

P R O S P E R I T A

Madam Business®

V rybářské síti

Markéta Bartíková

Do rybářské sítě
chytili jsme tolik veršů
Nestačili jsme je však prodat
darovat
Ztratit ani polaskat

Lovili jsme dál nesmyslné kýče
na kýčovitě návnady
A srdce měli prázdná
Stačilo přitom jen popojít
a třeba se utopit v moři

Stačilo riskovat
pro tu chvíli

Dana
Ficlová

ALBION HOTEL s lidmi omládl

str. 1, 10–11

rozhovor měsíce s Ing. Danou Ficlovou,
generální ředitelkou ALBION HOTELu

Biočaje a biokoření SONNENTORU oblíbené na českém trhu

Společnost SONNENTOR, s.r.o., tradiční výrobce biočajů, biokoření a dalších bioproduktů se sídlem v jihomoravských Čejkovcích, oznámila hospodářské výsledky za rok 2009/10, ve kterém obrat firmy dosáhl výše 114 mil. Kč, což představuje meziroční nárůst ve výši 11 %. Čejkovický Sonnentor, který je dceřinou společností rakouského SONNENTOR Kräuterhandelsgesellschaft m.b.H., zaměstnává 60 pracovníků a kolem 20 % produkce je určeno pro místní a východní trh, který zahrnuje i Slovensko, Polsko, Maďarsko a pobaltské republiky.

Garance kvality při výrobě čajů a koření vycházejí nejvíce z vlastního pěstování v ekologických rodinných zemědělských farmách. Vždy je znám přesný původ surovin, ze kterých je sestaven každý z produktů. Úrodná půda, pečlivá práce a mnohaleté zkušenosti spolu utvářejí dílo,



jehož výsledkem jsou byliny bez reziduí agrochemikálií nebo geneticky modifikovaných organizmů. Pouze z takových surovin vznikají šetrným zpracováním čaje, koření a bylinné směsi, které nejen že plně odpovídají ekologickým standardům, ale i přísným podnikovým požadavkům na kvalitu.

U SONNENTORU najdete přes 600 výrobků v pestré nabídce od čaje proti rýmě, bílého čaje, energií nabíjejícího zázvorového čaje, etiopské směsi koření, dětské řady bio rarášků, pestré posilující polévky až po kávu Vídeňské pokušení. Úspěšný recept pro všechny produkty společně jsou nadčasové nápady a recepty spojené s ručně sesbíranými surovinami a přísadami nejvyšší bio kvality. Každoročně zavádí na trh zhruba 20 nových produktů.

[www.sonnentor.cz \(tz\)](http://www.sonnentor.cz (tz))



JUDr. Zuzana Kvášová

Jsem ráda, když pochvala přijde

Stanout na pozici ombudsmanky je více než neobvyklé. JUDr. Zuzana Kvášová se ženou na tomto postu stala – v této roli reprezentuje Českou poštu. Nedalo mi to a podsunula jsem jí několik otázek. Už proto, že mne jako uživatele služeb této společnosti zajímalo, o čem právě tato manažerka přemýšlí, kudy vedou její úvahy, co ji inspiruje. Protože – i kdyby byly naše pošty sebedokonalejší, stejně by bylo co zlepšovat, a i kdyby byly stoprocentní, jak se říká, připomínek k práci a službám by se také našlo ještě dost. Nepatřím k věčným stěžovatelům, mám naopak ráda, když popuzených kritiků čehokoli ubývá a je víc těch, kteří hledají konstruktivní řešení problému. Patříte-li k nim, klidně se na Zuzanu Kvášovou obraťte:

Stanout na tak zodpovědném postu asi není procházka růžovým hájem. Co vás k České poště vlastně znova přivedlo a proč jste se stala ombudsmankou?
Rozhodnutí České pošty zřídit ombudsmana jsem od začátku pokládala za správnou věc. No a Poštu mám ráda, tak proč nepomoci zákazníkům České pošty, respektive jí samotné.



Česká pošta

Jaké jsou první zkušenosti? A jakými záležitostmi se vlastně zabýváte?

První zkušenosti jsou jenom dobré. Vidím v té práci smysl, a proto mě práce těší. Měla bych řešit až ty věci z oblasti reklamací a stížností, které prošly standardním řízením, které má pošta pro tyto případy nastaveny. Uvítám však i zajímavé náměty na zlepšení činnosti

České pošty. Je třeba dodat, že Pošta zřídila ombudsmana pro své zákazníky. Nezapýmám se tedy vnitropodnikovými záležitostmi.

Nehledají ve vás lidé spásu i při řešení malicherností?

Co je malichernost pro jednoho, je zásadní potíže pro druhého. Reaguji tedy na jakýkoliv dotaz, stížnost, i třeba tím, že věc předám příslušnému odbornému pracovišti. Zákazník ►

► má jistotu, že jeho záležitost někdo vyřídí. Já si pochopitelně pohlídám, aby tomu tak bylo.

A mohou přicházet se stížnostmi také vlastní zaměstnanci České pošty?

Přicházet samozřejmě mohou, jsou-li v pozici zákazníka České pošty.

Co uživatelům poštovních služeb dnes vadí nejvíce a co naopak oceňují?

Začnu tou pozitivní částí otázky. Zákazníci oceňují rozsáhlou síť poboček České pošty (cca 3500), na většině z nich už nehledají jen poštovní služby, ale také bankovní, služby CZECH POINT apod. Co jim vadí? Začnu zase číslem – pošta má cca 36 tisíc zaměstnanců. Všichni jsme lidé a máme právo udělat chybu, ale je naší povinností udělat maximum pro její nápravu – a to si zaměstnanci ne vždy uvědomují.

Myslím, že valná většina zkušeností je o člověku – na poště mnohonásobně. Každý má své starosti a radosti a někdy je prostě neunes a konflikt či nečekané vstřícná komunikace mezi „poštačkou“ a klientem je na světě... Jak to vnímáte v souvislosti s tím, nač lidé upozorňují?

Zaměstnanec, který se rozhodne pracovat s lidmi, musí své „nervy“ udržet na uzdě. Ví, že je to někdy těžké a situaci zaměstnanec profesionálně nezvládne. Pak jsou zde jeho nadřízení, aby do sporu pozitivně vstoupili. Stejně tak je dobré věc promyslet s klidnou hlavou a nestydět se omluvit. Je-li komunikace vstřícná, je vyhráno na obou stranách.

Ostatně – Česká pošta asi zaměstnává převážně ženy – jsou ve styku

s občany konfliktnější než muži?

Na poště pracuje asi 80 % žen a konfliktnější rozhodně nejsou.

Mohou vám lidé posílat také pochvaly, vyjádřit spokojenost se službou, vaším zaměstnancem? Nebo se u vás řeší jen potíže?

Mohou!!! A také posílají. Rozvoj elektronické pošty zjednodušil a zrychlil komunikaci ve všech směrech. Jsem ráda, když pochvala přijde, hned ji předávám na příslušná místa.

Byla jste v roli ombudsmanky na nějakou vaši poštu či pracovníka také pořádně naštvaná?

Ne, to ne. Pokud vidím, že pracovník mohl a měl udělat více, promluvíme si o tom. Ostatně já nemám nařizovací pravomoc. Ale i když jsem ji měla, vždy se mi vyplatilo projednat věc v klidu. Nevylučuji ani tvrdší postup, jen ho neupřednostňuji.

Jakých služeb České pošty sama nejvíce využíváte?

Běžných poštovních i bankovních služeb. CZECH POINT jsem využila právě, když jsem se vracela na Českou poštu a potřebovala jsem výpis z rejstříku trestů.

A co byste ráda, na základě stížností, které se k vám sbíhají, na poštách v České republice ještě zlepšila?

Uvítala bych zavedení avizování příchozí některých poštovních zásilek SMS nebo emailem a možnost platby dalšími bankovními kartami. Potřebné je i zlepšování prostředí na poštách, zejména pro starší a nemocné zákazníky, ale také maminky s kočárky.

otázky připravila Eva Brixí

Mucha na známkách E a Z na všech poštách

26. května na všech pobočkách České pošty další samolepící známky. Tentokrát např. motivy děl Alfonse Muchy a symboly E a Z. Nové výplatní známky s náměty z díla Alfonse Muchy vyšly u příležitosti 150. výročí narození tohoto našeho umělce a pokračují v novém trendu České pošty – jsou samolepící, v praktickém sešitku a s písmenovým označením.



První známka s portrétem zvaným Gismonda nese označení „E“ a je určena do evropských zemí. Druhou známku s motivem světoznámého Muchova obrazu Zvěrokruh a s označením „Z“ potom můžete použít do zámorí – takto označená známka totiž odpovídá ceně služby pro prioritní Obvyčnou zásilku do zahraničí do 20 g do mimoevropských zemí. Sešitek obsahuje

vždy šest kusů známek. Známkový sešitek s písmenovými známkami E stojí 102 Kč, se známkami Z potom 108 korun. Stejně jako známky s nominální hodnotou jsou i písmenové známky kombinovatelné. Každá ze známek se dá samostatně či v kombinaci s jinými známkami použít pro zásilku adresovanou po ČR i do zahraničí. Se známkami jsou vydávány i obálky prvního dne vydání a příležitostná razítka. Edice známek je doplněna také o pohlednice s motivy děl Alfonse Muchy. Všechny písmenové známky budou mít neomezenou platnost a pořizovací cena bude odpovídat ceně poštovní služby v době, ve které si je lidé zakoupí. Zámka však bude platit neomezeně a poštovní službu s ní bude moci zákazník uhradit i v případě, že dojde k cenové úpravě. Z dlouhodobé perspektivy je tedy samolepící známka svým způsobem výhodnou investicí. (tz)

Proměňte se u Steilmanna

Nadcházející letní sezona a blížící se dovolené přímo vybízejí k proměně šatníku a možná i celé image. Také proto společnost Steilmann Praha uspořádala ve svém sídle originální akci DNY OTEVŘENÝCH DVEŘÍ. Od 11. do 15. května 2010 od 10 do 20 hodin byl ve firemní centrále v komerční zóně Příhonice – Čestlice (Obchodní ul. 126) k dispozici tým odborníků na styl, módu a vizáž. Každý návštěvník získal zdarma jako bonus k nákupu novou image šitou přesně na míru s ohledem na svoje potřeby a životní styl, a navíc malý dárek. Během ko-



Anna Motlíková komentuje, co budeme v létě nosit...



výsledek perfektní. S profesionální pomocí, a nejen ve dnech otevřených dveří, ale po celý rok, lze v centrále společnosti Steilmann získat nový šatník plný stylových a zároveň funkčních modelů, které umožní nespočet variací pro každou příležitost. Tým Steilmann

Praha provede každého návštěvníka spleťtým labyrintem trendů a pomůže mu vytvořit osobní styl od hlavy až k patě. Služba je určena pro všechny velikosti a typy postav. Neváhejte a nechte se zlákat podmanivým světem módy a krásy se Steilmann Praha!

(tz)

S letním úsměvem

Začátek června byl tmavý a ubrečený, a já doufám, že takové nebudou celé léto a my všichni. Nastal čas jahod a třešní a letních polibků, velkých plánů prázdninových. Věřím, že budete veselé a plné energie a stihnete ji ostatním ještě rozdávat. A že někde v zákoutí zahrady na chalupě či pod slunečníkem u vody vymyslíte třeba další směr podnikání své firmy nebo přijdete na to, jak trhu nabídnout něco úžasné potřebného a budete mít s tím nápadem nebývalý úspěch. Kdo ví. Rozhodně vám přeji, aby vyšly plány na červenec a srpen, aby vám bylo fajn a abyste osvěžily tělo i mysl. Nezapomínejte na úsměv, je-li všudypřítomný, vede k dobru.

vaše Eva Brixi

Tip Grady

Kdo by to neznal? Ať už v práci, či mimo ni jsou ženy oblíbeným terčem slovních útoků a provokací. V tu chvíli si přejeme zareagovat okamžitě, potřebujeme, aby nás vhodná odpověď napadla hned, ne až cestou domů!

