

P R O S P E R I T A

Madam Business®

Rudolf Javurek

...kladou důraz na jiné hodnoty než muži

str. 1, 10–12

rozhovor měsíce s KR Rudolfem Javurkem,
generálním ředitelem společnosti
Import Volkswagen Group

Možná

Eva Brixi

Možná jsem duše víc než prostá
A vidím jiné dálky
Než jen blesky hromy
A manželské války
Možná jsem šálek čaje
A hořká káva k tomu
Snad mám i klíče od zavřeného domu
Jen musíš vědět sám
V jakou hodinu
Teď odmykám

Možná jsem nepřečtené nebe
A netuším
Jak oheň zebe
Možná jsem prostoduchá hádanka
Někdy i ze slz v kapesníku
Kostkovaná skládanka

Mám v sobě tisícero slov
Která nikdo nezná
Možná jednou probudím vykřičníky
A zakážu otazníky
Možná jednou potají
Pohládím slabiku
Z níž se ticha skládají



Syoss představuje první vlasovou barvu, kterou lze namíchat doma

Henkel ČR přišel v červenci na trh s novinkou Syoss Mixing Colors, se kterou je možné vytvořit si profesionálně vypadající barvy na vlasy i doma.

Syoss Mixing Colors společně vytvořili a testovali přední kadeřníci. U každého odstínu vybrali základní tón a zároveň módní tón s vysokým obsahem pigmentů. Tyto složky se smíchají, čímž se vytvoří směs barev s odlesky. Tento koncept si u žen získal velkou oblibu především díky dlouhotrvajícímu výsledku barvení a profesionálnímu krytí šedin.



Každé balení Syoss Mixing Colors obsahuje:

- 30 ml barvicího krému se základním tónem
- 30 ml intenzivního barvicího krému s módním tónem
- 60ml lahvičku s vyvíjecím mlékem
- 15ml balení s balzámem fixujícím barvu
- návod k použití s rukavicemi.

V České republice působí společnost Henkel ve všech třech strategických oblastech již od roku 1991. Na českém trhu prodává firma Henkel ČR produkty více než 50 značek a zaměstnává 250 zaměstnanců.

www.henkel.cz

Montessori školy

jako alternativa k tradičnímu způsobu vzdělávání

V posledních letech vyhledávají rodiče stále častěji pro své děti školu, ve které se jim dostane individuálního přístupu a která umožní maximální rozvoj dětského potenciálu. Montessori pedagogika je stále populárnější systém vzdělávání v České republice, a pomalu se tak dostává do povědomí rodičů jako metoda založená na hodnotách svobody, vzájemné úcty a vnitřní motivace.

Duchovní matkou metody byla italská lékařka Maria Montessori, která tento systém začala tvořit před více než 100 lety. Montessori vzdělávací program vychází z poznání a respektování dítěte a jeho potřeb a umožňuje každému dítěti nalézt nejvhodnější formu i tempo vzdělávání. Centrem snah učitelů je rozvoj dětí jako sebevědomých a zvědavých bytostí.

Postupně získala Montessori pedagogika své místo v řadě evropských zemí. Montessori školy existují po celém světě od Japonska, přes Nový Zéland, Indii, Malajsii až po Saúdskou Arábii, Egypt nebo Ugandu. Montessori školy také neodmyslitelně patří k americkému vzdělávacímu systému. Zakladatelé Google, Sergey Brin a Larry Page, v rozhovoru pro ABC přiznali Montessori vzdělání značný podíl na svém úspěchu. Uvedli, že jim dalo svobodu jít za svými cíli, obohatilo je zájmem o poznání a snahu směřovat kupředu. Naučilo je sebekázní. V Montessori školách dítě vstupuje do tzv. „připraveného prostředí“, které tvoří



velké množství podnětných a úhledně vystavených didaktických pomůcek. Děti si samy pomůcky vybírají a společně se svými kamarády s nimi pracují. Po práci je opět vrací tam, odkud si je předtím vzaly. Didaktický materiál, který naleznete v Montessori mateřské škole, je zaměřen na rozvoj smyslů, jemné motoriky, prvopočátečního

psaní, čtení a matematiky. Mnoho Montessori škol do běžného dne zařazuje i výuku dalšího jazyka a to bilinguální formou. Cizí jazyk se tak děti učí stejným způsobem jako mateřský. Poslouchají a napodobují projev dospělého v běžných denních činnostech. Učitel v Montessori třídě vymění své schopnosti přednášet, posuzovat a poučovat za umění naslouchat, pozorovat a vědecky analyzovat projevy dítěte. Učitel je rádce a rovnocenný



Mgr. Lucie Urbancová

partner, který dítěti pomáhá na jeho cestě objevování a učení se. Přichází jako pomocník pro dítě, které o jeho pomoc požádá.

„Pro učitele je důležité vést dítě, aniž by ono samo příliš pocítilo jeho přítomnost, tak aby mu poskytl potřebnou pomoc, ale nikdy nestál v cestě mezi dítětem a jeho zkušeností.“ (Marie Montessori)
Dítě se na dospělého obrací se základní prosbou, která je i motem Montessori pedagogiky: „Pomoz mi, abych to dokázal sám.“

Mgr. Lucie Urbancová

ředitelka Kouzelných škol

Montessori mateřské a základní školy

Educo Uni Group

Educo Uni Group, a. s., je holdingem, který zajišťuje komplexní soustavu soukromých škol různých stupňů pod značkou „Společenství škol“. Vedle Vysoké školy finanční a správní (VŠFS), první soukromé ekonomické univerzity v ČR, do Společenství patří také Bankovní akademie. Ta v České republice působí od roku 1993 a sdružuje víceleté gymnázium, střední odbornou a vyšší odbornou školu. Společenství zahrnuje i Kouzelné školy: mateřskou a základní, které při vzdělávání využívají unikátní metody Montessori. Neodílnou součástí tohoto komplexního systému vzdělání napříč generacemi je studium MBA, připravované ve spolupráci s City University of Seattle. Studenti tohoto programu jsou připravováni na převzetí vrcholových pozic v českých i mezinárodních podnicích a vlastních firmách.

Setkání plná pracovní vášně

Ráda se v duchu vracím ke klubovým setkáním žen (těch, jež patří do portfolia soutěže Ocenění českých podnikatelek – OCP), které svým přístupem k životu dokáží nadchnout další, přivedou k zamyšlení, dodají vlastním příkladem odvalu ostatním.

Potkávám je na nejrůznějších místech v Praze, ale vždy na půdě velkého know-how a pobídky k seberealizaci, jež vytváří Agentura Helas pod vedením majitelky Heleny Kohoutové. Je až neuvěřitelné, kolik pozitivní energie při takových akcích proudí, kolika zajímavým osobnostem lze naslouchat! Organizátorský um a nadání Heleny Kohoutové stmeluje ženy rozmanitých profesí, různorodého podnikatelského a manažerského zaměření, autorky úžasných nápadů, nositelky myšlenek. Jsou vynalézavé a mají chuť dělat věci po svém. Když vzpomenu na otázky, jaké byly položeny podnikateli Tomio Okamurovi třeba na téma, zda se vyplácí zřídit v Táboře Muzeum čokolády, nebo investorce Daně Bérové, zda spoléhá na intuici nebo co jí dává zkušenost ze spolupráce s klienty, pro něž pracovala, je mi jasné, že dotazy plynuly nejen z vrozené ženské zvědavosti, ale i proto, že se české podnikatelky chtějí stále něčemu novému učit, srovnávat,

hledat jiné přístupy, postupy, uvažovat nahlas. Myslím, že za každou otázkou je stín příběhu, který ta i ona účastnice nese s sebou, aniž to vnímá. Podstatné však je, že to cítí ostatní, kamarádky, známé, přítelkyně, kolegyně. Každá naslouchá každé, ať si už stěžují na zdržující administrativu, zbytečné úřadování a papírování, anebo výskají nad tím, že potkaly seriózního obchodního partnera, který respektuje pravidla hry, platí včas a přiměřeně a ještě má třeba smysl pro humor. Duch, jímž jsou setkání pořádána z iniciativy Heleny Kohoutové protknuta, je čímsi mimořádným – nedokáží to přesně definovat, možná bych to nazvala radostí z úspěchu jiných, radostí nad tím,

že se českým ženám daří uplatnit se v mnoha oborech businessu, že ke své práci přistupují s fantazií jim vlastní, že jsou originální, snaživé, plné citu i pracovní vášně, nesmírně šťastné, pokud se jim povede splnit si sen, něco dokázat. Není jistě jednoduché sladit čas všech a na chvíli přeradit v kůře mozkové, povinností všedního dne je stále přespříliš. Kdo by však odolal a nezastavil na takové malé křižovatce dne! Není jednoduché vnímat charisma každé z výjimečných žen, neboť je silné a člověk podléhá.

Věnovat si čas navzájem je ovšem nesobecké a nadmíru

potřebné. Posiluje sebevědomí a dává naději, umocňuje optimizmus. A to je moc dobře.

Eva Brixi



PŘEKLENOVACÍ ÚVĚR S BONUSEM? OBRAŤTE SE NA LIŠKU!

Až do konce srpna 2011 můžete u Českomoravské stavební spořitelny využít nejen bezplatné vyřízení žádosti o překlenovací úvěry Topkredit, Topkredit plus a Tophypo, ale též snížených úrokových sazeb u těchto překlenovacích úvěrů.

ZA ZPRACOVÁNÍ ŽÁDOSTI MŮŽETE VÝRAZNĚ UŠETŘIT

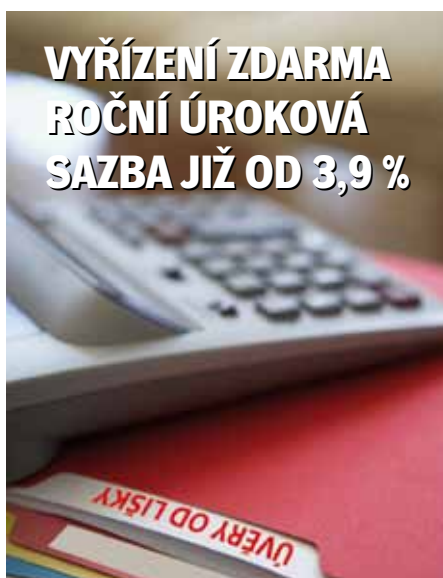
Žádosti o překlenovací úvěry Topkredit, Topkredit plus a Tophypo vyřizuje ČMSS zdarma, tzn. neúčtuje úhradu za zpracování.

KE STANDARDNÍ SLEVĚ JEŠTĚ SLEVA ZA OBJEM ÚVĚRU

Úrokové sazby překlenovacích úvěrů Topkredit se splatností 72 a více měsíců, Topkredit plus a Tophypo zůstávají i nadále snížené o 0,2 % p.a. Dále pro překlenovací úvěry Topkredit, Topkredit plus a Tophypo platí slevy z úrokové sazby podle výše objemu úvěrového případu. U úvěrového případu od 1 milionu korun, přitom menšího než 2 miliony korun činí sleva dalších 0,2 % p.a. U úvěrového případu ve výši 2 miliony korun a více činí sleva ještě dalších 0,1 % p.a.

ZVÝHODNĚNOU NABÍDKU MŮŽETE VYUŽÍT AŽ DO 31. SRPNA

Mimořádná, časově vymezená zvýhodněná nabídka se týká žádostí o překlenovací úvěry Topkredit, Topkredit plus a Tophypo, které budou doručeny na ústředí ČMSS do 31. srpna 2011.



VYŘÍZENÍ ZDARMA
ROČNÍ ÚROKOVÁ
SAZBA JIŽ OD 3,9 %

RIZIKOVÉ ŽIVOTNÍ POJIŠTĚNÍ BEROU KLIENTI JAKO UŽITEČNÝ STANDARD

Pojištění úvěru kryje rizika spojená s úmrtím nositele příjmu v úvěrovém případě. Horní hranice pojistné částky činí 3 miliony korun. S postupným splácením úvěru dochází ke snižování výše měsíčního příspěvku.

Aktuální nabídka překlenovacích úvěrů vychází vstříc zejména těm klientům, kteří zvažují pořízení vlastního bydlení nebo jeho zásadní modernizaci. Bližší informace získáte u finančních poradců ČMSS, podrobnosti najdete též na www.cmss.cz.

