

# Madam<sup>®</sup> BUSINESS

PROSPERITA

říjen 2014

Miluj mne nemiluj

Eva Bixi

Na jazýčku vah  
Míhá se můj život plný snah  
Proč to je a kdo to spískal  
Kdo mne má rád  
A kdo mi vlasy před minutou vískal  
Kdo mne proklíná  
A kdo vedle mne už nevzlíná  
Spíš usíná  
Po mapě zážitků bloudím očima  
A skener vzpomínek  
Tvé kšandy napíná  
Chtěla bych popsat něco  
Co se rýmuje  
Ale seš slušňák  
Tak jen něco  
Co štymuje  
Třeba dopisní známka vzhůru nohama  
To budu tvoje ne už dnes od rána

Lenka  
Hálková

Dnes vím, že jsem tehdy dostala  
úžasný prostor

rozhovor na stranách 10–12

## Ribretto

Po stopě sladké vášně...

www.ribretto.cz





# Na chvíli, kdy oficiálně vyvěsíme vlajky NN pojišťovny a penzijní společnosti, se velmi těším



Renata Mrázová

Když jsem generální ředitelku ING Životní pojišťovny ČR/SR Renatu Mrázovou slyšela před pár lety poprvé hovořit na jedné z tiskových konferencí, poznala jsem okamžitě, jaký pramen síly v této úžasné ženě je. Pochopila jsem, že je to špičková manažerka svou energií, chutí a osobním nasazením pro věc nepřehlédnutelná. Že víra v možnosti, které s sebou nese doba plná podnikatelských výzev a změn, touha se seberealizovat a umění vést tým jsou jedny z hlavních atributů, jež Renatě Mrázové doslova přebývají. A velmi jsem si přála, aby na našich stránkách vystoupila opakovaně:

**Ví se o vás, že jste osobností, která dokáže naplňovat vize a cíle mateřské společnosti, kterou v brzké době čekají velké změny. Jaké?**

Prvním velkým krokem pro naši společnost byl velmi úspěšný vstup na amsterdamskou burzu na začátku července. Na burzu Euronext jsme vstoupili již pod novým jménem NN jako součást NN Group. Do jara příštího roku budeme

pro veřejnost stále vystupovat jako ING Pojišťovna, ale vstupem na burzu se z nás stal zcela nezávislý a samostatný subjekt. Na chvíli, kdy oficiálně vyvěsíme vlajky NN pojišťovny a penzijní společnosti, se velice těším – je to pro nás všechny obrovská výzva. Vzhledem k tomu, jak náročná byla příprava na IPO, které se vydařilo dokonce nad naše očekávání, jsem přesvědčena o tom, že jsme opravdu silnou a stabilní společností, která má co nabídnout.

**Zkusím to zrekapitulovat: pojišťovací část ING Group vstoupila letos na burzu a pod novým názvem NN zahájila novou etapu svého fungování jako samostatná nezávislá evropská pojišťovna. Tím se vydělila z ING Group a bude působit jako jiný subjekt. Zůstane portfolio produktů a služeb zachováno, nebo se výrazně změní?**

Kromě nového loga a nové vizuální identity žádné zásadní změny nenastanou a naše portfolio zůstane zachováno. K jeho úpravám bude docházet formou různých vylepšení a novinek, ke kterým bychom ale přistupovali tak jako tak. Přesto je třeba si uvědomit, že jde o důležitý

**Přesto je třeba si uvědomit, že jde o důležitý milník, protože se vracíme ke kořenům našeho businessu. Stáváme se samostatnou firmou, která dělá to, co umí nejlépe – tedy pojišťovnictví. Máme skvělé lidi, produkty a profesionální obchodní službu. Jsme součástí 170leté tradice a stále jsme u zrodu moderního pojišťovnictví – to všechno má značka NN připomenout.**

milník, protože se vracíme ke kořenům našeho businessu. Stáváme se samostatnou firmou, která dělá to, co umí nejlépe – tedy pojišťovnictví. Máme skvělé lidi, produkty a profesionální obchodní službu. Jsme součástí 170leté tradice a stále jsme u zrodu moderního pojišťovnictví – to všechno má značka NN připomenout.

**Jak se proměna firmy dotkne vašeho týmu v ČR a v SR?**

V případě vstupu na burzu k organizačním ani jiným změnám nedochází. Tím, že tzv. jedeme sami na sebe, naopak získáváme obrovskou motivaci a příležitost ukázat, co v nás všechno je, a jsem přesvědčena, že tuto příležitost maximálně využijeme. Chceme sázet na kvalitu, nikoli kvantitu, a chceme naše produkty co nejlépe přizpůsobit potřebám místního trhu.

**Co to bude znamenat pro klienty?**

Přechod na novou značku je vždy velmi výraznou změnou, proto ji budeme muset našim klientům dobře vysvětlit. Je důležité, aby věděli, kdo jsme, jaké jsou naše kořeny a na jaké zkušenosti navazujeme. NN je partnerem, který nabízí řešení, který umí udělat klientovi analýzu potřeb a být mu nápomocen při jeho

finančních rozhodnutí. NN je expert na zajištění rizik a přípravy na důstojné stáří, rozumí potřebám klientů a díky kvalitnímu finančnímu plánu umí dobře poradit. Neděláme rozhodnutí za klienta, chceme, aby se rozhodoval sám. My při něm pouze stojíme, a pokud potřebuje, umíme poradit. Není v tom ale rozdíl od našeho dosavadního přístupu, takže klienty v podstatě čeká jediná změna – nová značka a nové logo.

**Chystáte nové služby nebo produkty?**

Stejně jako v jiných oblastech, ani v pojišťovnictví, se nevyplácí usnout na vavřínech. Na trhu se průběžně objevují novinky, takže i my budeme stejně jako doposud neustále inovovat a vymýšlet, jak našim klientům vyjít co nejvíce vstříc. Již nyní chystáme rozšiřování našeho servisního portálu o nové funkce, které klientům např. zpřehlední a zjednoduší komunikaci s námi. Loni jsme spustili webové stránky jak ING Životní pojišťovny, tak ING Penzijní společnosti ve speciální verzi pro slabozraké, které se setkaly s velkým úspěchem. Obdobná vylepšení proto plánujeme do budoucna. Na jaře vyšla pod naší záštitou knížka Denisy Proškové Kde rostou peníze?, která nejmenším dětem pomáhá pochopit, jak funguje svět peněz. Vzhledem k tomu, že mám dvě malé děti, téma finančního vzdělávání od nejútlejšího věku hodně podporuji. I proto jsme ještě vytvořili deskovou hru Uroboros – Koloběh života a další aktivity v této oblasti plánujeme. A inovace samozřejmě

**Samozřejmě, mohla bych vám vyprávět! Šéfové jsou často považováni za stroje, kterých se žádné nálady a starosti netýkají – tak to bohužel není.**

neminou ani naše produkty. Klienti se mají na co těšit.

**Pro vás osobně je to jistě vysoce zátěžové období. Co děláte, abyste vše zvládla?**

Je fakt, že jsem ve své kariéře projekt podobného rozsahu ještě nezažila. Větší zátěž na sobě našťastě zatím necítuji, protože pracuji s lidmi, kteří svou práci odvádějí na jedničku a ubírají mi hodně starostí. Navíc jsem se za ty roky ve vedoucích pozicích naučila poměrně dobře oddělovat pracovní život od soukromého a daří se mi mít obě dvě sféry nastaveny tak, jak mi vyhovuje.

**Měla jste letos dovolenou a našla si čas na dcery a manžela?**

Léto bylo pro mě spíše pracovní. Velkou dovolenou s rodinou jsem absolvovala už na jaře a další plány máme na zimní sezonu. Letní měsíce jsem využila k tomu, abych lépe poznala naši slovenskou pobočku a spolu se svým týmem jsme začala chystat střednědobý plán. Prázdnin sem si ale i tak užila, s manželem a dětmi jsme často vyrazili na prodloužené víkendy ať už po Česku, nebo i do blízkého zahraničí.