Carolin Lüdemann, odbornice v oblasti kariérního rozvoje, připravila tréninkový program speciálně určený ženám.

Dozvíte se:

- jak správně komunikovat a pohotově reagovat
- jaké jsou nejefektivnější taktiky slovní sebeobrány – od „vyhýbání“ přes „protiútok“ až po „souhlas“
- jak pracovat s hlasem, abyste působily výrazněji
- jak diplomaticky zmírnit konfliktní situace a konstruktivně řešit spory
- jak účinně využívat řeč těla.

Díky mnoha cenným tipům, příkladům a cvičením perfektně zvládnete umění slovní sebeobrány a zvýšíte si své sebevědomí. Přejeme vám příjemnou zábavu a mnoho úspěchů při aplikaci poznatků z této knihy v každodenním životě!

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

Original ATOK

Aromatherapy cosmetics

www.originalatok.cz

zts

www.zts.cz

REGINA

KOSMETIKA

www.reginakosmetika.cz

bedenika

www.bedenika.cz

Templarské

www.templarske-sklepy.cz

SLUNE

www.slune.cz

VOX

www.vox.cz

AB

www.ab-cosmetics.com

ECONOMY RATING

www.economy-rating.cz

Cetelem

www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 4, červen 2010

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

e-mail: brixi@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 Rožnicková

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

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem



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

►► **Lucie Řeřichová, tisková mluvčí GTS Novera**

Musím přiznat, že mírný stres a práce pod tlakem na mě působí v podstatě pozitivně, protože mě donutí si důkladně zorganizovat čas a přiřadit prioritu jednotlivým úkolům. Je samozřejmě jasné, že v takovém tempu se nedá pracovat dlouhodobě. Pak už jen zbývá zvolnit a správně relaxovat a umět si najít čas na soukromé aktivity. Výborně na mě působí nějaká sportovní aktivita nebo posezení s přáteli u sklenky dobrého vína. Ovšem největším relaxem je nepochybně dovolená u moře – ideálně na 2–3 týdny... ◀◀



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► **Ing. Zbyněk Eiselt, prezident Česká manažerská asociace**

Na ženách jsem vždy obdivoval jejich šarm, půvab a eleganci. Na manažerkách a podnikatelkách k tomu přistupuje navíc i obdiv za ochotu prakticky trvale fungovat ve vícesměnném provozu, kdy po náročném zaměstnání na ně doma zpravidla nečekají papuče, noviny a dobrá večere u televize. A že si i po večerním rande s kamarádkou žehličkou dokáží uchovat ony rysy ženské přitažlivosti, o kterých jsem mluvil na začátku. Přiznám se, že já už bych se po takovém „maratónu“ bál vejít do ložnice... ◀◀

Informace do kabelky

Bourjois s novinkami pro vás

Značka Bourjois osvěžuje v těchto dnech trh ryze ženský řadou novinek. Jsou to atraktivní řasenky, tužka na oči, make up, korektor, sprchové gely, minerální deodoranty. Produkty na posledním místě jmenované, deodoranty, obsahují například kamenec a bílý jíl, nevysušují a nedráždí. Nenajdete v nich aluminium chlorhydrát, parabeny ani alkohol. Mají příjemné vůně a jsou k pokožce velmi šetrné. Ať už jde o ten zelený, růžový, či modrý. Atraktivní bude jistě i nový detoxikační peelingový sprchový gel Gommage Detox, který obsahuje jádérka hroznů a citronovou dužninu. Ten, který nese název Douche à la Gelée Royale, je zase nový sprchový gel s mateří kašičkou pro posílení a revitalizaci pokožky. Řaseňka Volume Glamour Ultra Care je určena zejména pro citlivé oči, nejenže zdvojnásobí objem řas, ale je hypoalergenní, bez parfemace, obsahuje olej z bavlny i mandlový. Korektor Healthy Mix zakrývá únavu pleti a patří k tzv. ovocné terapii s malinou, meruňkou a melounem. Toť pár příkladů, které vás mohou inspirovat k letnímu nakupování nezbytností.

(rix)



Karta života – Eso ve vašich rukou

Zachraňuje život.
Dává důležité informace
o vydaných penězích za vaše
ošetření. O vašem zdraví.
O hrožících rizicích.
Tu prostě chcete mít!

Co je Karta života?

Je to dokument, uložený v databázi ZP MV ČR, který vám dá jasné, rychlé a přesné odpovědi na otázky – kolik stojí vaše zdravotní péče, jaká jste absolvoval(a) vyšetření, jaké léky užíváte. **Zachrání vám zdraví či život v případě ohrožení.**

3 + 2 aneb 3 důvody proč a 2 kroky jak

1 Výpis ze zdravotního účtu

Můžete on-line doma sledovat výši finanční úhrady za poskytnutou zdravotní péči. Máte absolutně diskrétní kontrolu veškeré vám poskytnuté zdravotní péče, její finanční výše, kterou účtují lékaři při vašem ošetření, aniž byste museli do tyto informace kdekoliž žádat.



2 Správná a bezpečná léčba

Další zkvalitnění zdravotní péče – optimalizace léčby. Společně s praktickým lékařem můžete posunout kvalitu péče o vaše zdraví o kus dál. Užíváte-li více léků současně, bude váš lékař upozorněn na hrožící nebezpečí kontraindikace a také zjistí, zda jejich kombinace není pro vás nebezpečná.



3 Záchrana života

Rychlý přístup záchranky k důležitým údajům v případě ohrožení života.

Karta života umožní bleskový a kvalifikovaný lékařský zásah v případě ohrožení vašeho života, kdy každá sekunda ztracená zjišťováním nezbytných informací rozhoduje o všem. Symbol kardiogramu na průkazu pojištěnce (EHIC) informuje záchranáře o tom, že máte zřízenou Kartu života.



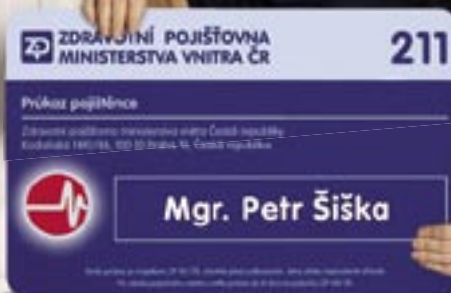
4 Jak ji získáte

Pracovníci všech poboček ZP MV ČR vám při vaší návštěvě okamžitě vygenerují osobní PIN kód a heslo, vše vám také rádi vysvětlí. Všechny potřebné informace získáte rovněž na telefonické infolince 844 121 121 nebo www.zpmvcr.cz.



5 Kde si ji zřídíte

Kartu života si zřídíte na internetových stránkách www.zpmvcr.cz v sekci Karta života, kde vyplníte potřebné údaje.



...aby měl den **více než 24 hodin**

Jsem přesvědčena o tom, že Monika Truchliková, jedna z předních manažerek Komerční banky (její pozice se nazývá zástupkyně výkonného ředitele pro marketing), by bez práce v bance asi nedokázala žít. Nemíním tím bláznivou posedlost po kariéře, ale radost z toho, že se může účastnit smyslupné práce v oboru, který ji nadmíru baví. Zájem o finanční produkty a služby spolu s vědomím, že jako týmový hráč může vést kolektiv odborníků, který připravuje to, co klienti banky potřebují, je pro ni inspirující.

Mám za to, že jste se v bance narodila. Snažím se tím naznačit, že bankovní služby a produkty k vám patří více, než by si vůbec kdo mohl představit. Ohromně vás to baví, kdo vás zná, tak to potvrdí. Jak jste se vlastně k této profesi dostala?

Pracovat v bankovníctví jsem chtěla již od vysoké školy. V době, kdy jsem však školu končila, nebyl o čerstvě absolventy bez praxe v bankovníctví příliš zájem. Tak jsem nakonec začínala v menší soukromé firmě. Ta ale své služby nabízela převážně bankám, takže to úplně mimo můj vysněný obor nebylo. Navíc jsem pracovala pro velmi zkušeného a náročného šéfa, tak jsem se toho hodně naučila. Nicméně k bankovníctví mě to táhlo stále. Když jsem pak dostala nabídku od ING Bank pracovat na vývoji nového konceptu retailového bankovníctví v ČR, vůbec jsem neváhala. Práce v ING byla velmi zajímavá a bavila mě, ale ING Bank od vstupu do retailového bankovníctví nakonec ustoupila. Tak jsem v roce 2002 přijala nabídku od čerstvě privatizované KB pracovat v nově vznikajícím marketingovém oddělení, kde působím dodnes.

Nedávno jste odešla na mateřskou dovolenou a už jste zase zpět a na špičkové manažerské pozici. Dokážete přeladit myšlenky bez ztráty kytičky?

Asi úplně nedokážu, ale snažím se. Když jsem v práci, tak usiluji maximálně efektivně využít svůj čas, a když jsem doma, tak se zase snažím věnovat rodině, hlavně synovi. Nicméně využívám všechny prostředky moderní techniky, jako je připojení do banky z domova nebo přístup k e-mailům přes Blackberry. Takže i když jsem doma, jsem vlastně pořád tak trochu v práci.

Myslíte si, že finanční gramotnost lidí u nás roste?

Finanční gramotnost klientů stoupá pořád, stále jsme však nedosáhli úrovně běžné v zemích EU, tak je před



Nicméně využívám všechny prostředky moderní techniky, jako je připojení do banky z domova nebo přístup k e-mailům přes Blackberry. Takže i když jsem doma, jsem vlastně pořád tak trochu v práci.

Monika Truchliková

námi ještě dlouhá cesta. I přes rostoucí vzdělanost v oblasti bankovníctví a finančních produktů bych určitě klientům doporučila, aby větší a složitější finanční transakce vždy konzultovali s odborníkem. V Komerční bance má každý klient svého bankovního poradce, který je připraven pomoci, vysvětlit i doporučit produkty a služby, které jsou z hlediska potřeb klienta optimální.

Před nedávnem spustila Komerční banka na internetových stránkách investiční kalkulačku. Měla by pomoci vyhnout se chybám při investování a spoření. V čem je unikátní?

Investiční kalkulačka je nástroj, který umožňuje klientům lépe plánovat a vybi-

rat vhodné formy spoření a investic. Unikátní výhodou kalkulačky je možnost kombinovat jednorázové investice s pravidelným spořením. Další výhodou je široká dostupnost kalkulačky, která je umístěna na KB webu, a mohou ji tedy využít i lidé, kteří nejsou našimi klienty. Kalkulačka navíc zohledňuje i současné investice a spořicí pro-

dukty klienta, a to také v jiné bance, než je KB. Investiční kalkulačka umožňuje také domluvit si snadno schůzku s naším bankovním poradcem, který je připraven s klientem jeho investiční plány a možnosti spoření podrobně konzultovat.

Jak zatím reagují návštěvníci?

Reakce uživatelů investiční kalkulačky jsou velmi pozitivní. První čísla návštěvnosti ukazují rostoucí zájem o tento typ investičního rádce. Zde je nutné připomenout, že kalkulačka má i významnou vzdělávací roli. Návštěvník stránek má možnost ověřit si, zda je jeho portfolio produktů optimální, kde jsou možnosti pro zlepšení nebo jak upravit své spoření a investice, aby snáze dosáhl požadovaných cílů.