Reprezentativní příklad průměrného překlenovacího úvěru a úvěru v tarifu Atraktiv Rychlá

Při výši průměrného překlenovacího úvěru 350 000 Kč a úrokové sazbě 4,4 % p.a. budete splácet měsíční splátku úroků 1283 Kč po dobu do přidělení cílové částky ze stavebního spoření, která průměrně trvá 12 měsíců. Za zpracování překlenovacího úvěru zaplatíte úhradu ve výši 1750 Kč. Roční procentní sazba nákladů u průměrného překlenovacího úvěru činí 6,88 %. Přidělení cílové částky je možné už po dvou letech od uzavření smlouvy o stavebním spoření, pokud uspoříte alespoň 38 % z cílové částky a dosáhnete hodnotícího čísla 64. Po tomto přidělení bude překlenovací úvěr splacen uspořeno částkou, případně státní podporou a úvěrem ze stavebního spoření, který je poskytován v průměrné výši 213 307 Kč. Tento úvěr bude úročen úrokovou sazbou 3,7 % p.a. a budete splácet měsíční splátku 2800 Kč po dobu 7 let a 5 měsíců. Roční procentní sazba úvěru činí 3,64 %. Celkem zaplatíte za takový průměrný překlenovací úvěr a úvěr částku 394 169 Kč a celková RPSN za průměrný překlenovací úvěr i úvěr činí 4,36 %. Za vedení účtu překlenovacího úvěru a následně úvěrového účtu budete platit 310 Kč ročně.

Vzájemné naslouchání

Ať už karty či hvězdy vypovídaly o budoucnosti všelijak, zdá se, že léto je nějaké příliš Vančurovské a srpen obzvláště. Čas nám plyne mezi prsty a málo příležitostí využíváme k tomu, abychom byli v pohodě, s úsměvem řešili každodenní nutnosti, jež se takřkajíc nedají shodit ze stolu. Co na tom, že studujeme moudré knihy o dosažení úspěchu, organizaci pracovního času, o nových přístupech k řešení konfliktů. Pořád se jaksi nemůžeme dostat k podstatnému, co nás rozehřeje, nastartuje, dovede ke kýženému. Nevím, zda nejistota světa, pokud jde o míru globálního pesimismu nebo šedé mraky nebe z přelomu dvou našich prázdninových měsíců, jsou těmi pravými příčinami, na které svalujeme pracovní i osobní neúspěchy a prohry. Myslím, že inspiraci činorodosti je dnes třeba hledat navzájem – třeba tím, že se naučíme pozorněji naslouchat člověk člověku, aniž tím strávíme moře času. Je třeba umět hledat a vybírat si, co nám patří. Elegantly, bez předsudků a se zájmem. Pak to půjde i ostatním, když budou naslouchat zase nám.

vaše Eva Brixi



Tip Grady

Jak zvládat každodenní život s klidem a vyrovnaností? Dozvíte se v této čtivé knížce s mnoha příklady. Zjistíte, jaké jsou příčiny vnitřní nerovnováhy, jak překonat různé překážky a bloky ve vlastním myšlení a emocích či jak komunikovat se sebou samým. Dozvíte se, jak s klidem reagovat na agresi a v konfliktech získávat odstup a čas, jak rozpoznat emočně nabitě situace a vědomě je ovlivňovat, jak jednat s neústupnými a přecitlivělými partnery a mnoho dalších rad a tipů.

partneři www.madambusiness.cz

 www.amway.cz	 www.yourchance.cz	 www.geniusmedia.cz
 www.orea.cz	 www.unicreditleasing.cz	 www.ngprague.cz
 www.katerinaresort.cz	 www.kiamotors.cz	 www.mafas.cz
 www.credium.cz	 www.edenred.cz	 www.lg.com
 www.templarske-sklepy.cz	 www.bon-bon.cz	 www.ladymoda.cz
 www.zpmvcr.cz	 www.modelpraha.cz	 www.zts.cz
 www.ab-cosmetics.com	 www.economy-rating.cz	 www.coop.cz
		 www.cetelem.cz

Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 5, srpen 2011

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixi-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 Rožnicková
tisk: Moravská typografie, distribuce: 5P Agency, www.madambusiness.cz
Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem



Poroste úloha komunikace firem, institucí a veřejnosti?

►► **Jaroslava Doležalová**
personální ředitelka a tisková mluvčí
Synthesia, a. s.

Ke komunikaci s veřejností a s médii přistupujeme s vědomím sociální konstruovanosti světa. Podle teorie sociální konstrukce reality má svět každodenního života svůj původ v myšlenkách a činnostech lidí a je udržován jako reálný právě těmito myšlenkami a činnostmi. Proto se snažíme pečlivě vybírat a kontrolovat způsoby, jimiž je naše firma mezi veřejností prezentována. Víme totiž, že obraz naší firmy v očích veřejnosti můžeme značně ovlivnit. Podle W. Thomase je situace definovaná jako reálná i ve svých důsledcích. V současném světě ovládaném médii lidé nejednají podle reálné situace, ale spíše podle situace, kterou jim jako reálnou prezentují a definují média, respektive podle toho, jaké jim média vytváří obrazy v hlavách. Proto se velmi snažíme trpělivou spoluprací nejen s médii, ale i se školami, veřejnými institucemi a řadou dalších aktivně budovat pozitivní obraz naší firmy mezi veřejností. ◀◀



Co oceňujete na podnikatelkách a manažerkách?

►► **Jan Bureš**
hlavní ekonom Era Poštovní spořitelny

Ženy vnášejí do managementu, co v mužském prostředí chybí. Z vlastní zkušenosti vím, že mu dodávají větší empatii, schopnost vcítit se do pocitů druhých. Umí velmi dobře tvořit týmového ducha, což je cenná vlastnost v obchodních i jiných jednáních. Domnívám se, že zdůrazňování ženského a mužského principu se mnohdy přeceňuje, žensky může reagovat i manažer. V kariérním postupu mohou ženy přibrzdit děti, ale mateřství jim poskytuje mnoho cenných zkušeností, které pak profesně využijí. Mám na mysli zejména manažování konfliktů. A nezapomeňme, že lidé, kteří se dobře starají o své děti, se vyznačují vyšším stupněm integrity. ◀◀

Informace do kabelky

Přes 70 % řidičů ušetří

Z nezávislého průzkumu společnosti IBRS, zpracovaného pro DIRECT Pojišťovnu vyplývá, že změna poskytovatele autopojištění se vyplatí 71 % řidičů. Pokud se rozhodnou pro DIRECT Pojišťovnu, mohou si pojištění sjednat jednoduše během několika minut přes internet nebo po telefonu, a především ušetřit v průměru 1750 Kč na povinném ručení. Řidiči by se proto měli zamyslet nad svým povinným ručením a zvážit, zda výše jejich pojistného je nejméně výhodnější, jakou mohou na trhu získat. „Chceme řidičům ukázat, že v ceně autopojištění jsou rozdíly a že je zde prostor pro úsporu,“ řekl Ondřej Havlík, ředitel pro strategii, marketing a vztahy se zákazníky DIRECT Pojišťovny, a dodal: „Jako jednička na trhu v online autopojištění se zároveň neustále snažíme usnadňovat klientům veškerou administrativu při zřizování povinného ručení či havarijního pojištění a co nejvíce zjednodušit tento proces. I toto se ukazuje jako jeden z hlavních důvodů, proč k nám klienti přicházejí. A protože se klientům snažíme nabízet vždy ještě něco navíc, připravili jsme pro ně na srpen dva měsíce povinného ručení zdarma na nově sjednané pojistky.“ Průměrné úspory 1750 Kč na povinném ručení dosahují klienti DIRECT Pojišťovny především díky individualizovanému výpočtu pojistné částky. DIRECT Pojišťovna totiž při jeho stanovení zohledňuje nejvíce kritérií ze všech pojišťoven na českém trhu (jednatel v porovnání s na trhu obvyklými čtyřmi). (tz)



Půjčovna malin

Eva Brixi

Maliny střížené šikmo od lesa
Zobu já ve tvé nastavené dlani
Je to jen zdání ze sbírek vlnadných paní
Maliny zbydou po líbání
Kornouty plné svěží nálady
Návnady trnů
Varování nářků
Není rady nad zlato
A proč by mělo být
Slunce mě řeže vejpůl
Orosilo se mi čelo
Jsem celá malinová
Šťáva do sklenice vody
Zmrzlinou v básni chladím chut'
Dýchám tvé nekonečno
A přání barev v dávných vůních
Posílám
Malinu ti půjčím
Ale ještě nevím
Kdy
A odkud kam

Ženy jsou strategičtější investorky

Účastnila jsem se řady setkání na téma žena investorka. Ať již to bylo na půdě Dámského investičního klubu, který před pár lety založila Česká spořitelna, nebo v diskuzním prostředí atraktivních akcí, které organizuje Agentura Helas pro ženy podnikatelky a manažerky s osobnostmi, které patří k hvězdám českého investičního nebe.

Zažila jsem také nesčetné nájezdy investičních poradců nejrůznější úrovně, od těch podvodných přes ne příliš zkušené až po ty rozumné a poctivé, kterým záleží na spokojenosti klienta. I to bylo poučné, měla jsem možnost srovnávat a tříbit úvahy o tom, co později podniknu. Jak čas běžel, začala jsem si uvědomovat, že mi nezbyde, než se svými financemi dělat něco jiného, než je utrácet, půjčovat si a splácet. Je to málo a není to zas až tak zábavné a poučné. Osobně jsem měla tu čest hovořit také s jedním z nejznámějších investorů světa, který právě ženy považuje za prvek, který by v systému investování neměl chybět, ba naopak. Je to původem ruský psychiatri, a tak se vyzná a jeho názory se vyplácí brát se vši úctou. Osobností, jíž si vážím, je Martin Burda, generální ředitel a předseda představenstva Investiční společnosti České spořitelny. Dokáže o investování hovořit nadmíru objektivně, a přitom emotivně, a to je dost velký kumšt. A je to on, který mne k myšlence o investování přivedl srozumitelnou řečí nejen na tiskových konferencích. Jakékoli jeho vystoupení vždy stálo za to a mně pomáhalo v hlavě rovnat myšlenky. Člověk nemusí být profesionál, ale měl by uvažovat dál než v horizontu příštího roku. V následujících řádcích se vás pokusíme inspirativně naladit:

Ženy v ČR začínají investovat, určitě jste některým dal impulz k přemýšlení na setkáních Dámského investičního klubu, která organizuje Česká spořitelna. Jak byste charakterizoval české investorky? Zvědavé, přemýšlivé, kapánek příliš konzervativní.

Fondům v porovnání s dalšími možnostmi ke zhodnocení peněz nastávají zlaté časy – lidé zvažují, jaké produkty jsou nejvýhodnější, nabídka v současné době není zas tak motivační. Čím jsou právě investiční

fondy dnes zajímavé?

Víte, investování je opravdu běh na dlouhou trať. Lidé si většinou neuvědomují, že příliš opatrné nakládání s penězi může být podobně škodlivé jako nadměrné riziko. Máme řadu investorů, kteří třeba 10 let investují jen do fondů peněžního trhu – protože jsou tak bezpečné – a přitom si neuvědomují, kolik peněz, s prominutím, „vyhazují z okna“. Na deset let je dluhopisový fond také velmi bezpečná investice, přitom jeho průměrný výnos je podstatně vyšší. V delších horizontech jsou pak rozdíly obrovské. Pokud se vám podaří každý rok překonat inflaci o 3 %, budete mít za 25 let reálně dvojnásobek toho co konzervativní investor, který horko-těžko inflaci celou tu dobu jen vyrovnával. A to jsou dva byty proti jednomu nebo dvě dovolené proti jedné. Jestliže si budete dluhodobé úspory, na které nemusíte sahat, a investujete v horizontu mnoha let, ta hodina strávená s vaším investičním poradcem pro vás může mít časem hodnotu ve statisících nebo i milionech korun.

Mnoho žen podnikatelek a manažerek je ve zralém věku, přemýšlejí, jak se zařadit, až utlumí své pracovní aktivity. Co byste doporučil těm, které nemají převratné příjmy, nemohou investovat příliš, nemají zatím moc času ani zkušeností, přesto by se rády vydaly nějakou rozumnou cestou? Štěstí přeje připraveným a vlastní zkušenost je nesdělitelná. Jednoduchá, univerzální rada: začněte včas. Investujte pravidelně každý měsíc malou částku, která pro vás není významná (ale ani ne zanedbatelná) do nějakého smíšeného fondu a dívejte se, co vaše investice dělá.



