, ale proslulá, nepřelidněná pláž má také své kouzlo a dodá spoustu energie pro další práci.



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

► **Tomáš Kopřiva, marketingový ředitel, Sodexo Pass ČR a SR**

Ženský prvek je důležitý jak v životě, tak v podnikání. Kdyby u nás v Sodexo nebyly v řídicím výboru ženy, tak by tam byla větší nuda, pánové by se méně snažili, a hlavně bychom bez ženského pohledu na věc nedělali tak dobrá rozhodnutí. Kéž by bylo více žen i v politice.

Informace do kabelky

Síla živlů Amway

Stále více moderních žen hledá na trhu přípravků pro zdraví a krásu ty, které lze charakterizovat jako jednoduché a přírodní. Nová řada beautycycle od Amway našla inspiraci v síle přírodních živlů: vzduch, voda, země a oheň. Ucelená sada pleťových výrobků a dekorativní kosmetiky je zaměřena na ženy mezi 20 a 40 lety, které dávají přednost jednoduchému a snadno pochopitelnému přístupu k péči o pleť a požadují vynikající kvalitu. Jde o ideální kosmetiku pro ty ženy, které se nechťejí zatěžovat komplikovaným kosmetickým režimem, čili i pro ty, které doslova zápasí s časem. Výrobky beautycycle jsou vhodné pro citlivou pokožku a jsou hypoalergenní. Jednotlivé produkty lze libovolně kombinovat. Nejúčinnější je zvolit jeden z živlů a k němu přidat výrobky z řady Oheň, které jsou doplňkem ostatních. Zakoupit lze výhradně od smluvních partnerů Amway, prodej je vždy doplněn uceleným poradenstvím – individuálně a v klidné atmosféře domova u zákaznice (www.amway.cz).

(tz)



Práce a já – jak to jde dohromady?

Sladování pracovního a osobního života je tématem doby, kterou žijeme, a řeší ho mnoho českých zaměstnavatelů.

Gender Studies, o.p.s., nechala Informačním genderovým centrem NORA zpracovat kvalitativní výzkum právě na tuto notu, tedy Sladování práce a rodiny: možnosti a perspektivy pro zaměstnavatele. V rámci výzkumu byli formou skupinových diskuzí a individuálních rozhovorů dotazováni zástupci firem působících v regionech ČR. Odborníky zajímala především taková odvětví, ve kterých jsou podmínky k harmonizaci práce a rodiny poměrně náročné: maloobchod, výroba a služby...



GENDER
STUDIES

Celkově se výzkumu zúčastnilo 17 osob, proběhly dvě skupinové diskuze a 5 individuálních face-to-face rozhovorů. Mezi dotazovanými se objevili zejména lidé zastávající pozice v oblasti řízení lidských zdrojů, ze zúčastněných sektorů je možné jmenovat maloobchod, finance, stavebnictví, automobilovou výrobu, léčiva atd. Dotazy pokládané v rámci výzkumu se týkaly zejména možnosti flexibilizace pracovního času a místa, poskytování firemních benefitů na podporu harmonizace práce a rodiny, specifík managementu rodičů malých dětí a osob pečujících o závislé osoby, otázky nákladů a zisků programů sloužících k podpoře sladování rodinného a pracovního života a podobně. Zadáním bylo zmapovat, jaké jsou specifické potřeby a možnosti rozvoje malých a středních firem a také podniků působících v sektorech výroby, maloobchodních řetězců a služeb (a to se sídlem v regionech ČR), jak je to s podporou harmonizace práce a rodiny u zaměstnanců a zaměstnankyň. Šetření proběhlo za využití kvalitativních výzkumných metod skupinových diskuzí a individuálních hloubkových rozhovorů. Cílem výzkumu bylo zjistit specifické potřeby a možnosti rozvoje těchto firem v oblasti managementu lidských zdrojů. Analyzována byla zejména témata možnosti flexibilizace pracovního času a místa, poskytování firemních benefitů na podporu sladování práce a rodiny a specifika managementu rodičů malých dětí a osob pečujících o závislé osoby. Výsledky výzkumu poukazují na poměrně širokou škálu přístupů zaměstnavatelů k otázce sladování osobního

a pracovního života – od čistého zaměření na maximální výkon, k izolovaným snahám sladování podpořit, přes sladování jako benefit pro ženy, ke strategiím, kdy je podpora firmy sladování myšlena v souladu s jejím celkovým obchodním rozvojem. Sladování pak není chápáno pouze jako nabídka určitých alternativních pracovních opatření, ale zejména jako snaha o efektivní práci, a to platí ze strany vedení firem i ze strany zaměstnaných, kteří úspěšně sladují. Pokud má mít zavádění principů sladování opravdu pozitivní přínos pro firmu, a ne pouze pro jednotlivce s ohledem na jejich soukromý pocit spokojenosti, potom je potřeba zahrnout tato hlediska do firemní kultury. K tomu je však nutná podpora vedení společnosti, které garantuje prostor pro realizaci programů, nezpochybňuje je a také umožňuje, případně jde dokonce osobním příkladem. Na konkrétních případech z výzkumu vidíme, kdy vstřícnost v oblasti sladování pro firmu znamenala přínos v udržení kvalifikovaných zaměstnankyň, které se dnes zjevně odvděčují i velkou loajalitou. Stejně tak se objevily příklady toho, kdy se firmy samy připravily o možnost takové spolupráce. Jeden z významných závěrů výzkumu se týká problematiky sladování u mužů. Situace, kdy muž požádá o nějakou formu zkráceného úvazku, či jinou

alternativu, jsou méně obvyklé, nicméně i ti muži, kteří chtějí pracovat na plný úvazek, mohou mít svoje potřeby v oblasti rodiny či osobního života. Vynucování přesčasných, nejistota ohledně čerpání dovolených, častá práce o víkendech či večerech, to vše může mít pro ně

negativní následky. Jinými slovy, to, že o tom třeba muži tolik nemluví a že chtějí pracovat naplno, neznámá, že nemají potřeby v oblasti sladování a že by zaměstnavatelé neměli brát ohledy na jejich psychickou pohodu.

Dvě otázky pro Ninu Bosničovou, manažerku projektu:

Objevila se během výzkumu nějaká překvapivá neočekávaná zjištění?

Tím nejzásadnějším překvapením asi bylo, že i komplikace spojené s výrobním charakterem firmy či nutností kontaktu s klienty v službách nejsou samy o sobě překážkou a k tématu sladování lze přistupovat aktivně a řadu variant úspěšně a efektivně i v těchto sektorech využívat.

Potvrzuje tato akce, že se prostředí v českých firmách ubírá vstřícnějším směrem vůči zaměstnancům?

Takhle generalizovat asi nelze, což vyplývá již ze samotné kvalitativní natúry tohoto šetření. Co však tvrdit lze, je, že i v regionech, o kterých se často mluví jako o méně progresivních, než je území hlavního města Prahy, i v sektorech, které se zdají z pohledu umožnění sladování pracovního a osobního života značně problematické (viz např. výroba, maloobchod), existují firmy, které k těmto otázkám přistupují proaktivně a inovativně. Firmy různých odvětví, velikostí i lokací si totiž začínají stále více uvědomovat, že podpora sladování práce a rodiny je nejen etická, ale z dlouhodobého hlediska, také zisková. Jak podotkla jedna z respondentek výzkumu: „Sladování je téma dnešní doby, já si nedokážu představit zaměstnavatele, který by to neřešil.“

(tz)



Vína jako marketingová výzva

Ráda se nechávám unášet vyprávěním sommeliérů, s chutí se zaposlouchám do příběhů současných firem, nelituji času a zlehounka se učím. Zjišťuji přitom, kolik pravd se vejde do poháru života, do doušku nápoje, jímž čistíme mysl, protože nám dovoluje pobavit se a chutnat to, co je vskutku dobré. Vínu však nestačí, když chutná. Musí se o tom dovědět co nejvíce lidí. Víno potřebuje marketing. MVDr. Dana Odehnalová, MBA, generální ředitelka společnosti 5P Agency, se zmíněným oborem – marketingem zabývá již řadu let. Nejednou se vyjádřila o tom, že čeští a moravští vinaři mohou právě marketing využívat mnohem více ve svůj prospěch. I proto bude na toto téma hovořit na červnové konferenci v Brně nazvané Moderní trendy propagace vína...



MVDr. Dana Odehnalová, MBA

5P Agency. Není to trochu dobrodružné propojení? O to více inspirující?

Ve skutečnosti je to logické vyústění mého osobnostního rozvoje. Již během studia na Veterinární a farmaceutické univerzitě v Brně jsem se věnovala výzkumu a po jejím ukončení i pedagogické činnosti. V roce 1996 jsem svou profesní dráhu zaměřila na oblast obchodu a marketingu. Více než deset let jsem působila na pozicích managementu marketingu a obchodu především ve farmaceutické společnosti Schering, s. r. o. V roce 2004 jsem ukončila studium strategického managementu formou

studia Master of Business Administration s certifikátem britské The Nottingham Trent University. Začala jsem se věnovat strategickému řízení a strategickému marketingu a od roku 2007 pracuji na pozici generální ředitelky jedné z největších direkt marketingových agentur v České republice. Současně jsem se stala lektorkou marketingových modulů na Brno International Business School (B.I.B.S.), především manažerského programu MBA. Jsem spoluautorkou publikace Strategický marketing – teorie pro praxi vydanou v nakladatelství C. H. Beck 2009. Z hlediska mé profesionální orientace se zaměřuji stále více na oblast strategického marketingu a strategického řízení.

Myslím však, že víno nechápete pouze jako nápoj hodný ušlechtilé myšlenky, ale jako jistou filozofii, tradici,

spojení člověka s přírodou, obdiv k půdě a zkušenostem předků...

Stále více lidí se vrací nazpět k přírodě, orientuje se na zdravý životní styl, biopotraviny a začínají se znovu objevovat příznivé účinky antioxidantů na lidský organizmus. Jedním z přírodních zdrojů antioxidantů je právě víno. Často slyšíme hovořit o víně v souvislosti s životním stylem, o snoubení vína s pokrmu a uměním, o víně a zdraví. Ať si to připouštíme, nebo ne, víno se stává stále více nedílnou součástí našeho životního stylu. Pro Českou republiku jsou charakteristická vynikající bílá vína. Naši vinaři umí dnes vyrobit také krásná červená vína, která obsahují obecně více antioxidantů a zdraví prospěšných látek než vína bílá. Kolik z nás však o tom ví? Za červenými víny jezdíme do Francie, pijeme červená vína z Argentiny a podobně. A to je bezesporu velká marketingová výzva.

Čeho si vážíte na českých a moravských vinařích?

Vinaři jsou často obyčejní pracovití lidé, kteří jsou svázáni s krajinou, se svými předky a kteří navazují na jejich tradice. Jsou však i vinaři jiní, kteří se k vinařství dostávají z druhé strany, jednoduše proto, že mají víno rádi nebo v něm vidí obrovský potenciál a podnikatelskou příležitost. To, co dnešní vinaři zvládají většinou velmi dobře, je vyprodukovat kvalitní hrozny a vyrobit z nich špičková vína za použití velmi moderních technologií. Někteří z nich se však vrací ke zcela tradičnímu způsobu výroby našich předků. Vinařství a výroba vína je těžká a současně nádherná práce, je to synergie působení přírody a člověka, který ji dokáže velice ovlivnit svým přístupem, umem, trpělivostí a předvádavostí.