► **Určitě ji v hojně míře využijí také naše čtenářky – podnikatelky a manažerky, ušetří jim spousty času, pomůže při rozhodování o domácích financích. Měla byste pro ně nějaké zvláštní doporučení?**

Z pohledu ženy je určitě důležité zajištění budoucnosti rodiny, zejména dětí. Kalkulačka nabízí možnost spočítat finanční úspory rodiny v libovolném termínu do budoucna například v době, kdy děti začnou studovat. Návrh produktů se také maximálně snaží zohlednit využití všech benefitů ve formě státní podpory a daňových zvýhodnění.

Kalkulačka je rozsáhlý projekt. Jak jste zmínila, navede klienta až k daňovým zvýhodněním.

Čeho byste doporučila si všimnout ještě?

Určitě bych doporučila uživatelům, aby využili možnost spočítat si objem úspor při odchodu do penze. V průběhu života si každý zvykne na určitý životní standard, tak je dobré mít dostatečně naspořeno, aby byl zachován i v době odchodu do důchodu. Kalkulačka také dokáže zohlednit plánované výdaje při výpočtu budoucích úspor klienta.

Jakou měrou jste se právě na tomto produktu podílela?

Přípravy kalkulačky se účastnila celá řada kolegů z různých útvarů banky. Moje role manažera je jednotlivé aktivity spíše koordinovat. Investiční kalkulačka je tedy

výsledkem týmové práce mnoha specialistů Komerční banky, za kterou bych jim touto cestou chtěla ještě jednou poděkovat.

Finance a marketing – otevírají se další cesty, kudy za klientem?

Marketing ve finanční oblasti je velmi široký a zahrnuje pestrou paletu nástrojů, produktů, služeb i komunikačních kanálů. Naším cílem je individuální přístup ke každému klientovi a v této strategii budeme pokračovat i nadále. Stále více se rozšiřuje využití internetu a on-line komunikace, máme také silné telefonní bankovníctví a výborné Call Centrum. Každý klient si tak může zvolit způsob komunikace, který je mu nejbližší a pro něj optimální. Nezastupitelnou roli však, dle mého názoru, má a nadále bude mít bankovní poradce, neboť osobní kontakt je pro mnoho lidí stále vyhledávaným a opodstatněným způsobem komunikace.

Další diskutované téma, které se určitě prolíná i vašimi myšlenkami: žena – kariéra – rodina – sny. Víte, jak si to zorganizovat, čemu dát přednost, aby něžná polovina lidstva nebyla stále ve stresu?

Myslím, že pro rozumné skloubení prá-

ce a rodiny je nejdůležitější mít dobrého zaměstnavatele a podporu od rodiny. Já mám v životě to štěstí, že mám obojí. Jsem pověřivá, tak to raději zaklepu na dřevo, abych to nezakřikla! KB velmi vychází vstříc maminkám na mateřské dovolené, a tak i přesto že jsem v manažerské pozici, mám možnost pracovat na zkrácený úvazek 80 % a využít i práci z domova, čehož si velmi cením. Umožňuje mi to lépe rozdělit čas mezi práci a péči o našeho syna. Navíc mám velmi tolerantního manžela, který i přesto, že je sám v manažerské pozici, hodně pomáhá.

O našeho syna se v mojí nepřítomnosti velmi obětavě stará moje mamka, za což jsem jí nesmírně vděčná, protože mám stoprocentní jistotu, že je v těch nejlepších rukách.

Ostatně – jaké jsou vaše životní priority? Není to hloupá otázka?

Asi to bude znít jako klišé, ale pro mě je na prvním místě zdraví a spokojenost mých nejbližších. Pokud k tomu mám ještě možnost se realizovat v práci a občas si trochu užít vydělaných peněz, pak si snad nemohu víc přát. Možná, aby měl den více než 24 hodin!

za rozhovor poděkovala Eva Břixi

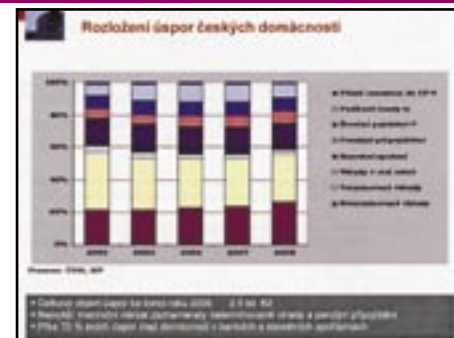
Další výhodou je široká dostupnost kalkulačky, která je umístěna na KB webu, a mohou ji tedy využít i lidé, kteří nejsou našimi klienty.

Komerční banka spustila na webu Investiční kalkulačku

Komerční banka spustila na svých internetových stránkách Investiční kalkulačku. Aplikace, která je veřejně dostupná na stránkách www.kb.cz, pomůže spotřebitelům vyhnout se základním chybám při investování a spoření. Z hlediska komplexnosti je Investiční kalkulačka KB unikátní aplikací na českém webu. Přibližně 90 % depozit uložených v Komerční bance má splatnost 1 rok a kratší. Podle dostupných informací by přitom klienti mohli využít nástroje s delším investičním horizontem, a získat tak často znatelně vyšší výnos. Řada klientů navíc spoří nebo investuje bez základních znalostí o rozlo-

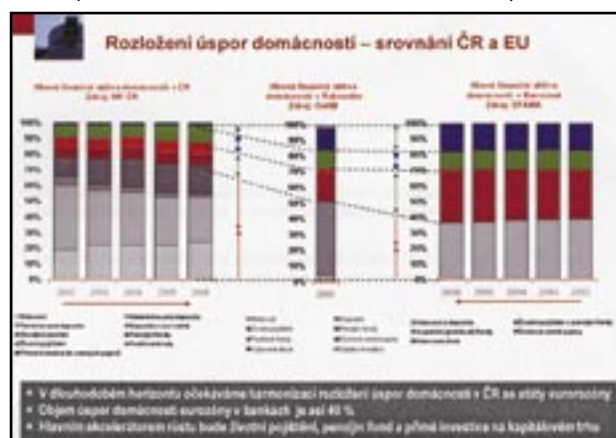
žení rizika, bez konkrétních cílů či znalosti příslušných investičních produktů. Jako vůbec první banka na českém trhu proto Komerční banka spustila na svých internetových stránkách Investiční kalkulačku – jednoduchou aplikaci, která po zadání základních vstupních dat navrhne portfolio investičních a spořicíh produktů, které respektují vztah klienta k riziku, jeho finanční možnosti i investiční horizont. Investiční kalkulačka dokáže zohlednit i fakt, zda již některé instrumenty zadavatel údajů používá a v jaké míře. Návrh generovaný Investiční kalkulačkou obsahuje soupis jednorázových, ale i pravidelných investic vhodných pro klienta na základě

jím zadaných údajů a parametrů. Investiční kalkulačka vybírá vhodné investice z celé palety investičních i spořicíh produktů v nabídce KB. Aplikace umožní také spočítat si, jaký objem prostředků klient naspoří v různých časových horizontech nebo například do doby odchodu do penze. Návrh investičních produktů od Investiční kalkulačky maximálně zohledňuje také využití benefitů, jako jsou státní podpora nebo různá daňová zvýhodnění.



„Investiční kalkulačka dá návštěvníkům stránek www.kb.cz první návrh, jak své portfolio úspor a investic sestavit. Nezastoupí ovšem roli zkušeného investičního poradce, který přidá k návrhu důležitý pohled zkušeného odborníka,“ uvedl Radko Belada, vedoucí Marketingu pro retailové bankovníctví KB. Proto lze přímo v aplikaci Investiční kalkulačky zanechat telefonní číslo, na kterém kontaktuje klienta bankovní poradce a sjedná s ním schůzku, kde celý finanční plán osobně proberou a upraví podle dalších detailních informací. Investiční kalkulačka KB je veřejně dostupná na internetových stránkách www.kb.cz. Své investice tak mohou s návrhem KB porovnat a případně upravit jak klienti banky, tak i ostatní spotřebitelé.

(tz)



Marketing je moje parketa

Lenka Moravcová má na vizitce uvedeno, že je specialista marketingové komunikace ve společnosti Credium, a. s. Když jsem ji loni v závěru roku viděla poprvé na tiskové konferenci, vycítila jsem, že se naše cesty ještě protnou. Zapůsobila na mne jako osobnost, na kterou se nedá jen tak zapomenout. S darem komunikace, v níž se skrývá jiskřička čehosi, co posunuje člověčí bytost na zemi o stupínek výš. Nezabývá se pouze marketingem, ale našla se také v umění...

Co vás na marketingu baví? Dokážete se v něm seberealizovat?

Ano, marketing je moje parketa. Vím o sobě, že jsem kreativní, a právě v marketingu se toto dá docela dobře uplatnit. Potřebuji tvořit. Víte, já také maluji, oleje na plátně, pro radost a potěšení známých a přátel. Marketing je o tom, jak zaujmout, s čím přijít, jak koho oslovit, o čem by to či ono mohlo být. Život není jednotvárný a marketing o tom přináší své osobité svědectví. Je to také hodně týmová práce a v týmu být kreativní prostě musíte. Marketingu se nyní věnuji naplno a věnovat bych se mu chtěla ještě více, proto jsem začala studovat vysokou školu zaměřenou právě na něj. Ráda bych ho poznala ze všech stránek, naučila se ještě více.

Obrazy – to je vaše energie. Kam vyvěrá? Tato záliba vám určitě i hodně profesně pomáhá...

Maluji velká plátna, hraji si s prostorem a barvou. Jsou to abstraktní věci, je to způsob mého vyjadřování. Malování se věnuji již od dětství. Měla jsem jednu výstavu, a to přímo v naší firmě. Již delší dobu uvažuji o vytvoření vlastních webových stránek, kde bych svou tvorbu mohla prezentovat,



Lenka Moravcová

bohužel času je málo a zatím jsem se ještě k tomu nedostala. V poslední době mě láká i malování aktů, které ale vyžaduje pečlivé studium nejen malby, ale především lidského těla. Věřím, že se k tomu brzy dostanu. Malování mi určitě pomáhá. Je to mé další vidění světa. A když máte více rovin, jak „věc“ uchopit, je to vždy prospěšné.

Jste žena v manažerské pozici, a tak určitě víte, jaké finanční produkty jsou právě pro manažerky a podnikatelky zajímavé. Co byste doporučila jejich pozornosti z nabídky Credia?

Každá dobrá manažerka potřebuje dobré a spolehlivé vozidlo, je to její druhá kancelář. S naším leasingovým financováním při jeho pořízení by jistě každá taková dáma byla spokojená. Leasing je pro firmy

stále velice výhodný. Takže doporučuji seznámit se s naším portfoliem a pořídit si třeba menší auto, s nímž se žena kamkoli bezpečně dostane a hladce všude zaparkuje. Ušetří tak jistě spousty drahocenného času, což každá aktivní žena velmi ocení.

Jak vidíte budoucnost internetových produktů?