Martin Burda

Vydržte tak 2–3 roky. Pokud vás kolísání hodnoty této vaší investice bude spíše znervózňovat, „uberte plyn“ a větší částky investujte opatrněji, na delší dobu do dluhopisových fondů. Pokud vás po této malé zkušenosti investování naopak začne bavit a se svou investicí nebudete mít problém, budujte si dál smíšené portfolio, tj. část dluhopisových fondů a část akciových nebo i komoditních investic. Z mé osobní zkušenosti je ideální dlouhodobou investicí pro většinu Čechů portfolio složené z 20–40 % kvalitních akciových fondů doplněných o fondy dluhopisové. V každém případě se ale před svou investicí poraďte s někým, kdo investování rozumí – ideálně s investičním poradcem v bance, která vám fondy prodává.

Zkusme příklad: majitelka malé firmy by si mohla „uložit“ měsíčně 3000 Kč, více zatím ne, protože má řadu jiných finančních závazků. Pokud zvolí Investiční společnost ČS, co jí doporučíte? Má přitom u ČS penzijní připojištění a životní pojištění, a splácí spořitelně jeden větší úvěr... Je dlouholetou klientkou ČS, má sporozíro, kontokorent, platební karty včetně Chytré. Také dva účty s Chytrým ▶

► **spořením, mívala Buřinku...**

Vezmeme to i z jiné strany – vzdělaná a prozíravá studentka vysokoškolačka ví, že životní jistota je pojem, který velmi souvisí s financemi. Ráda by i při svých skromných příjmech začala investovat. Jak by měla postupovat ona, pakliže by své finance ráda svěřila do správy vašim profesionálům?

Objektivně doporučuji investovat pravidelně, do více fondů a po důkladné poradě s někým, jako jsem já :-).

Jak populární se dnes zdají být rizikovější investice a jaké nejrizikovější ve vašem portfoliu jsou?

K nejrizikovějším patří bezesporu akciové fondy. Akcie jsou dlouhodobě nejvýnosnější aktivum, s průměrným historickým výnosem okolo 8 % ročně. Největším problémem jsou mizerné výnosy za posledních deset let – spousta stresů a krizí, ale celkový výnos včetně dividend nic moc – něco přes 2 % ročně u amerických akcií. Nenechte se ale mást. Od počátku dvacátého století bylo jen jedno kalendářní desetiletí, ve kterém byly akcie horší investicí než dluhopisy – a to desetiletí poslední. A to dvacáté století zažilo dvě světové války a velkou hospodářskou krizi. Pokud investujete dlouhodobě, neměl by nějaký malý podíl akcií ve vašem portfoliu chybět.

Pro své klienty nakupujete akcie na východních trzích, co můžete touto koupí garantovat?

Investice v Asii (Čína, Korea, Indie atd.), ale i na ostatních mladých trzích, jako je Rusko a Brazílie, budou velmi narůstat na významu. Jen váha těchto trhů na celosvětovém indexu akcií se za příštích



dvacet let více než zdvojnásobí. Málo platné, nízká zadluženost a vysoká porodnost – bohužel opak dnešní Evropy – je přesně ten správný elixír života pro rozvíjející se trhy. Věnujeme jim proto velkou pozornost. Netrpíme ale přehnaným sebevědomím a tyto investice realizujeme přes fondy investičních společností, které se na tyto trhy specializují, nebo přes takzvané ETFs – „indexové fondy“. Jedinou výjimkou je Rusko a ostatní

země bývalého Sovětského svazu, jejichž akciové trhy máme kvalitně zanalyzované. Zrovna nedávno se kolega, který řídí Sporotrend, vrátil z tury po sibiřských těžebních společnostech s plným batohem nových investičních příležitostí.

Liší se nějak uvažování ženy investorky a muže investora?

Muži jsou nepochybně větší „střelci“. Ženy svá investiční rozhodnutí často důkladněji rozmyslí – řekl bych, že jsou strategičtější investorky.

Pokud bych chtěl konzervativně s rozvahou zhodnocovat peníze, investoval bych spíše s ženou, pokud bych chtěl při investování užít i něco zábavy a vzrušení, muž je nepochybně lepší volba. Pokud to ale s chlapečským přístupem k investování přeženete s rizikem, může se vám také stát, že zpátky půjdete v trencích jak z kasina, jak zpívá Pavel Dobeš. Neptejte se mne ale, prosím, v tomto kontextu, jaké je složení našeho investičního týmu. Ženský element nám ale ve firmě nechybí – máme například jednu z nejlepších (a nejpůvabnějších) risk manažerek na českém trhu.

otázky připravila Eva Brixl



Eva Pilarová – Fotoobrázky

Již brzy, 6. září 2011, zahájí Eva Pilarová v Písecké bráně v Praze výstavu svých fotografií, které sama nazývá „fotoobrázky“. Legendární zpěvačka s mimořádným hlasem představí průřez fotografickou tvorbou posledních let, kdy objevila přednosti digitálního fotoaparátu, a navíc začala snímky dotvářet v počítači. Návštěvníci se mohou těšit na barevné záběry z Prahy, New Yorku a Moskvy, ale také třeba na krajinu kolem zpěvačiny milované chalupy na Českolipsku. Fotoobrázky Evy Pilarové sklizejí velký úspěch na výstavách v České



republiky i v zahraničí, zájem o ně projevují sběratelé uměleckých fotografií. Výstava potrvá do 2. října 2011 a odehraje se v historických prostorách Písecké brány (u Pražského hradu). Toto magické místo se nachází nedaleko bydliště zpěvačky, která se sice narodila

vně, ale v šestém pražském obvodu bydlí většinu svého života. V loňském roce se dokonce stala čestnou občankou Prahy 6. Záštitu nad výstavou převzala starostka této městské části Ing. Marie Kousalíková a slavnostní vernisáže se zúčastní i další osobnosti kulturního a veřejného života. Evu Pilarovou není třeba dlouze představovat. Tato první dáma československé a české populární hudby zahájila svou kariéru na samém počátku 60. let v divadlech Rokoko a Semafor. Vydala desítky alb a nazpívala řadu nezapomenutelných písní jak sólově, tak v duu s Waldemarem Matuškou, Karlem Gottem či Jiřím Suchým. Objevila se i v několika filmech, k neznámějším patří Kdyby tisíc klarinetů (1963) a Zločin v šantánu (1967). Získala mj. tři Zlaté slavíky, vyhrála Zlatou lyru v Bratislavě či Grand Prix v Sopotech. Dne 28. října 2009 obdržela z rukou prezidenta České republiky Medaili I. stupně za zásluhy o stát v oblasti kultury. V současné době vystupuje především za doprovodu kapely vynikajícího jazzového kontrabasisty Víta Fialy a její fanoušci se mohou těšit na velký vánoční galakonzert s mnoha zajímavými hosty, který se bude konat 30. listopadu v pražském Divadle Hybernia. Výstavu pořádá Porte, o.s.

(tz)

www.porteos.cz, www.piseckabrana.cz

Vzdělávání je top

Oproti loňskému roku firmy v České republice začínají více využívat zaměstnanecké benefity. Největší nárůst je u daňově zvýhodněných benefitů patrný v oblasti vzdělávání pracovníků, a to o celých 11 %. Nyní nabízí tento benefit až 78 % tuzemských podniků.

„Vzdělávání je v rostoucí konkurenci nástroj získávání a udržení zaměstnanců. To je také jeden z hlavních důvodů, proč firmy tento benefit poskytují,“ uvedl Radek Špicar, viceprezident Svazu průmyslu a dopravy ČR pro oblast hospodářské politiky a konkurenceschopnost k nedávno zveřejněnému dotazníkovému šetření SP ČR a ING Pojišťovny. Šetření se uskutečnilo během června mezi 1600 členskými firmami svazu. „Předpokládáme, že šampion v benefitech – vzdělávání, bude i v příštích letech slít. Vidíme silnou poptávku ze strany pracovníků, na níž firmy vstřícně reagují. Je pro obě strany výhodné, pokud lidé mají snahu se celoživotně vzdělávat a posilovat svou pozici ve firmě a na pracovním trhu. Všeobecně tlak na vzdělávání a rekvalifikace roste a kvalita pracovní síly je jednou z rozhodujících pro úspěch firem a konkurenceschopnost ekonomiky,“ řekl Radek Špicar. Výrazně vysoký je podíl penzijního pojištění a připojištění jako daňově zvýhodněného zaměstnaneckého benefitu (poskytuje 71 % firem) a také životního pojištění pro zaměstnance (54 % firem). „U těchto benefitů je patrný značný nárůst a nabízí je stále více podniků. Napomáhá tomu i debata o penzijní reformě,“ vysvětlil Radek Špicar. Tuzemské firmy využívají nadále ve značné míře stravenky a podnikové stravování jako daňově zvýhodněné benefity. Oproti loňsku došlo však v případě využívání stravenek

k poklesu počtu firem o 7 %. „Debata o daňové reformě má určitý dopad na rozhodování firem o poskytování stravenek,“ sdělil Radek Špicar. Jak přitom vyplývá ze zjištění Svazu průmyslu a dopravy ČR mezi členskými firmami, zcela jednoznačně u nich převládá požadavek zachování současného stavu daňového zvýhodnění stravenek a podnikového stravování. Zaměstnavatelé argumentují zvýšením nákladů, v případě provozu podnikových jídelen o téměř třetinu, došlo by ke zdražení obědů a k omezení návštěvnosti jídelen. „Velké firmy uvádějí, že by se jim náklady na stravování zvedly o desítky milionů korun ročně,“ komentoval Radek Špicar. Vedle tradice a potřeby udržet sociální smír hraje roli zejména zdravotní aspekt, například návštěvy restaurací na oběd by podle odhadů omezilo až 70 % zaměstnanců. „Existuje souvislost mezi pravidelným a zdravým stravováním a úrovní nemocnosti. V případě změny těchto návyků by mohlo dojít ke zvýšení nemocnosti zaměstnanců. Firmy potřebují zdravé a výkonné pracovníky,“ uvedl Radek Špicar. Prezentaci šetření ING Pojišťovny a Svazu průmyslu a dopravy ČR, které se zabývalo jak

daňově zvýhodněnými, tak i daňově nezvýhodněnými benefity, najdete na webové adrese této nejvýznamnější zaměstnanecké organizace v zemi: www.spcr.cz/files/ing_spcr_benefit_2011.pdf



(tz)

Vietnamská miss ČR 2011

Miss Vietnam in EUROPE je dlouhodobým projektem, který začíná nabírat na síle a známosti. Soutěž se koná každé dva roky pod záštitou vietnamské televize VTV4 a vietnamského týdeníku TIEN PHONG. Popularizuje krásu vietnamských žen a kulturní tradice Vietnamu. Snaží se o integraci a rozšíření solidarity vietnamské komunity v zahraničí, a především o přátelství vietnamských obyvatel s občany evropských zemích. Miss Vietnam ČR (dnes již název Vietnamská Miss ČR) se poprvé konala v roce 2009 v Praze a pět finalistek se zúčastnilo celoevropské soutěže MISS

VIETNAM IN EU 2009. Druhý ročník se uskutečnil v srpnu v Praze v TOP HOTELU Praha a měl velký ohlas. Není podstatné, která kráska vyhrála, ale skutečnost, že soutěž probíhala za široké podpory vietnamské komunity u nás a v noblesní a vřelé atmosféře. Květinami ani potleskem se nešetřilo, emoce stály za to. Vietnamcům žijícím v České republice a nabízí nové možnosti vzájemného dialogu, soužití a spolupráce. Pět finalistek se zúčastní soutěže MISS VIETNAM in EUROPE 2011 v Berlíně. V roce 2013 bude projekt MISS VIETNAM in EUROPE hostit opět naše hlavní město. (rix)

Soutěž

Milé čtenářky, ve spolupráci s prestižní jazykovou školou Channel Crossings jsme pro vás připravili soutěž, která prověří vaše znalosti angličtiny.

Channel Crossings

Přečtěte si krátkou konverzaci a rozhodněte, která fráze je jejím nevhodnějším pokračováním!

A: Hello, I would like to ask about the discounts you offer.

B: Sure. What would you like to know?

A: ...

Vyberte nejvhodnější variantu pokračování rozhovoru.

a) Is the discount higher if we order more books?

b) Does the discount high with more books?

c) How high discount?

Odповідi zasílejte do konce srpna na adresu brix1@iprosperita.cz. Ze správných odpovědí vylosujeme výherce multimediálních videokurzů ENGLISH IN ACTION. Každý soutěžící navíc získá slevový poukaz v hodnotě 300 korun, který může uplatnit na kurz z podzimního rozvrhu.