V čem byste byla ráda užitečná?

Výrobu kvalitního vína zvládají dnešní vinaři většinou velmi dobře. Jejich jednou z nejčastějších slabín je marketing a prodej vína. Především marketing je pro řadu z nich spojen

Ženy, víno a zpěv – trochu omšelé, snad dnes už vulgární, nicméně – něco na tom přece jen je, jinak by to neutkvělo v paměti tolika lidí. Jak to vnímáte vy?

Už staří Řekové měli svá symposia, na která navázali Římané svými orgiemi. Víno zde bylo pouze součástí společenské události a jeho kvalita nebyla rozhodující. Od té doby prodělalo vinařství obrovské změny. Dnes je pro mnohé z nás kvalitní víno spojeno s jednou z možností relaxace v příjemném prostředí například vinného sklípku jižní Moravy s přátelskými lidmi a cimbálovou muzikou.

Oborníci vás znají jako ženu, která vínu rozumí a jejímž koníčkem se stal marketing a vinařství. Z vysoké školy jste odešla jako veterinární lékařka a vaše dnešní pracovní pozice je generální ředitelka společnosti



Jaké poselství máte v duši už nyní směrem k našim vinařům a co byste ráda ze svého know-how darovala?

Podtitulem konference je název Jedinečný impulz pro rozvoj vaší společnosti. Tím může být i „Praktický rádce, co v marketingu funguje a proč“ aneb „Jak zvýšit zisk nejen vinařské firmy pomocí marketingových aktivit?“, který jsem připravila společně s Ing. Pavlem Krškou, ředitelem Národního vinařského centra.

Víno má na stole co dělat téměř při každé příležitosti. Na druhé straně se musí umět servírovat i pít. Máme ještě asi dosti prohrěšků v tomto směru...

Doby, kdy jsem přijela na odbornou konferenci lékařů do Českého Krumlova a v malebné restauraci na moji otázku: „Jaká červená vína máte?“ zněla odpověď: „Tramín červený a Veltlínské červené rané“, jsou již minulostí. V tomto směru je vidět velký pokrok, ale stále je to ještě běh na dlouhou trať. Je příjemné se s výběrem vína k vybranému pokrmu svěřit odborníkovi, stejně jako se zúčastnit degustace zajímavých vín se sommelierem, který umí o víně vyprávět i krásné a pravdivé příběhy, které se k jednotlivým vzorkům vína váží.

Co byste vzkázala ženám, které se rozhodly povýšit víno na vkusný doplněk firemního jednání, ale zatím nemají tolik zkušeností, zároveň touží po jisté originalitě, neotřelosti... Prostě nepít víno jen tak, ale naopak jím podkreslit image podnikání nebo radost ze života. Znalosti o víně se získávají postupně a dlouholetými praktickými zkušenostmi. Potěšitelné je, že dnes je pestrá nabídka a je z čeho si vybírat. Mnohdy je těžké se rozhodnout,

co si právě k dané příležitosti zvolit. I žena, která má málo zkušeností, může společnost okouzlit svými znalostmi a svým výběrem vína. Já se nechám ráda inspirovat snoubením vín a pokrmů v harmonii chutí, sommelierským rádcem nebo jeho doporučením na www.vinoabobule.cz. A to v případě firemních, obchodních nebo přátelských setkání. Blíží se pomalu léto. Pro letní pracovní neformální zážitky si vyberu něco příjemného, osvěžujícího např. Hibernál pozdní sběr, vítěz letošního Vinexu od pana Michlovského z Vinařství roku, který je prostě nádherný. Výborné chutná s králičím masem nebo vepřovou panenkou. Okouzila mě i Pálava z Moravína, kterou mám ještě v počtu několika lahví v domácím archivu, a již přijal velice příznivě i Papež Benedikt XVI. na své návštěvě České republiky. Pro teplý letní večer s kamarádkou si vyberu nejpříjemnější vychlazené růžové z Velkobílovických vín, které je z odrůdy Zweigeltrebe pro jeho příjemnou kyselinku, ovocnost a decentní vůni. K tomu si připravíme lehký zeleninový salát s jogurtovou zálivkou. A můj favorit pro jakoukoliv příležitost je

Je příjemné se s výběrem vína k vybranému pokrmu svěřit odborníkovi, stejně jako se zúčastnit degustace zajímavých vín se sommelierem, který umí o víně vyprávět i krásné a pravdivé příběhy, jež se k jednotlivým vzorkům vína váží.

vlažková loď značky RESVINIA, a to Ryzlink rýnský, který získal významné ocenění na Valtických vinných trzích. Bohužel tohoto skvostu bylo vyrobeno pouze 700 lahví a je ho stále méně a méně a všem mým přátelům chutná. Ráda se účastním setkání, kde profesionální sommelier nám řekne něco zajímavého o víně a tato degustace nevšedních zážitků chuťových buněk je spojena například i s vernisáží něčeho originálního. Takovýto profesionálně dobře připravený setkání není nikdy dost. Těba pro nás připraví něco právě Madam Business...

za odpovědi poděkovala Eva Brixl

► s mýty a pověrami. Neznají způsoby, jak mohou pomocí marketingových aktivit zvýšit zisky svých firem. A to platí ještě více v době krize a platí to nejen pro některé vinaře a vinařské firmy. To dokládá fakt, že při ekonomické recesi výdaje na marketing patří u řady firem k prvním, které redukují. Přitom v ideálním případě by měly marketingové výdaje být těmi, které budou redukovány mezi posledními, pokud ne (samozřejmě v rámci finančních možností) navyšovány. Uvedené tvrzení lze snadno odůvodnit základními poznatky fungování trhu zboží a služeb. Klesá-li při ekonomickém útlumu poptávka firmy, potom je třeba ji vhodnými způsoby „podepřít“ a zamezit tak jejímu klesání. Jednou z možností, kterou toho lze docílit, jsou marketingové aktivity.

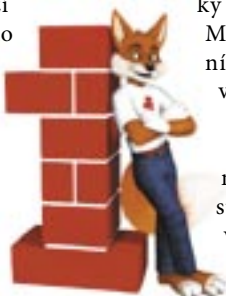
Na polovinu června se chystá v Brně atraktivní konference s názvem Moderní trendy propagace vína – jste jedním z projektových manažerů konference, osobností plnou nápadů. O čem bude toto setkání a pro koho je určeno?

Konferenci Moderní trendy propagace vína pořádá Národní vinařské centrum za podpory Vinařského fondu pod záštitou rektora soukromé vysoké školy Brno International Business School. Jedním z partnerů konference je i Svaz vinařů České republiky. Toto spojení teorie a praxe považují za šťastné z hlediska přínosu zejména v těch oblastech marketingu, které mohou být největší slabinou firem v oblasti výroby, distribuce, prodeje vína a poskytování služeb souvisejících s vínem.

Alternativa kapitálového životního pojištění

Rizikové životní pojištění je součástí produktové nabídky Českomoravské stavební spořitelny již od roku 2006. S velkým zájmem se od počátku setkává pojištění nesplacené části úvěru. Pojištění spořicí fáze stavebního spoření nabízí ČMSS rovněž od zavedení rizikového životního pojištění do nabídky. Až dosud to bylo pojištění s ročně hrazeným příspěvkem na pojištění. Nově vychází ČMSS vstříc klientům nabídkou pojištění spoření s měsíčními platbami. Pokud si klient sjedná pojištění spořicí fáze, pojišťovna v případě úmrtí pojištěného vyplátí částku, kterou zbývá naspořit do cílové částky stavebního spoření. Ve spojení s výhodami stavebního spoření je tak pojištění spoření zajímavou alternativou kapitálového životního pojištění. „Pojištění spořicí fáze nabízí v České republice pouze

ČMSS a jedná se o zcela transparentní řešení. Klientovi je totiž v každém okamžiku přesně známo, kolik investuje do pojištění a kolik vkládá do spoření“, poznamenal k výhodám nové nabídky místopředseda představenstva ČMSS Manfred Koller. Maximální pojistná částka na jednu žádost o pojištění činí 3 miliony korun. Výše pojistného je závislá na věku, pohlaví a výši pojistné částky, přičemž příspěvek na pojištění se při pravidelném spoření nebo splacení úvěru každý rok snižuje. Pro vstup do pojištění není třeba lékařské osvědčení o zdravotním stavu, stačí vyplnit zdravotní dotazník. Minimální věk pro vstup do rizikového životního pojištění je 18 let a maximální věk pro přistoupení k pojištění 65 let.



(tz)

Pozitivní myšlení a laskavost pomáhají rozsvítit den

Mám ráda lidi, kteří se usmívají, rozdávají energii, aniž za to mohou, a dokáží strhnout ostatní k aktivitám, o nichž dříve neměli ani potuchy. Obdivuji ženy, které si vědí rady, jsou zdravě sebevědomé a umí jiné lidi motivovat k výkonu. Učím se od nich, ráda jim naslouchám. Když jsem pozorovala MUDr. Mirku Pelechovou, primářku a ředitelku Ústavu lékařské kosmetiky v Praze na jedné tiskové konferenci, pokládala jsem si zároveň jedinou otázku: kde bere tato dáma sílu k tomu, aby upoutala pozornost nás všech, novinářů? To je totiž úkol nadlidský... Nejraději bych se bývala také zeptala, kolik jí je let, jenže to se nesluší a nikdy bych si to nedovolila. Vypadala totiž báječně. Její temperament však brzy odvedl moji pozornost k otázkám jiným a podstatnějším. Odpovědi předávám:



MUDr. Mirka Pelechová

I velké osobnosti, které dokáží brát mnohé s nadhledem, se čas od času bojí stárnutí. Proč by stárnutí nemělo být hendikep?

Protože čas běží všem stejně spravedlivě. Jak říkal pan Werich – mládí není období života, ale duševní stav. Prostě není důvod se bát času, ale nemohoucnosti, závislosti a ztráty možnosti osob-

ní aktivní volby. Toto vše není spojeno pouze s kalendářním věkem, to si neseme v sobě. Prostě poděkuji za každé nové ráno, kdy jsem zdravá, mohu být, pracovat a řešit, co den přinese.

Možná více se přibývajících vrásek obávají ženy – co doporučit?

Prostě se sama sobě trochu věnovat.

Každá z nás považuje za běžné pravidelně obměňovat a pečovat o svůj šatník a doplňky, jako jsou kabelky a boty. Přitom má pochybnosti, zda má stejnou péči věnovat i sama sobě. Platí, že čím dříve zahrnu tuto péči o samu sebe do svého rozvrhu, tím bude méně náročná, a to finančně i časově. Současná estetická medicína má perfektní materiálové i technické možnosti velmi přírodní cestou udržovat kůži metabolicky aktivní, tím i mladší, a brzdit zevní viditelné projevy stárnutí. Nezapomínejme, že i náš vzhled je součástí naší ceny na trhu práce.

Abychom vypadaly lépe a působily svěže, šarmantně, byly obdivovány, děláme možné nemožné. Držíme diety, líčíme se, propadáme parfémům, na druhé straně nám unikají prosté zásady zdravého životního stylu. Lze je vůbec v podnikatelském a manažerském životě dodržovat?

Na to si musí každý z nás odpovědět sám. Jestliže se chce vybydlovat, žít z podstaty ►



► a vše omlouvat časovou zaneprázdněností, je to samozřejmě svobodná osobní volba a cesta.