Myslím, že odpověď bude téměř jednoznačná. Internet je součástí našeho života, především mladým lidem by dnes bez něj chybělo spojení se světem. Jeho začátky byly těžké, zejména ve finančních službách a internetovém obchodování. Lidé se přirozeně báli, někteří se spálili, než se internetové prostředky vyčistilo. Časem se však stabilizovalo, a dnes na internetu nakupují už nejen mladší generace. Je to příjemné zejména pro za-

Credium je třetí mezi společnostmi financujícími automobily

Společnost Credium i po prvním čtvrtletí letošního roku potvrdila třetí pozici mezi společnostmi financujícími osobní a užitkové vozy do 3,5 tuny, kam vystoupala už loni. V letošním prvním čtvrtletí poklesl trh celkového nebankovního financování automobilů do 3,5 tuny o 5,5 %, ale Credium naopak dosáhlo růstu o 5,7 % a současně zaznamenalo nárůst tržního podílu ve financování nových osobních a užitkových vozů na 11,6 % (oproti 10,7 % v 1. čtvrtletí 2009). V absolutních číslech to znamená financovanou částku ve výši 677 mil. Kč proti 596 mil. Kč v 2009, což je růst o 81 mil. Kč. To jsou více než dobré výsledky, kterými společnost upevnila, ale současně i posílila 3. místo na trhu financování vozů do 3,5 t ve statistice České leasingové a finanční asociace. Současně vzrostl podíl Credia na neleasingovém (úvěrovém) financování nových osobních vozů za toto období z 11,7 na 16,4 %.

(tz)



Jedna z olejomalb Lenky Moravcové, jmenuje se Rarášek

neprázdné lidi, kteří nechtějí nebo nemají čas pořád někde chodit, někde něco platit, nemají zrovna chuť osobně komunikovat. Například naše Nejlevnější půjčka, také zcela internetový produkt, je zejména pro ty, kteří žijí hodně aktivně a „rychle“ a úvěr si rádi vyřídí z pohodlí doma, bez komplikací, a tím především ušetří čas. Má velký úspěch, zájem předčil naše očekávání. Kdo se určitě v budoucnu bez internetu neobejde, jsou naše děti, pro které je internet už zcela běžná záležitost. Před pár dny mi kamarádka vyprávěla, jak ji kompletně dokázal rozhodit její třináctiletý pubertální syn. Na něco se ho ptala a on se na ni otočil a takovým tím klasickým pubertálním otráveným hlasem jí odpověděl „Mami, tyto nevíš? Málo googlí.“

Na platební karty si u nás lidé dávno zvykli, ale ne každý zná tu vaši.

Možná proto, že jsme maličko změnili strategii. Kreditku Credium nyní získávají výhradně naši klienti jako věrnostní bonus k uzavřené smlouvě, ať již leasingové, úvěrové apod. Karta v sobě ukrývá řadu služeb, které rozšiřujeme a každý klient je určitě ocení.

Pokud s ní klient platí např. u obchodníka, vrátíme mu jedno procento z ceny nákupu. Pro řidiče máme zajímavé slevy na pohonné hmoty, velice atraktivní slevy jsou na nákup pneumatik. V období dovolených určitě klienty potěší možnost slevy u cestovní kanceláře Čedok. Ten, kdo ji aktivně používá, určitě výhody znatelně pocítuje.

Mělo by smysl vyvinout speciální produkt pro ženy?

Domnívám se, že nikoli. Zajímavější by však bylo cílit na ženy určitou kampaní k tomu či onomu produktu nebo službě. Daly by se tak ve vhodnou dobu oslovit různé věkové či příjmové skupiny. Zajímavá kampaň, která by oslovila, motivovala k využití konkrétní služby, se dá vymyslet. U produktu jako takového se mi ta motivace vytrácí. Kampaní pak nepopřete význam produktu pro každého, ženy i muže, ale naopak jedné polovičky lidstva třeba ve správnou chvíli připomenete, proč je to pro ni dobré. Což by mělo přínos jak pro nás, tak pro spotřebitele.

Kdybyste nepracovala ve finanční společnosti, k čemu byste tíhla nejspíše? Lákala by vás farmacie, květinářství, automobilový průmysl?

Možná mi jako kreativci nebudete věřit, ale baví mne analýzy trhu. Zdá se to jako suchopárné, ale na druhé straně z analýz lze hodně vyčíst. Ono je to zajímavé – sledovat například trendy, v tom je kousek budoucnosti. Ale určitě ze všeho nejvíce by mě bavilo se starat třeba o galerii, zařizovat výstavy, tvořit interiéry, které jsou moje druhé hobby.

Jste jednoznačně svá. Jste také tvrdohlavá, pokud obhajujete svůj profesní názor na věc?

Svého názoru se neztrácím, ale vím, že optimální řešení je spíš o kompro-

misech, že se dá na cokoli dívat i z druhého úhlu. Vždy je potřeba vyslechnout i druhou stranu a zamyslet se nad tím, co říká, nedělat unáhlené závěry. Pokud bude člověk stát jen na svém, tak může zbytečně ublížit, a nejen sobě. Pokud ale budu vědět, že mám pravdu,

budu se snažit ostatním ji objasnit. Také však vím, že není od věci hledat bohatější výstup, tedy kompromis. Při diskusi nad určitou věcí se nakonec nemusí prosadit ani jedna ani druhá strana, může zvítězit názor třetí, s nímž se nakonec všichni ztotožní. Marketing je hodně týmová práce. Jak má vypadat reklama, to jsou vlastně nikdy neutuchající názorové střety. Na každého může působit jinak. Pak se není co divit, že co člověk, to odlišné stanovisko. Já jsem v oblasti spotřebitelského financování zodpovědná i za reklamu – zde se poměrně často vyjasňuje, jakým vizuálem klienta oslovit, co se líbí jednomu, nesedí jinému. Vzájemným třibením názoru pak ale stejně musíme dojít k optimální cestě.

za rozhovor poděkovala Eva Brix

credium

Kosmetika beautycycle COLOUR plná minerálních barev

Pře o pleť nové kosmetické značky beautycycle™ od společnosti Amway doplňuje dekorativní řada Colour, které zachycuje jiskřivou sílu živlů. Tak jako se živly nejvýrazněji projevují barvami, kosmetická řada beautycycle™ zvýrazňuje pleť. Bohaté minerální barvy v jemných a plných tónech zdůrazňují přirozenou krásu ženy kombinací barev, které se dobře hodí k jednotlivým typům pleti. Výrobková řada beautycycle™ od make-upu přes rtěnku až po řasenku nabízí vše, co žena potřebuje, aby vypadala krásně. Řada beautycycle™ Colour zachycuje rezonanci živlů prostřednictvím důmyslně sestavené škály barev s obsahem minerálních pigmentů od nejjemnějších odstínů až po oslnující trendy barvy, které rozzaří krásu všech tónů kůže pro každou příležitost. Dekorativní

řada beautycycle™ je nová značka kosmetiky obdařená úžasnou obnovující silou elementů, která uspokojí neustále se měnící potřeby vaší pleti. Značka beautycycle je jednoduchá na použití a obsahuje snadná řešení pro krásu, která mají vytvořit viditelné výsledky... (tz)



Dovolená na luxusní lodi ve Středomoří

TEMATICKÁ PLAVBA S PRŮVODCEM A FOTOKURZEM

poprvé v ČR!

Okružní plavba na luxusní 4hvězdičkové lodi Costa Victoria z Benátek do Atén a k řeckým ostrovům Korfu, Santorini a Mykonos v termínu **9.-16. 10. 2010**

- Trasa plavby: Benátky – Ancona – Santorini – Mykonos – Atény – Korfu – Dubrovnik – Benátky
- Český průvodce a fotokurz vedený fotografkou Janou Hunterovou
- Pobyt na lodi zahrnuje nadstandardní plnou penzi a veškerý kulturní a sportovní program
- Doprava do Benátek letecky, autobusem nebo vlastním autem
- Cena již od **18 300 Kč** při ubytování ve vnitřní kajutě bez okna

CK Orbis Link, s.r.o.
Hradešinská 2144/47, 101 00 Praha 10
Tel.: 222 714 751, 271 751 495, e-mail: plavby@orbislink.cz

www.okruzniplavby.cz

ALBION HOTEL s lidmi omládl



V bohaté zeleni pražských Košíř tvoří ALBION HOTEL nepřehlédnutelnou architektonickou dominantu. Čtyřhvězdičkový hotel byl otevřen po komplexní rekonstrukci v roce 2006. V roce 2007 byl zařazen v katalogu Nejlepší z realit. Nabízí moderní služby pro turistickou i korporátní klientelu. Povídali jsme si o tom s generální ředitelkou ALBION HOTELU Ing. Danou Ficlovou.



Ing. Dana Ficlová

Bylo vám pětadvacet, když jste se stala jednou z nejmladších generálních ředitelk u nás. S jakými pocity jste do vedení Albion hotelu nastupovala? A jak vás přijali zaměstnanci?

Do vedení hotelu jsem nastupovala s obrovskou chutí a s cílem rozběhnout fungování nového 4* hotelu na Praze 5. Dostat ho do povědomí odborné i široké veřejnosti, řídit ho tak, aby hosté byli spokojeni a rádi se k nám vraceli, vytvořit příjemné pracovní prostředí pro naše zaměstnance. Nastupovala jsem na tuto pozici ale také s pocitem velké odpovědnosti a závazkem dostát představám a plánům majitele firmy. Přijetí od zaměstnanců bylo velice pozitivní. Tuto skutečnost určitě ovlivnilo i to, že jsem s mnoha z nich již pracovala v našem druhém

hotelu – TOP HOTELU Praha. Měla jsem tu možnost vybrat si z bývalých kolegů, věděla jsem tedy, co v nich je, že se na ně můžu spolehnout, a oni na druhou stranu znali mě. Myslím, že v tomto ohledu není otázka věku to rozhodující. Šli jsme do toho všichni společně.

Vaše profesionální kariéra je přímá a strmá: Po střední hotelové škole jste začínala jako recepční, po dálkovém studiu na vysoké školy přijímáte výzvu na nejvyšší pozici v Albionu. Vypovídá to nejlépe o vaší povaze, následování rodinné tradice, nebo o přízni osudu?

Asi od každého kousek. Mám starší sestru, která studovala střední hotelovou školu. Líbilo se mi, jak jezdí se školou na praxe

do různých hotelů doma i v zahraničí, a tak jsem si tuto školu také zvolila. Po ukončení studia jsem věděla, že v hotelnictví chci zůstat. Práce v hotelu je různorodá, každý den řešíte jiné situace, potkáte mnoho lidí. Nemám

Měla jsem šanci začínat v největším kongresovém hotelu v Evropě – v TOP HOTELU Praha, který poskytoval už v té době nejširší škálu služeb ze všech českých hotelů. Měla jsem to obrovské štěstí, že jsem se setkala s lidmi, kteří mi věřili a dali mi tu šanci dostat se do vedoucích pozic i přes můj nízký věk.

► ráda stereotyp. Ale i přízeň osudu hrála v mé krátké kariéře svou roli. Měla jsem šanci začínat v největším kongresovém hotelu v Evropě – v TOP HOTELU Praha, který poskytoval už v té době nejširší škálu služeb ze všech českých hotelů. Měla jsem to obrovské štěstí, že jsem se setkala s lidmi, kteří mi věřili a dali mi tu šanci dostat se do vedoucích pozic i přes můj nízký věk.

Říká se, že hotelnictví a gastronomie je především o lidech. Máte okolo sebe schopné spolupracovníky. Dokážete využít jejich schopností? Co pokládáte ve své profesi za nejdůležitější?

Ano, mám. A právě to považuji za nejdůležitější ve své profesi. Mít kolem sebe lidi, kteří „táhnou za jeden provaz“, věří, že to, co dělají, dává smysl, a za jejich snažením jsou vidět pozitivní výsledky. Potřebuji se na své lidi plně spolehnout.

Berete účast ve finále soutěže Manažer roku 2010 jako ocenění práce své a úspěšného směřování hotelu?