**Může být šéfka také někdy unavená?**

Samozřejmě, mohla bych vám vyprávět! Šéfové jsou často považováni za stroje, kterých se žádné nálady a starosti netýkají – tak to bohužel není. I já občas nemám „svůj“ den, ale hodně dbám na to, aby mé případné špatné rozpoložení neodnášelo okolí. Obzvláště tak velká změna, jakou je rebranding značky, znamená zátěž, která se podepisuje nejen na šéfech, ale na všech zaměstnancích. Proto se snažíme dávat našim lidem maximální podporu.

**Budete mít i nadále prostor na prevenční aktivity proti rakovině prsu v rámci pojištění pro ženy For You?**

Projekt For You je mojí srdeční záležitostí, takže si na něj prostor rozhodně udělám. Na projektu stále velmi intenzivně pracujeme a podporujeme naše partnery a platí i to, že je nadále patronkou For You Lucie Bílá. Už druhým rokem se také podílíme na projektu Nejde jen o prsa, který organizuje Aliance žen s rakovinou prsu. Jde o sérii přednášek o rakovině prsu a její prevenci určených středoškolačkám. Dívky, či spíše mladé ženy, se na něm naučí i preventivnímu samovyšetření prsu, díky kterému se ročně daří odhalit stále více nádorů v raném stádiu. For You letos oslaví své druhé narozeniny a já jsem moc hrdá na to, že se nám jej podařilo skvěle rozjet a že máme pozitivní ohlasy nejen od žen, které si toto pojištění sjednaly.

otázky připravila Eva Brixl

## Udělejte si test svého zdraví a získejte krokoměr

**Závažné onemocnění jsou hrozbou pro všechny bez rozdílu. A proto pro zmírnění dopadů nejen na rodinný rozpočet nabízí ING Životní pojišťovna připojištění pro případ závažných onemocnění dospělých, které má aktuálně nejširší krytí na trhu – zahrnuje téměř 70 diagnóz. Navíc ING Životní pojišťovna spustila speciální zdravotní test, který pomůže odhalit nedostatky v životosprávě.**

„Zdravotní test jsme vyvinuli ve spolupráci s výživovým poradcem Ing. Petrem Havlíčkem, známým z pořadu Jste to, co jíte. Je umístěn na webové stránce [www.zdravometr.cz](http://www.zdravometr.cz) a všem, kdo vyplní test, pomůže odhalit nedostatky v životosprávě a nabídne konkrétní tipy, jak své zdraví lépe podpořit,“ uvedla Helena Lazosová,

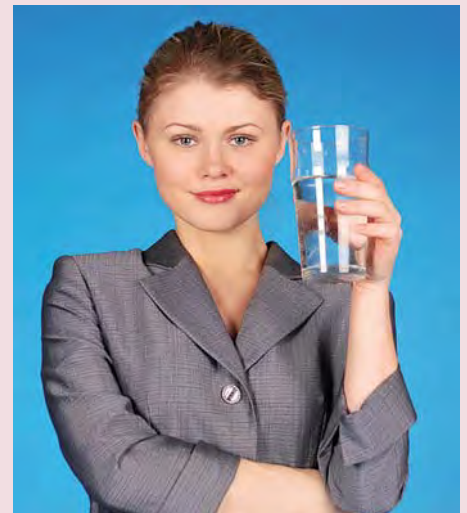


Foto Shutterstock

ředitelka marketingu a produktového vývoje ING Životní pojišťovny. A pokud zájemci vyplní formulář na webu a sejdou se s poradcem ING, aby se dozvěděli více o tom, jak ochránit sebe a svou rodinu, získají dárek – krokoměr s měřením tělesného tuku.

Připojištění pro případ závažného onemocnění dospělých ING Životní pojišťovny zahrnuje téměř 70 diagnóz. Patří mezi ně nejčastější onemocnění, jako je rakovina či srdeční infarkt, ale také tzv. turistické nemoci, které si můžete nechtěně přivést z exotické dovolené (např. břišní tyfus).

„V případě diagnózy závažného onemocnění může výplata z připojištění pomoci nahradit výpadek příjmu nebo financovat rehabilitaci, úpravu bydlení apod. Vážná onemocnění jsou totiž často spojena s náročnou, a především dlouhou rekonvalescencí, proto mít připojištění pro tyto případy by mělo patřit k základní pojistné ochraně,“ doplnila Helena Lazosová. (tz) ■■■



# Jak se všichni potkáváme

Také se vám to čas od času stane? Nevidíte se s někdejšími kolegy, přáteli, známými pár roků, osud vás každého zavál do trochu jiného úhlu světa, a najednou šup, prostě potkáte se s pár lidmi v jeden den, aniž jste to plánovali a připravovali měsíc dopředu. Jaká jsou ta shledání? Jsou stále vřelá jako dřív? Nebo rozpačitější, méně srdečná? Zpravidla se mi stává, že jsou taková setkání veselejší než jiná, bezprostřednější a energická. Mám je ráda. Jsou plná emocí, radosti, úsměvů. Nesou s sebou překvapko a pocit smysluplnosti. V ten okamžik si člověk pomyslí, že ty proklínané mezilidské vztahy nemusí být ještě tak nejhorší, přestane přemýšlet o hloupostech a vrhá se s dobrou náladou do další práce. A tak, pokud k vám můj pozdrav doletí, zdravím dopředu a na dálku... Třeba se zase potkáme.

Eva Brixi



## Tip Grady

## Jak prokouknout druhé lidi



Chcete být o krok napřed před ostatními a rychle „přečíst“ druhé lidi? Nechte si poradit od Joea Navarroy, bývalého agenta kontrarozvědky FBI a uznávaného experta na neverbální chování. V knize vysvětluje, jak odhalit názory a myšlenky druhých z řeči jejich těla, ale také jak s její pomocí získat něčí důvěru a podpořit svou autoritu. Kniha je doplněna fotografiemi a příklady z profesionální autorovy praxe.

### partneři [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

generální partner:

**DESIGN4NET**

[www.design4net.cz](http://www.design4net.cz)

hlavní partner:



[www.ovus.cz](http://www.ovus.cz)

partneři:



[www.yourchance.cz](http://www.yourchance.cz)



[www.svatebni-dorty.cz](http://www.svatebni-dorty.cz)



[www.pardubickypernik.cz](http://www.pardubickypernik.cz)



[www.tsoft.cz](http://www.tsoft.cz)



[www.coop.cz](http://www.coop.cz)



[www.konopnyshop.cz](http://www.konopnyshop.cz)



[www.balamina.cz](http://www.balamina.cz)



[www.vinoabobule.cz](http://www.vinoabobule.cz)



[www.modelpraha.cz](http://www.modelpraha.cz)



[www.zpmvcr.cz](http://www.zpmvcr.cz)



[www.zts.cz](http://www.zts.cz)



[www.laznejachymov.cz](http://www.laznejachymov.cz)

### Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 8, říjen 2014

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

Šéfredaktorka: PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: [brixi@prosperita.cz](mailto:brixi@prosperita.cz), mobil: 602 618 008

Obchodní ředitel: Martin Šimek, e-mail: [martin@iprosperita.cz](mailto:martin@iprosperita.cz), mobil: 606 615 609

Grafický design: Michal Schneidewind, Korektury: Mgr. Pavla Rožničková

Tisk: Beton & Print, s. r. o., Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

[www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

Šéfredaktor: Martin Šimek

Internetový marketing: Media Know, [www.mediaknow.cz](http://www.mediaknow.cz)

Doporučujeme vám  
kosmetickou poradnu GERnétic  
na [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)



### Co by podle vás nemělo chybět v moderním marketingu?

Petra Takáčová, BA (Hons), MA  
manažer firemní a marketingové  
komunikace AGC Flat Glass Czech a. s.