Čím se vaše pracoviště dnes zabývá a v čem může být nápomocno právě ženám, které zápasí s časem a povinnostmi?

Naše pracoviště má špičkové technické, materiální i personální vybavení, a to v celosvětovém měřítku. Pomáhá co nejefektivněji moderními a přírodními metodami regeneraci pleti celého těla. Pacientka tak může omezit domácí péči na minimum a přitom dosáhne pěkného efektu a atraktivního svěžího vzhledu.

Jaké jsou nyní nejžádanější zákroky?

Jednoznačně to je resurfacing frakčním laserem, který perfektně zpevní kůži a kontury obličeje, vyhladí ji a barevně sjednotí. Současně není časově náročný na hojení a je i cenově přístupný. Dále samozřejmě patří k evergreenům aplikace implantačních materiálů do vrásek. Na našem pracovišti preferujeme zásadně přírodní materiály, tedy tělu vlastní, na které nejsou alergické reakce a metabolicky kůži omlazují. No a třetí nejžádanější je omezení mimických vrásek aplikací botulotoxinu typu A. My vždy dbáme, aby se pouze omezily mimické zlovyky, ale nepřipravíme klienta o běžnou mimiku, takže nemusí mít obavy, že bude mít obličej jako nehybnou masku.

A nač byste ráda zaměřila pozornost klientek?

Na dobrou volbu ošetřujícího specialisty v oblasti estetické medicíny. Měli by spolu dopodrobna probrat nejen současné aktuální ošetření, ale i perspektivy, které v horizontu roků obě strany vidí. Současně by měli zvážit, zda mají podobné vidění toho, co je atraktivní a hezké, potom jejich společné úsilí pravděpodobně má šanci přinést oběma stranám radost a spokojenost.

Mnoho žen také spoléhá na zázraky...

Ani v estetice není nic zadarmo. Vše je výsledkem systematické, plánované a trvalé péče. Pokud budu volit tuto cestu, dosáhnou maxima efektu bez nárazových hrr akcí,



A v pražských Emauzích Ústav lékařské kosmetiky sídlí

náročných časově i finančně. Je dobré se při konzultaci poradit se specialistou. Utvořit si představu o možnostech a z nich zvolit cestu, která bude každému osobně vyhovovat nejen časově, ale i finančně.

Vy sama jste přímo nabitá energií, kde ji čerpáte?

Mám ráda svoji práci, těším se do ní a ráda se pořád učím nové věci. Říkám si, jak jsem již podotkla, díky za každé nové ráno a den, který mohu aktivně prožít zdravě.

Užívám si drobné radosti, nepovažuji je za samozřejmost a jsem za ně vděčná.

Také jsem si všimla, že se ráda smějete. Věříte v léčivou moc smíchu?

Věřím, že pozitivní myšlení a laskavost pomáhají rozsvítit a zpříjemnit běžný den. Schopnost zasmát se (i vlastním omylům a chybám) odlehčí stres, pomůže překlenout krizové situace a najít nejlepší řešení problémů.

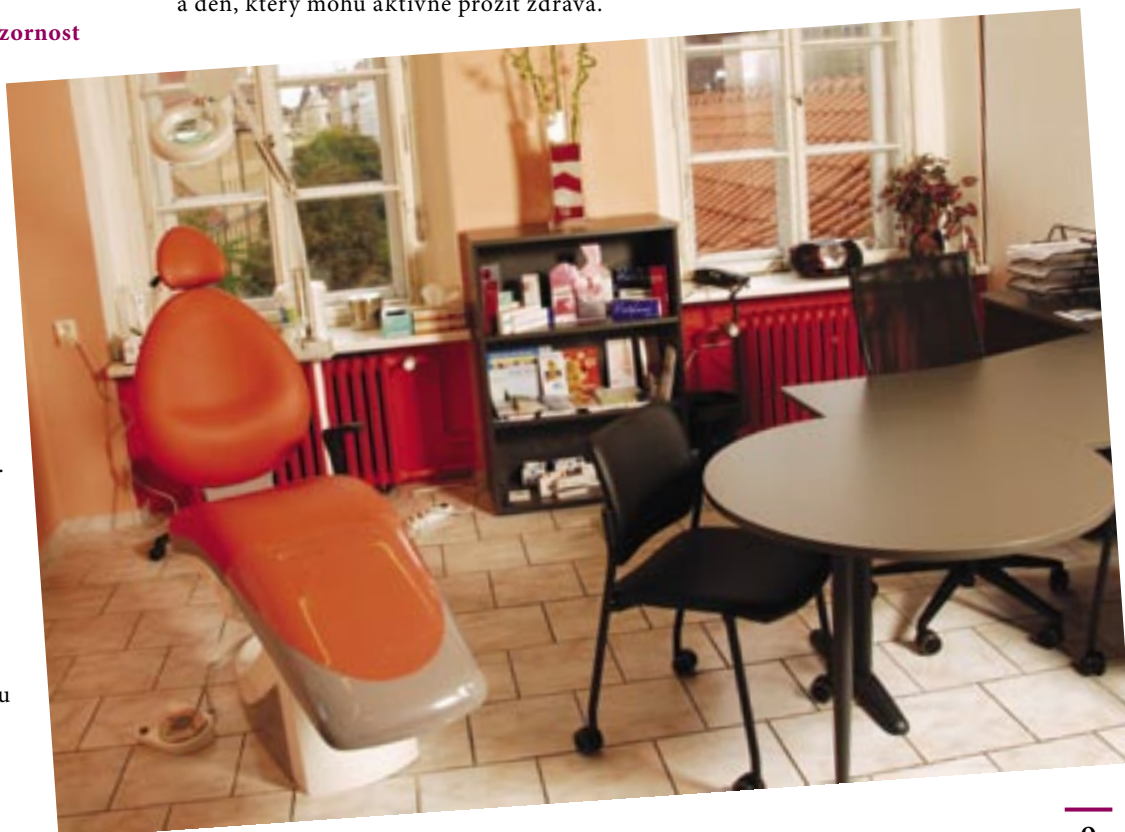
Nedávno jste jako host vystupovala na tiskové konferenci společnosti Amway – čím je pro vás kosmetika této značky zajímavá?

Právě představovaná nová řada je zajímavá svojí komplexností. Symbolika čtyř základních živlů (země, vzduchu, vody a ohně) je velmi vtipně vybrána a napomáhá orientaci v nabízených prostředcích a v neposlední řadě je cenově velmi přístupná, takže může být naší volbou pro všechny typy pleti, celoročně.

A jakou bylinku či květinu v péči o vlastní vzhled využíváte vy?

Vnitřně užívám ráda výtažky z pupalky, červeného jetele a třezalky. Z vůní preferuji ty, které jsou svěžejší, lehčí a mají příchutě pomerančů a jasmínu. V současné době je můj favorit vůně Jo Malone Orange.

rozhovor připravila Eva Brixí



Věci se snažím vidět optikou čísel

Jak začít rozhovor, na kterém člověku záleží? V tom dnešním zpřeházeném světě, kdy se těžko odhadují priority, protože jsou to ony, které se mění, kdy se čas dostává do rozměru filozofického, a chytrost se lidstvo teprve učí patřičně oceňovat? Jak začít rozhovor o ženě, svěží manažerce, která dostala za úkol uvažovat o budoucnosti ČEZu? Jak začít rozhovor, který musí i končit, ačkoli by obě strany pomyslnou tečku nejraději nenapsaly? To se těžko odhaduje.

K Haně Krbcové, ředitelce divize personalistika společnosti ČEZ, a.s., jsem vyslala řadu otázek. Stejný počet odpovědí jsem dostala. Jsou pro vás:

Jste ve společnosti ČEZ, a.s., ředitelkou divize personalistika a jste také jednou z mála žen ve vedení nejmedializovanější firmy v ČR. To samo o sobě už napovídá, že jde o životní příběh...

Ano, máte pravdu. Celá moje profesní kariéra je spojena s energetikou, polovina toho však spíše s ekonomickými pozicemi. V samotné společnosti ČEZ však působím teprve od roku 2005. ČEZ tehdy koupil pět regionálních energetik a mezi nimi i Severomoravskou energetiku, mého tehdejšího zaměstnavatele. Dostala jsem nabídku podílet se na transformaci personalistiky regionálních dceřiných společností a vést útvar, který měl za úkol poskytovat personální služby dceřiným společnostem ČEZu. Po pracovní stránce to byla velmi zajímavá nabídka, bylo nutné vytvořit a zavést systém poskytování personálních služeb pro naše společnosti. V těch dceřiných byly zrušeny personální útvary a personalistika měla být dodávána tzv. „na klíč“. Ta práce mne velmi lákala a zajímala. Bylo potřeba vytvořit něco nového, převést stávající personální útvary, rychle připravit organizační změny, neztratit kvalitní špičkové zaměstnance a udržet je motivované pro změnu a nastartovat poskytování personálních služeb. Současně to znamenalo transformovat pět různorodých podnikových kultur do jedné zcela nové, překonat bariéry starých zvyklostí, navodit novou kooperující týmovou atmosféru, a přitom udržet tempo vysoké výkonnosti. Přijetí lákavé pracovní nabídky však pro mne rovněž znamenalo nutnost projít mnoha osobními změnami. Musela jsem se rozhodnout o změně pracoviště i bydliště. Znamenalo to zvážit svůj další způsob života v jiném regionu. Mé kořeny, všechny budo-



Hana Krbcová

vané vazby, rodina i přátelé, mnohé aktivity, a to pracovní i ty mimopracovní, zůstaly na severu Moravy. Toto rozhodování nebylo vůbec jednoduché. Znamenalo totiž změnu nejen pro mne, ale rovněž pro mé nejbližší.

Rozhodování o nabídce přímo do vedení ČEZu na pozici ředitelky divize personalistika, kterou vykonáváte teprve necelý rok, přesně od září 2009, jste již tedy měla jednodušší? Přijala jste hned, nebo jste o tom dlouho přemýšlela?

Moje kroky byly poměrně rychlé, ale nijak jednoduché. Věděla jsem, že je před divizí personalistika několik skutečně zásadních a klíčových úkolů, které bude poměrně obtížné úspěšně zvládnout. Proto jsem s generálním ředitelem ČEZ, Martinem Romanem, i výkonným ředitelem ČEZ, Danielem Benešem, diskutovala především o klíčových cílech pro divizi personalistika

a rozsahu svých pravomocí k jejich naplnění. Po vyjasnění těchto otázek to bylo jednoznačné.

O jaké úkoly či cíle tedy jde?

Jedním z úkolů je proces proměny celé divize za účelem zefektivnění a zkvalitnění poskytovaných personálních služeb a zvýšení produktivity práce, což představuje snížit aktuální počet zaměstnanců a dále pak zajištění dostatečného množství kvalifikovaných zaměstnanců pro výstavbu a obnovu našich výrobních zdrojů, především pro nový jaderný zdroj a pro demografickou obměnu stávajících zaměstnanců. Změny, to jsou záležitosti, které lidé obecně příliš nemilují. Úspěšně uskutečnit organizační změny patří mezi největší manažerské výzvy, které dostáváme. Obvykle to znamená mít velmi dobrou vizi a jasné cíle a také být hodně tvrdý k sobě i útvarům, které měníte. Znamená to rovněž smířit se s tím, že po určitou dobu nemůžete být „příliš populární“ a budete pravděpodobně hodně sama.