Určitě. Jedná se o prestižní soutěž a je bezesporu příjemné ocitnout se ve společnosti těch nejmanažerů z celé republiky, napříč všemi obory. Umožní vám to i nasát atmosféru, podělit se o zkušenosti s ostatními a zjistit, jak to dělají jinde. Každá taková zkušenost je cenná. Není to však zcela určité jen moje zásluha, vždy za tím stojí celý tým zaměstnanců a bezesporu silná společnost, pro kterou pracuji – TOP HOTELS GROUP a.s.

Začínala jste, dá se říci, s čistým stolem, což se dá tvrdit také o Albionu, který byl otevřen po kompletní rekonstrukci v březnu 2006. Kromě řady výhod to však znamenalo získat nové hosty, jejich důvěru a spokojenost...

V tomto ohledu nám určitě pomohlo, že se ALBION hned od začátku prezentoval jako „mladší bráška“ již známého TOP HOTELU Praha. Vzhledem k dlouholeté silné pozici TOP HOTELU na trhu bylo snazší přesvědčit partnery o naší spolehlivosti a důvěryhodnosti. Přínosem pro mne byly i získané zkušenosti z mého dřívějšího působení. Povedla se i samotná rekonstrukce, o čemž svědčí i to, že byl ALBION zařazen v katalogu Nejlepší z realit 2007.



Kam byste zařadila Albion na pražské mapě hotelů? A do které cílové stanice byste se s ním chtěla dostat? Může pomoci i synergie uvnitř TOP HOTELS GROUP, již jste součástí?

ALBION HOTEL nabízí možnost komfortního ubytování v 290 pokojích čtyřhvězdičkové kategorie v klidné vilové čtvrti Prahy 5, nedaleko od obchodního i historického centra města. Oblíbili si nás jak individuální návštěvníci, tak cestovní kanceláře. Nabízíme rovněž kongresové prostory až pro 600 účastníků, které využívají firmy nejen z blízkého okolí. TOP HOTELS GROUP nám poskytuje zázemí, silné jméno a značku, která je již na pražském trhu dobře známá. Zejména v oblasti poskytování kongresových služeb spolupracujeme úzce s TOP HOTELEM Praha.

V čem jste výjimeční ať už v gastronomických, ubytovacích, kongresových, nebo fitness službách? A je nutností nabídnout něco víc než jen dobrý standard?

Vzhledem k silnému konkurenčnímu prostředí na pražském hotelovém trhu je dokonce nezbytné nabídnout hostům „něco navíc“. Proto i my neustále hledáme nové možnosti, jak nejen přilákat nové zákazníky, ale docílit toho, že se k nám budou vracet. Naším hostům nabízíme parkování přímo u hotelu zdarma, mohou využívat nedávno otevřený fitness room – rovněž bez poplatku. V hotelu jsou k dispozici dvě restaurace, lobby bar s živým krbem, letní terasa s fontánou a možnosti

grilování pod širým nebem. Dále je tu Beauty salon, hotelové obchody nebo lze využít služby concierge – zajistíme okružní jízdy, plavby po Vltavě, vstupenky na kulturní a sportovní

představení. V případě zájmu o širokou škálu možností sportu a relaxace v TOP HOTELU Praha (wellness centrum, bazén, masáž, tenis, bowling...) zabezpečíme klientům transfer. V případě konání konferenčních akcí se postaráme kompletně o celý průběh – prostory, techniku, catering i doprovodný program. V celém hotelu je k dispozici bezdrátové připojení k internetu. ALBION HOTEL, stejně jako ostatní

hotely společnosti, je držitelem certifikátu managementu jakosti ISO 9001:2009.

Předpokládám, že na vás doléhá pokles cestovního ruchu velmi citelně. Co musí dnes hoteliéři dělat, aby nepříznivé období překonali v dobré kondici?

Pro získání, a hlavně udržení klienta musí hoteliéři opravdu udělat mnohem více než před několika lety. Dnes se nemůžete spoléhat na to, že vám sám od sebe někdo pošle poptávku emailem. V dnešní době to znamená investovat více do propagace, zejména na internetu, účastnit se více zahraničních služebních cest, workshopů, veletrhů a samozřejmě je větší důraz nejenom na kvalitu poskytovaných služeb, ale zejména na kvalitu personálu v každé linii. Museli jsme samozřejmě přistoupit i k úsporným opatřením, klademe větší důraz na efektivitu činností a vynaložených nákladů. Nejen krize, ale i silná konkurence si žádá větší úsilí. Některé aktivity konkurence jsou však na hranici etiky v podnikání.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer
foto Pavel Kačer a TOP HOTELS GROUP

Radost z každé uzávěrky

Muzeum je pro mě tajuplné místo, kde se ukrývají poklady. Tady můžete pátrat po stopách dávných věků a hledat výpovědi o činech lidí, kteří vytvářeli naši historii. Tady mezi uloženými předměty, nashromážděnými sbírkami lze prožívat ta největší dobrodružství a dojít k překvapivým poznáním o dobách dávno minulých i té dnešní. Těm, kteří studují historické exponáty a připravují zajímavé výstavy, jenom tiše závidím jejich krásnou práci. Ale muzeum potřebuje nejen konzervátory a vědecké pracovníky, nýbrž také někoho, kdo se stará o finance a spolehlivé fungování složitého celku. V Muzeu hlavního města Prahy je touto povoláním osobou náměstkyně pro ekonomiku a provoz Ing. Miloslava Hrdličková. Překvapilo mě, jak i její práce může být vzrušující. Přesvědčíte se o tom v následujícím rozhovoru.



Ing. Miloslava Hrdličková

Jak se ve své roli „strážkyně“ desítek milionů korun cítíte?

Cítím se velmi dobře. Zároveň však pociťuji velkou zodpovědnost. Kdybych pracovala v soukromém podniku, zodpovídala bych se pouze majiteli. Ale v muzeu je nám svěřený rozsáhlý majetek a značné finanční prostředky města, leží na nás zodpovědnost vůči veřejnosti, abychom s nimi dobře hospodařili. Roční rozpočet muzea se pohybuje v posledních letech celkem i s investičními prostředky mezi 150 až 180 miliony korun, z toho cca 80 milionů jde na provoz.

Nečekal jsem, že Muzeum hl. m. Prahy tolik investuje. Kam vynakládáte takové prostředky?

Většina investičních peněz např. v roce 2009 směřovala do výstavby depozitáře ve Vojtěchově a dokončení depozitáře v Praze 5 – Stodůlkách. Vlastníme dva velké depozitní areály. Ve Stodůlkách se nalézají především historické sbírky a rozsáhlé archeologické sbírky jsou uloženy ve Vojtěchově u Benešova.

Proč jste museli vybudovat nové depozitáře?

Před dvaceti lety jsme vlastnili celkem dvanáct budov, z toho deset depozitárních, ale většinu z nich jsme museli z důvodu restitucí opustit. Předměty ve sbírkách přibývaly, a navíc trpěly stěhováním. V roce 1994 jsme získali areál ve Stodůlkách a ihned v tomto roce započaly práce na rekonstrukci a přestavbě pro naše potřeby. Teprve loni jsme dokončili v tomto areálu stavební práce, a to výstavbou páté budovy – depozitáře E. Areál ve Vojtěchově u Benešova jsme měli od roku 1991 v nájmu a v roce 2002 jej hlavní město Praha koupilo od soukromých majitelů pro ►

► potřeby muzea. Rovněž zde probíhají od roku 2004 do současnosti stavební práce.

Které nejceněnější sbírky vlastníte?

Za největší skvost v našich sbírkách považujeme Langweilův model Prahy. Jeho finanční hodnota se však nedá vyčíslit. V letech 2006 až 2009 se uskutečnila jeho digitalizace, která stála 14,5 milionu korun. V tomto roce pokračuje další část, a to optimalizace digitální kopie pro internet. Velmi si ceníme také originálu Mánesova Staroměstského orloje nebo sbírky gotických dřevěných plastik.

Co všechno se muzeu podařilo shromáždit?

Sbírky obsahují statisíce předmětů nejrozličnějších oborů – pragensí, které se vztahují k hlavnímu městu. Jsou to nejen umělecká díla, ale i předměty ze života obyvatel, stavební prvky z pražských domů, zbraně, prapory, historická vybavení domácností a podobně.

Jak sbírky doplňujete?

Některé předměty nakupujeme v antikvariátech, jiné získáváme přímo od majitelů. O tom, zda je odkoupíme a za kolik peněz, rozhodují odborníci z nákupní komise. Sbírky se nám rozrůstají také o vykopávky z archeologických výzkumů, a to nejen z těch, které provádí naše muzeum. Podle zákona máme povinnost převzít nálezy také od ostatních institucí, které prováděly a provádějí arch. výzkumy na území hl. m. Prahy a uchovávat a opatrovat všechny objevené předměty na území hlavního města s výjimkou Pražského hradu. Abyste si udělali představu o jejich množství, jen při průzkumu stavení Palladia bylo odkryto na milion nejrozličnějších pozůstatků z minulé doby.

Už jste řekla, že od města dostáváte mnohamilionovou dotaci. Máte i vlastní zdroj příjmů?

Vedle vstupného do expozic, na výstavu

a na vzdělávací akce získáváme příjem z pronájmu restaurace Podskalská celnice na Výtoni a dalších nebytových prostor, dále máme příjmy z reprodukčních práv a nabízíme také službu nažehlování obrazů. Můžeme se pochlubit i publikační činností a získáváme prostředky rovněž z prodeje těchto publikací.

Velmi se mi líbila výstava stavebnice Merkur, která okouzila malé i dospělé návštěvníky vašeho muzea. Máte přichystanou další výstavu s tak chytlivým tématem?

Doporučila bych vám výstavu o pražských výletních restauracích, která začne v hlavní budově muzea 22. září a skončí v březnu příštího roku. Chceme ukázat na dobových fotografiích a dokumentech, kam se Pražané chodili osvěžit a jak se bavili ve chvílích volna.

Ale zpátky k vaší práci. Co pro vás znamená dobře hospodařit?

Podařilo se nám zavést systém finanční kázně. Veškeré výdaje peněz jsou podloženy podrobným rozpočtem a dále konkrétními objednávkami a smlouvami. Všechny výdaje a zakázky nad 100 tisíc korun musí projít výběrovým řízením, nad 500 tis. Kč se konají soutěže za účasti představitele magistrátu. Systém evidence musí být přehledný a návrh požadovaných finančních prostředků pro zřizovatele podrobně zdůvodněn.

Vlastníte několik budov.

Dá se ušetřit i tam?

Nezapře se ve mně strojařka, i když jsem vystudovala obor ekonomiky a řízení, a velmi mě technické vybavení budov zajímá. Napadlo mě, že bychom mohli využívat moderní tepelné zdroje, a nejen tím šetřit finanční prostředky, ale i životní prostředí. Od roku 2006 funguje ve Vojtěchově tepelné čerpadlo jako zdroj pro vytápění areálu. Chceme jít dál a inspiraci jsme hledali i na konferenci Úspory energií v historických budovách.



Byli jsme rovněž na exkurzi ve Stavovském divadle, kde se využívají alternativní zdroje energie. Plánujeme, že budeme zužitkovat odpadní energie z plynových kotlen a chystáme se nasadit tepelná čerpadla nejnovější generace s vyšší účinností.

Můžete mi prozradit, z čeho máte v práci, kterou tu děláte už přes dvacet let, největší radost?