Glosář

K popisu vývoje trendů, množství, ceny atd. můžeme použít např. následující výrazy:

to rise/to increase/to go up = stoupat

The amount of cars sold has been going up/rising/increasing for the past four months. – Množství prodaných vozů v uplynulých čtyřech měsících stoupá.

to recover = obnovit růst (doslova „zotavit se“)

The incomes of small businesses recovered in the last quarter. – Příjem malých podniků se v minulém čtvrtletí vrátil k růstu.

to level out/to stabilize = vyrovnat, stabilizovat

Our aim for the next year is to level out/stabilize the volume of our exports. – Naším cílem v příštím roce je stabilizovat objem exportu.

to reach a peak/to reach a maximum/to peak = dosáhnout vrcholu, nejvyšší hodnoty

As the graph shows, the company's profits reached a peak/reached a maximum/peaked in June 2011. – Jak je vidět z grafu, zisky společnosti dosáhly vrcholu v červnu 2011.

to go down/to decrease/to fall/to decline = klesat

Greek economy had been going down/decreasing/ falling/declining for a long time before it collapsed. = Řecká ekonomika klesala již dlouho před tím, než zkolabovala.

to reach a low point/to hit bottom = dosáhnout minima

It seems that after two months of constant decrease, the sales have reached a low point/hit bottom. – Zdá se, že po dvou měsících stálého poklesu dosáh prodej minima.

TIP CHC: chcete se naučit popisovat grafy nebo se zorientovat

v obchodní terminologii? Přihlaste se do kurzů

Business English, které pořádá jazyková škola

Channel Crossings. Více informací na www.chc.cz

Vyhodnocení soutěže

Channel Crossings

Milé čtenářky, ve spolupráci s prestižní jazykovou školou Channel Crossings jsme pro vás připravili soutěž, která prověří vaše znalosti angličtiny. Pátou soutěžní otázkou jsme zveřejnili v červencovém čísle Prosperity Madam Business.

Správná odpověď zní:

b) Oh, I'm sorry. I am meeting my boss then.

Vítězce červencové soutěže Monice Šmatové z Prahy blahopřejeme a posíláme dárkový balíček z oblasti jazykových služeb. Všichni účastníci obdrží roční přístup k on-line studijnímu programu angličtiny, němčiny nebo francouzštiny v hodnotě 490 Kč.

Místo, kde pulzuje čas



Společnost TOP HOTELS GROUP a.s. není na trhu neznámou, ba naopak. Vlastní a provozuje moderní kongresový hotel TOP HOTEL Praha a GARNI HOTEL Praha. Dá se říci, že to jsou dva hotely v jednom, lišící se úrovní ubytování, ale se společnými velkolepými prostory.

Interiéry hotelu přitom mají specifickou atmosféru. Stěny jsou vyzdobeny freskami akademického malíře Boušky a do interiéru je umístěno 10 vitráží dle námětu Ing. Arch. V. Dohnala. Absolutním unikátem jsou velkoplošné kamenné desky z onyxu dovezené z Nepálu. V této velikosti nemají v ČR obdoby. V čele hotelového lobby je mozaika akademického sochaře Lieslera, kterou cizinci obdivují a oceňují na několik milionů korun. Domáckou atmosféru umocňují dva krby ve francouzské Bohemia Top Restaurant s výhledem na celou Prahu a v zimní zahradě. Navíc příjemnou a uklidňující atmosféru hotelu doplňuje 22 vodních fontán, které jsou stále v provozu. Oba hotely poskytují vysoký standard ubytování, gastronomie a kongresových služeb. Kvalitu poskytovaných služeb všech subjektů společnosti stvrzuje certifikát managementu jakosti podle normy ČSN EN ISO 9001:2009. TOP HOTELS GROUP se pyšní řadou významných ocenění. Pravidelně se od roku 2002 řadí k Českým 100 nejlepším společnostem a k nejúspěšnějším firmám v oborové kategorii Cestovní ruch & Hotelnictví. Mnohokrát byla oceněna její gastronomie, a to na národních i světových soutěžích. K nejcenějším trofejím patří zlaté medaile z mezinárodní výstavy v oblasti hotelnictví, gastronomie a cateringu HOGA 2009 v Norimberku a z EXPOGAST

– Culinary World Cup 2006 v Lucemburku. Subjekty TOP HOTELS GROUP hrají významnou roli na trhu cestovního ruchu a kongresové turistiky. Jsou členy řady profesních sdružení, mimo jiné Prague Convention Bureau, Asociace hotelů a restaurací ČR, nejvýznamnějších obchodních komor a profesních sdružení. TOP HOTEL Praha je největší kongresový hotel v Evropě. Celý areál se rozkládá na ploše 8,5 hektaru. Součástí hotelového komplexu je jedno z největších kongresových center v České republice s celkovou kapacitou 5000 konferenčních míst v 5 sálech a 16 saloncích. Hotel nabízí ubytování v 930 pokojích různých typů (lůžková kapacita se blíží 2000 pokojů), špičkovou kuchyni v 5 restauracích, několik barů a letní terasy, wellness centrum s bazénem, saunou, herbální saunou, fitness, širokou škálu masáží včetně thajských a shiatsu, kryté a venkovní tenisové kurty, bowling, kasino, obchody nebo jedinečnou prostornou Japonskou zahradu a rozsáhlé parkovací plochy přímo u hotelu. TOP HOTEL zajistí kompletně kongresové akce, včetně ubytování, techniky, transferů a doprovodného programu. Kongresové centrum TOP HOTELU Praha patří k největším v zemi. O vysoké úrovni poskytovaných služeb svědčí řada významných akcí národního i mezinárodního



charakteru, které se zde v roce 2010 a 2011 konaly. Byly to lékařské kongresy, mezinárodní finanční fóra a konference mnoha prestižních společností. Už tradičně bylo v TOP HOTELU zvoleno několik královen krásy. Kongresová hala opět obstála i jako místo televizních přenosů, když se stala dějištěm slavnostního vyhlášení nejlepšího fotbalisty roku nebo také nejlepšího hendikepovaného sportovce ČR. Vedení hotelu ovšem vnímá velmi citlivě celosvětové trendy v globálním kontextu. Proto se také zajímá o klientelu z jihovýchodní Asie a také z oblasti SNS. Připravujeme pro ně „balíčky“ služeb od zajištění kongresů a VIP akcí až například po svatební obřady, včetně rautů a zajištění těch nejtajnějších přání.

(red) 9

LG přináší Cinema 3D TV na nové trhy

Společnost LG Electronics CZ (LG), která je světovým lídrem a inovátorem v klimatizacích, ve spotřební elektronice, domácích spotřebičích a mobilních komunikacích, věří, že technologie LG Cinema 3D bude dominovat trhu s 3D televizory. Již teď poptávka po televizorech LG Cinema 3D předčila veškerá očekávání. „Naše nové LG Cinema 3D prostě musíte vidět, abyste uvěřili, jak dokonale

vypadá trojrozměrný obraz na domácím televizoru. 3D obraz vzbuzuje nadšení, poptávka po těchto televizorech předčila naše veškerá očekávání. LG se stává lídrem v oblasti 3D televizorů, bude to právě technologie LG Cinema 3D, která nastaví standardy,“ uvedl Martin

Malý, tiskový mluvčí společnosti LG Electronics CZ. LG Cinema 3D používá technologii polarizovaných skel v brýlích. Ty dokážou vyfiltrovat obraz

určený pro konkrétní oko. Každé oko se pak dívá na jiný obraz, čímž vzniká prostorový vjem. Ostrý a bez blikání. Polarizační brýle váží pouhých 16 g, takže žádným způsobem neobtěžují. Navíc jsou zcela pasivní, nikde se nenabíjejí, nemůže se na nich nic pokazit. Další výhodou technologie je, že nepřicházíte o jas jako v případě konkurenčních brýlí, které neustále zatemňují a odtemňují clonu v brýlích. Řadu uživatelů navíc z takového „poblikávání“ bolí hlava nebo oči. Nic takového u CINEMA 3D nehrozí, což potvrzuje řada studií.

(tz) 9

www.lg.cz, www.lge.sk, www.lge.com



...kladou důraz na jiné hodnoty

než muži

Osobnost KR Rudolfa Javurka, generálního ředitele skupiny Import Volkswagen Group s.r.o. se bez přehánění zapsala do historie obchodu s automobily v České republice, a nejen letitými výtečnými výsledky prodeje. V branži mezi importéry patří k lidem, jimž se dostává přívlastků jako seriózní, korektní, vynalézavý, vstřícný, se smyslem pro humor. Jeho cit pro nové věci v technickém a technologickém vývoji stejně tak jako pro to, čím přispět k podpoře image značek a povýšit prodej automobilů z obchodu na radost, je obdivuhodný.

Za volantem se cítí svobodný a šťastný, jak mi jednou vyprávěl. Ví také, že ctí práci, která je smysluplná a že si váží lidí, kteří se snaží něco dokázat. Ocenit umí také každý dobrý nápad, i když není zrovna z jeho oboru. Smysl pro etiku podnikání je v něm hluboce zakořeněn stejně jako snaha vyjít vždy vstříc přání zákazníků, jimž se jednotliví dealeri značek, které na českém trhu reprezentuje, věnují. Výraznou klientelu dnes tvoří ženy, a že tomu tak bude, si odborníci skupiny IVG přiznali už před lety – v předstihu totiž vycítili budoucí potřebu doby, jak se říká, a dnes sklízí sladké ovoce. Obchod totiž není jen o číslech, ale také o vztahu, příbězích, vzpomínkách, dobré zkušenosti. A právě proto jsem po roce k Rudolfu Javurkovi opět zamířila:

Prý se nacházíme ve století žen a emocí. Na ženu jako fenomén, jehož postavení ve společnosti sílí a který například účinně ovlivňuje trh, sází nejedna firma. Jak výrazné vnímání žen-zákaznic je ve skupině IVG?

S trochou nadsázky řečeno slovy klasika, v mnoha domácnostech rozhodují o všem důležitém, jako je mezinárodní politika, globální oteplování nebo vztahy s Pobřežím slonoviny muži. Na ženy zbývají ty méně důležité věci, například kam pojedeme na dovolenou, jaký koberec do obýváku nebo také jaké auto si koupíme. Ale vážněji: samozřejmě, ženy mají dnes často silnější slovo než muži, takže i obchodník s automobily musí brát jejich přání a požadavky naprosto vážně a věnovat



KR Rudolf Javurek

jim mimořádnou pozornost. Ženy jsou citlivější, věci více zvažují a také obvykle kladou důraz na jiné hodnoty než muži. Proto se snažíme svou nabídkou trefit právě do těchto jejich preferencí. Na druhou stranu je třeba říci, že neexistuje typická zákaznice, stejně jako neexistuje typický zákazník. Jsou ženy, kterým se líbí otevřené kabriolety se silnými motory, stejně jako takové, které nedají dopustit na velké MPV nebo SUV s mohutnou karosérií. Ve finále obvykle rozhoduje – stejně jako u mužů – životní etapa, ve které se nacházejí, a z toho plynoucí praktické potřeby, a pak pochopitelně

i ekonomické možnosti dané zákaznicí či rodinou. Vzhled vozu je důležitý, ale rozhodně nepatří ke klíčovým faktorům pro rozhodování o konkrétním modelu.

Ženy například citlivě přijímají kampaně na ochranu životního prostředí.

Projevu se to také při výběru auta?

Máme jednu výhodu: díky obrovskému výzkumnému a technologickému potenciálu koncernu Volkswagen jsou všechny naše vozy – od nejmenších až po ty největší – na absolutní světové špičce, pokud jde o jejich ohleduplnost k životnímu prostředí. Naše zákaznice tak mají jistotu, že ať sáhnou po dynamickém SEATu Ibiza, reprezentativní Audi Q5,

Ženy jsou citlivější, věci více zvažují a také obvykle kladou důraz na jiné hodnoty než muži. Proto se snažíme svou nabídkou trefit právě do těchto jejich preferencí.



Audi Q5: neúspěšnější SUV značky Audi. Na podzim letošního roku přijde na český trh také ve verzi Hybrid

► elegantním Volkswagenu Tiguan, nebo impozantním pickupu Amarok, vždy půjde o vozidla, která jsou doslova nabitá nejmodernější technikou, díky níž jsou velmi úsporná a velmi střídá z hlediska emisí. Z rozhovorů s našimi zákazníky víme, že v poslední době si jich stále více uvědomuje svoji osobní odpovědnost vůči životnímu prostředí, což vyjadřují zájmem o ekologická vozidla. V tomto ohledu je návštěva některého z našich autosalonů tou nejlepší volbou.

Jak reagují podle vašeho názoru příslušnice něžnějšího pohlaví na reklamu automobilek? Dokáže je reklama ovlivnit či přímo nadchnout, vyprovokovat, vybídnout k nákupu?