A zajištění odpovídajícího množství zaměstnanců technických profesí, to je výzva, kterou dnes řeší celá Evropa i svět. Úspěch v tomto procesu pro nás znamená „pohnout myslí českého národa“ a nasměrovat větší množství žáků základních škol i absolventů středních škol ke studiu technických oborů a následně k přijetí pracovní nabídky do ČEZu. Je to obrovský prostor. Když jsem nabídku na pozici ředitelky divize zvažovala, tohle byly určité věci, které byly pro kladné rozhodnutí ty zásadní. Až když jsem si promyslela strategii pro obě oblasti, definitivně jsem souhlasila.

Jaký to je vlastně pocit dostat nabídku na tak vysokou pozici v převážně mužském manažerském světě v prestižní a velmi populární firmě?

Mužský a ženský svět – možná vám to bude připadat divné, ale to jsou věci, které já

► vůbec neřeším. Jako personalista jsem proti každé diskriminaci, i té pozitivní, která by měla zvýhodňovat při výběru jakéhokoliv uchazeče, a tedy i ženy. Při výběru na pozice preferujeme kvalitu zájemců. Já jsem vlastně celý svůj pracovní život prožila v energetice. Vždy jsem se setkávala s tím, že o výběru uchazečů rozhodovaly hlavně odborné kvality způsobilosti člověka. Takže pracovat ve vedení ČEZ, v týmu skvělých odborníků a špičkových manažerů je pro mne jistě velmi zajímavá, inspirující a příjemná zkušenost.

Před pár desítkami let bývali v mých očích personalisté postrachem. Také se jim někdy říkalo kádrováci. Podmračení, zlomyslní a protivní. Neuměli se oblékat, v kanceláři mívali nevyvětráno, pořád vyplňovali nějaká hlášení, a ještě si na tom zakládali. Jako by jim osud ublížil už tím, že je nastrčil do takové pozice. Dnes se pod pojmem personalistika dostává na výsluní práce s lidmi a nabízí se obrovský prostor k tomu, jak z člověka vytvořit osobnost, a je jedno, zda v dělnické profesi, nebo jako odborník na řízení. Je to tak?

Personalistika je velmi zajímavý obor a její správné „užívání“ pro firmy skýtá obrovské možnosti pro zvyšování výkonnosti. Když však porovnávám své osobní profesní zkušenosti, musím konstatovat, že „dostat se na výsluní“ v ekonomické oblasti bylo rozhodně mnohem snazší než v personalistice. Být uznávaným partnerem manažerů, se kterým konzultují svá personální rozhodnutí, kterému naslouchají v oblasti rozvoje potenciálu svého týmu, se kterým diskutují a radí se o možnostech řešení efektivního uspořádání svého kolektivu, o úsporách v oblasti osobních nákladů, to je snem všech personalistů. Takovým profesionálům se skutečně ve firmách blýská na lepší časy.

První setkání s vámi bylo neuvěřitelně příjemné. Nadbytek energie jste předávala dál, bylo to znát, žertovala jste, smysl pro legraci se ukrýt nedá. Na první pohled bych si troufala tvrdit, že jste pohodář a v tom nejlepším slova smyslu provokatéra zkoušíte co situace unese. Je mi to sympatické, ale také jsem se již naučila vnímat, že někteří pohodářům závidí... Co s tím? Jsem ráda, že tak vnímáte můj pozitivní

přístup k lidem okolo. Při jednání se svými kolegy, se svým týmem i se svým okolím se snažím uplatnit rovný přístup bez nějakého zdůrazňování šéfovských výlozek. Snažím se lidi vést, ne řídit. Důvěra je pro mě fungování klíčová. Pokud lidem důvěřujete, tým funguje mnohem efektivněji. Mně se to mnohonásobně vrací v jejich osobní angažovanosti a to mne naplňuje skutečnou pozitivní vnitřní energií. Můj „vnitřní pohon“ pak může fungovat na plné obrátky.

Působíte v roli špičkové manažerky, bez nadhledu byste se asi těžko obešla. Oč se staráte, oč bojujete, co se snažíte prosadit a co všechno můžete ovlivnit?

Mé směřování i směřování klíčových aktivit mého útvaru vyplývá ze strategie naší společnosti. Pro čtenáře by to mohlo znít jako fráze, proto se to pokusím vysvětlit trochu blíže. Pokud se personalisté ve svých činnostech a nástrojích, které připravují, nesváží velmi úzce se strategickými cíli firmy, působí obvykle jejich nabídky a aktivity pro manažery dosti nesrozumitelně. Strategií naší společnosti je pro nejbližší období obnova a výstavba energetických zdrojů, včetně nového jaderného bloku v Temelíně. Z toho vyplývá klíčové

Mužský a ženský svět – možná vám to bude připadat divné, ale to jsou věci, které já vůbec neřeším.

ními sdruženími a školami. Společně pak hledáme cesty k působení na veřejnost, k tomu jak pohnout myslí našich dětí.

Na jedné tiskové konferenci jste naznačila, že bude vaše společnost potřebovat netušené množství specialistů, mezi nimi vyspělé techniky. Proto, abyste je dokázali získat, počítáte hodně dopředu

a děláte až nemožné. Co to znamená?

Ano, do roku 2020 bude Skupina ČEZ potřebovat okolo 12 000 absolventů technických oborů. Masivní potřeba náboru souvisí zvláště s plánovanými projekty výstavby nových zdrojů, včetně nových bloků v Jaderné elektrárně Temelín. S ohledem na to, že ale narážíme na klesající zájem mladých lidí o studium techniky a technické školy ročně produkují méně a méně absolventů, musíme se soustředit na veřejnou popularizaci studia technických oborů. Spolupracujeme se sítěmi středních a vysokých technických škol, kterým nabízíme podporu v podobě besed se studenty, vedení studentských prací, zapojení našich odborníků do mentoringu, příspěvků na studijní pomůcky apod. Pro studenty organizujeme například Jadernou maturitu, Letní univerzitu nebo Energetickou maturitu, kde si mohou své technické znalosti pro-

hlubovat poznáním praxe. Hodně si slibujeme i od podpory vzniku nových oborů. Například minulý rok jsme pomohli rozšíření výuky na SPŠ Třebíč o nový obor Energetika.

Sehnat včas dobrého a slušného řemeslníka jsou pořádné nervy, „učňáky“ u nás skoro už neexistují, každý by chtěl být šéfem čehokoli, ať už to má, či nemá smysl. Jak se snažíte podpořit celospolečenskou diskuzi o nutnosti návratu řemesel do života,

a to zejména technického směru?

Souhlasím s vámi. Z průzkumu, který jsme minulý rok uspořádali mezi studenty středních a vysokých technických škol, vyplynulo, že převážně středoškoláci nemají k zvolenému oboru žádný vztah. Často ani nejde o jejich první volbu, ale nutné zlo, protože se nedostali na jinou školu. Když jsme se pak ptali na jejich představy o uplatnění,

pokračování na straně 13 ►



Hana Krbková ze společnosti ČEZ (zleva) a Růžena Petříková z DTO CZ v Ostravě v diskuzi na tiskové konferenci Proč chtějí mít firmy chytré lidi, která se nedávno uskutečnila v Praze

zaměření divize a plynou z toho i mé cíle. Musíme zabezpečit požadované množství zaměstnanců, ty připravit – zajistit jejich rozvoj. Protože se jedná o cíle, jejichž splnění přesahuje hranice Skupiny ČEZ, je jasné, že se soustředíme na komunikaci a nastavení spolupráce s klíčovými subjekty v tomto procesu, s orgány státní správy, ministerstvy, zájmovými i profes-

s Alenou Gronychovou

Když se práce daří, je hodně radosti

Když jsem do mailu dostala odpovědi Aleny Gronychové, ředitelky pobočky Praha UniCredit Leasing CZ, a.s., přiznám se, že jsem je proletěla jednu po druhé kosmickou rychlostí se zvědavostí novináře vlastní. Prostě jsem chtěla vědět, co mi píše, a to z mnoha důvodů. Jedním z nich je ten, že právě v této společnosti pracuje na vedoucích pozicích vskutku mnoho šikovných, pilných a uznávaných odborníků, a tak mne názory jedné z nich na souvislosti, které k tomu všemu patří, zajímaly.

A jak tak vím z řady tiskových konferencí, nejvyšší management rodu mužského se ženskou reprezentací rád pochlubí a nahlas projeví uznání, ba hrdost na to, jaké báječné kolegyně má. Tato slova by neměla znít diskriminačně vůči mužům. Pokouším se jimi vyjádřit spíše obdiv nad tím, že se v UniCredit Leasingu podařilo vytvořit takové podmínky pro seberealizaci žen, a je z toho velký vzájemný užitek, který nese své ovoce ve spokojenosti a přílivu dalších klientů. Dejme však slovo Aleně Gronychové:

Vedete velkou pobočku významné nadnárodní společnosti. Cítíte spíše zodpovědnost, nebo je to radost a příjemný pocit seberealizace?

Určitě je to v první řadě velká zodpověd-

nost. Pobočka, kterou řídím, je nejen největší, ale má významnou pozici v pobočkové síti Unicredit Leasing hlavně s ohledem na zrealizovaný objem obchodů. A samozřejmě, když se práce daří, tak je hodně radosti.

Je to spíše o reprezentaci, schůzkách s klienty, anebo o té všední, neviditelné řídicí práci v místě působení?

Nechtěla bych podcenit reprezentaci, ale pro mě osobně je velmi důležité, aby moje pobočka dobře fungovala, takže těžiště mé práce v současné době vidím především v řízení lidí.

Být v čele týmu odborníků znamená obstat za každých okolností. K tomu patří asi i něco předvídavosti, pozornosti, psychologie a hodně optimismu a pozitivní energie. A co z vašeho pohledu ještě?

Já osobně se také hodně spoléhám na empatii, je to určitě spíše ženský postoj, ale pro mě je prostě důležité za každým kole-

gou vidět hlavně člověka, který má ostatně jako každý z nás své lepší a horší dny.

Čeho si na svém kolektivu nejvíce ceníte?

Kdybych to měla vyjádřit jedním slovem, tak je to různorodost. V kolektivu lidí, který vedu, je zastoupeno několik generací. Cení si, že se nám podařilo vytvořit kompaktní tým, kde každý našel své místo. Naučila jsem se akceptovat, že každý z nás je jiný, a proto se snažím, aby dostal prostor uplatnit v týmu to, čím je pro něj přínosem. Není to vždy jednoduché, ale tato cesta se mi osvědčila.

Chválíte často?

Tak tady musím sebekriticky přiznat, že bych mohla chválit více a častěji. Nejen proto, že pochvala motivuje, ale i proto, že si ji mnozí moji kolegové opravdu zaslouží.

A povzbudí také někdo občas vás?

V práci je pro mě povzbuzením uznání ze strany nadřízených nebo když se podaří nakazit mým nadšením nejbližší spolupracovníky. A samozřejmě mě těší podpora rodiny a mé dlouholeté kamarádky Pavly. A když o tom přemýšlím, tak si na nedostatek uznání a podpory nemůžu stěžovat. ►



Alena Gronychová

POŘADÍ NA TRHU ZA ROK 2009 - TOP 10 LEASINGOVÝCH SPOL.
Financovaná hodnota (relevantní trh, zdroj ČLFA, údaje v mld. Kč)



► **Manažerská profese je o hodinách času navíc, leckdy o značném odříkání, i když je to vyváženo třeba společenským uznáním. Jak se s tím v roli ženy, která má řadu rodinných povinností navíc než muži, vyrovnáváte?**

Moje situace je určitě lehčí v tom, že mám samostatnou rodinu a nejsem tedy ta, která má více rodinných povinností než ostatní doma. Manžel, který je sám pracovně vytížený, se dokáže o hodně věcí postarat, a navíc velmi rád a dobře vaří. Dcera Gabriela se již chystá na vysokou školu a také ji v poslední době zaměstnává náš nejnovější přírůstek do rodiny, neposedné štěňátko Garp.