Myslím, že v zásadě není ani tak důležité, zda mluvíme o tradičním, nebo moderním marketingu. Naopak bych řekla, že charakteristickým rysem současné doby je, že objevujeme dávno objevené a vracíme se k tomu, co lze již roky považovat za platné. Jistě, určitý způsob marketingu, který byl praktikován před deseti lety, nemusí v dnešní době vůbec fungovat, ale v zásadě bych se držela zdravého selského rozumu a intuice, dobrého nápadu a spolehlivého prodejního týmu, který je schopen získat si své (v dnešní době již velice sofistikované) zákazníky, pečovat o ně a udržet si je. Nepovažovat je pouze za zdroj peněz, ale věnovat jim potřebnou péči, žít společně s nimi jejich podnikatelský život, neustále zjišťovat jejich přání a potřeby a projevovat snahu o neustálé zlepšování produktu i služeb. Důležité je také to, aby marketing nebyl považován jen za jakousi jednorázovou aktivitu, kterou má ve firmě na starosti pouze jeden člověk. Marketing by měl být chápán jako trvalý koncept a marketingově by měl uvažovat a jednat prakticky každý zaměstnanec, počínaje recepční u vchodu. Je třeba být stále ve střehu, respektovat konkurenci, být schopni využít nových příležitostí, reagovat na vývoj podmínek a být schopni (a ochotni) se jim flexibilně přizpůsobovat. A pokud se vám toto vše daří, máte vyhráno.



### Mají to podnikatelky a manažerky v životě složitější než jejich mužské protějšky?

Ing. Petr Puš  
obchodní a marketingový ředitel  
PRECIOSA ORNELA, a. s.

Obecně na tuto otázku odpovědět nelze, vždy záleží na každém individuálním případě. Být ženou, stejně tak jako být mužem, přináší v životě i v profesi řadu výhod i řadu nevýhod. Podle mne jde zejména o to, jak si žena v exponované pozici dokáže poradit s možnými předsudky svých mužských protějšků, jak to dokáže vnitřně „ustát“, aby ji podobné předsudky nedeprimovaly, případně, aby ji nenutily se proti nim neadekvátně vymezovat. Jinak o schopnostech žen vynikat v odborné i organizační rovině netřeba pochybovat, tam nás muže mnohdy dalece předčí!



### Informace do kabelky

## Tchibo a edice vín Karel Roden

Společnost Tchibo navázala exkluzivní spolupráci se seriálem TV Prima Vinaři a při této příležitosti začala nabízet limitovanou edici vín z řady Karel Roden. Herec v seriálu účinkuje jako host a je spojován i s originální značkou svého vína. Limitované edice jsou exkluzivně v prodeji pouze v obchodech Tchibo a představují dva druhy vín – Pálava pozdní sběr 2013 a Neuburské pozdní sběr 2013. Zákazníci obdrží dárek v podobě fotografie Karla Rodena s jeho podpisem a dárkovou tašku na víno s logem Vinaři. Vína budou v prodeji do vyprodání zásob. Edici vín Karel Roden již pět let exkluzivně připravuje Adámkovo vinařství z Višňové u Znojma, které je rovněž partnerem seriálu Vinaři. (tz)



# Asii a Ameriku propojuje právě Evropa



Významný okamžik před podpisem smlouvy, Bohuslava Šenkýřová uprostřed

**V polovině září jste podepsala za českou stranu významnou smlouvu mezi třemi univerzitami, jež reprezentuje nový směr spolupráce mezi ČR, Čínou a USA. To je odvážný globální strategický krok. Jak vnímáte prostor, který se tímto otevírá?**

Jednoznačně pozitivně. Často slyšíme, že vzdělání staví mosty. Spolupráce mezi Vysokou školou finanční a správní, City University of Seattle a Chanchung University of Finance and Economics je důkazem, že podobné slovní spojení není jen frází, ale že je při dobré vůli dokážeme naplňovat. Líbí se mi i symbolika toho, že Asii a Ameriku propojuje právě Evropa, kde nalézáme jak tradici, tak moderní a otevřené přístupy, tedy to nejlepší z obou kontinentů.

**Rozhodli jste se nabídnout studium zájemcům z Číny a USA. Co to bude znamenat pro rozvoj školy a jak to váže k orientaci české ekonomiky?**

Pro školu je to jednoznačná podpora faktu, že se postupně stává mezinárodní. Na naší univerzitě už v současnosti studuje okolo tisícovky zahraničních studentů a zájem o naše anglické obory ukazuje, že toto číslo ještě poroste. Co se orientace české ekonomiky týče, tady si troufnu říct, že jsme byli (opět) průkopníci. Vždyť jsme spolupráci začali domlouvat ještě dávno před oteplením česko-čínských obchodních vztahů. A ukázalo se, že jdeme správným směrem.

**Ponese to s sebou i velké nároky na jazykové vybavení, které je v České republice stále velice špatné. Bude se přednášet více anglicky? A co všechno bude možné pokrýt čínštinou?**

Náš společný program je koncipován celý v angličtině, je to i jeden z největších přínosů pro čínské studenty, že budou moci vy-

studovat ve světovém jazyce, a upevnit tak svoje znalosti. Obecně jsem přesvědčená, že škola bude klást čím dál větší nároky na jazykovou vybavenost pedagogů i studentů, a skutečně se bude v tomto jazyce přednášet stále častěji. Co se čínštiny týče, měli jsme tu dokonce kurzy čínštiny a umím si představit, že při zájmu ze strany studentů se k nim opět vrátíme.

**Líbí se mi i symbolika toho, že Asii a Ameriku propojuje právě Evropa, kde nalézáme jak tradici, tak moderní a otevřené přístupy, tedy to nejlepší z obou kontinentů.**

**Číňané jsou velmi ambiciózní, vzestup jejich firem je patrný i podle počtu podávaných patentů. Nebude příliv zahraničních studentů pro naši ekonomiku příliš konkurenční?**

Jsem pevně přesvědčená, že konkurence je zdravá, ostatně když to nebudou čínské firmy, budou to firmy třeba ruské nebo jihoamerické. Nemůžeme přeci naši ekonomiku uzavřít do kokonu a tvářit se, že globalizace neexistuje. Že to bude klást velké nároky na naše firmy, to je bez diskuze. Uspějí jen nejlepší.

**Studijní program připravují všechny tři strany velice pečlivě. Nač bude především zaměřen?**

Nad doladěním detailů jsme skutečně strávili a stále ještě trávíme spoustu času. Všechno

**Novinkami Vysoká škola finanční a správní vždy ráda překvapuje. Také letošní podzim byl tím, který lze pojmenovat opětovně časem vítězným, neboť dal oficiální základy jednomu z dalších moderních směrů univerzity. A opět se potvrdilo, že toto centrum vzdělávání naplňuje poslání, které dostalo do vínku – být co nejbližší potřebám praxe, vzdělávat špičkové odborníky pro ekonomiku, a nejen v rozměrech českých možností. O komentář jsem požádala rektorku VŠFS Dr. Bohuslavu Šenkýřovou:**

musí být připraveno velmi podrobně tak, aby se čínští studenti cítili v Praze jako doma. Zaměřen je na získání tří titulů (čínského, českého, či evropského, a amerického), které spolu s vynikajícími jazykovými znalostmi umožní absolventům orientovat se po celém světě, třeba právě tady u nás, kde můžeme hovořit doslova o boomu čínských firem.

**Sama jste procestovala celý svět – co jste si odnesla ve svém srdci z USA a co z Číny? Čím vás tyto destinace okouzly?**

V USA jsou to snad více než nějaké turistické zážitky přátelské vztahy a vazby, třeba právě ze Seattlu, kde sídlí naše partnerská CityU. A Čína, to by bylo na dlouhé vyprávění. Mám-li se zastavit jen u jedné věci, pak je to čínské umění, které prostupuje vším, jejich běžným životem, vnímáním světa, filozofií. Číňané milují krásu a umění, a byť to někdy může nezkušenému oku připadat povrchní, je za tím i hluboká pokora a vědomí vlastní tradice a historie.

ptala se Eva Brixl



A pro fotografie už jen úsměv...