Mám radost např. z každé úspěšné účetní uzávěrky. Se současným kolektivem v ekonomickém oddělení jsme dali do pořádku účetnictví a s mým kolegou na údržbu a investiční činnost naše domy, jejich provoz a údržbu. Potěší mě také, když jsou naše výstavy úspěšné a naše knížky se dobře prodávají. Stále máme chuť něco zlepšovat a všichni máme dobrý pocit, když se to podaří. Zúročuje se i dlouholetá dobrá spolupráce se zřizovatelem, s odborem kultury na pražském magistrátu.

ptal se Pavel Kačer
foto Pavel Kačer

Stále nám to není jedno – a vám?

Každý rodič může významně ovlivnit zdravý životní styl svého dítěte, který spočívá v rovnováze mezi vyváženou stravou, učněním, pohybem i odpočinkem. Společnost Henkel ČR a značka Albert zahájily pod záštitou Národního institutu dětí a mládeže celoroční společensky zodpovědný projekt s názvem „Není nám to jedno!“ Jeho cílem je nejen poukázat na význam zdravého životního stylu dětí, ale také jej finančně podpořit. Smysluplnému trávení volného času se firma Henkel ČR věnuje již několik let a její průzkum mezi školáky v roce 2005 v rámci „Není nám to jedno“ odhalil významný sociální trend. Firma Henkel i značka Albert se rozhodly oslovit sdružení volnočasových aktivit pro děti a mládež v České republice, nabídnout jim možnosti přihlásit svůj projekt a získat na něj

finanční podporu. Prostředky, které se odhadují na jeden milion korun, by měly plynout z prodeje pracích prostředků firmy Henkel v prodejnách Albert v období od dubna do října. Manažerka komunikace společnosti Henkel ČR Lidija Erlebachová vysvětlila důvody, které firmu vedly k pokračování projektu: „Prostřednictvím projektu Není nám to jedno! o problému hovoříme, vyvoláváme diskuzi, ptáme se a nabízíme řešení. Chceme se o dětech naučit co nejvíce a ukázat rodičům správnou cestu k jejich zdravému životnímu stylu.“ Petr Chadraba, CSR manažer značky Albert, doplnil: „Téma zdravého životního stylu dětí je pro naši firmu klíčové – prostřednictvím projektu Zdravá pětka se snažíme již několik let naučit děti i jejich maminky zásadám zdravé výživy dětí.“

(tz)

Svět luxusu, tradice a moderny

řídí žena, pro niž je hotel druhá rodina

V západočeském lázeňském trojúhelníku, na jednom z nejkrásnějších míst naší vlasti, můžete narazit v Mariánských Lázních na jedinečný klenot mezi hotely, soubor secesních budov OREA Hotel Palace Zvon. Tomuto pozoruhodnému světu luxusu, tradice a moderny vládne také pozoruhodná žena. Myšlenky ředitelky hotelu Henrietty Filkové jsou exkluzivní právě tak jako prostředí, v němž se pohybuje, které důvěrně zná a jež miluje.

OREA Hotel Palace Zvon je připomínkou idyllických starých časů, kdy byla v módě secese, a ještě starších, kdy se po lázeňské kolonádě procházel dvorní rada J. W. Goethe, váš nejslavnější hotelový host. Čím se vám daří udržet jedinečný styl hotelu až do současnosti?

OREA Hotel Palace Zvon v Mariánských Lázních nabízí svým hostům nejlepší kombinaci komfortu čtyřhvězdičkového hotelu a umístění v centru města. Komplex čtyř secesních budov z počátku 19. století nabízí své služby již od roku 1834.

Svým hostům hotel umožňuje posezení v prostředí secesního stylu jak v restauraci Palace s letní terasou, tak v kavárně Opera, která je chloubou hotelu. Kavárna si již po dvě století zachovává svůj styl a jedinečnou atmosféru. Byla vždy proslulá jako místo setkání významných osobností. Mezi nejvýznamnější návštěvníky patřil král Edward VII. a František Josef I., kteří se v kavárně setkali v srpnu roku 1908 po koncertě vídeňské operní zpěvačky. V tomto krásném prostředí dnes mohou hosté při živé hudbě k tanci i poslechu strávit nezapomenutelné chvíle. Setkáváme se zde s hosty, kteří se vrací již po dobu několika desítek let právě do tohoto místa.

Přes bohatou a slavnou historii působí hotel velmi moderně. Prozradte, jak citlivě skloubit tradici s dnešními požadavky na špičkové hotelové služby?

Nejdůležitější je vybavení hotelu, ve kterém by se hosté cítili dobře, dále kvalitní služby a musí tu být něco nadčasového, co přežije po více let. Toto se určitě podařilo velkou a náročnou rekonstrukcí v letech 2005 a 2006, kdy v rámci této rekonstrukce došlo k propojení objektů hotelu Zvon a hotelu Palace. Bylo vybudováno velké léčebné centrum

s bazénem, římskými lázněmi, saunou, ve kterém poskytujeme řadu léčebných procedur. Rekonstrukce respektovala původní architekturu, již doplnila moderními prvky balneocentra zajišťujícími maximální komfort hostů.

Byl jsem hodně zvědavý na první dojem z hotelu Palace Zvon. A ten mi už poskytla virtuální prohlídka hotelových interiérů, kterou nabízí návštěvníkům internetová prezentace. Ale nebyla to jenom pastva pro oči v restauraci ve stylu Ludvíka XIV. v secesní

kavárně nebo hotelových pokojích. Právě tak příjemné představy ve mně vyvolaly vaše akční nabídky jako třeba

A hotel? To je druhá rodina: práce s lidmi, která je nejhezčí a zároveň nejtěžší.



Henrietta Filková

Balzámy pro tělo a duši. Jak je podle vašeho názoru pro hotel důležitý dobrý marketing?

V současné situaci je nutné prodávat, prodávat a opět prodávat, také samozřejmě propagovat, inovovat a reprezentovat. Určitě se nacházíme v mimořádném období, kdy to ale nesmíme vzdávat proto, že vše nefunguje tak, jak bychom chtěli. Uvědomujeme si důležitost marketingu. Hledáme efektivní a originální řešení, vše podrobuje analýze. Cílem marketingu hotelu je vymyslet a nabídnout takový produkt, který je schopný uspokojit potřeby a přání klíčových klientů. Při sestavení nabídky služeb vycházíme z naší konkurenční výhody – nádherné prostředí hotelu, poloha hotelu, kvalita služeb. Přitom bereme v úvahu dnešní trendy a naši konkurenci.

Toto vše hraje významnou roli při přípravě produktu pro jednotlivé segmenty.

Co pokládáte za nejdůležitější, aby luxusní hotel v lázeňském městě obstál v tvrdé konkurenci a v poslední době také za hospodářské krize?

Hotel je vždy o lidech. Ne nadarmo se říká, že první dojem o hotelu si host udělá během několika prvních minut u hotelové recepcce. Pouze kvalifikovaný a spokojený zaměstnanec může poskytovat požadovaný servis a učinit tak zákazníky spokojenými. Za nejdůležitější v současné době považuji udržet si stálého zákazníka, přizpůsobit nabídku novým podmínkám. Naší předností je lokalita, tradice a kvalitní služby. Z obchodních metod se snažíme zaměřit na přímý prodej. Obchodní oddělení cítí stále častěji tlak na cenu formou slev. My se snažíme optimalizovat náklady, ale jen do té míry, abychom neohrozili kvalitu služeb. V současné době připravujeme plán investic, protože bez pravidelné obnovy nemůžeme v tvrdé konkurenci hotelů v našem městě obstát.

Do ředitelského křesla v jednom z nejkrásnějších hotelů v republice jste se vypracovala doslova „od píky“



přesněji řečeno od hotelové recepční. Jak jste vnímala svou práci tehdy a dnes, co bylo tou hnací silou na vrchol a které chvíle považujete v profesní kariéře za nejdůležitější?

Práce v recepci hotelu je výborný start. Žádný z pracovních dnů se nepodobá tomu předcházejícímu ani následujícímu. Nikdy nevíte, kdo vejde do dveří, komu zvednete telefon a jaký problém budete muset vyřešit. To vše mě lákalo a dlouho jsem u této práce vydržela. Po čase přišla nabídka na místo vedoucí recepce, dále sales managera a z této pozice nabídka na funkci ředitelky hotelu. Vrozený optimismus mi určitě pomohl dosáhnout malé, ale i ty větší cíle. Všechno mělo svůj čas – jsem ve znamení Kozoroha a ten nikam nespěchá.

Pokud bych měla srovnat začátky a současnost – určitě je to jiný druh zodpovědnosti. Dnes je to zodpovědnost za 76 spolupracovníků. Nejdůležitější chvíle byly asi při rekonstrukcích hotelů, které jsem řídila. Rekonstrukcí bylo několik a vždy to bylo napínavé: uzavření hotelu, rekonstrukce, znovuotevření a provoz v novém – to byly chvíle napětí, řešení mnoha problémů a samozřejmě i dobrý pocit z toho, že se vše, za pomoci kolegů zapálených pro dobro věci, podařilo v termínu a potřebné kvalitě.

Ženy v manažerských pozicích to stále mají těžší než jejich partneři, už jen proto,

Práce v recepci hotelu je výborný start. Žádný z pracovních dnů se nepodobá tomu předcházejícímu ani následujícímu. Nikdy nevíte, kdo vejde do dveří, komu zvednete telefon a jaký problém budete muset vyřešit. To vše mě lákalo a dlouho jsem u této práce vydržela.

že na jejich bedrech leží péče o rodinu. Co pomáhalo vám jako matce dvou dětí dobře skloubit obě hlavní role?

Mám asi tu výhodu s velkým V, že mám partnera, který mě v mé práci velmi podporuje. Má radost z každého mého úspěchu. A to si myslím je to nejdůležitější a také dost vzácné. Bez jeho podpory bych se nemohla věnovat tak náročné práci na čas, ani svým koníčkům. Často to opravdu dopadlo tak, že ne na mých, ale na jeho bedrech byla péče o rodinu. Měl to opravdu někdy těžké – 3 ženské v rodině, které si ještě ve volných chvílích jezdí s orchestrem po zájezdech. Nyní, kdy jsou dcery již dospělé a mimo domov, se toho moc nezměnilo. Manžel mi stále fandí a večer po příchodu z práce mě čeká pravidelně vynikající večere. Tak mě napadá, že zítra nakoupím, uvařím a poděkuji mu za všechno! Na druhou stranu se i já snažím pro rodinu udělat maximum a trávit se všemi volný čas. Vždyť oni jsou tím nejcennějším, co mám.

O Mariánských Lázních se říká, že je to město v lese a les ve městě. Jaký máte vztah k tomuto místu, kde žijete a pracujete?

Pokud máte na mysli polohu města – tak ta je unikátní – opravdu žijeme v moři zeleně. Takovýto výhled se naskytá například všem hostům, kteří navštíví hotel, kde jsem působila 12 let – OREA HOTEL MONTY. Tento hotel, obklopený lesem, je právě pro svoji ideální polohu nad městem vyhledávaným místem pro návštěvníky Mariánských Lázní. Z jeho terasy je nejlépe vidět, kde město leží.

A je to přesně tak – jak popisujete – město v lese a les ve městě. Při všech svých cestách a není jich málo – se velmi ráda vracím zpět, protože není mnoho takových měst u nás, která mohou nabídnout tolik přírodní krásy. Ale co je asi nejdůležitější, to jsou lidé – rodina, přátelé, které zde máte a bez kterých by to jinde nebylo to pravé. A hotel? To je druhá rodina: práce s lidmi, která je nejhezčí a zároveň nejtěžší.