Nač myslíte, když ráno vstáváte?

Vstávání mi trochu dělá potíže, takže hlavně myslím na to, jak se co nejrychleji dostat do práce. Sobotu a neděli si užívám, ráno začínáme velkou a dlouhou rodinnou snídání, kde probereme to, na co v průběhu týdne nebyl čas.



**UniCredit
Leasing**

Zdá se vám v noci někdy o práci?

Myslím, že nezdá. Své sny si ale většinou nepamatuji.

Dá se vypořádat nějaký rozdíl mezi jednáním ženy a muže, když si vyřizují například úvěr? Kdo je zvidavější, kdo jde více do podrobností?

Na tuhle otázku vám asi nemohu odpovědět. Jednám většinou se zástupci firem a tam rozhodně převažují muži. Ve vedení společností je stále málo žen, myslím, že je to škoda.

Využila jste sama nějakou nabídku vaší společnosti? Máte třeba auto na leasing?

Samozřejmě a ráda. Na leasing máme již několikrát automo-

bil a byli jsme vždy spokojeným zákazníkem. Leasing u naší společnosti mohou s klidným svědomím všem doporučit.

A úplně na závěr: co byste přála všem českým manažerkám?

Hlavně to, aby dostaly příležitost, pak už je to jenom na nich.

otázky připravila Eva Brixl

UniCredit Leasing je univerzální leasingovou společností se silným finančním základem renomované evropské bankovní skupiny UniCredit Group. Od svého vzniku v roce 1991 (pod obchodním jménem CAC LEASING) stále náleží v České republice k nejvýznamnějším leasingovým společnostem. V roce 2009 se vrátila na pozici jedničky na českém leasingovém trhu. Patří mezi zakládající společnosti leasingového financování v České republice vůbec.

UniCredit Leasing je univerzální leasingovou společností na českém trhu. Kompletní je jak nabídka možností financování movitých i nemovitých věcí, tak i výběr z různých typů financování a s tím souvisejících služeb. Finanční řešení a poradenství UniCredit Leasing se řídí potřebami nejen firem a podnikatelů, ale i soukromých osob.

Nabídku dále doplňují dceřiné společnosti UniCredit pojišťovací makléřská (patří k největším pojišťovacím makléřům v ČR) a UniCredit Fleet Management (specializuje se na operativní leasing se službami). Náleží k nim rovněž společné podniky UniCredit Leasing Slovakia a RCI Financial Services.

pokračování ze strany 11 ►

často odpovídali: „chci dělat u počítače, chci řídit lidi, chci cestovat do zahraničí“, ale jen málokdo z nich tušil, jaké příležitosti mu tato profese přináší. Popularizace studia a uplatnění v technických oborech je proto nutný předpoklad, abychom v budoucnosti získali dostatek vhodných absolventů pro obsluhu našich elektráren či distribuční sítě. Snažíme se co nejvíce spolupracovat s médií, abychom jejich prostřednictvím vzkázali žákům, studentům a jejich rodičům, že doba ekonomů, právníků a manažerů je pryč a že perspektivním oborem je technika. Zorganizovali jsme soutěž pro studenty, aby se zábavnou formou něco dozvěděli o možnostech uplatnění v energetice. Dalším příkladem naší osvětové činnosti je spolupráce s výchovnými poradci.

Matematiky, fyziky, chemie se děti bojí, kantoři už skoro také. Vždyť je to úchylka. Za pár let nebudeme rozumět ani tomu, co je to blbec na druhou. Přepočítat si výplatu už je problém hodně dlouho, stejně tak jako v patřičném poměru naředit postřík na kadeřavost listů broskvoni. Lid je z čísel zmaten a děsí se jich snad pod tlakem informační exploze, kdo ví. Vy na to však máte jednoznačný názor.

Líbí se mi námět, aby maturita z matematiky byla povinná. Je to například jedna ze zvažovaných cest expertního týmu na ministerstvu školství, který má rovněž za cíl podporu technických a přírodovědných oborů. Myslím, že matematika dává dobrý základ logickému uvažování a je nezbytnou průpravou nejen pro technickou inteligenci.

Čím může ovlivnit ta která firma konkurenceschopnost? ČEZ hledá talenty například pro vedení týmu a pracuje s nimi. Vytváří si tak náskok v know-how. Mám pocit, že právě tohle je vaše parketa.

Řízení a sdílení znalostí nám má nejen přidat na konkurenceschopnosti, ale je vůbec nezbytnou podmínkou zajištění provozu našich výrobních a distribučních zařízení. Generace energetiků totiž stárne, je ji třeba nahradit mladou krví, ale bez předání jedinečných znalostí z provozu, zvláště jaderných elektráren se generační výměna nepovede. Proto jsme již před několika lety rozjeli, nejprve na našich jaderných elektrárnách, projekt knowledge managementu. Jako firma, která patří mezi několik málo společností na světě se schopností provozovat jádro, si zkrátka nemůžeme dovolit klíčové know-how ztratit.

Ostatně – v čem vlastně spatřujete vlastní seberealizaci? Je to v tom, že máte prostor tvořit, předkládat nové náměty pro řešení personálních záležitostí?

Má profesní realizace vyplývá z cílů, které jsou na můj útvar kladeny. Pokud nalézám společně se svým týmem cesty k jejich naplnění a vidím spokojené zákazníky naší činnosti – manažery a zaměstnance Skupiny ČEZ, skutečně vidím výsledky naší práce, cítím se velmi spokojena. Mám-li

navíc kolem sebe mezi nejbližšími spolupracovníky lidi, kterým mohu důvěřovat, jichž si profesně i lidsky vážím, pak cítím opravdovou radost a potěšení z práce.

Všimla jsem si, že pečlivě hospodaříte s časem, na druhé straně ho nelitujete vynaložit ani na tzv. průzkum terénu, kdy nevíte, bude-li přínos takový, jaký byste očekávala. Jak se dá všechno stihnout? Je to úsměv, humor, umění být nad věcí, co pomáhají? Nebo přísný systém priorit, nějaký osobitý recept, jak se nezbláznit?

Není to jednoduché a ne vždy se mi to optimálně daří. Často musím být hodně tvrdá k sobě i ostatním. Hodně mi pomáhá můj kolektiv, bez toho bych práci dobře nezvládla. Také hodně těžím ze svých minulých profesních zkušeností z ekonomické praxe. Věci, i ty tzv. „měkké“ a zdánlivě neuchopitelné se snažím vidět optikou čísel, věci s výrazným efektem pro zákazníky upřednostňovat. A když už nevím kudy kam a práce mi začíná přerůstat přes hlavu, jdu si zaběhat do Kunratického lesa. S vyčištěnou hlavou na věci dostávám jiný pohled. Ideální „dobití baterek“ je čtrnáctidenní dovolená někde na horách. Když si pořádně sáhnou na dno svých sil, vrátím se nabitá energií se spoustou nápadů.

otázky promýšlela Eva Brixl

Změny, to jsou záležitosti, které lidé obecně příliš nemilují. Úspěšně uskutečnit organizační změny patří mezi největší manažerské výzvy, které dostáváme. Obvykle to znamená mít velmi dobrou vizi a jasné cíle a také být hodně tvrdý k sobě i útvarům, které měníte. Znamená to rovněž smířit se s tím, že po určitou dobu nemůžete být „příliš populární“ a budete pravděpodobně hodně sama.

Jistota je v nás

Sotva si české firmy mohly představit větší zkoušku, než jim připravila současná ekonomická krize. Co dříve dobře fungovalo, dnes může selhat a mnohé to vede k zamyšlení, na čem dále stavět. Takovou základní otázku jsme rozebírali s vybranými podnikatelkami a manažerkami. Zeptali jsme se jich:

Co dělat v nynější krizové době, aby firma obhájila své postavení na trhu?

Ačkoli jejich osobní zkušenosti jsou rozdílné, jedno je spojuje: Snaha poznat své přednosti a plně jich využít.

Jitka Chizzola, předseda představenstva, D.A.S. pojišťovna



Patnáct let D.A.S. je dlouhá doba a stále si držíme první místo v právní ochraně. Já jsem u společnosti již víc jak šestnáct let. To už asi samo o sobě nasvědčuje, že

stabilita je to nejdůležitější.

Úspěch, který máme, má z velké části kořeny v naší specializaci. Naším klientům prodáváme jen právní ochranu. Samozřejmě k tomu přispívá i obrovská podpora našich zahraničních společností. Již 17 sester i mimo Evropu. To opravdu zavazuje. K udržení si svého místa je zapotřebí hlavně zlepšovat a vymýšlet nové věci.

Český trh je pořád nový a to je výzva. Baví mne stavět nové projekty, pracovat s lidmi, nenechávat je spát na vavřínech. I po patnácti letech mám radost, že máme rozpracováno mnoho nových projektů, které nám v krátké době přinesou opět větší zviditelnění a s ním i právní ochranu v České republice.

Musíte umět naslouchat spolupracovníkům, obchodu i trhu. Vedle toho musíte mít schopné a pružné zaměstnance, kteří chtějí vytvářet nové věci. Z toho mám v posledním roce obzvlášť radost, protože mám kolem sebe mladý a schopný tým doprovázený zaměstnanci s velkou profesionalitou.

Není lehké ani přes vzrůstající nezaměstnanost získat personál, který opravdu pracuje a převzme automaticky na sebe odpovědnost za projekty. Bohužel mám i zkušenosti, že mnoho lidí o tom jen umí mluvit.

Oslavili jsme patnáct let a mne potěšilo, že na akcích, které s tím byly spojeny, jsem dostala zpětnou vazbu, že D.A.S. je číslo jedna a profesionál ve svém oboru.

Dagmar Jelínková, C.E.O., ECONOMY RATING a.s.



Zaručeně úspěš-

nou radu, jak se firma úspěšně vyhne krachu v dobách krize, bychom dohledávali těžko. Každá firma mnohdy přichází s modelem a nápady, které se stanou úspěšnými protikrizovými opatřeními v rámci tržního segmentu, ve kterém působí, ale tato opatření se v jiném tržním segmentu ukážou být zcela neúčinnými. Zcela logicky má každá oblast svá specifika – výroba má jiná než obchod a ten zase jiná než služby atd.

Můžeme se ovšem na tuto věc podívat trochu jiným, osobnějším pohledem – zeptejme se sami sebe, jak bychom se měli chovat a jací bychom měli být, abychom přežili osobní krizi, ba co víc, abychom se stali úspěšnými a efektivními.

V případě, kdy se zamýšlíme sami nad sebou, je odpověď více nasnadě – vy-

Jiřina Tapšíková, jednatelka, ŠkoFIN



ŠkoFIN
originální finanční služby

Abychom dokázali obhájit pozici leadera na trhu, vyvíjíme komplexní a atraktivní finanční

produkty šité na míru našim zákazníkům. Aktuálně nabízíme například unikátní způsob financování „LIGHT – lehké jako pírkó“, který díky dotovanému úročení výrazně snižuje náklady na pořízení nového vozu pro jednotlivce i podnikatele. Snažíme se také posilovat důvěru všech zájemců o koupi automobilu partnerským přístupem, možnostmi individuálního nastavení parametrů leasingu či úvěru a doplňkovými službami, které šetří čas a zvyšují pohodlí zákazníka.