# Liška nebere stopaře, co se jen vezou

Ve čtyřčlenném představenstvu Českomoravské stavební spořitelny zastupuje Ing. Věra Koubová ženský element – přirozený půvab a eleganci, citlivost a vnímavost. O sobě však tvrdí, že jí nechybí ani mužské vlastnosti a racionální přístup k věci. Hovořili jsme o tom v následujících řádcích.

## ČMSS



Na těchto základech můžete stavět

Pamatuji se na vaše vyprávění o tom, jak jste nastoupila do Českomoravské stavební spořitelny jako do prostředí, které jste vůbec neznala.

Dnes působíte v pozici členky představenstva. Jaká byla ta cesta úspěchu?

Byla plná zajímavých úkolů, příležitostí a podnětů. Někdy se mě lidé ptají, co jsem dělala jinak než ostatní. Odpovídám, že jsem vždy pracovala, jak jsem nejlépe uměla. Možná víc než jiní. A protože mě to bavilo, ani jsem si nějaké zvláštní vypětí neuvědomovala. Každé možnosti, která se nabízela, jsem se chopila.

**Stala se práce smyslem vašeho života?**

To nemohu říci. Mám tyto hodnoty vyvážené, ale na první místo stavím svou rodinu. A chci si žít i užít, nejen stále pracovat. Smyslem života je podle mého názoru hledat rovnováhu.

**Měla jste už tehdy své ambice, nebo jste možnost pracovat pro Lišku brala jako jednu z mnoha příležitostí?**

Liška byla jedna z příležitostí, která se mi po šesti letech mateřské dovolené nabízela.

**Ženy jsou ve své podstatě pečovatelky, což se velmi hodí ve vztahu ke klientovi. Vědí, co potřebuje, dokáží se vcítit do jeho potřeb. Umí se podívat na problém jeho očima. V tom spočívá obrovská výhoda zejména v klientských odborech.**

tu šanci dala a já zůstala dodnes.

**Na jaké pozici jste v Lišce začínala?**

Začínala jsem jako referent v IT oblasti. Takže od píky jsem postupovala krůček po krůčku nahoru.

**Do finančnictví ženy pronikaly u nás velmi pozvolna, byl to dlouho obor mužů – jak se cítíte na poli, které mužům u nás ještě hodně patří?**

Ano, je to spíše mužská doména, ale nejsou muži jako muži. Někteří mají velké ego, ale u jiných je osobnost plná ženských vlastností. Podobně to však platí i u žen, kombinují v sobě obě polarity. Může to být pro zasmání, ale jednu dobu jsem si opravdu myslela, že mu-

V době po listopadu 1989 jich pro matku se dvěma dětmi nebylo mnoho. Stavební spořitelna mi

Ing. Věra Koubová

sím být chlap, když tu vydržím pracovat. V mužském kolektivu se cítím dobře a dobře se mi s ním spolupracuje. Muži přemýšlejí jinak, neovládají je tolik emoce jako nás ženy, v jednání postupují příměji. Prostě kombinace ženských a mužských prvků mi vyhovuje.

**A jaký je váš vztah k číslům?**

Na škole jsem měla ráda tělocvik a matematiku, protože je řízena logikou. Naučila jsem se, že za každou práci musí být výsledek – a to jsou ta čísla. Jistě jsem pragmaticky založený člověk, ale zároveň i žena plná emocí, takže se to vhodně doplňuje.

**Na druhé straně, většina zaměstnanců Lišky jsou ženy. Ovlivňuje to nějakým způsobem pohled na ně, firemní kulturu, zaměstnanecké benefity?**

Ženy jsou ve své podstatě pečovatelky, což se velmi hodí ve vztahu ke klientovi. Vědí, co potřebuje, dokáží se vcítit do jeho potřeb. Umí se

podívat na problém jeho očima. V tom spočívá obrovská výhoda zejména v klientských odborech. Pokud budeme mluvit o firemních benefitech, neřekla bych, že jsou nastaveny extra pro ženy. Najdou si tam to své jak ženy, tak muži. Například jsme zde měli kurz vaření a mnoho zájemců se našlo mezi muži. Máme vlastní školku, ale do ní vodí své děti i muži. Chceme vrátit matku do práce, ale mnohdy je to pomoc i mužům. Vždyť i ti chodí na mateř-



skou dovolenou. Firemní kulturu Lišky považuji za vysoce kooperující. Lidi u nás spolu rádi spolupracují. Navzájem se znají a tráví spolu i volný čas mimo práci. Vymýšlejí různé aktivity, aby byly spolu. Líbí se mi i příměst ve vztazích, věci si říkáme na rovinu. Dáváme tu také dostatek prostoru těm, kteří se chtějí realizovat. Zažila jsem to na vlastní kůži a snažím se poskytovat volnost a pravomoc i ostatním.

Zaujal mě slogan, který jsem si vytiskla a mám ho na nástěnce stále na očích. Zní: „Nebere me stopař!“ Tedy ty pasažéry, co se jen vezou, ve svém týmu mít nechci. Zájem mám o spolupracovníky, kteří chtějí něco zlepšit, vymýšlejí nové věci, jsou tvůrčí a konstruktivní, ne pasivní.

#### Míváte problém sehnat takové lidi?

Záleží na tom, jakou pozici chceme obsadit. Do back office máme zájemců hodně. Když hledáme šikovné pracovníky do IT, bývá to těžší.

#### Dnes máte jiný rozměr odpovědnosti než před lety. Jak ji vnímáte?

K odpovědnosti musí být kuráž a já se snažím nebát. Uvědomuji si, že některá rozhodnutí nejsou jednoduchá. Ale od toho mám tým, abych se mohla poradit a ujasnit si názor. Patřím k těm, kteří podněcují své lidi, aby chodili až na hranici přijatelného rizika. Mohu si nastavit procesy, které budou na 150 procent bezpečné, businessu však nic nepřinesou. Musím pak přijmout i chyby, které se vždycky při riskování stanou. Jde jen o to se z nich poučit, aby se stejná chyba už příště neopakovala.

#### Našly by se okamžiky, kdy si nevíte rady?

Ano, i to se mi stává. Ale už jsem se zbavila dojmu, že jediné já mám ten správný názor. Lidi se hodně ptám a vím, že když se společně poradíme, snáz najdeme cestu, která je ta správná.

#### I doma se radíte?

Rádím se s manželem, protože on se na věc dívá úplně jinak. Jdeme na procházku a nastolím mu svůj problém. Manžel ho vidí jinýma očima, chápe v jiných souvislostech, bez profesionální deformace. Mohu se poradit i s dětmi. Mají už svůj rozum, zároveň jsou však „čistší“, dívají se neotřelým pohledem. Ale neptám se často, protože nechci práci tahat domů.

**Vím, že důraz kladete na organizaci práce, souhru týmu a porozumění v něm. Ale také vám hodně pomáhá intuice. Tu ještě donedávna odborníci na řízení odsuzovali, ale podle mne se na ni dá dobře spoléhat...**

Když cítím, že je něco správné, dám na ten pocit a už se s nikým o tom nemusím radit. Ozve se to často při výběru lidí. Když mi něco v zádech „šimrá“, radši jdu od toho a počkám. Když se má začít s novým projektem a váháme, jestli do toho půjdeme, nebo ne, hodně mi ženská intuice napoví. Když vycítím, že to je správné, dám pak do toho víc osobního úsilí.

#### Co podle vás ženy ve vaší společnosti vnášejí do businessu?

Do businessu nemůžete jít podle mého přesvědčení jen s ženskými emocemi nebo jen mužskou racionalitou. Ideálně to funguje, když se oba principy prolínají a doplňují.