Už jsem se zmínil, že dámská klientela je pro nás mimořádně důležitá, a proto pochopitelně i reklamní kampaně jsou často zaměřeny na ženy. Z diskuzí na stránkách našich značek na sociálních sítích vidíme, jak živě a zasvěceně dokáží ženy reagovat na reklamní kampaně, a jsem rád, že právě facebook potvrzuje, že se jim naše reklamy líbí. Ale konkrétní čísla, kolik žen se na základě zhlédnutí reklamy rozhodne ke koupi vozu, bohužel k dispozici nejsou.

Podporujete karlovarský filmový festival, spolupracujete se skupinou Monkey Business a vyvíjíte řadu dalších aktivit, kterými pečujete o image IVG a jednotlivých značek. S jakým ohlasem se to setkává právě u žen – reagují spontánněji než muži?

Ve výčtu našich hlavních marketingových aktivit bychom neměli zapomenout ani na Volkswagen maraton, který dlouhodobě podporují naše značky Volkswagen – osobní vozy a Volkswagen Užitékové vozy. Je to pro mě každoročně velmi příjemná povinnost být mezi tisícovkami nadšených běžkyň a běžců, stejně jako hovořit s hosty

karlovarského filmového festivalu třeba na tradiční Audi párty či poslechnout si s fanoušky koncerty Monkey Business podporované SEATEm. Všude kolem sebe při těchto příležitostech vidím spoustu účastníků ženského pohlaví a máte pravdu – když se jim na akci líbí, nestydí se své emoce vyjádřit. Jsem si jistý, že naše podpora podobných událostí jsou velmi dobře investované prostředky a že přispívají k pozitivnímu vnímání našich značek.



Všestranný Volkswagen Tiguan je jedním z nejprodávanějších dovážených SUV, které přesvědčí svou kvalitou, výbavou i bezpečností

Uplatňujete ve skupině určité marketingové prvky, které silněji cílí na ženy než na opačné pohlaví, například pokud jde o zviditelnění některých modelů aut nebo podporu prodeje v jistých ročních obdobích?

Zákazníci (ať už muži, nebo ženy) dnes preferují vozy, které jsou sexy, dynamické, sportovně laděné, ale také bezpečné, praktické a ohleduplné k životnímu prostředí, jak jsem o tom již hovořil. Zároveň kladou důraz na kvalitu a možnost vyjádření osobnosti. Všechny

tyto aspekty naše auta splňují, proto je v marketingových aktivitách využíváme. Rozdíl v cílení na muže nebo ženy se pak odvíjí od konkrétního modelu.

Dokáží být ženy věrnější zákaznice než muži?

Na tuto otázku nedokáží jednoznačně odpovědět. Je však ověřeno, že si ženy váží například spolehlivého servisu, a když se přesvědčí, že se opravdu mohou na službu spolehnout, ubírá jim to starosti a rády se vrací. Ženy totiž nezapomínají a více si dokáží vážit hodnot. Alespoň tak se mi to jeví. Muži jsou racionálnější – zamíří do servisu, který mají zrovna při cestě nebo kde je levněji, jen aby měli záležitost „z krku“. Věrnost dámské klientely bych definoval takto: Ženy se o určité technické záležitosti nezajímají tak do hloubky jako muži, ale když natrefí při prodeji nebo servisních službách na odborníka, k němuž si vytvoří důvěru, věrně zůstanou, bývají pak velmi loajální. Obecně se dobré poradenství cení více a více, a jestliže zákaznice dostane srozumitelné argumenty, které i z hlediska faktů dokáže a je ochotna akceptovat, je to pro její rozhodování významný prvek. Abychom uměli pochopit přání zákazníka, musíme se všichni stále učit, vzdělávat,

různá školení a semináře nejsou ztraceným časem. Psychologie prodeje je významná disciplína a mocná čarodějka a neměla by se podceňovat. Školí se u nás prodáváci junior i vyšší specialisté, i já osobně se rád něčemu dalšímu přiučím. Jinak se totiž pracuje s privátní klientelou, jinak s ženami, jinak s muži. Jiné potřeby mají živnostníci, jiný přístup musíte uplatnit v kategorii flotil, jinak postupovat u V.I.P. zákazníků a odlišný přístup zvolit pro sektor úřadů a institucí. Takže to není zas tak jednoduché, jak by



SEAT Exeo, dynamický a komfortní model s elegantním designem, moderní technikou a vynikající kvalitou



Volkswagen Amarok je v současné době tím nejlepším, co si zákazníci mohou na trhu pickupů vybrat

▶ se nezasvěcenému zdálo. Samozřejmě že se snažíme vnášet do péče o naše zákazníky řadu vylepšení a nápadů, ale na druhé straně – námětů by bylo hodně, do života se mohou dostat jen ty, které lze ufinancovat...

Uvedl byste, jaký model vozu z vaší nabídky dnes ženám nejvíce imponuje?

Spektrum zákaznic je velmi široké, tak jako je široká i naše nabídka. Ale kdybych měl přece jen zdůraznit některé modely, pak u SEATu je to hlavně Ibiza, u Volkswagenu Tiguan a Polo a u Audi modely A3 a Q5. Všechny tyto vozy mají parametry, které dnes ženy zajímají. Jedná se o sexy

auta s důrazem na kvalitu, bezpečnost a praktičnost v každodenním používání.

Našími čtenářkami jsou převážně podnikatelky a manažerky. Jaký automobil do města byste jim doporučil? A na dlouhé služební cesty?

Nebudu rozlišovat mezi použitím ve městě a mimo ně, protože jen málokdo má dnes možnost auta takto střídat. Takže bych vašim čtenářkám z osobních vozů Volkswagen doporučil Passat, to je doslova manažerský etalon a pro cestování na dlouhé trasy je z hlediska komfortu i hospodárnosti ideální. U značky SEAT pak sedan Exeo, velmi

dynamický a komfortní model s výborným poměrem cena/hodnota a u Audi buď SUV Audi Q5 nebo letošní novinku, limuzínu Audi A6 s hybridní hliníkovou karosérií.

Jakou barvu růží volíte, když chcete ženu potěšit?

Ženě, která mi je nejbližší, nosím růže červené a myslím, že tím vyjadřuji vše. K ženám, které potkávám při své profesní cestě či společenských příležitostech, se snažím chovat vstřícně, galantně, pozorně, zaslouží si to. A je-li vhodná příležitost, květiny nechybí.

ptala se Eva Brixí

Chraňte se před nákazou.
Viry a bakterie útočí přes vaše ruce.

Chřipka, Sáhnete si. [+]

POUŽÍVÁNO VE ZDRAVOTNICTVÍ

Softa-Man® ViscoRub
Dezinfekční sprej na ruce



- ničí bakterie i viry
- účinnost do 30 vteřin
- jemný k pokožce
- praktická velikost balení (75 ml)

SOUTĚŽ O 10 DEZINFEKČÍ DO KAPSY Softa-Man® ViscoRub

Softa-Man® ViscoRub je účinný proti:

- chřipce, E.coli (EHEC), salmonelle
- srdečnímu infarktu, cukrovce, zlomenině ruky
- depresi, nespavosti, klaustrofóbií

Jméno, příjmení, titul

Adresa

E-mail

Tel.

Datum Podpis

Svým podpisem zároveň udělují souhlas k tomu, aby v souladu se zákonem č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů a o změně některých zákonů v znění pozdějších předpisů (dále jen „Zákon“) společnost B. Braun Medical s.r.o., V Parku 2335/20, 148 00 Praha 4, IČ: 48586285 (dále jen „Správce“) zpracovávala mé osobní údaje v rozsahu, který uvádím na tomto soutěžním kuponu, za účelem vyhodnocení soutěže, zaslání marketingových materiálů a informací o akcích a novinkách Správce. Tento souhlas udělují na dobu nezbytnou k dosažení účelu zpracování, nejdéle však na dobu 2 let od dne udělení tohoto souhlasu. Jsem si vědom svých práv, které mi vyplývají ze Zákona, zejména možnost vzít kdykoliv souhlas zpět, žádat informace o zpracování mých osobních údajů, požadovat odstranění závadného stavu.

K dostání v síti lékáren Pharmia a v prodejnách Zelená hvězda. Více na www.dezinfekcedokapsy.cz



Své odpovědi zasílejte na adresu: B. Braun Medical s.r.o., V Parku 2335/20, 148 00 Praha. Uzávěrka pro zaslání odpovědních kuponů je 30. září 2011. Ze správných došlých odpovědí bude vylosováno 10 výherců, kteří získají dezinfekci do kapsy Softa-Man® ViscoRub.

Pro péči o domácnost

pod značkou AMWAY HOME

Víc než půlstoletí patří společnost Amway k uznávaným odborníkům v oblasti péče o domácnost. Právě díky dlouholeté tradici účinných přípravků s vynikajícími výsledky si tyto produkty dokáží poradit i s nejtěžšími úkoly. Nyní společnost Amway přichází se změnou v podobě značky AMWAY HOME.

Jedná se o novou značku zahrnující výrobky péče o prádlo, péče o plochy v domácnosti a péče o nádobí, která přichází s upraveným složením a s ještě lepšími účinky tak, aby výrobky byly při použití nejen ekologičtější, ale také bezpečnější. Součástí jedinečného složení jednotlivých výrobků jsou vysoce aktivní přírodní přísady, které zaručují silný čistící účinek. Obaly označené nezaměnitelným logem BIOQUEST FORMULA znamená, že je produkt koncentrovaný, biologicky odbouratelný a dermatologicky testovaný.

Akreditace pro váš komfort

Značka AMWAY HOME, která zahrnuje zavedené značky jako SA8, L.O.C. a DISH DROPS, je velice šetrná k životnímu prostředí. Aby byla tato skutečnost zdůrazněna, navázala společnost Amway spolupráci se dvěma nezávislými organizacemi a na základě testování složení přípravků získala právo uvádět na výrobcích jimi udělenou akreditaci. AISE – International Association for Soaps, Detergents and Maintenance Products: je oficiálním zástupcem evropského průmyslu přípravků určených k péči o domácnost. Kdykoli je na výrobku uveden tento symbol, znamená to, že výrobky byly podrobeny

testům zaměřujícím se na jejich ekonomický, sociální a environmentální dopad. DfE – Design for the Environment: program, v jehož rámci jsou oceňovány výrobky, které považují za nejlepší ve své třídě a které pomáhají chránit lidské zdraví i životní prostředí.

Prádlo, nádobí, úklid

Všechny produkty řady Péče o prádlo obsahují zcela biologicky odbouratelné složky a jsou dermatologicky testovány. Navíc mají koncentrované složení pro maximální prací účinek a minimální množství odpadu. Mezi výrobky řady SA8™ patří Color Prací prášek na barevné prádlo, Premium Koncentrovaný prací prášek, Změkčovač tkanin a Baby Prací prášek. V nabídce jsou také Předpírací sprej, Delicate Jemný tekutý prací prostředek, Tri-Zyme Přípravek pro předmáčení skvrn a Univerzální bělicí prostředek. Program pro mytí nádobí nese značku DISH DROPS™. Patří sem Koncentrovaný

přípravek na mytí nádobí, který je účinný i ve studené vodě. Prášek do automatických myček nádobí obsahuje aktivní kyslík a dvojí enzymy, které zanechají nádobí zářivě čisté. Tablety do myčky na nádobí obsahují přírodní složky, které skvěle působí i při 40 °C, čímž se dosáhne vyšší úspory energie. SCRUB BUDS™ Nerezové drátěnky odstraní připečené zbytky jídla a mastnotu bez poškrábání nádobí. Všechny produkty řady L.O.C.™ péče o plochy v domácnosti jsou dermatologicky testovány a obsahují zcela biologicky odbouratelné složky získané z rostlin a minerálů. Navíc mají koncentrované složení pro maximální čistící účinek a minimální množství odpadu. Jde o Jemný čistící prostředek, Čistící prostředek na toalety, Víceúčelový čistící prostředek, Kuchyňský čistící prostředek, Čistící prostředek na sklo, Čistící prostředek pro koupelny, Čistící ubrusy, Čistící prostředek na sprchové kouty a L.O.C. Plus™ Čistící prostředek na kov.