Těm, kteří mají obavy ze závazků plynoucích ze splátkového financování vozu při současné ekonomické situaci, nabízíme možnost uzavřít pojištění proti platební neschopnosti a zajistit jim tak pocit bezpečí a jistoty.

Ivana Šiková, jednatelka, BEDENIKA s.r.o.

bedenika

V současné situaci se snažíme zaměřit dvěma směry. Tím prvním je snaha působit v našem okruhu vlivu, a nikoliv v okruhu zájmu a starostí. Tím druhým směrem je snaha dosahovat „více s méně“. Dělat to opravdu důležité a méně toho, co důležité není. A opakovaně si pokládáme otázku „Co po nás zákazníci opravdu chtějí? Co od nás očekávají?“ Pokud se stanou naše služby pro naše zákazníky nepostradatelnými, najdou způsob, jak za ně zaplatit.



KLÍČEM KE KRÁSE

v Lázních Lednice je nový exkluzivní přístroj **CELLU M6** – inovace pro zetištění a anti-aging.



Objevte tajemství štíhlejšího těla, zbavte se celulitidy a tuků, zpevněte a vytvarujte svou postavu.

více informací na www.lednicelazne.cz



LÁZNĚ LEDNICE

Lázně Lednice
Břeclavská 700
691 44 Lednice
tel: 519 304 811

email: recepce@lednicelazne.cz

rovnaný člověk zná sám sebe, má své životní hodnoty, kterými se řídí. Z těchto hodnot poté odvozuje své životní cíle, kterých chce dosáhnout – co pro něj znamená spokojený život, jakou chce studovat školu a následně jaké chce nalézt zaměstnání, které ho bude živit i bavit, jaké prostředí je pro něj ideálním místem pro život, jakého bude hledat životního partnera atd. Vlastní poznání sebe a svých hodnot, určení svých životních cílů je základním předpokladem, aby člověk v dnešní turbulentní době nepřišel na scestí, na které se nechá svést myšlenkami druhých, které ale nejsou jeho vlastní a nevycházejí tedy z jeho vnitřního já.

Pro úspěšnou realizaci svých cílů musí člověk znát své silné a slabé stránky – v čem jsou naše přednosti, v nichž jsme lepší než ostatní, a na druhou stranu, v čem nejsme až tak dobří a co by tedy mohlo vést k našemu potenciálnímu neúspěchu, kterému se chceme vyhnout. Spolu s tímto musíme poté rovněž mít přehled o tom, co se děje kolem nás, abychom naše hodnoty a cíle mohli reálně uplatnit v prostředí, které máme prozkoumané.

pokračování na straně 19 ►

s Ivo Steinere

S Garminem do fitka i do cukrárny

Celý život hledáme, jak si ty které činnosti usnadnit, zdokonalit či zpříjemnit. Systém Garmin nabízí stále důmyslnější pomoc, a to už zdaleka nejen pro cestování autem a nejen jako prostá navigace, která radí, jak se kam dostaneme. Značka Garmin toho umí více, než byste možná tušili. Ostatně o tom již Ing. Ivo Steiner, marketingový ředitel společnosti Picodas Praha, spol. s r.o., která je za všechna ta užitečná kouzla Garmin u nás zodpovědná.

Myslíte si, že s mapami už přece jen my ženy umíme pracovat?

Ano a pravděpodobně lépe než muži, kteří se v poslední době začínají spoléhat na GPS navigaci. Pokud o ni pak z jakéhokoli důvodu přijdou, je pro ně už orientace podle mapy obtížná.

V čem je navigační systém Garmin k něžnému pohlaví vlídnější než jiná zařízení?

Pokud budeme mluvit o navigacích do auta, pak je velkou výhodou značky Garmin jednoduché ovládání a širší výběr. Ženy si u Garminu nemusí kupovat stejný model, jako preferují muži. Dámská navigace je tenčí, lehčí, vejde se bez potíží do kabelky a může například fungovat i jako digitální fotorámeček.

V sérii navigací s označením Garmin Lifetime se navíc nabízí bezplatný přístup k novým mapám po celou dobu fungování navigace. Je ale dobré vědět, že existují i jiné typy navigací. Turistické Garminy mají to kouzlo, že dokáží zvednout partnera z pohovky nebo děti od počítače za výletem do přírody. Stačí se zapojit do hledání pokladů hry www.geocaching.com, která nabízí řadu míst inspirujících k rodinným výletům. Navigace pro sport a fitness zase dokáží vést trénink k vyšší efektivitě například při zvýšení kondice nebo redukci tělesné hmotnosti.

Aha – dokáže mne tedy přivést na určené místo zcela bezpečně a rychle? A nejen ten, který je v autě?

Přesně tak. Vedle samotného vedení k cíli dnes ale navigace slouží i jako pomocník při plánování času. Ještě před cestou vám řekne, kolik času bude potřeba, a pokud vám navigace hlásí pozdější příjezd, máte možnost dát vědět manželovi, aby vyzvedl děti ze školky.

Pomáhá však také ve fitku – k čemu je vlastně dobrý?

Většina z nás bojuje s váhou. Představte si, že se odhodláte ke cvičení, ale po dvou měsících vám dojde trpělivost, protože se nedostavil očekávaný výsledek. Stačilo by ale při tréninku zvolnit a váha by spadla dolů. To vše je možné docílit pomocí fitness navigace. Moderní sportestery umí navíc změřit



Ing. Ivo Steiner

a v čase zaznamenat průběh hmotnosti, zjistit procento tuku, hmotnost kostí nebo vyhodnotit metabolický věk. Sportester je nejlepší tréninkový sparing partner. Nemusíte jej přemlouvat, je vždy po ruce a funguje sám o sobě, jako motivace.

Na jaře mnohé z nás vyrazí na kole – může nás Garmin nasměrovat třeba do cukrárny?

Pokud zařadíte hru Geocaching nebo sportování se sportesterem do svého pravidelného programu, tak vás navigace dovede i do cukrárny, kde už navíc nebudete mít obavy o štíhlou linii.

Nač se ženy mohou těšit v budoucnu? Mohl by se navigační systém stát třeba dobrým ochráncem – bodygardem?

Možnost sledování pozice navigace, kterou máte u sebe, by mohla přispět k bezpečnosti, ale řada z nás by v takovém případě mohla mít obavu o ztrátu svobody. Více se mi zamlouvá možnost výuky šetrné jízdy pomocí technologie Garmin EcorouteHD, která navigaci umožní komunikovat s motorem automobilu. Navigace doplněná touto technologií vám ukáže nejen okamžitou nebo průměrnou spotřebu pohonných hmot, ale i zhodnotí vaši jízdu. S navigací se pak můžete naučit úsporný styl rozjezdu, brzdění nebo plynulosti jízdy. Taková navigace vás navíc dokáže upozornit na prasklou žárovku nebo nebezpečně nízký stav oleje v motoru.

otázky připravila Eva Brix

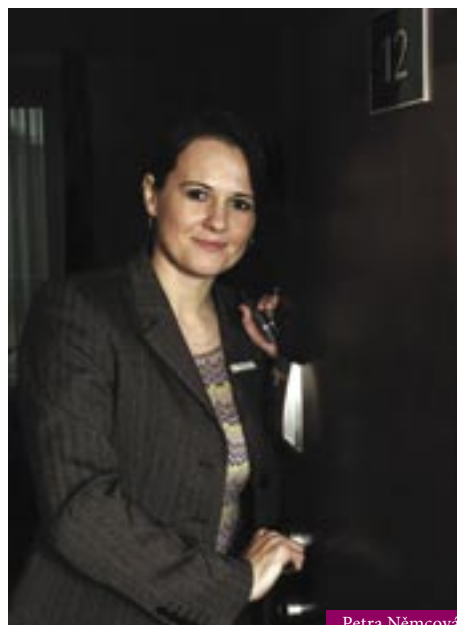


Navigace vám ukáže nejen okamžitou nebo průměrnou spotřebu pohonných hmot, ale i zhodnotí vaši jízdu. S navigací se pak můžete naučit úsporný styl rozjezdu, brzdění nebo plynulosti jízdy.

Z Ritzu do šumavského hotelu

Do známého hotelového řetězce Orea Hotels výtečně zapadá Wellness Hotel Horizont v Železné Rudě. Už sám jeho název a umístění v šumavské krajině hostům napovídá, na jaké služby se zde mohou těšit. Většina z nich však nebude mít ani zdání o tom, že mladá paní ředitelka Petra Němcová, která hotel vede od počátku letošního roku, prošla tvrdou školou v nejprestižnějších světových destinacích. Rádi bychom vám ji v následujícím rozhovoru představili.

Patříte ke generaci úspěšných mladých manažerů, kteří sbírali první zkušenosti v anglicky mluvících zemích. Pokládáte to za nevýznamné, velkou přednost, anebo za nevyhnutelnou podmínku při vedení hotelu se silnou zahraniční klientelou?
Získala jsem zkušenosti k nezaplacení, nejen ty pracovní, ale i osobní – úctu a pokoru



Petra Němcová



Modelka a moderátorka Lucie Váchová-Křížková a jachtař David Křížek, patroni hotelu

k lidem a úslužnost k hostům. Získala jsem jazykové zkušenosti a poznala jsem mnoho lidí z různých zemí, jejich mentalitu a způsob myšlení, jejich potřeby a přání, se kterými je nyní v hotelu překvapuji. Je to jedna z věcí, které jsou v této době důležité, nabídnout hostovi nadstandardní služby bez toho, aby si je host objednal, jsou pro většinu z nich totiž samozřejmosti.

Pracovala jste jako au-pair v Anglii, v Ritzu Carlton v Dubaji mezi VIP hosty, a dokonce jste se v Emirátech stýkala jako trenérka tenisu s královskou rodinou. Co vám tak oslnivý start do profesionálního života dal, co bylo pro vás nejceněnější?
Dal mi mnoho přátel, ale především spokojenost a radost z toho co dělám, hotelnictví mě totiž stoprocentně naplňuje.

Váš první hotel, za nějž jste nesla jako ředitelka plnou odpovědnost, byl plzeňský hotel U Zvonu hokejisty Martina Straky. Co jste se naučila tam?
Že slavní a bohatí sportovci dokáží být úplně normální a zábavní lidé. Od Martina Straky jsem dostala výzvu, a to vést hotel po svém,

Získala jsem zkušenosti k nezaplacení, nejen ty pracovní, ale i osobní – úctu a pokoru k lidem a úslužnost k hostům.

prostě tak, jak bych si zavedla hotel, kdyby byl můj. Nedovedete si představit ten příjemný pocit, když jsem v hotelu přivítala prezidenta Václava Klause, amerického velvyslance, vnuka legendárního generála Pattona, zpěvák Karla Gotta nebo další známé osobnosti.

S jakými plány jste na počátku letošního roku nastoupila do Horizontu v Železné Rudě?

S jedním úmyslem – dát hotelu „novou image“ a dobře propagovat známý český řetězec Orea Hotels.