**Nedávno mi jeden podnikatel připomenul, že nejen pro práci je člověk stvořen, ale má myslet i na osobní život a prožívat si ho se vším všudy. Pro vás je rodina hodně důležitá. Máte na ni opravdu tolik času, kolik byste si přála?**

Jsmo sportovně založená rodina, při sportu jsme se i s manželem seznámili. Děti jsme



**K odpovědnosti musí být kuráž a já se snažím nebát. Uvědomuji si, že některá rozhodnutí nejsou jednoduchá. Ale od toho mám tým, abych se mohla poradit a ujasnit si názor. Patřím k těm, kteří podněcují své lidi, aby chodili až na hranici přijatelného rizika.**

vedli ke sportování. Protože nemám času nazbyt, ráda s nimi jezdím na zápasy. Máme to i jako zajímavý poznávací výlet po Čechách. Na sportovních akcích jsem také našla řadu přátel.

#### A na děti jste měla přísný metr, nebo ne?

Vedla jsem je k přímosti a čestnosti. Protože jsem člověk, který si potrpí na pořádek a organizaci, zpočátku jsem zavedla přísnější režim. Ale postupně jsem došla k přesvědčení, že neškodí poskytnout víc volnosti a dětem jsem víc povolila. Vedu je k samostatnosti a odpovědnosti. Od svých dětí se učím větší uvolněnosti, nebrat věci tak vážně, protože ony jsou v pohodě. A tak se učíme navzájem.

**Relax na zahradě, experimentování na záhonech, při pečení nových moučníků, na výletech s potomstvem – dokážete v takové chvíli přehodit myšlenky a zapomenout na Lišku?**

Ráda aktivně odpočívám, v létě jezdím na kole, v zimě na lyžích. A začala jsem péct. V Lišce jsme kvůli větší angažovanosti do nového projektu začali pořádat pracovní snídani. Říkala jsem si, že k snídani patří nějaká ta buchta nebo koláč a na první snídani něco upekla. Pečení mě začalo bavit. K druhému výročí projektu jsem dokonce upekla dvoupatrový dort. A doma mi pak vyčetli, že jim jsem nic takového neudělala. Takže k nedávným narozeninám dcery jsem upekla další dort. Přitom jsem před deseti lety prohlašovala, že nic takového ode mě nikdo čekat nemůže. Ale jak člověk stárne, změní názor. Možná, že brzy začnu i zavařovat.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



# Na rande nebo na pracovní pohovor

GO SHICO

Kabelky vládou světem módních doplňků. A to je dobře. Je z čeho vybírat, radovat se z toho, jak nám

to sluší. Více než kdy jindy volíme podle designu, účelu i ceny. Máme své oblíbené barvy a tvary, ale zkoušíme rády i něco jiného. Na český trh loni pronikla polská módní značka Goshico. Výhradním distributorem pro ČR je firma ORNABO s.r.o. Mezi přepestřým sortimentem najdete i tašky na laptop, pouzdra na mobil nebo kosmetické taštičky. V českých butikcích se značka usídlila dobře a mnohé ji už znáte. Založily ji dvě sestry. Otázky jsem položila jedné z nich, Malgo Kotlonek:

**Co vás přimělo k tomu, abyste začaly společně podnikat?**

Obě jsme hodně aktivní a jsme rády, když se okolo nás hodně děje. Každá z nás má také odjakživa svou vlastní vášeň – já se realizuji ve výtvarné oblasti, Aga se našla v tanci. V určitém okamžiku nám pracovní aktivity přestaly stačit. Měly jsme spoustu nápadů a nadšení. Já jsem dělala maskérku na natáčení a focení a po večerech jsem začala vyrábět šperky. Aga řídila obchodní oddělení v počítačové firmě a po práci začala šít tašky. Tím to všechno začalo. Sestra uměla šít a já mám lepší cit pro konstrukce, sestavování barev, a nápady na nové projekty. Spojily jsme síly a od té doby společně budujeme Goshico, při zachování počáteční dělby práce – já mám na starosti kreativní část, Aga výrobní a logistickou. Firma se samozřejmě rozrůstá, pracují pro nás lidé odpovědní za prodej nebo marketing a PR.

**Říká se, že vést firmu s dalšími členy rodiny bývá náročné. Jak vnímáte svou sesterskou spolupráci? Rozumíte si? Máte shodné názory na strategii, reklamu, řešení odbytu?**

Ano, tak to mezi lidmi bývá – někdy se i neshodneme. Máme jiné názory, a je to tak normální. V našem případě je klíčem k úspěchu důsledné rozdělení povinností. Každá z nás má svou část, za kterou je odpovědná. Jak jsem říkala, já projektuji a k tomu dohlížím na marketing, Aga vyrábí a stará se o obchodní záležitosti. O strategii rozvoje značky Goshico rozhodujeme společně, ale na to rodinné vazby nemají vliv. Záleží na argumentech. Vše se podřizuje úspěchu značky a to je v takové situaci nejdůležitější. Záleží také na povaze. My se na sebe nikdy neurážíme. Pokud se debata přiotřítí, řekneme každá, co máme na srdci, a rychle vyčistíme vzduch. Nejdůležitější je důvěra. Každá z nás by za tu

druhou skočila do ohně. S tímto vědomím jsou drobná každodenní neporozumění zcela nepodstatná.



Sestry Aga a Malgo (zleva), zakladatelky polské značky Goshico

**Kde hledáte inspiraci pro modely kabelek? Každý váš kousek je originál...**

Všude! Řadu etno inspirují etnické motivy různých kultur. Samozřejmě jsou tam polské vzory (např. łowiczké nebo kašubské), ale i řecké, perské nebo aztécké. Neobvykle mě naladí příroda a cestování. Ale opravdu nevyčerpatelným zdrojem inspirace jsou ženy! Tašky děláme konečnou pro ně – pro nás samotné. Už při skicování myslím na konkrétní ženu – kdy si tu tašku vezme. Na rande, nebo na pracovní po-



hovor, kde potřebuje jistotu? Chce dobýt svět, nebo být s rodinou? Naše tašky jsou jako šperky, podstatný je každý detail – materiál, kování, zpracování. Stejně důležité je, zda jsou funkční a praktické. Samy se sestrou testujeme každý nový prototyp, abychom měly jistotu, že klientky dostanou nejvyšší možný výrobek. Tašky Goshico jsou neobvykle ženské, dokonce i sexy. Například modely Flowerbag – buclaté kufříky mají až smyslné křivky a měkké linie zpracování. Ženy je zbožňují! Říkáme „ne“ bezpohlavním beztvarym pytlům. Jsme hrdé, že jsme ženy, a vyrábíme doplňky, které dokáží tu ženskost vyzdvihnout.

**Jaké jsou nejčastější požadavky žen na ideální módní doplněk, jenž by měl pojímat všechny jejich nezbytné každodenní propriety? Co se do kabelky musí vejít za každých okolností?**

Těžko říct jednoznačně, co má splňovat ideální taška pro každý den – každá z nás potřebuje přece něco jiného. Určitě musí mít vnitřní kapsičky. Máme navíc v nabídce klíčenky a taštičky na telefon – ty se v tašce dají najít mnohem lépe, zvláště

**Doplňky prozrazují nejen povahu ženy a její styl života, ale i náladu, potřeby, ambice a touhy.**

u XXL modelů! Nesmírně důležité jsou materiály, kování a konstrukce. Goshico používá jen materiály nejvyšší kvality – italskou kůži, tlus-

tou nepromokavou plst, voděodolné prošívané látky a nově i unikátní funkční materiály. Takové součásti vydrží několik sezon intenzivního používání. Klíčem k úspěchu je i zpracování pásek, uší a držadel – nity, které udrží velkou hmotnost, kvalitní karabiny, ale i zipy a magnety. Na tom nešetříme a nikdy šetřit nebudeme – neumíme si představit, že by se zákazníci zasekl zip na důležité schůzce! Posledním prvkem je konstrukce, tedy například optimální umístění a velikost uch, aby se taška dala nosit i na rame-





nejen povahu ženy a její styl života, ale i náladu, potřeby, ambice a touhy. Pro mě je taška nejdůležitější částí outfitu.