(red)

Hypotéka na montované domy na bázi dřeva

Česká spořitelna rozšířila od srpna 2011 využití hypoték i na financování montovaných domů na bázi dřeva, a to bez nutnosti zajištění jinou nemovitostí. Zaplňuje tak slabé místo na trhu, kdy montované domy byly dosud většinou složité financovány předhypotečním úvěrem či zajištěním jinou nemovitostí. „Výstavby montovaných domů jsou velmi rychlé a mezi klienty v současné době hodně žádané. Samotná výstavba ale často předběhne administrativní kroky, což doposud komplikovalo její financování. Díky nové službě Financování montovaných domů banka uvolní až 90 % ceny díla ještě před tím, než se zapíše rozestavěný dům do katastru nemovitostí. Zbýlých 10 % ceny může klient čerpat po zápisu do katastru,“ uvedla Veronika Jančová, ředitelka odboru úvěry na bydlení a podnikání České spořitelny. Financování montovaných domů je možné využít při výstavbě od předních dodavatelů sdružených v Asociaci dodavatelů montovaných domů, což klientům zaručuje dodržování vysokých standardů při výstavbě, a tím vysokou kvalitu pořízovaného domu. Česká spořitelna poskytla občanům za 1. pololetí letošního roku 9321 nových

hypoték v celkovém objemu 14,02 mld. Kč. Oproti stejnému období minulého roku tak počet hypoték vzrostl o 107 % a objem o 119 %. Hypotéka České spořitelny je poskytována bez poplatku za vyřízení s úrokovým zvýhodněním 0,3 % pro tříletou, čtyřletou a pětiletou dobu fixace, v případě úrokového zvýhodnění podmínkou zůstává minimálně dvacetiletá doba splatnosti. Klienti mohou také využít slevu 0,5 % z úrokové sazby za aktivní využívání Osobního účtu ČS. Snadno se tak mohou dostat na minimální pevnou úrokovou sazbu od 3,59 % a zajistit si výhodnou sazbu na více let dopředu. Hypotéka České spořitelny nabízí klientům vedle úrokového zvýhodnění a možnosti bez fakturového čerpání na výstavbu i variabilní splácení, tedy možnost přerušování splácení a odkladu či změny splátek. Klient si tak může v průběhu splácení hypotéky sám určit výši splátky.

Nové hypotéky pro občany – porovnání let 2008, 2009, 2010 a 1. pololetí 2010 a 2011					
Rok	2008	2009	2010	1. pol. 2010	1. pol. 2011
Celkový počet v ks	10 988	9 853	11 143	4 509	9 321
Celkový objem v mld. Kč	18,6	14,8	16,0	6,39	14,02

(tz)

Až z toho vznikla knížka...

Těší mne, vidím-li člověka s knihou v ruce. Když cestou v tramvaji nebo metru zahloubán do řádek svého autora nevnímá okolí. Když listuje knížkou v čekárně u zubaře nebo na lavičce v parku, pokud jen tak lelkuje a zdánlivě nemá co dělat. A potěší mne, když u čtenářsky pozitivně naladěné veřejnosti, zejména „ženské“ zaboduje publikace Věry Kudynové nazvaná *Má dáti dal*. Vydalo ji nedávno nakladatelství Motto jako soubor 42 povídek o různých podobách vztahů mezi mužem a ženou, jak se uvádí na obálce. Nekonečné téma, všední téma, nezačínající ani nekončící, téma, na kterém stojí svět, ačkoli si to někdy nechceme přiznat. Povídky jsou o nás a pro nás. A jsou moc pěkné. Doporučuji vaší čtenářské chuti. Co v knížce nenajdete, jsou následující řádky:

Jde o vaši druhou beletristickou knihu.

Co bylo podnětem vzniku?

Krátce po vydání knížky povídek *Zrcadlo* v koupelně mě oslovil Pátek Lidových novin, kde vycházela rubrika *Život*. Psala jsem pro ně řadu povídek, ale pak jsem se nějak víc rozepsala, až z toho vznikla knížka s názvem *Má dáti dal*.

Osou povídek jsou mezilidské vztahy.

Drama samo o sobě, stačí uchopit...

Kam jste chodila pro příběhy?

Příběhy jsou všude kolem nás, každá minuta přináší nějaký. Nikam jsem nemusela chodit, příběhy běhaly a stále běhají za mnou, jsem pozorná posluchačka.

Kdo bude čtenářem – především ženy?

Povídky jsou určeny především ženám, ale pokud knížku dostane do ruky muž a bude v ní listovat, doufám, že se začte. Dočte se o sobě jednak samé hezké a zajímavé věci, a pak odhalení mužských postupů myšlení. Moji nároční čtenáři mužského rodu mi vyčítají: proč jsi to všechno prozradila?

Než přijdete s dílem k nakladateli, stojíte o názor někoho nezúčastněného?

Kdo četl vaše řádky jako první?

Mám řadu přátel mezi novináři jejich názor je pro mě velmi důležitý, ba co víc, podstatný. Literatura a žurnalistika nejsou totéž, ale novináři jsou dost nároční na stručnost, srozumitelnost, jasnost, a mají rádi vtip. Pokud se povídka týkala nějakého speciálního prostředí, byl čtenářem člověk, který ho důvěrně znal.



Věra Kudynová

Říká se, že knížku dnes může vydat každý...

A že úroveň beletrie šla hodně dolů. Myslím však, že by se dalo oponovat. Ostatně když se kritickým okem začteme do klasiky, dokázali bychom hodnotit možná přísněji, než před 50 lety... Jaký na to máte názor?

Knížku může vydat každý, když si náklad sám zaplatí, ale je to drahý špás, tak to dělá málokdo. Všichni nakladatelé pečlivě sledují, aby se investice do knihy vrátila, prodejnost knihy je určité podstatným hlediskem. Vydává se více autorů, je tedy více šancí pro čtenáře najít si svého. Nedokážu posoudit, zda šla úroveň

beletrie dolů. Autoři jako Čapek se nerodí často. Ale jak by asi psal a o čem, kdyby se narodil dneska? Dnešním čtenářům se líbí Viewegh, a to je podstatné – autor promlouvá ke čtenářům v době, ve které žije. A reaguje na to, jaká je doba, čím lidé žijí. Pokud je jeho přesah přes generaci, je to znamenité. Balzac, Dumas, Homér, Aristoteles – kolik průměrných a podprůměrných autorů muselo tvořit, aby oni stáli na vrcholu pyramidy? Jenom z kvantity roste kvalita! Je skvělé, že se u nás docela dost čte. Všimněte si ale fotek v časopisech o bydlení, jak vypadá knihovna – ta dnešní má dvě tři police, pro architektky asi knihy nejsou hezké. Obyvatelům dezénových bytů nezbude nic jiného, než je strkat pod postel.

Myslíte si, že se lidé po internetových vzestupech a pádech a určitém virtuálním nasycení začnou vracet ke knihám a časopisům? Že se vytvoří rozumný mix?

Jsem přesvědčena, že text na papíře nezahyne.. Ukažte mi někoho, kdo v posteli leží na boku a čte si román v počítači. Neznám. Nemám zkušenosti se čtečkou knih, někteří si v této novince libují a nedají na ni dopustit, jiní říkají, že jim nevyhovuje, není nad knihu z papíru. Vzhledem k tomu, co mi technika vyvádí pod rukama, o čtečku vůbec nestojím. Jsem přesvědčena, že internet, knihy, časopisy a noviny budou vedle sebe žít v rozumném

poměru. Technických novinek jsme za dvacet let zažili spoustu, tak si snad dají chvilku vynálezci pokoj a nepřijdou s novým kolosálním objevem.

Kdy vy sama máte čas „na čtení“?

Čtu zprávy na internetu, noviny i časopisy. V ložnici mám několik rozečtených knih, a ty nejlepší přečtu jedním tahem, protože se nedokážu odtrhnout. I s tím rizikem, že ráno budu mžourat očima.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi



ukázka z povídky Zachovalá

„Svět se jí zhroutil, myslela, že omdlí. Asi jsou na takové reakce zvyklí, sestra jí podala vodu. Nemohla ze sebe vypravit ani slovo, neměla v hlavě vůbec žádnou myšlenku, vnímala jen prázdnotu. O prázdnotě četla nějaké knihy, na fakultě počítala s nekonečnem a teď ho viděla. Spatřila to, co si dřív jen představovala jako čísla. Její matematická hlava najednou pozorovala prázdnotu takovou, jak ji vnímá nejzkušenější jogín. Byla v šoku, který je mnoho světelných mil za strachem, a v průsvitně stříbřitém prostoru tušila nějaké stíny. Myslela, že omdlí.“

Aby nechyběly business kostýmky

V době, kdy si listujete naší Madam Business, probíhají brněnské veletrhy Styl a Kabo. Na nich se tradičně prezentují výrobní družstva. Rád bych vás informoval o tom, co jsme pro vás a naše obchodní partnery připravili.

Integra, výrobní družstvo, Zlín
www.integrzlin.cz

Pro sezónu podzim-zima 2011 připravila Integra Zlín novou kolekci dámských oděvů, a to především s důrazem na nadměrné velikosti.

Základní sortiment je vyráběn obvykle ve velikostní řadě 42-64. Podle potřeb a přání odběratelů jsou však pracovníci družstva schopni dodat oděvy i ve větších velikostech.

Nabídka oděvů družstva Integra Zlín je pestrá. Z těžké konfekce jsou to hlavně prošívané zimní bundy a pláště, flaušové pláště a oděvy z imitace kůže.

Kolekce dále obsahuje saka, bundičky, parky, vesty, kalhoty, sukně, halenky, svetry, tuniky - vše z příjemných směšových materiálů, jednobarevných nebo s tiskem. Díky střihové a materiálové rozmanitosti najdou jistě „to své“ všechny dlouholeté i nové zákaznice.

Integra Zlín dodává své výrobky do maloobchodních prodejen po celé České republice.

Modela, výrobní družstvo Pardubice
www.modela.euweb.cz

MODELA výrobní družstvo Pardubice připravila pro své zákaznický pro sezónu podzim-zima 2011 opět novou a nápaditou kolekci.

Nabídka představuje zejména šaty, sukně, halenky, kalhoty a saka. Použité materiály jsou viskóza, krajka a polyester. Tyto materiály jsou zákaznicemi oblíbené pro snadnou údržbu a příjemné nošení. Prezentované modely jsou v módních barvách. Střihy jsou jednoduché, určené pro denní nošení, ale i na společenské akce.

Střihy a módní barvy kolekce jistě obchodní partnery zaujmou a modely se budou dobře prodávat. Kolekce je kvalitní a za dostupnou cenu.

Nabízené dámské oděvy jsou ve velikostech 36-50. Dámy

Společnou expozici tří výrobních družstev a Svazu českých a moravských výrobních družstev naleznete na veletrhu STYL v pavilonu V. Na veletrhu KABO má svou expozici družstvo Sněžka Náchod v pavilonu P. Na veletrhu STYL jistě zaujme odbornou, ale i laickou veřejnost nová kolekce business kostýmů. Je to novinka z tvorby družstva Moděva Konice, určená především pro podnikatelky a manažerky, tedy pro ženy zaměstnané ve firmách, které vyžadují „dress code“. Kostýmy jsou zpracovány z kvalitních italských materiálů ve složení vlna, viskóza, polyester, elastan a jsou v různých variantách střihů. Aktuální business kolekce je barevně laděna v černé, šedé, tmavomodré a béžové.

jistě ocení i možnost kombinace sukní a kabátků. Pracovníci družstva jsou schopni podle přání zákazníků ušít vše podle jejich představ.

Moděva oděvní družstvo Konice
www.modeva.cz

Výrobní program oděvního družstva Moděva Konice pro tuzemskou klientelu tvoří dámské a pánské zimní pláště, paleta a bundy, saka, kalhoty, vesty a sukně. Moděva zajišťuje produkci profesionálního ošacení, zejména uniform pro personál leteckých společností, automobilek, železnic a cestovních kanceláří. Pro zahraniční zákazníky navíc zhotovuje vysoce kvalitní volnočasové a sportovní bundy, tradiční bavorské kroje a speciální myslivecké ošacení.

Na srpnový veletrh STYL připravilo družstvo novou kolekci business kostýmů určenou především pro podnikatelky a manažerky. Aktuální business kolekce je barevně laděna v módní tmavomodré s kombinací s béžovou, dále pak v černé a šedé barvě. Nabízená kolekce je součástí nově připravovaného projektu business kostýmů pro uvedenou cílovou skupinu. Prezentaci na veletrhu Styl si pracovníci družstva chtějí především zájem a využít další podněty a požadavky zákazníků k rozšíření nabízené kolekce. K podpoře nabídky budou dále oslovovány nejrůznější instituce a úřady. Moděva Konice využívá i internetové prezentace, popř. internetového obchodu. Klasická velikostní řada bude doplněna i o měrenkový program, tedy možnost individuálního přístupu ke každé zákaznici, popř. zhotovení i nadměrné velikosti. Do budoucna se družstvo chce zaměřit na rozšíření tohoto projektu do zahraničí.