Co může hotel nabídnout lidem, kteří si chtějí odpočinout a nabrat nové síly v klidu šumavské přírody v létě i v zimním období?
Máme širokou nabídku balíčků od Šumavské pohádky až po Fit jaro, každý z hostů si zde přijde na své, a pokud si přece jen nevybere z balíčku, pak si může zvolit dovolenou – balíček dle svých přání.

Orea Wellness Hotel Horizont byl postaven v osmdesátých letech a prochází postupnou rekonstrukcí. Na co kladete důraz,



aby se prosadil v konkurenci nejen českých, ale i německých hotelů v nedalekém okolí?

Snažíme se o nabízení kvalitních služeb za dobrou cenu, milý a usměvavý personál. Důležité pro nás je to, aby se zde host cítil jako doma a aby si v našem hotelu našel to, co mu nejvíce vyhovuje a co si přeje. Snažím se o osobní kontakt s každým hostem a plnit jeho přání.

Na vašich webových stránkách může zájemce shlédnout videoklip a udělat si tak obrázek o hotelu a jeho službách. Využíváte i jiné způsoby, jak dát o sobě vědět?

Určitě, pro náš hotel je nejdůležitější reklamou a propagací spokojenost hostů, kteří tuto informaci předají dále, pak osobní schůzky s klienty a pořádání zajímavých akcí.

Před nedávnem se staly dvě celebrity patrony našeho hotelu, modelka a moderátorka Lucie Váchová-Křížková a jachtař David Křížek. Jsem ráda, že naše hotelové služby využívají tak známí a velice milí hosté.



V příjemném hotelovém pokoji s nádherným výhledem do krajiny snů...

Řídíte velký hotel v Železném Rudě a zároveň studujete Vysokou školu hotelovou v Praze. Dá se to všechno zvládnout a ještě si najít chvíli času pro sportování a rodinu?

Skloubit práci a školu je velmi obtížné, zvláště v době, kdy jsem nastoupila

do nového hotelu na Šumavě. Abych vše zvládala, musím si každou činnost dopředu zorganizovat, pak si mohu užít i chvíle s rodinou a přáteli. Nesmím samozřejmě zapomenout na tenis, kterému se věnuji již od dětství.

rozhovor připravil Pavel Kačer

ELEKTŘINA OD RWE KAŽDODENNÍ VÝHRA



Elektřinu můžete využívat výhodněji každý den. S nabídkou od RWE získáte:

- 10%** o 10 % nižší cenu silové elektřiny u běžných tarifů, než je nabídka tradičního regionálního dodavatele elektřiny
- 300** jednorázový bonus až 300 Kč při podpisu smlouvy
- jednoduchou administrativu při změně dodavatele, kompletní agendu změny dodavatele vyřídí RWE za vás, bez poplatku

Volejte bezplatnou prodejní linku 800 331 331 nebo navštivte jakékoliv kontaktní místo skupiny RWE. Podrobné informace o nabídce elektřiny najdete na www.rwe.cz.

RWE
The energy to lead

Cena silové elektřiny je o 10 % nižší (u distribučních tarifů D01d a D02d), než je nabídka tradičních regionálních dodavatelů ČEZ Prodej, s. r. o., E.ON Energie, a. s., Pražská energetika, a. s., platná k 1. 5. 2010. Nabídka platí do 31. 8. 2010.

Pojištění zahrady



Pojistit si rodinný dům je dnes již standardem. Co ale v případě, že vedle rodinného domu či chalupy máte dlouho budovanou zahradu plnou okrasných stromů, keřů a s nádhernou skalkou nebo třeba zahradním jezírkem? Přívalové deště nebo kroupy mohou během okamžiku zničit i roky práce. Finanční náklady na uvedení do původního stavu bývají také značné. Zahradní architektura se stala stejně důležitou součástí plánování nového bydlení jako architekt, který připraví plány nového domu. Přesto, že dům si majitelé pak většinou pojistí, na zahradu často nepomyslí. Přitom i pouhý trávník může mít hodnotu desítek tisíc korun. Při osazení již vzrostlými stromy či vzácnými dřevinami může hodnota zahrady lehce dosahovat stotisícových částek. Proto ČSOB Pojišťovna nyní nabízí v rámci pojištění domu i možnost připojištění zahradní architektury. Vichřice a krupobití zřejmě představují nejčastější příčiny škod na zahradě, ale co takový vandal, který poláme stromy? Nebo nečekaná záplava, která vám ze zahrady udělá jedno velké brouzdaliště plné bahna? Proto doporučujeme sjednávat i doplňková pojištění, jako je zejména „povodeň a záplava“ či „odcizení a vandalizmus“. Tato rizika jsou u pojištění domácnosti běžná, ale v případě zahrady na ně klienti nemusí pamatovat. V rámci zahradní architektury pojišťujeme okrasnou část zahrady, protože zahradní nábytek, gril nebo třeba zahradní stan je chráněn v rámci pojištění domácnosti. Klient tak v rámci jedné smlouvy může mít pojištěnou domácnost, stavbu domu i zahradu.

příklad: nová výstavba RD se zahradou na klíč (400 m²)

- travní koberec 400 m², zahradní jezírko 20 m²
- 80 m vysokého živého plotu z jehličnatých stromů
- 3 m² skalky, 5 m² okrasné rostliny
- 5 ks vzácných rostlin (javor japonský, dřín japonský)
- Celková hodnota: cca 250 000 Kč
- Rizika: hlavní pojištění + povodeň a záplava + odcizení, vandalizmus
- **Roční pojistné: 266 Kč**

(tz)

Jak efektivně využít čas



Sotázkou, jak se mi daří skloubit kariéru, péči o domácnost a při tom si najít ještě trochu času na odpočinek, se ve svém okolí setkávám často. Většinou ji беру pouze jako společenskou otázku, a tak odpovídám obvyklým: „Ale znáš to...“, pokud odpovídám přátelům, nebo: „Děkuji, zvládám to docela dobře v rámci možností...“, pokud odpovídám kolegyním a kolegům. Váš čtenářky a čtenáře by takto stručná odpověď určitě neuspokojila. Dám vám proto do svého života nehlédnout více. Samotná práce mi zabírá většinu dne. Při ranní snídaňové kávě začínají chodit první smsky a telefonáty, jejich intenzita se zvyšuje cestou do práce. Téměř každý den se mi díky nutnosti řešit aktuální problémy rozpadne plánovaný program. Urgentní povinnosti nejrůznějšího charakteru mají, tak jako u každého manažera, přednost. Moje běžná denní práce spočívá v desítkách jednání v kancelářích ministerstva i po úřadech a institucích po celé zemi. K tomu se přidávají tiskové konference, příprava zákonů, příprava koncepčních dokumentů ministerstva. Protože zastávám názor, že člověk s příchodem do veřejné funkce nemá ztratit kontakt se svým profesním životem, působím stále také jako lékařka. Jako malá holka jsem si ráda na doktorku hrála. Věkem přišlo rozhodnutí změnit dětskou hru v povolání. Péče o zdraví dětí patří určitě



MUDr. Markéta Hellerová, náměstkyně pro zdravotní péči Ministerstva zdravotnictví ČR

k těm nejhezčím. Radost dítěte a jeho rodičů, když se uzdraví, za to prostě stojí. Málokdo, kdo není z lékařského oboru, vidí za úspěšnou moderní léčbou nutnost, která s tímto povoláním souvisí. Nutnost učit se stále novým věcem a léčebným postupům. Z uvedeného je nedostatek času na odpočinek a domácnost bohužel patrný. Přesto... Snažím se alespoň si jednou za dva týdny najít čas na odpočinek. Odpočívám na procházkách nebo při výcviku našeho psa. Povaha labradora je už svou podstatou ke společnému odpočinku jako stvořená. Když se doma na chvilku posadím, vleze si ke mně pes a kočka, úplně cítím, jak se energie do těla vrací. Pokud je venku hezké počasí, zajdu si na golf. Od loňského roku jsem hrdou majitelkou zelené karty. Jednou, dvakrát do roka se nám s partnerem podaří vycestovat na krátkou dovolenou. V zimě tradičně do hor na lyže, v létě rádi poznáváme nové země. A jak je to s péčí o domácnost? Každá žena, která se věnuje náročnému zaměstnání, potvrdí – je to naše největší slabina. Bez tolerantního partnera, který je ochotný na sebe kus domácích prací vzít, by to šlo velmi, velmi těžce. Pokud se mě tedy ptáte, jak se mi daří skloubit dohromady kariéru, péči o domácnost a odpočinek, odpovím vám, jako na začátku. „Ale znáte to...“ A jsem si jistá, že každá zaměstnaná žena to opravdu zná. Máme to složité.

Právní servis

Přítel i nepřítel Směnka

Směnka je písemným závazkem k zaplacení peněžité částky určité osobě. Může být vaším pomocníkem proti neplatičům. Půjčujete-li peníze, přiměřte dlužníka k podpisu směnky. Získáte tím zajištění dluhu a zjednodušíte si svoji pozici. K vytvoření směnky vám přitom postačí tužka a papír.

Hlavní výhodou směnky je, že vymáhání dluhu soudní cestou je se smenkou podstatně jednodušší a rychlejší. Stačí, abyste soudu předložili originál směnky. Pak bude na dlužníkovi, aby prokázal, že povinnost k zaplacení nemá, a na toto prokázání mu soud poskytne pouhé tři dny.

Pokud jste naopak směnku podepsali jako dlužník, dbejte na to, aby při zaplacení dluhu věřitel na směnku dopsal potvrzení o zaplacení. Jinak se vystavíte riziku, že třetí osoba, na kterou původní věřitel směnku převede, po vás bude (úspěšně) vymáhat zaplacení směnky podruhé.

Podepisujete-li směnku za zaměstnavatele či za vaši firmu, musí být u podpisu uveden i název zaměstnavatele či firmy, jinak se směnečným dlužníkem stanete vy sami. Pro zaměstnavatele je špatnou zprávou, že smenkou si nemohou zajistit své pohledávky vůči zaměstnancům – takováto směnka by byla neplatná. Podle zákoníku práce totiž zaměstnavatel nemůže zřídit, až na výjimky, zajištění závazku v pracovně právním vztahu.