Vím o vás, a čtenářům jste to také naznačila, že ráda muzicírujete. Prozradíte víc o svých koníčkách a představách o ideálním odpočinku?

Hudba je určitě mým největším koníčkem. Již od školních let je to akordeonový orchestr, kde jsem stálým členem a v posledních letech i manažerkou. S tímto orchestrem si plním i další přání, a tím je cestování. V uplynulých letech jsme uskutečnili mnoho koncertů po celé Evropě, a dokonce i za oceánem. Letos náš čeká koncertní turné na ostrov Réunion v Indickém oceánu. Mnohé z mých dovolených se tak proměnily v zájezdy s akordeonem a výbornou partou 50členného týmu, jehož součástí jsou i mé dvě dcery. A tak si hudbu, zkoušky a koncerty užíváme společně. A protože hudba spojuje národy (možná více než politika), mohli jsme díky ní v Mariánských Lázních přivítat mnoho souborů a orchestrů z celé Evropy. Mnoho členů těchto orchestrů včetně rodin se každoročně do Mariánských Lázní vraceli a stále vrací jako hosté a klienti našich hotelů. Ideální odpočinek? V současné době trávím volné chvíle s vnoučaty – to je doba, kdy opravdu myslím pouze na ně. A pokud už je všeho moc, tak vyhledávám jen ticho a les.

otázky připravil Pavel Kačer

Vítejte na palubě bezstarostné dovolené

Pro suchozemce je to něco nepředstavitelného. Prospekt nebo videoklip vám dokáží přiblížit, co vás čeká. Ale pak v přístavu před kolosem, na který se máte nalodit, jen tiše polknete a vrátíte pokleslou čelist zpátky do pantů. Tohle monstrum bude na několik dní vaším druhým domovem. Poseidone, vládce moří, stůj při nás. Plavba na luxusní výletní lodi rozhodně není nedostupnou dovolenou.

Costa Mediterranea není největší

Nalodili jsme se v Savoně, malém přístavním městě poblíž Janova. Obří loď Costa Mediterranea italské společnosti Costa přechýla ostatní zakotvená plavidla jako Svatovítská katedrála domečky ve Zlaté uličce. Přitom se svými devíti palubami a kajutami pro 2680 cestujících není v loďní flotile plavidlem největším, patří mezi střední třídu. Ale i tak při prvním kontaktu při ubytování nebylo lehké trefit se do své kajuty. Davy, které se hrnuly na loď, dávaly tušit, že tu místo pro černé pasažéry nebude. Teorii vyprodanosti, a nejen na této plavbě, ale všeobecně na ostatních plavidlech, potvrdila při rozhovoru manažerka společnosti. Při takovém množství lidí jsem měl obavy, že budu stále do někoho narážet, ale nebylo tomu tak. Jediné větší shromáždění bylo v restauracích a u bazénů na palubě. Hlavně tedy u jídla, někteří cestující vypadali, že se na loď přijeli pouze stravovat, ostatní, že je nezajímá. Turbíny tichounce hučely, před roz-

rážela Středozemní moře směrem na Řím. Kamery cestujících cvakaly, západ slunce šel přes zád, poslední paprsky zamířily k lodnímu baru, na obloze se zableskly první hvězdy. Romantika jako z barvotiskového plakátu. Ale opravdová.

Okružní plavby jsou stále žádanější

Lodi nebrzdí jen Středomoří. Ta naše mířila na 14denní plavbu přes Bospor a Černé moře do ruské Jalty, ale plaví se i po Baltu, Karibiku, v Indickém oceánu, na Dálném východě, z Kodaně objíždí norské fjordy... Výhodou plaveb je, že se jedná o kombinaci pobytového a poznávacího zájezdu. Přes noc, pokud si neužíváte v některé z restaurací, kin, golfového simulátoru, diskoték nebo divadla či kasina, se přesunete o stovky kilometrů, probudíte se v dalším přístavu. Na naší plavbě byl první na cestě Řím. Vylodění v přístavu Cittavecchia, pár

minut na nádraží a za hodinu už jsem coural ulicemi „věčného města“. Vystoupil jsem šestý den v tureckém Istanbulu, když jsme předtím navštívili ostrov Mykonos a přístav Izmir.

Nuda? Ani omylem

Pokoje odpovídají čtyřhvězdičkovému hotelovému standardu, balkon s výhledem na moře je oázou soukromí. Nudu tu nezažijete, je stále co dělat, pokud se nechcete věnovat pouhému lenošení. Wellness centrum nabízí masáže, relaxační regenerační terapie, můžete se zúčastnit jógy, aerobiku, vyřádit se ve fitku. Zvolil jsem bar na zádi. Je zde stálý přísun tekutin, výhled na pobřeží, pokud je v dohledu, nebo i na pěkná pozadí, ta byla v dohledu stále. Hezkých žen bylo na lodi opravdu dost. Velmi se mi líbil připravovaný zájezd kolem řeckých



Na horní palubě můžete propadnout kouzlu slunečních paprsků

A to je ona, Costa Mediterranea...



► ostrovů – tematická plavba s fotokurzem, který vede česká fotografka. Jen kde na to vzít čas. Volných míst už také moc není. Zpět do reality. Po dobu plavby se nabízí italská kuchyně, výborná, lehká a perfektně připravená, pokud loď kotví v jiné zemi, máte večer servírován pokrm dané lokality. děti tu také nepřijdou zkrátka, postarají se o ně animátoři, je tu pro ně připravený bazén s toboganem. Jedno patro je plné občůdků, jsou zde kadeřnické salony, kosmetika, rozhodně tu své peníze máte za co utratit.

Pohodlí s úsměvem

Kajuty jsou běžně dvoulůžkové. Můžete ale využít i přistýlky, nebo si zakoupit apartmá. To má koupelnu s hydromasážní vanou a větší obývací plochu. Ale standard bohatě stačí, místnost je prostorná, rovněž příslušenství. Co se děje na lodi, můžete sledovat na lodním tv kanálu: do kabiny vám váš osobní stevard doručí lodní noviny tištěné v několika jazykových mutacích. Personál pochází z jihovýchodní Asie. Tam se zřejmě rodí lidé s úsměvem na rtech, ochotni vám ve všem vyhovět. Lodní posádka je tisícičlenná, takže se plavíte ve větší vesničce střediskové. A je vám dobře, je vám fajn, svěží vítr vám čechrá vlasy i myšlenky, jste na dovolené, tak si ji užívejte.

Peníze, ta nedůležitá položka

Tak a teď čekáte finanční smršť, která zlikviduje vaše konto. Není to tak hrozné, spíš naopak. Běžná plavba je sedmidenní,



Vstupní hala s recepcí působí vskutku velkoryse

cena závisí na položení kajuty – vnitřní bez okna přijde od 15 do 33 tisíc, vnější s oknem 22 až 37 tisíc, balkonová kajuta od 25 do 45 tisíc korun. Ceny jsou ale pohyblivé, záleží na sezoně, včasnosti rezervace. Některé plavby jsou vyprodány na řadu měsíců dopředu, proto

společnost Costa spustí na vodu dvě nová plavidla. Plavba, kterou jsem absolvoval, měla základní cenu 29 tisíc, plus letenky. Ty společnost zajišťuje na požádání na nejbližší letiště od místa vyplutí.

z paluby Mediterraney Vratislav Konečný
foto Vratislav Konečný



Každý večer je v divadle nějaká show



Spousta luxusních občůdků nenechá nikoho v klidu

Jak efektivně využít čas

Život je otázkou priorit. Tím se řídím v práci, doma i při odpočinku. Jednoznačné určení priorit v pracovním procesu vám, ve spojení s jistou dávkou systematickosti, nahrává do karet. To však v žádném případě neznamená, že k některým úkolům přistupuji méně zodpovědně. Všechny jsou důležité, všechny musím splnit. Snažím se také určit si „deadliny“, pokud nejsou vymezeny. Alespoň mám přehled o tom, kolik času mi na daný úkol

ještě zbývá. Úkoly si zapisuji a po splnění odškrtnám, abych „černé na bílém“ viděla, jak jsem na tom a že se zdárně blížím ke konci. V mém případě je nezbytnou součástí dne můj diář. Kniha v životě, bez které neudělám krok. Takzvaná „moje druhá hlava“, která si pamatuje snad úplně všechno. Odpočinek trávím převážně s přáteli nebo rodinou. Ráda si přečtu dobrou detektivku, vyjedu na výlet nebo zajdu na procházku.



Pavlína Drsová, výkonná ředitelka České manažerské asociace

Právní servis

Lze číst e-maily zaměstnanců?

Používá-li zaměstnanec pracovní prostředky (počítač, internet) pro své soukromé účely bez souhlasu zaměstnavatele, porušuje tím pracovní kázeň. Zaměstnavatel je oprávněn přiměřeným způsobem kontrolovat, zda zaměstnanec nepoužívá pracovní prostředky soukromě bez jeho souhlasu. Na druhou stranu, zaměstnavatel je povinen respektovat tajemství dopravovaných zpráv ve vztahu k e-mailům zaměstnance. Jak tedy správně realizovat právo přiměřené kontroly, zda zaměstnanci nevyužívají internet k vyřizování svých soukromých e-mailů, a současně neporušovat právo zaměstnance na jeho soukromí a tajemství dopravovaných zpráv?

Podle zákoníku práce zaměstnavatel nesmí provádět zvlášť intenzivní, soustavné a systematické kontrolování zaměstnance, nemá-li k tomu závažný důvod. Závažným důvodem, pro který zaměstnavatel může provádět záznam telefonátů, kontrolu e-mailů nebo sledování navštívených internetových stránek, je např. ochrana zdraví či majetku. Pokud závažný důvod ke kontrole existuje, měl by zaměstnavatel v první řadě informovat zaměstnance o tom, že jejich činnost bude monitorována, a o rozsahu kontroly. Podle Úřadu pro ochranu osobních údajů není zaměstnavatel oprávněn kontrolovat obsah e-mailů svých zaměstnanců, kontrola e-mailů by měla probíhat pouze na základě sledování hlavičky e-mailů a počtu došlých a odeslaných zpráv. E-mail zaměstnance smí zaměstnavatel číst pouze výjimečně, v zájmu ochrany svých práv, např. při nemoci zaměstnance. I kdyby zaměstnanec souhlasil, že se podrobí sledování zaměstnavatelem, které by neodpovídalo výše uvedeným pravidlům, takový souhlas nebude právně účinný, z důvodu rozporu se zákoníkem práce.