Tradičně je také nabízena kolekce zimních vlněných pláště, palet a pelerin. Zvláště peleriny oslovily v posledních letech celou řadu tuzemských i zahraničních zákazníků. Je to

Prezentované oděvy výrobních družstev jsou zpracovány tradiční krejčovskou technologií s důrazem na vysokou kvalitu. Jak si naši členové - výrobní družstva - vedli v předcházejícím roce, je patrné z následující tabulky statistických údajů (v tis. Kč).



	Obrat (v tis. Kč)	Export (v tis. Kč)
Kožeželezná a kožešnická družstva	1 435 322	1 061 021
Oděvní a pletářská družstva	1 486 505	378 174
Výrobní družstva celkem	14 519 858	3 884 205.

JUDR. Rostislav Dvořák, předseda SČMVD



jeden z artiklů, se kterým se Moděva prosazuje i na trzích Evropské unie. Použité materiály jsou ve složení vlna, polyamid a kašmír. Modely jsou vhodné pro každodenní nošení. Pro zvláštní příležitosti jsou modely v luxusnějším pojetí doplněné přírodní kožešinou.

Sněžka, výrobní družstvo Náchod
www.snezka-na.cz

Výrobní program družstva je zaměřen především na šití kožené galanterie a výrobků pro automobilový průmysl. Prezentovaná kolekce obsahuje nabídku pánských aktovek, kabelek a kufrů ze syntetiky, pod značkou SILVER CASE, dále pak kolekci VASCO, která obsahuje peněženky, dámské kabelky, kufry a aktovky vyrobené naopak z kvalitní usně. Kromě hladkých materiálů je použito i usně s dekorem krokodýla.

**VÝROBKŮM
 Z NAŠEHO REGIONU
 NIKDO NEODOLÁ!**



COOP. VŠECHNO DOBRÉ.

Z učitelky odbornicí na vysavače

Stačilo šest let a Monika Kavanagh, která vystudovala pedagogiku na univerzitě na Slovensku, velí 12 zemím napříč kontinentům a učí je, jak prodávat vysavače, sušiče rukou a další technické vymoženosti. Určuje strategii a obchodní taktiku firmy. Přitom stihne být mámou tří dětí a v domě nechybí ani kočky a pes. Prostě, chtělo by se říci obyčejná, a přesto výjimečná žena...



Monika Kavanagh

Začala doslova z ničeho, jak už to tak bývá, jako prodejce vysavačů Dyson a postupně podlela jejich kouzlu. Na otázku, co ji zaujalo více, zda technická stránka produktů nebo design, odpovídá vždy bez zaváhání: technická stránka. „Úplně zbožňuji tu dokonalost, kterou naše přístroje nabízejí. O designu nemluví záměrně, ten není třeba komentovat, natolik je výjimečný. Od samého vzniku firmy jsme ukazovali konkurenci cestu a dodnes se držíme aspoň o dva kroky před nimi.“ Bává ji vymýšlet strategii prodeje. V každé zemi je totiž úplně jiná mentalita nakupujících. „Češi si dělají průzkum na internetu, to je jejich specifikum. I nákupy se tady dělají nejvíc přes net,“ vysvětlila. „V Řecku zase ctí rodinné tradice, takže rozhodovací právo má vždycky otec rodiny.“ Velkou roli hrají i změny životního modelu, dnes se uplatňuje singles životní styl, tedy víc se nakupují produkty, které využijí jednotlivci či dvojice bez dětí (malé vysavače, pračky...), ženy mají daleko větší technické znalosti a dokáží se samostatně rozhodnout, jaký spotřebič si vybrat. „Určitě přibývá vzdělanějších spotřebitelů, proto musíme my prodejci být připravení odpovídat na sofistikovanější otázky,“ dodala Monika Kavanagh.

Vysavač je impulzivní záležitost

Na vysavač se lidé ne dívají jako na objekt, ale jako na spotřebič. „Beru to tak – i když konstruujeme různé typy, které mohou připomínat objekty kosmického věku, výjimečný design podporuje jednoznačně funkční a praktické řešení, a splňuje požadavky nejvyšší míry účelnosti. Náš zákazník vidí, jak přístroj funguje, jak vypadá technické řešení,“ vysvětlila

Monika Kavanagh. Zkrátka vysavač je v jakékoliv designové podobě produkt, který odstraní nečistoty z koberce. Vlastně větší investice do domácnosti je koberec, a proto je důležité, jak nám ho vysavač ochrání. Dyson to umí. Svými šetrnými, přitom důkladnými a důslednými programy očistí povrchy nejrůznějších typů. Když si spotřebitel není jistý, existuje další pojistka. Konzultace po telefonu. Naši zákazníci, a nejen oni, se s námi radí, jaký přístroj koupit, jaké má výhody, proč se vyplatí do něj investovat.

Nekonečné horizonty

James Dyson byl vždycky „objevitel“ důsledný, přitom odvážný. O tom svědčí i skutečnost, že bylo vytvořeno 5127 prototypů, než se na trhu objevil jeho první bezsáčkový vysavač. Ale jaký! Barevný. Žlutý, fialový, žádná barva nebyla překážkou. Kdo by si na to v té době troufl? Když ho postavíte v interiéru, stává se okamžitě doplňkem.

„Pochopitelně tento přístup přešel v trend, začali nás napodobovat další výrobci,“ usmála se Monika Kavanagh, když nadšeně vyprávěla o majiteli světové značky spotřebičů. Jeho přístup k pojetí vysavače ji okouzluje. Také kvůli tomu málem přišla o přátele – věčnou prezentací

značky. Dnes ale mají právě její přátelé a známí vysavač Dyson doma a pochvalují si správnou volbu.

I s rodinou to lze skloubit

Monika Kavanagh jako úspěšná manažerka není žádná odlidštěná bytost. Naopak.

Miluje život a pro rodinu by udělala první poslední. Pravda, cestuje minimálně dvakrát do měsíce po světě, ale dokáže

zmanažerovat své rodinné okolí stejně jako firmu. Děti, manžel i domácí zvířata cítí, že všechno funguje a ona se zase vrátí. A dokáže ještě malý zázrak: nevypadá unaveně! Asi proto, že se ve své pozici našla a v práci vidí smysl. Ostatně – je to jistě kousek štěstí, které ji na cestě životem potkalo.

Zajímavosti o firmě:

- Nikdo nenosí oblek do práce.
- Ve Velké Británii má Dyson 50 % podílu na trhu.
- Trh Dysonu představuje 46 zemí, např. USA, Japonsko, Austrálie.
- Majitel prodal značku Japoncům, aby vyráběli jeho vysavače. Pak si ji zase vykoupil zpátky, protože nebyl spokojen s konstrukčními zásahy hledajícími úspory.
- V Británii je nejoblíbenější stojací vysavač – nejvíc s ním pracují muži.
- Mají pocit, že ho ovládají a že je to hra.

(red)



Sladký business v cukrárně

Saint Tropez

Už jste si našli své oblíbené místo pro vedení pracovních schůzek? Stylová cukrárna je více než ideální... Výběr pražských cukráren je opravdu pestrý, ale jen málokterá se může pyšnit lahůdkami připravenými podle tradičních francouzských receptů. Ty najdete v cukrárně Saint Tropez ve Vodičkově ulici v Domě U Nováků.

Přestože výsledek schůzky závisí vždy na celé řadě okolností, proč si předem nevytvořit ideální podmínky? Neformální atmosféra cukrárny pro vás může být zdrojem konstruktivních myšlenek. A ty přicházejí, když je člověk v pohodě, je mu příjemně. Toho lze docílit nesčetnými metodami, a jednou z těch, které fungují, je požitok z nějaké té dobroty v noblesním prostředí. Trocha mlsání jednou za čas neuškodí, ba naopak. Pohladí duši a přinese inspiraci. A ta do podnikání patří. Je-li váš obchodní partner příznivcem spíše tradičních českých zákusků, i on si vybere z pestré nabídky cukroví vyráběného podle receptů starých českých a vídeňských cukrářských mistrů – i to je totiž v místním sortimentu. A chcete-li úspěšné jednání pojistit, překvapte partnera zákuskem, na kterém si pochutnával sám prezident Masaryk – „Masarykův pohár“. Přesvědčte se sami, určitě to bude stát za to!

www.cafe-st-tropez.eu

(red) ¶



Jak efektivně využít čas

Ke správné odpovědi na tuto otázku je třeba „dozrát“. Každá žena, která má více pracovních i mimopracovních zájmů, je nucena si nakonec najít nějaké pomůcky, jak všechno stíhat. Já tedy prioritizuji. Na tom asi není nic převratného. To, co mne ale praxe naučila navíc, je zapomenout na jedno staré dogmatické pravidlo: „oddělovat od sebe práci a soukromý život“. Pokud máte



Ing. Hana Maříková, marketingová ředitelka,
komunikační agentura Full Attack s.r.o.

svou práci opravdu rádi, postupně vás natolik pohltí, že na zábavu a relaxaci se vám prostě přes samou práci nepodaří najít čas. Moje každodenní ranní prioritizace, většinou ve sprše, obsahuje vše, co mne ten den čeká, v legračním mixu pracovních i mimopracovních aktivit: obchodní schůzka, volejbal, prezentace, kino, lenošení s partnerem, korekce grafických

návrhů, „kafe s holkama“, interní meeting i rekonstrukce starého mlýna. Jen tak se dokážu těšit na celý den, protože vím, že mne vždy čeká něco zábavného. Tím si naprosto jasně vytvářím prostor pro relaxaci, zábavu a odpočinek. Hodně a ráda spím, maluji, cestuji, zbožňuji všechno, co je staré, žiji mimo Prahu v přírodě a pro spoustu věcí se stále umím nadchnout. Jsem optimista a potřebuji k životu dobrou

náladu a uvolnění. Při mé práci je důležité vědět, co si lidé myslí, a tak je vnímám a poslouchám, co říkají, co chtějí a po čem touží. To mne inspiruje. Ráda chodím s kamarádkami „na kafe“, nebojíme se rozebírat politiku, práci nebo si jen holčičím způsobem „podrbat“. A domácnost? Myslím, že bez vyleštěných kachliček v koupelně se dá žít!



Horoskopy

Co nám připravily planety

Horoskopy Daniely Boleslavské, které se pravidelně objevují na webu www.madambusiness.cz, najdete ve zkráceném znění také na tomto místě. Třeba vám pomohou při důležitých krocích ve vašem životě.

Znamení panny 23. 8. – 22. 9.

Novoluní 29. 8. 2011
vrcholí 05,06 hod.

Novoluní a následující dny v září využijte k posílení stability ve svém životě. Panna je zemské znamení a jejím vládcem je Merkur (inteligence, podnikavost, komunikace). Je čas si dát do pořádku také své zdraví. V tomto měsíci je nejvíce ohrožena slinivka a slezina. Budete-li zdraví, pak zvládnete nával práce, který vás čeká v tomto měsíci. Protože 9. září vstupuje planeta Merkur do znamení Panny, znamená to pro nás práci a opět práci. A 15. 9. Venuše vstoupí do znamení Váh, a tím začne její energie urovnávat veškeré vztahové záležitosti. Tam, kde se objevují Váhy, nastolují vyváženost a harmonii. Pro zrozence v Panně novoluní přináší nové možnosti, výrazné prosazení se. Otevrou novou životní kapitolu.

vaše Daniela

více na www.madambusiness.cz, www.astrokarty.cz

Muzeum i pro léto

Praha je krásná, za noci, když se den rozednívá, staletí lidem zpívá nad Vltavou... Ano, Mistr Stelibský to krásně napsal a není divu, že se právě tohle tango stalo šlágrem nejen jedné sezony... A před ním to byl Karel Hašler, který snad o každé městské čtvrti dokázal napsat písničku, popěvek či vlasteneckou píseň. Také mu to bylo přičteno k dobru... ale to je na jiné povídání. O pražské historii – od té nejstarší z dob předvěkých, slovanské, středověké, barokní, secesní (a jak se ty různé epochy jmenují), najde zájemce otevřené dveře poznání bohubilbě instituce, která se jmenuje Muzeum hlavního města Prahy. Rád chodím na všechny ty výstavy, které muzeum pro veřejnost chystá, rád si připomínám, co v matce měst bylo, je a snad bude, zůstane zachováno. Kdo by si myslel, že je to jen depozitář zaprášených exponátů, velmi by se mýlil! Expozice jsou příjemnou procházkou lidské vynalézavosti, šikovnosti, uměním dávná i současné doby. Člověk tu může rozprávět sám se sebou, klást si řadu otázek, učít se

pokoře, uvědomovat si souvislosti. Toto kulturní zařízení se věnuje nejen výzkumné činnosti, a nepořádá jen zajímavé tematické výstavy z oblastí malířství, architektury, dobových souvislostí, nýbrž i vlastním nákladem vydává nadmíru atraktivní publikace s pražskou tematikou. Knihy, které Muzeum předkládá čtenářům, jsou skvostně graficky vybavené a v prvotřídní technické kvalitě... Víím, co tvrdím po třiceti letech praxe práce s knihou. Mohou být ozdobou vaší knihovny i vkusným firemním dárkem. A protože je léto ubřečené a koupaliště zejí prázdnotou, je ideální čas na to, aby se člověk takříkajíc coudal po galeriích, obrazárnách a muzeích. To výše zmiňované doporučuji každému, kdo má Prahu rád a cítí, že by bylo dobré oživit si to, co paměť a každodenní ruch zatlačuje kamsi do ztracena. Pokud návštěvníka zajímá speciálně historie architektury, může navštívit Loosovu vilu na pražské Ořechovce – tedy vlastně vilu stavitele Müllera (a jeho manželky...), skvost funkcionalistické architektury třicátých let minulého století, jehož součástí je obnovená zahrada podle tehdejší původní.