Já se ve všední dny oblékám minimalisticky, používám základní barvy – bílou, šedou, černou. „Vyřídím“ se u tašky. Vyberu si fuchsiovou, limetovou nebo chrpovou a přidám outfitu optimizmus. Pokud příležitost vyžaduje klasiku, vezmu si černou nebo olivovou. Chtěla bych, aby si ženy svých tašek více vážily, věnovaly svým taškám více pozornosti. Protože tašky o nás něco vypovídají, a co je důležitější, organizují nám život.

ni, když si oblečete tlustý kabát, aby nepadala. Důležité jsou i proporce – nízké ženy by neměly nosit velké tašky, opticky je to zkracuje.

**Dokáže kabelka prozradit, jaký je charakter její nositelky?**

Samozřejmě! Lze říci: „Ukaž mi svou tašku a já ti řeknu, kdo jsi.“ Doplnky prozrazují

**Říjen, to už je sezona podzim-zima v plném proudu. Čím je kolekce na toto období specifická? A jaké novinky Goshico pro zákaznice připravilo?**

Na podzimní a zimní měsíce nabízíme klientkám tašky z plsti. Zrovna připravujeme nové výšivky – s kytkami a zvířaty. Jsou krásné!

**Chtěla bych, aby si ženy svých tašek více vážily, věnovaly svým taškám více pozornosti. Protože tašky o nás něco vypovídají, a co je důležitější, organizují nám život.**

Když je zima a počasí nepřeje, tak čím větší taška, tím lépe. Chrání nás před větrem nebo zahřeje nohy při čekání na autobus. Plst' je odolná, vítr, sníh ani déšť jí neublíží. Za každých okolností vypadá dobře. Opět se vrací etno. Na molech největších módních metropolí jsme mohly vidět krásné etno motivy, třeba v kolekci Dolce & Gabbana. Myslím, že tašky Goshico se klientkám budou líbit. Zima je čas kožesin, které letos budou zase frčet. Pokaždé mezi říjnem a únorem uvádíme řadu tašek z umělých kožesin. Některé jsou vyšívány, jiné jsou spíše v minimalistickém stylu. Každý si něco najde. Budou kufříky, tašky na rameno i malé kabelky s klipem a řetízky. Pro řadu sote chystáme prošívány modely v odstínech černé a šedé s bordó a lahově zelenými koženými detaily. V Goshico budou podzim a zima zcela jistě stylové a elegantní!

**ptala se Kateřina Šimková**  
[www.goshico.cz](http://www.goshico.cz)

## Ženy předběhly v nakupování na internetu muže

**Nakupuje na internetu častěji muž, nebo žena? Jak často vlastně nakupujeme online? Jaké zboží je na internetu nejpopulárnější? Nejen těmito otázkami se zabývala Asociace pro elektronickou komerci (APEK) při svém každoročním výzkumu připraveném ve spolupráci s agenturou Mediaresearch.**

Na otázky ohledně zvyků při internetovém nakupování letos odpovídalo 1750 respondentů české internetové populace. Jak výzkum potvrdil, Češi si na online nakupování zvykli a oblíbili si je. Alespoň jednou za měsíc si zakoupí zboží či službu v e-shopu 46 % internetové populace, jednou za čtvrtletí je to už 71 %. „Výsledky naší studie potvrzují, že e-nakupování je už pro Čechy běžnou záležitostí.

V internetových obchodech už většina zákazníků pořizuje zboží pravidelně,“ potvrdil výkonný ředitel APEK Jan Vetyška. Že se nakupování v e-shopech vyvíjí, potvrzuje také fakt, že stále více nakupují pravidelně online ženy. Zatímco dosud v četnosti dominovali muži, letošní průzkum potvrdil, že alespoň jednou měsíčně nakoupí 51 % žen. A to je v současnosti o 10 % víc než mužů. „Tento vý-

sledek je na první pohled překvapující, nicméně jen potvrzuje, jak roste důvěra v českou e-komerci. Nárůst pravidelně nakupujících žen také otvírá nové možnosti obchodníkům,“ dodal Jan Vetyška.

A jak ovlivňuje oblibu internetových nákupů věk? I nadále dominuje kategorie 25–34 let, ve které alespoň jednou měsíčně nakoupí 68 % lidí. Naopak nejméně nákupů podle očekávání na webu vyřídí osoby starší 55 let. „Můžeme tedy říci, že typickým zákazníkem, který pravidelně nakupuje na internetu, je žena ve věku 25 až 34 let z města s počtem obyvatel vyšším než 100 000,“ uzavřel téma Jan Vetyška. (tz)

## Zlatý a přátelský, prostě GERnétic

**Veletrh na výstavišti v pražských Letňanech. Téma: kosmetika, věčná čarodějka, již se lidstvo bude vydávat napospas za všech okolností. Možná byste si řekli, že se mezi sebou vystavovatelé a návštěvníci mísí a slévají. To by bylo však jen letmé přehlédnutí situace.**

Člověk kráčet hlavní uličkou v hale A, až narazil na stánek, kde bylo útulno, hezky, báječně, přátelsky. Kosmetičky, ředitelka firmy i její majitel, významní hosté, celebrity, novináři, všichni společně na jedné vlně. Úsměv jim hrál na rtech. Slyšela jsem je vtípkovat. Slovy, gesty, řečí těla vytvářeli atmosféru a nad hlavami se jim pohupovalo logo GERnétic. Oprávněně zlaté. Značka, co má zvuk, ale i duši těch, kteří ji uvádějí den co den do ži-

vota. Nejen, že vědí, jak návštěvníkům vytvořit skvělé prostředí a předat informace o kosmetice s prvotřídními účinky, ale vždy oslovují kultivovaností, solidností a zájmem o klienta. S takovými lidmi je radost se potkávat – ať už jdete ke své kosmetičce, chystáte rozhovor do Madam Business, nebo jste byli zvědaví, co nabídl World of Beauty 5. září. (kat)



# Dnes vím, že jsem tehdy dostala úžasný prostor



PaedDr. Lenka Hálková

**Lidské osudy i cesty jsou příběhem bez konce. Jeden z nich patří PaedDr. Lence Hálkové, obchodní ředitelce společnosti Vorwerk CS k.s. Je jednou z prvních, která stála u budování značky Vorwerk na českém trhu. Šarmem svým vlastním i pílí, kterou dostala od rodičů do vínku, etablovala a povýšila úklidový vysavačový systém Kobold do kategorie těch, jež si získaly nejen rozum, ale i srdce řady lidí. Lenka Hálková založila vztah zákazník a prodávající na zcela jiných principech, než jsme bývali zvyklí. Na úctě ke špičkovému produktu a na radosti jeho potenciálu využívat. Úklidové systémy, multifunkční vysavače Vorwerk, mají u nás zvuk.**

**Právě v tomto období jste vstoupili na český trh se dvěma novinkami – „sprintérským“ čističem oken a novou generací robotického vysavače. Co je předností těchto špičkových domácích pomocníků?**

Zcela jednoznačně snadné používání, a to je podle mne pro ženy také to nejdůležitější. Naše výrobky divize Kobold jsou subtilní, lehké,

šikovné do ruky, velmi kompaktní. Náš úklidový systém je ergonomicky dobře promyšlen, například u vysávání může žena vzpřímeně stát, není si záda, není vysavačem ovládána, naopak konstrukce přístroje vychází vstříc přirozenému držení těla.