Iva Frömllová, advokátka, www.advokat.cz

Dáme si do bytu, dáme si židli...

fejeton

Píseňka z roku 1957 vyvolává trochu nostalgický úsměv. Už si ji pamatuje málokdo, ač byla prvním československým videoklipem. Slova pokračovala: Do vázy kytici, pod vázu stůl, ke stolu židli, kdo židli má, bydlí, každý, kdo bydlí, má starostí půl, jen jedno lůžko radši a dva kartáčky zubní, když lůžko nepostačí, tak se má milá zhubni... Josef Bek a Irena Kačírková si před kamerami zařizovali bydlení. Židle by vám možná jedna stačila. Ale jedno lůžko? To ani omylem. Pořádná postel pro dva je základ všeho. Hlavně vztahu a tedy dobré nálady. Není nic horšího, než se špatně vyspat, stále se převracet, hledat svou polohu. A vidina lůžka s chrápajícím partnerem? Hrůza, nikdy! Odborníci vědí, proč doporučují bytelné postele nebo oddělené spaní; vztahy posiluje jednoznačně. I když ani ta společná postel není k zahoezení. Hlavně zpočátku manželství. Ano, povečeřová fáze je příjemná. Hezky vykoupání a voňaví vedle sebe, mazleníčko, tuleníčko, trochu té fantazie... Ono je nádherné usínat někomu v náručí, ale zkušenost říká, že jen občas. Rachot prohánějící se ústy a nosem do prostoru, přeležená ruka, kdy partner veškerou svou váhu

přenesl na vaši končetinu, no kvůli tomu jste se přece nebrali. Taky chrápu, a vím, že nejen já. Taky sebou házím, vykřikují a z úst vypouštím roztodivná citoslovce. Taky jsem za netvora, ale nedá se s tím vlastně nic dělat. Spánek je totiž navýsost intimní záležitost. Stejně jako to, co se v posteli všechno ještě odehrává. V posteli se rádí, pláče i směje, v posteli se sní i koná to, co dává základ dalšímu pokolení. A jsme u toho. Základem normálního manželského vztahu je opravdu postel. K odpočinku, souznění i k té rozkoši. Tu asi jen výjimečně obyčejná postel stimuluje. Když je člověku dvacet, tak o tom nepřemýšlí, pekelný oheň ho teprve nese ke zkušenosti. Jenže právě ono poznání společně s věkem dovedly mne k závěru, že postel pro odpočinek, budiž, s dobrou zdravotní matrací, to už dnes není problém. Ale postel pro zážitky, která by v sobě měla i něco z ergonomie, abyste se mohli pohodlně uvelebit, tu a tam se něčeho přichytit, klečet a neupřít, že bolí kolena, abyste se mohli vzepřít a nemyslet na křeč ve noze či pánvi, zkrátka, aby byla nápomocná tomu úžasnému, co s léty z manželství prchá rychlostí světla, taková postel se asi u nás sehnat nedá. Nevím, proč se ještě žádný výrobce o něco takového nepokusil. Muselo by to být

terno. Šly by na odbyt. Manželské páry se rozvádí často, noví a noví nešťastníci si říkají své ano. A nakupují postýlky... Takové lůžko se šuplíčkem pro příslušnou kosmetiku a pomůcky, polička pro erotické časopisy, chladicí boxík na šampaňo, výsuvné zrcátko, pomocné zábradlíčko, vymýšlet by se toho dalo! Takže až se budete znovuzařizovat, třeba před odchodem do důchodu, nebo naopak vstupovat právě do manželství, nezapomínejte: postel je důležitější než příkon elektrospotřebičů či barva vašeho vozu. Na posteli nešetřte. Myslete na vztah. A pokud máte dokonce prostor pro lůžka oddělená, doporučuji. Oddělené ložnice působí jako potlačovaná vášeň. Věřte mi. Kde máte partnera, vite, a když vás popadne touha, hup a jste u něho. A když to krásné odezní, hup a jste zase ve svém. Sny máte stejně každý jiný, a koho v noci voláte, to zase vědět každý nemusí. Ať spíte spolu, či každý jinde, jedno je však jasné: užitečná postel s náležitou přidanou hodnotou by měla být vaše společná kamarádka. Kde ji vzít, to však netuším. Prodávají se všelijaké, ale pořádné manželské, no, třeba jste vynalézavější, než si myslím... Dobrou noc!

Vratislav Konečný

Muži na svých partnerkách šetří, ženy si dražší šperky pořizují samy

O zlaté šperky mají zájem muži i ženy, pánové však preferují levnější varianty klenotů. Podle statistik největšího internetového klenotnictví Sperky.cz vybírají muži ze zlatých šperků především zásnubní prsteny. Na svých snoubenkách se snaží šetřit, nejčastěji totiž volí prsteny osazené zirkony, zatímco ženy si luxusní brilantové klenoty kupují samy. Mezi zlatými šperky je v současné době největší zájem o bílé zlato.

Muži ze sortimentu zlatých klenotů nejčastěji nakupují zásnubní prstýnky pro své partnerky s cenou okolo tří tisíc korun.

Ženy si klenoty vybírají pečlivěji, nakupují náušnice i přívěsky. Přesto i u dam dominuje nákup zlatých prstenů. V rámci největšího internetového klenotnictví v České republice si loni nakupující nejvíce oblíbili prsten Dianka 804 značky Hejral. Muži upřednostňovali model osazený zirkonem s cenou 2170 Kč, zatímco ženy nakupovaly brilantový prsten Dianka za 10 042 Kč.

„Poměr mužů a žen nakupujících zlaté šperky je totožný. Muži si šperky neobjednávají pro sebe, ale vybírají dárky pro své drahé polovičky. Nejčastěji pak nakupují zásnubní prsteny. O snubní prsteny se ale zase starají ženy, které je objednávají častěji.“ sdělila Eva Veverková, obchodní ředitelka e-shopu Sperky.cz, který provozuje společnost Vivantis. „Nejdražším šperkem, který jsme v loňském roce prodali, byl brilantový prsten z bílého zlata značky Danfil v hodnotě 31 570 korun. Objednal ho muž, přestože dražší klenoty nakupují spíše ženy,“ doplnila E. Veverková. Klenoty z bílého zlata si vydobyly přední místo ve světovém šperkařském průmyslu.

Více než 80 % zákazníků e-shopu Sperky.cz při nákupu zlatých šperků dává přednost bílému zlato. Tento materiál si získal

popularitu pro svůj elegantní vzhled, který je vhodný jak pro každodenní nošení, tak pro slavnostní příležitosti. Aktuálním trendem jsou jemné šperky z bílého zlata osazené brilanty, zákazníci oslovují svým nadčasovým designem. „Nemám ráda příliš výrazné šperky, raději volím jednoduché klenoty. Pokud mám možnost si vybrat, raději sáhnu po těch z bílého zlata. Zdají se mi decentnější,“ prozradila modelka a moderátorka Diana Kobzanová, tvář internetového klenotnictví Sperky.cz.

Šperky z bílého zlata se můžeme zdobit teprve sto let, na rozdíl od zlata žlutého, které se pro výrobu ozdob používalo již před sedmi tisíci lety. Bílé zlato se objevilo v klenotnictví na začátku dvacátého století, kdy bylo používáno ve šperkařství jako náhrada drahé platiny. Svou charakteristickou barvu tento materiál získává díky příměsi paladia nebo niklu. Nikl je sice levnější variantou, ale u více než 10 % populace

způsobuje kožní alergie, proto není často používán. Pravou alchymii ve šperkařství jsou právě příměsi. Světové šperkařské dílny si své poměry pečlivě chrání, protože slitiny zlata a jiných prvků dávají materiálu osobité vlastnosti. Na trhu je tak možné dnes zakoupit různé odstíny žlutého a bílého zlata, ale také červeného a zelenalého zlata.

(tz)

Nejprodávanejší šperky z bílého zlata roku 2009

Ženy

1. Snubní prsteny D22
Hejral – zirkon: 4434 Kč
2. Zásnubní prsten Dianka 804
Hejral – brilant: 10 042 Kč
3. Snubní prsteny D1
Hejral – zirkon: 6355 Kč

Muži

1. Zásnubní prsten Leonka 004
Hejral – zirkon: 3401 Kč
2. Zásnubní prsten Dianka 804
Hejral – zirkon: 2170 Kč
3. Zásnubní prsten Leonka 013
Hejral – brilant: 3933 Kč

O e-shopu Sperky.cz

Internetové klenotnictví Sperky.cz je největším internetovým obchodem se šperky v České republice. Internetový obchod doručil svým zákazníkům již více než 20 300 zásilek. Sperky.cz nabízí přes 5300 šperků od 40 světových značek s nejkratší dobou dodání. Kvalitu internetového obchodu ověřilo 1155 hodnocení našich zákazníků; 93% z nich by Sperky.cz doporučilo svým známým.

O společnosti VIVANTIS a.s.

Společnost VIVANTIS a.s. je druhým nejúspěšnějším internetovým prodejcem v České republice co do počtu objednávek. Zaměřuje se na prodej kosmetiky, parfémů, šperků, hodinek a produktů pro zdraví a provozuje největší internetové obchody ve svém oboru Parfemy.cz, Hodinky.cz, Krasa.cz, Sperky.cz, Prozdravi.cz a Nakupnicentrum.cz. Zákazníkům internetových obchodů společnosti VIVANTIS a.s. již bylo odesláno více než 1 000 000 zásilek, měsíčně její servery zaznamenají v průměru více než milion návštěv. V široké nabídce najdou zákazníci celkově přes 47 000 výrobků od 680 značek, mezi nimi například 2900 parfémů, 6300 typů hodinek, 5500 druhů kosmetických výrobků, 5300 šperků či 1200 produktů pro zdraví. Společnost VIVANTIS a.s. je členem Asociace pro elektronickou komerci (APEK). Její internetové obchody získaly certifikaci APEK Certifikovaný obchod 1. a 2. stupně, což je pro zákazníky jistota bezpečného a bezproblémového nakupování. Internetové obchody společnosti VIVANTIS jsou držiteli značky SOS – Společenský audit obchodních podmínek (SAOP), což zákazníkům zaručuje, že obchodní podmínky nejsou v rozporu se zákonem. Dle nezávislého nákupního rádce Heureka.cz by 96% z 54 000 zákazníků doporučilo internetové obchody VIVANTIS svým známým.

pokračování ze strany 14 ►

Postrádáme-li některou ze zmiňovaných věcí, mnohem snadněji se dostaneme do krizové situace, ze které neznáme cestu ven – člověk postrádající základní životní hodnoty se snadno může dostat do krize vlastní existence.

Toto zamyšlení nad sebou samým můžeme následně převést i na firmu. Taktéž firma musí mít svoji základní vizi, které chce dosahovat, a cíle, jejichž prostřednictvím bude tuto vizi naplňovat. Musí

aktivně poznávat sama sebe, své vnitřní prostředí, své zaměstnance, svoji pozici na trhu a z toho odvozovat své silné a slabé stránky. Rovněž pak sledovat své vnější prostředí – trh, na kterém působí, své zákazníky, svoji konkurenci. Na základě tohoto poznání je firma mnohem lépe připravena na výkyvy, které mohou přijít zvenčí i zevnitř. Na základě tohoto sebepoznání si může de facto každá firma v rámci svého oboru, činnosti a tržní

ho segmentu mnohem lépe utvořit představu o své vlastní situaci, o možných příležitostech či hrozbách, které se v dobách hospodářské krize vyskytovaly, mohou vyskytnout a budou se vyskytovat. Není tedy účelné zamýšlet se nad konkrétními, univerzálně aplikovatelnými a zaručeně úspěšnými protikrizovými opatřeními, ale zamyslet se zejména sami nad sebou. Vlastní cíle a znalost sebe samých nám mnohdy prozradí více.

připravil Pavel Kačer



Nový Volkswagen Multivan. Všestranně schopný spoluhráč.

Všichni máme své záliby a přání. Každý člověk je originál, a proto jsme vyrobili auto, které se dokáže přizpůsobit každému a nikdy nebude stejné. Nový Volkswagen Multivan. Skvělé zkušenosti se spolehlivostí a kvalitou užitkových vozů Volkswagen má i skupina Chinaski, která je již 6. sezónu používá na cestách za svými úspěšnými vystoupeními. Vydejte se s nimi na cestu i vy. Nové, úspornější a ještě ekologičtější motory vám budou hrát do noty a s novou generací pohonu všech kol 4Motion vás už nic nezastaví. Jako jediný vůz ve své třídě si nový Multivan 4Motion můžete objednat s automatickou převodovkou DSG.

Zavolejte či navštivte svého prodejce Volkswagen a domluvte si zkušební jízdu.

CarePort | Služby
& Mobilita



Das Auto.