Iva Frömlová, advokátka, www.advokatCR.cz

Velmi vyspělá civilizace

fejeton

Ve svém věku jsem se už naučil značné opatrnosti, leč v hrudníku mi stále tepá srdce nadšeného experimentátora. Miluji vše nové, účelné a efektivní, i když jsem se taky už několikrát spálil. Ale já si říkám, že lépe se občas originálně zmýlit, než nudně plout s davem a pomalu klopýtat vpřed zlatou střední cestou. Proto jsem dlouho neváhal, když se u nás objevily první internetové banky s nabídkou peněžních služeb. Nasypal jsem do jedné z nich celou svoji hotovost a liboval si, jak mi virtuální finanční dům ochotně slouží bez poplatků a pravidelně připisuje slušné úroky. Prostě pokrok nezastavíš, připomínal jsem si známou pravdu a spokojeně mnul ruce u klávesnice svého počítače. Mzda vždy dorazila na účet, platby byly realizovány obratem ruky, výpisy spolehlivě každý měsíc plnily e-mailovou schránku. Tuhle se mi však přihodilo něco neočekávaného. Když jsem potřeboval předisponovat menší obnos do webového obchodu, platba se zablokovala, protože mi nepřišel autorizační kód na mobil. Chybíčka se vloudila. Zopakoval jsem celou transakci několikrát se stále větší nervozitou. Došel jsem však jen do místa, kam jsem měl vložit údaj z sms. Jenže můj telefon se choval jako mrtvý brouk a nepomohlo

ani pátrání ve starých textových zprávách. Zdravě našťvaný volám na klientskou linku, ale automatický ženský hlas po mně chce heslo, které, pochopitelně, nevím. Praštím telefonem a začínám přemýšlet nad výhodami internetového bankovníctví. Pak opět vytáčím číslo svého bankovního „domu“. Bez odezvy! Telefon volá do prázdna a stejná reakce se opakuje i později v pravidelných intervalech. Odhazuji přístroj a propadám depresi. Pro pána krále, kam jsem to vlastně dal své peníze? Slušná odpověď mě v té chvíli nenapadá. Příběh našťestí pokračoval druhý den už se šťastným koncem. Linka pro klienty opět fungovala a později se mi podařilo zprovoznit také internet banking. Nic z mých peněz nezmizelo, s obnosem jsem mohl nakládat podle libosti, důvěra ve virtuální finanční ústav se pomalu začala obnovovat. Avšak něco z obav zůstalo. S odstupem, s chladnou hlavou jsem začal přemýšlet nad životními jistotami. Když jsem si šel před čtvrtstoletím pro výplatu, dostal jsem do ruky obálku s několika bankovkami a mincemi. Pravda, nebyly podloženy zlatem, ale jen lidskou prací, která tehdy neměla valnou hodnotu, ale mohl jsem se s nimi polaskat. Nyní už mzdu dostávám ve volně směnitelné měně. Ale co dostávám?

Na obrazovce počítače si mohu prohlédnout jen sloupce má dáti – dal. Někdy mi číslice udělají radost, jindy přidelají vrásky na čele. Ale koruny jsou to jen virtuální, nemohu si je vzít do ruky a pocítit jejich váhu. Vlastně jsem dostal jen elektrické impulzy, přišla mi dlouhá sestava jedniček a nul, které ke mně doputovaly počítačovou sítí. Z lítosti nad ztrátou výplatních sáček, šustivých bankovek a cinkotu mincí propadám filozofii. Stávám se obětí doby. Opouštím tento fyzický svět a stěhuji do cyber prostoru. Už jsem tam převedl své peníze, tam vyrážím za obchody, začínám si tam i pletky se ženami. Sousedy v domě nezdravím, vyhýbám se jim, ale zoufale hledám přátele na facebooku z druhého konce světa. Nic proti tomu, ale co když vypnou proud? Přestane fungovat lednička, zmizí mé peníze, umenší se i moje existence. Nezbývá než spoléhat, že black out nepotrvá dlouho a situaci zachrání záložní zdroje. Co však po mně jednou zbude? Pokud budou mít archeologové štěstí, najdou nekoňné soubory jedniček a nul. A řeknou si: „Panečku, to ale byla vyspělá civilizace!“

Pavel Kačer



První designová sklenička Becherovky

V březnu vyvrcholila první vlna projektu, v němž společnost Jan Becher – Karlovarská Becherovka, a.s., oslovila sklářské designéry k návrhu likérové skleničky pro Becherovku. Ve sklárně Crystalite ve Světlé nad Sázavou, za účasti autora vítězné skleničky Marcela Mochala, již sjely z výrobní linky první designové likérky pro Becherovku. Projekt vstupuje do další fáze.

Od října 2009 mohli spotřebitelé volit z osmi originálních návrhů

likérových skleniček jednu, která se jim nejvíce líbí. Vítězem se stala sklenička z dílny jmenovaného designéra Marcela Mochala. Tento koncept spojující dle autora mužský a ženský princip získal největší počet hlasů z celkového množství 2550. Za čtvrt roku od ukončení hlasování putuje vítězná sklenička jako příbal k litrové lahvi Becherovky ke spotřebitelům. Autor vítězného návrhu k tomu dodal: „Velmi mne těší, že se spotřebitelům nejvíce líbil tento návrh a jsem rád, že jsem mohl být přítomen procesu přípravy a výroby samotné skleničky, které se ujala sklárna ve Světlé nad Sázavou.“ A doplnil: „S velkým úsměvem jsem procházel sklár-

nou a v ruce držel první vzorky likérky. Věřím, že si v ní spotřebitelé Becherovku vychutnají.“ Úspěšnost projektu dokazuje nejen velký počet hlasujících, ale také 2 nominace na cenu Czech Grand Design v kategoriích Výrobce roku („Za soutěž pro mladé designéry“) a Designér roku („Ingrid Račková a David Suchopárek za návrh pohárku pro Becherovku“). Garant projektu Milan Hlaveš z Uměleckopřemyslového muzea v Praze k projektu řekl: „Jsme rádi, že jsme se mohli podílet na zajímavém projektu a velice nás těší, že oslovil tolik mladých designérů. Věříme, že podpoří nejen svěží vzhled Becherovky, ale také české sklo a mladý český design.“ Likérka byla vyrobena v jediné limitované sérii cca 40 000 ks ve sklárně CRYSTALITE BOHEMIA, s.r.o., ve Světlé nad Sázavou. „Velice si vážíme toho, že nás Becherovka

přizvala ke spolupráci na projektu, jehož výsledkem je krásný produkt pro běžné denní užívání,“ uvedl ředitel sklárny Martin Fait. „Dochází tak ke spojení dvou tradičních českých výrobců nad produktem, kterému nechybí modernost a smysl pro design.“ Projekt výroby designových skleniček pro Becherovku vstupuje do další fáze, kdy budou spotřebitelé opět vybírat ze čtyř návrhů likérky pro tento nápoj. Prostřednictvím SMS hlasování a také internetových stránek www.becherovka.cz mohou zvolit nového vítěze, a projekt tak posunout dál. Do druhého kola byl zařazen i designér Jiří Novotný, jenž za svou skleničku získal v prvním kole druhý nejvyšší počet hlasů. Dále se o přízeň veřejnosti uchází Veronika Černá, Josef Divín a Tomáš Hovorka.

(tz)

CANDY KRIÓ

Značka Candy – přední evropský výrobce domácích spotřebičů – představuje novou řadu volně stojících ledniček Krió. Nové výrobky se na našem trhu objevily na přelomu května a června. V široké nabídce naleznete dvoudvřevé a kombinované ledničky rozličných rozměrů. Candy nabízí ledničky Krió ve dvou povrchových úpravách – v barvě bílé nebo ve stále žádanějším nerez provedení. Pozornost putují dva modely Krió CRDS 5164 a CRDS 5144, které se řadí do nejúspornější energetické kategorie A++.

Nová řada se představuje v jedinečném designu s čistými a svůdnými liniemi a přináší koncepci high-end modelů do středního segmentu trhu. Přepracován byl také tvar dveří, které jsou nyní o 45 % hlubší. Interiér je z čistě bílých a lesklých materiálů se skleněnými poličkami.

Lednička Krió působí moderně a velmi snadno se udržuje.

CANDY

www.candy-hoover.cz



KADEŘNICKÝ SALON – Studio Real

Prodlužování a zhušťování vlasů není pro ženy novinkou. Nyní ale na český trh přichází nová progresivní služba pro dlouhotrvající objem na bázi aplikace vlasů a kosmetiky s hedvábným proteinem – Balm Hair Systéme Volume+. Jako první v České republice tuto metodu provádí pražský kadeřnický salon Studio Real (Dřevná 6/380, 128 00 Praha 2 – Nové Město). Úžasný objem vydrží několik měsíců a přidané vlasy lze libovolně barvit, natáčet i kulmovat. Překážkou není, ani pokud máte své vlasy jemné.

STUDIO REAL
krásná a styl
beauty & style

www.studioreal.cz



www.studioreal.cz

HODINKY JET SET

Myslíte, že je možné najít více „cool“ módní doplněk než hodinky z kolekce San Remo? My ne. San Remo jsou středem pozornosti díky své skutečné velikosti, masivní nerez oceli, pásku z pravé kůže a díky propracovaným detailům. Sezónu za sezónou kombinují inovace s nejhavějšími trendy. Hodinky odrážejí životní styl majitele a dodávají mu každý den pocit pohody, přepychu a luxusu. Vyznavači Jet Set stylu vědí, jak získat od života jen to nejlepší... Černé provedení: 4990 Kč; Bílé provedení: 5680 Kč

Hodinky možno zakoupit například v obchodě 4PM v OC Chodov v Praze.

JET SET★

www.jet-set.cz



HOOVER DYNAMIC COOL – chladné a tiché!

Značka Hoover – tradiční výrobce domácích spotřebičů – představuje ledničky zítřka. Nová řada volně stojících ledniček Hoover Dynamic Cool je navržena pro zákazníky dbající o kvalitní uchovávání potravin, respektující planetu Zemi a holdující tichu. Na přelomu května a června budou na českém trhu k dispozici dva modely ledniček ve dvou povrchových provedeních – HSC 184 a HST 144 v nejúspornější energetické třídě A++.



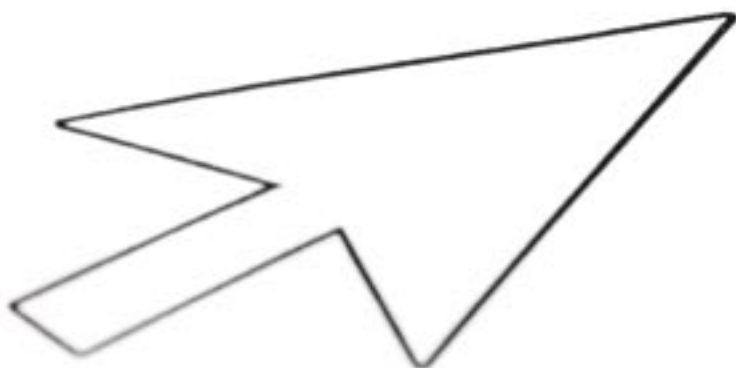
Jejich provoz je navíc velmi tichý a dosahuje nejnižší hodnoty pouze 37 dB. Výrobky Hoover jsou typické svým britským designem v provedení nerez, bílá a hliníkový nástřik. Jednoduché linie působí robustně a sofistikovaně. Výrobky Hoover se spojují s ekologickou iniciativou Planet Care. Ta se uplatňuje nejen pro výrobky, ale také v každé fázi aktivity výrobce a jejich zaměstnanců. Ekologické hodnoty provázejí celou životnost výrobků a byly navrženy pro poskytnutí maximální energetické úspory při zachování výjimečného uživatelského komfortu.

www.hoover.cz



Dotkněte se reality

Internet a design



Váš webdesign

Vyrobíme webové stránky nejlépe vyhovující vašemu podnikání nebo činnosti. Našími hlavními přednostmi jsou: kreativní design a rychlost samotné výroby i provádění aktualizací. Dbáme na precizní naprogramování, které mimo jiné zaručuje také rychlé načítání v prohlížečích.

Zabýváme se rovněž tvorbou interaktivních řešení. Do nových stránek například zabudujeme poptávkové a objednávkové formuláře nebo systém pro fungování newsletteru.

Kontaktujte nás kdykoli.

Poskytujeme komplexní řešení, dovedeme vás k úspěšné prezentaci.

Poskytovatel RIX, s.r.o., Ocelářská 2274 /1, 190 00 Praha 9
Telefon: +420 606 615 609, fax: +420 284 689 063
info@prosperita.info, www.prosperita.info