Když uvážíme, že základní lidskou vlastností je lenost, pak je náš systém vzorným příkladem propracovaných možností, jak při úklidu

neztratit nervy ani dobrou náladu. Vysajete jím nejen koberce a pevné podlahy, ale i nadpodlažní prostory. Náš vývoj již pracuje na další generaci, a určitě je nač se těšit, prozrazovat však dopředu nebudu.

Náš nový robotický vysavač je vybaven laserovou navigací, speciálním podvozkem, který umožňuje překonávat překážky až do dvou centimetrů výšky, dálkové ovládání je samozřejmostí, a navíc už je připraven na „práci“ přes mobilní aplikaci v chytrých telefonech. Vorwerk se právem cítí být společností, která podporuje inovaci. Protože máme se zákazníky přímý kontakt, známe jejich potřeby. A takto připravujeme výrobky a služby nejvyšší kvality.

K tomu snad ještě jedna poznámka: v našem oboru jsme byli první firmou na území České republiky, která splňuje normy EU týkající se energetické náročnosti vysavačů. Nejenže jsme naše výrobky od 1. září začali označovat energetickými štítky, ale vysavače se již v předstihu podle této normy vyráběly, takže jsme vlastně neměli žádný problém na požadavek EU ohledně energetických štítků okamžitě zareagovat. České veřejnosti jsme navíc jako první udělali, myslím, i slušnou osvětu. A musím poděkovat, pomohli jste nám v tom i vy, novináři.

**Takže vlastně reprezentujete leadera trhu, což musí být úžasné pro zdravé sebevědomí firmy, ale nesmírně zavazující pro vás osobně...**

Víte, vážím si německých výrobců i výrobků, proslulá německá preciznost má hodně do sebe. Vorwerk byl prostě připraven, vždy jsme o krok vpřed, Vorwerk vždy myslel a myslí nejen na usnadnění práce s našimi výrobky, na úsporu času, na zdraví našich zákazníků, prostě na vysokou kvalitu spojenou s atributy, jako je právě úspora energie, a proto jsme byli první na trhu, kteří své „vysavače“ opatřili zmíněnými štítky. S normami k úspoře energie jsme si poradili v dostatečném předstihu. Jinými slovy, žádná improvizace, ale připravenost. Takže – je samozřejmé

**Když uvážíme, že základní lidskou vlastností je lenost, pak je náš systém vzorným příkladem propracovaných možností, jak při úklidu neztratit nervy ani dobrou náladu.**





bezvadné být nejlepší, ale tím více zavazující. A ve všem, co děláte.

**Ostatně – uklízíte doma sama, nebo to svěřujete odborníkům?**

Sama! Jednak s výrobky Vorwerku při úklidu opravdu relaxuji a potom abych vždy jako první naše výrobky otestovala, abych se s nimi důkladně seznámila, a tím lépe mohla vypracovat školicí postupy. Přesto, že jsem pracovně naprosto vytížená, s našimi výrobky nakonec domácí úklid zvládnou vždy bleskurychle a kvalitně sama a nikoho nepotřebuji. Svě „odborníky“ již mám. Ať už je to kompletní úklidový systém, kterým vysaju koberce, zmetu a vytřu podlahu v jednom kroku, odsaju prach ze všech možných míst, vysaju a ošetřím matrace nebo hloubkově vysaju sedačku a křesla nebo rychlostí blesku umyju velká francouzská okna a zrcadlové skříně...

**V pozici obchodní ředitelky tedy času nemáte nazbyt, stejně jako většina žen v businessu a manažerských pozicích. Co vám v péči o vlastní domácnost nejvíce pomáhá? Svými výrobky značka, kterou reprezentujete, nebo efektivně řízený čas? Máte nějaký zvláštní systém, díky kterému vše zvládáte s přehledem?**

Vrcholová pozice ve firmě se s péčí o domácnost dá jen těžko skloubit, nebo já to alespoň moc nezvládám. Tím více obdivuji všechny ženy, které to dokáží. Přesto, že žiji v Praze sama a rodinu mám v Karlových Varech, tedy se zdánlivě starám jen sama o sebe, nemám času nazbyt. Svě profesi se věnuji na sto procent, je to můj „nejdůležitější koníček“, takže domácnost je až na druhém místě. Vorwerk je pro mne moje druhé já, je to nepřetržitá práce s lidmi, interakce s nimi mi však dává energii stejně tak jako dobrá odezva od zákazníků. Jezdím po republice, navštěvuji naše pobočky a své manažery, společně se zamýšlíme nad tím, jak naše výrobky co nejlépe prezentovat, jak nejlépe přinášet výhody našich výrobků do českých domácností. A to je na čas náročné.

Žádný manažerský supersystém nemám, v každodenní práci však musím pečlivě plánovat a z hlediska vedení firmy je pro mne důležité plánovat dlouhodobě.

**Vorwerk je německo-švýcarskou společností, která má v oboru osobního prodeje velmi dobré jméno. Jak dlouho vlastně u nás již působí? A klientů má již kolem 350 000?**

Ano, klientů máme opravdu tolik a na 92 procent jich je s výrobky i službami spokojeno. Je to vysoké číslo a moc mne těší. Domnívám se, že je to dané skutečně propracovaným přístupem k prodeji a k dlouhodobé péči o naše zákazníky, velice poctivou komunikací a časem, který celý náš obchodní i servisní tým zákazníkům věnuje. Obchod nás baví, nechápeme ho jen jako zdroj příjmů a jako plnění kolonek čísly o prodaných kusech. Citlivě a s patřičnou noblesou vysvětlujeme přednosti úklidového systému Kobold i dalších doplňkových výrobků, učíme zákazníky s výrobky pracovat, jed-

náme seriózně a nesnažíme se prodat za každou cenu. Ctíme etiku prodeje.

**Patříte k zakládajícím členům Asociace osobního prodeje a často zdůrazňujete, že se vám to nesmírně vyplácí, že pravidla hry, jež asociace vypracovala, mají velký význam.**

Vorwerk je nejen zakládajícím členem asociace. Stali jsme se kdysi vlastně určitým průkopníkem tohoto způsobu prodeje u nás. Z tohoto důvodu jsme přemýšleli o tom, jak dát osobnímu prodeji další přidanou hodnotu, jak ho zaštitit profesním sdrůžením, aby získal punc něčeho výjimečného. Nebylo to samoúčelné, bylo to potřeba. Víte, že na českém trhu působí až 30 společností přímého prodeje, ale v Asociaci osobního prodeje je jich pouze osm? Několik let jsme stáli také v čele asociace. Založili jsme ji i proto, že ne vždy některé firmy praktikující osobní prodej to myslely vážně a ne vždy se chovali jejich zástupci jako spolehliví obchodníci. Ty firmy, které do asociace vstoupily, to učinily proto, že jsme společně chtěli demonstrovat a garantovat etický přístup k zákazníkovi, stvrdit naše čisté úmysly a odlišit se od různých parazitujících subjektů na naší dobré pověsti. Vorwerk má dnes na 500 obchodních zástupců a tím jsme největší firmou přímého prodeje, která nabízí vysokohodnotné výrobky a neřadí se mezi multilevel marketing, u nás. Máme tedy díky tomuto prvenství i značnou odpovědnost, získali jsme dobré jméno a nebylo by nic horšího, než si ho pokazit neuváženým krokem prodejce, nevhodným jednáním, podvodem.

Vorwerk je firmou na českém trhu, která plní nezanedbatelnou sociální a etickou úlohu. Dáváme lidem pracovní příležitost, možnost seberealizace i profesního růstu. Mohou s námi spolupracovat všichni bez ohledu na věk i dosažené vzdělání, ženy na mateřské dovolené



Robotický vysavač Kobold VR200

stejně tak jako ženy ve věku 50+. Všichni se u Vorwerku mohou společensky i pracovně seberealizovat, a mohou to mít i jako druhé zaměstnání.