fejeton

Kdo si nelibuje v moderně a má rád něco zemitějšího, může zavítat a poučit se o historii paroplavby na Vltavě, která se nachází v rázovitě domě, kde sídlila Podskalská vorařská celnice. Orientačním bodem je staroslavný Vyšehrad a Železniční most z Výtoně na smíchovské nádraží. Víím, že také o dovolených, jež se ne nadarmo člověk naučil přesně plánovat, bývá boj s časem, neb je toho hodně, co bychom potřebovali stihnout – lenošení, posezení s přáteli, výlety, houbaření, návštěvy cizokrajných zemí, klidné čtení detektivek nebo zahradničení ničím nerušené. Ať tak či tak, pokud se svěříte do péče pracovníků Muzea hlavního města Prahy, určitě nezabloudíte! Provedou vás věky historickými i těmi současnými, a to s citem a nadšením v srdci. A na závěr zbude čas i na posezení, třeba u pěnivého moku pod kašany na Petříně... ale to už každý podle svého gusta. A z dálky určitě uslyšíte evergrýn věčně zelený „Praha je krásná...“

Václav Jedlička

Baterie, muži a ženy

V poptávce po bateriích do notebooků letos výrazně dominují muži, kteří tvoří 80 % všech zájemců. Naopak v rámci prodeje bateriek do mobilů je zájem podle pohlaví vyrovnaný. Ženy si totiž pořízují 49 % z celkového prodeje baterií do mobilních telefonů, což je o 10 % více než loni.

Letos zaznamenal e-shop BatteryShop.cz průměrnou hodnotu objednávky baterií pro notebooky ve výši 1600 Kč. Co se týče baterií do mobilních telefonů, za prvních šest měsíců roku 2011 tvořila průměrná cena nákupu 290 Kč. V rámci bateriek do digitálních fotoaparátů zákazníci investovali do zboží v průměru 270 Kč. Hodnota nákupu baterií se u mužů a u žen neliší. „Péče o digitální hračky je tradičně mužskou výsadou. Proto v rámci všech komodit, mezi které patří baterie do notebooků, fotoaparátů, videokamer nebo PDA, mezi zákazníky výrazně převažují muži,“ sdělil

Radim Tlapák, ředitel internetového obchodu BatteryShop.cz, který prodává baterie pod vlastním označením T6 power. „Jedinou výjimkou jsou baterie do mobilních telefonů. Zde pozorujeme nárůst poptávky ze strany žen. Lze očekávat, že do konce roku v nákupu zboží dokonce muže předběhnou,“ doplnil R. Tlapák s tím, že ženy volí nákup v e-shopu kvůli intuitivnímu průvodci výběrem baterií. Internetový obchod BatteryShop.cz registroval za první pololetí 2011 průměrnou cenu objednávky 1559 Kč, což znamená 15% nárůst oproti stejnému období loňského roku. Největší

podíl poptávky zaznamenal e-shop po bateriích pro notebooky, které si pořizovalo 41 % ze všech zákazníků. Nejprodávanějším produktem se letos stala baterie Li-42B pro fotoaparáty Olympus v hodnotě 269 Kč. „Důvodem nárůstu hodnoty objednávky je kontinuální nárůst prodeje baterií do notebooků. Cena tohoto zboží je totiž obecně vyšší,“ uvedl Radim Tlapák z e-shopu BatteryShop.cz. „Naopak registrujeme stagnaci v oblasti prodeje baterií do videokamer. Ty si zákazníci pořízují hlavně v létě před svými dovolenými,“ dodal R. Tlapák. (tz)

Pračka LG jako jednička

Představuji si pračku, která bude věrnou kamarádkou. Bude nejen sloužit, ale čist také moje myšlenky. Než ji zapnu, zeptá se mne, jestli nemá ztlumit své roztomilé předení a raději pustit pořádný rock nebo džez. Jestli hodlám využít odpadní vodu na splachování WC, nebo ji miním poslat do kanalizace. Zda si přeji, aby prádlo pánské vonělo jinak než dámské... Asi se chytáte za hlavu, ale proč si nepřipustit i takové možnosti, když si už svět vymýšlí kde co... Pračky LG mají v sobě zakódováno mnoho vymožeností, s některými jsme vás již seznámili v červnovém a červencovém vydání. Připomeňme a zopakujme výhody a zajímavosti, které budují také u české veřejnosti. Pračky od LG jsou již tři roky nejprodávanější na 50 trzích celého světa, v USA je LG jedničkou dokonce již 4 roky. Za takovým úspěchem je například speciální patentovaná technologie motoru Direct Drive™. O co se jedná? Běžná pračka má obyčejný elektromotor, který přes řemen a řemenici pohání bubnu. Motor tak bubnem



točí a nic dalšího se neděje. Naproti tomu pračky LG Direct Drive™ používají speciální krokový motor (invertor), který je připevněn přímo k bubnu. Odpadají vibrace, a tím nestabilita pračky. Praní je neuvěřitelně tiché. Krokový motor má delší životnost a spolehlivost – i proto je na něj zcela ojedinělá záruka 10 let. Tím, že je použit krokový motor, je možné optimalizovat pohyb bubnu tak, aby vyprání prádla bylo naprosto dokonalé. Pračky LG jsou také extrémně úsporné. Díky systému Fuzzy Logic si pračka nejdříve zjistí, kolik prádla je do ní vloženo, a naplánuje počet máchacích cyklů, vypočítá spotřebu vody. Během praní pak senzory kontrolují samotný proces, zda třeba nevzniká mnoho pěny. Zatímco běžné pračky používají klasická topná tělesa, pračky LG mají speciální topné těleso z chirurgické oceli. Ta je velmi odolná a ve spojení s kvalitním pracím práškem nedochází k usazování vodního kamene. Tím je zaručena delší životnost pračky.

Investice do nové pračky se vrátí velmi brzy. Nejen na ušetřené vodě a elektrické energii při praní, ale také na delší životnosti oblečení, které není při praní tak namáháno, a při žehlení, které je mnohem jednodušší.

(rix, tz) 9

Vyhodnocení soutěže

V minulém čísle Prosperity Madam Business jsme zveřejnili na str. 17 soutěžní otázku, na niž přišlo hodně odpovědí.



Správná odpověď na soutěžní otázku zní: Logitech Colour Collection.

Ze správných odpovědí byli vylosováni a bezdrátovou myš k notebooku z této kolekce získávají: Jaroslava Holečková z Vlkonice, pošta Horažďovice, a Michal Kloud z Prahy 9. Výhercům blahopřejeme.

PROFESIONÁLNÍ BEZPEČNOSTNÍ SLUŽBY

- OSOBNÍ STRÁŽCE
- OZBROJENÉ DOPROVODY
- FYZICKÁ OSTRÁHA OBJEKTŮ
- FILMOVÁ, FESTIVALOVÁ, HOTELOVÁ OSTRÁHA
- POŘADATELSKÁ A POŘÁDKOVÁ SLUŽBA
- PULT CENTRÁLNÍ OCHRANY
- SPECIÁLNÍ SLUŽBY



Tel.: +420 257 219 330

www.mafasgroup.cz

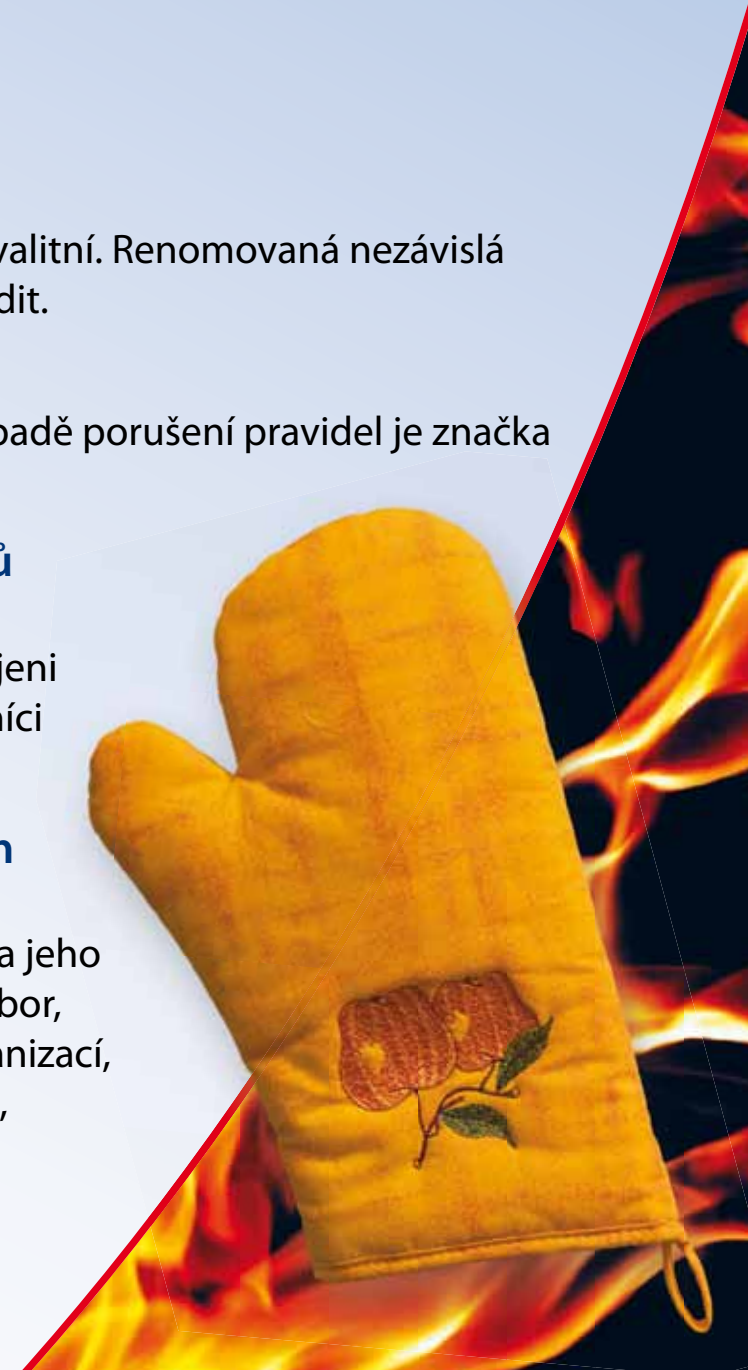


Víte, jak se **nespálit** při výběru zboží a služeb?

Vybírejte produkty označené logem Programu Česká kvalita. Získáte jistotu, že:

- **Výrobek (služba) je kvalitní**
- **Kvalitu ověřila nezávislá zkušebna**
Nestačí, že výrobce prohlásí produkt za kvalitní. Renomovaná nezávislá zkušebna musí jeho kvalitu ověřit a potvrdit.
- **Kvalita je průběžně kontrolována**
Dodržování kvality je kontrolováno. V případě porušení pravidel je značka odebrána.
- **Je ověřována spokojenost zákazníků s výrobkem či službou**
Zákazníci jsou dotazováni, jak jsou spokojeni s výrobkem či službou. Pokud jsou zákazníci nespokojeni, je značka odebrána.
- **Program Česká kvalita je garantován vládou České republiky**
Program byl přijat usnesením vlády ČR. Na jeho objektivitu a nestrannost dohlíží Řídící výbor, složený ze zástupců spotřebitelských organizací, Hospodářské komory ČR, státních orgánů, Rady kvality ČR.
- **Více informací najdete na:**

www.ceskakvalita.cz



ZNAČKY KVALITY PRO SPOTŘEBITELE



Mediaální partneři >>>