### Čeho si vy ceníte nejvíce na metodách osobního prodeje?

Korektního, vstřícného a individuálního přístupu ke každému klientovi. Slušnosti a důkladnosti. Vazby, která mezi námi a zákazníky vznikne. Pokud jsou naši zákazníci spokojeni, vrací se, a to je náš největší úspěch. Když se přesvědčí, že máme skutečně výrobky špičkové, prvotřídní, že jsme po všech směrech seriózní. Potvrzením toho je již druhá generace zákazníků, děti svých rodičů. Začínali jsme před 22 lety, tedy v době, kdy měli naši zákazníci děti ještě malé. Ty nyní již zakládají vlastní rodiny a pochopitelně vybavují své domácnosti. A protože z domova byly zvyklí na Kobold, uvažují nebo si již pořizují naše vysavače také. Čili – na

populární činnost zpříjemnit, zjednodušit a urychlit. Naše výrobky nejsou nejlevnější, při koupi jde o významnější investici, žena má velké přání a velké slovo, ale v konečné fázi se až polovina z nich rozhoduje s mužem. Většina mužů však díky Vorwerku naprosto změnil svůj postoj k úklidu a velmi často jsou to oni, kdo velice často náš vysavač používá, protože je prostě dokonalý. A to muži oceňují.

### Paří mezi klientelu také firmy? Třeba menší rodinné, které hodně pečují o image místa, odkud operují, kde sídlí?

Ne, vysavač je konstruován jako pomocník do domácnosti a tak jej také prezentujeme. Náš úspěch není vždy o jednorázovém prodeji, ale o procesu, o společenské komunikaci s jasným posláním – využijte potenciálu našeho úklidového systému, ušetříte čas, to nejcennější, a budete mít více energie na vaši rodinu, děti, na sebe.

prodávala vysavače? Dnes jsem firmě vděčná, že si mne vybrala. Tehdy tady v Čechách takový business nebyl, nikdo ho neznal. A s vysavačem firmy Vorwerk to byla prostě láska na první pohled. A být u zavedení přímého prodeje v České republice pořádná výzva. A to mne právě nesmírně lákalo. Na prvním místě dát nové pracovní příležitosti svým prvním spolupracovníkům, na druhém předvést tak úžasný výrobek v českých domácnostech a za třetí tvořit něco nového, učit se novým věcem, vybudovat značku Vorwerk na českém trhu. Kvalitní vysavače na trhu chyběly a osobní prodej byla cesta, jak je lidem přiblížit. Měla jsem před sebou velký prostor. Dnes už vím, že jsem tenkrát byla docela odvážná. A že jsem zákonitě šla do velkého rizika. Postupně jsem k sobě hledala kolegy, tvořila tým. Trénovala jsem v prodejních dovednostech, musela jsem vytvořit systém práce, určitou kulturu, dát tomu všemu směr. Z domova jsem byla vychovaná jako pracovitě děvče, nad ničím jsem nebyla zvyklá ohrožovat nos. A právě toto mi pomáhalo získávat další nadšence. A dělám to dodnes a ráda.

### Pečeť značky pro český trh je tedy vaše stopa...

Divizi Kobold vedu vlastně jako jediná žena, ve všech dalších zemích ji zastupují muži. A tak jsem si dovolila implementovat do našich pravidel i pohled ženy na úklid v domácnosti. Jsou tím ovlivněny školicí postupy, přístup k zákazníkům, firemní filozofie. Zastávám názor, že každý národ má trochu odlišný vztah k úklidu. My pracujeme pro českou domácnost, víme, jaké nároky mají české ženy, větší na našich obchodních zástupců jsou dnes ženy, vycházíme z jejich psychologie, mentality, víme, co potřebují a jak jim jít naproti. Kdyby byl náš výrobek v kamenném obchodě, neobstál by, protože by k němu nikdo nedokázal udělat takový výklad a servis, jaký prostě potřebuje a jak si zákazník zaslouží. Lidé by netušili, co mohou koupit, co všechno přístroj umí. A za peníze, které je na koupi našich výrobků třeba vynaložit, si přece jen zaslouží člověk mimořádnou pozornost. Každý si navíc může sestavit svůj vlastní Kobold. K tomu potřebuje poradit. Celých těch 22 let se snažím se svým týmem působit tak, abych byla užitečná, zákazníci měli radost ze svých domácích pomocníků a aby se naše firma dlouhodobě na trhu etablovala a prosperovala. Vorwerk mi dal vzdělání po obchodní a manažerské stránce, dostala jsem jeho know-how. Já se pokouším to všechno vracet, budovat a etablovat světově známou značku Vorwerk u nás, v České republice.

za rozhovor poděkovala Eva Brix



metodách osobního prodeje si cením právě osobního přístupu našich obchodních zástupců, ale také naopak, osobního přístupu zákazníků k nám. Je to o přístupu a o vztahu. Jsou-li dobré, pak je i obchod takový.

**A kupují v České republice více ženy, nebo muži? Tipovala bych, že spíše pánům tvorstva imponují různé technické vychytávky, jež s sebou značka Vorwerk a Kobold nese, protože cílem je usnadnit co nejvíce práci – a o to muži stojí vždy a za jakýchkoli okolností...**

Účastníci našich Partý jsou především ženy, neboť úklid je u nás stále doménou žen a my ženy hledáme všemožné způsoby, jak tuto ne-

**Proč jste se kdysi pro tuto značku rozhodla pracovat? Co jste se přitom naučila, jaké zkušenosti získala?**

Vystudovala jsem psychologii a pedagogiku. Chtěla jsem vždy pracovat s lidmi a mezi lidmi. Po vysoké škole jsem působila ve státním sektoru, ale nebylo to ono. Chtěla jsem se více seberealizovat. Náhoda tomu chtěla, reagovala jsem tehdy na inzerát a po výběrovém řízení si mne firma Vorwerk vybrala. Doma jsem oznámila, že to zkusím. Manžel i rodiče se na mne dívali jako na blázna a říkali: studovala jsi proto, abys

**Citlivě a s patřičnou noblesou vysvětlujeme přednosti úklidového systému Kobold i dalších doplňkových výrobků, učíme zákazníky s výrobky pracovat, jednáme seriózně a nesnažíme se prodat za každou cenu. Ctíme etiku prodeje.**

tečná, zákazníci měli radost ze svých domácích pomocníků a aby se naše firma dlouhodobě na trhu etablovala a prosperovala. Vorwerk mi dal vzdělání po obchodní a manažerské stránce, dostala jsem jeho know-how. Já se pokouším to všechno vracet, budovat a etablovat světově známou značku Vorwerk u nás, v České republice.



# Líheň malých techniků



V historické budově Ministerstva průmyslu a obchodu ČR Na Františku byste dětský koutek nečekali. A přece tam patří! Plní totiž v tomto paláci na pražském nábreží mezi kanceláři, zasedacími místnostmi a úředními dokumenty hned několik nepostradatelných funkcí. Umožňuje zaměstnaným maminkám svěřit do odborné péče své ratolesti a zároveň je nejlepším způsobem vzhledem k jejich věku – hrou – vést k polytechnickým dovednostem. Potřebný projekt, jenž se klubal na svět celých pět let, se rychle přiblížil realizaci díky evropskému fondu sladování pracovního a rodinného života.

Ministerstvo průmyslu a obchodu je čtvrtý úřad, který zahájil provoz Dětské skupiny – školky. Dvanáct dětí od dvou let věku tam nachází pod dohledem dvou tet na několik hodin denně nejen kamarády, ale i hračky, díky nimž se každé může stát malým technikem. „Připravený program zaměřený na technické vzdělávání je rozvržen na celý školní rok,“ řekl vedoucí projektu František Nestával. „Na jeho přípravě se podílely i partnerské univerzity v Německu a na Slovensku,“ dodal.

Děti se například učí míchat barvy. Jindy postaví most z kostek. Pokud pracovaly správně, mohou ho přejít a mostní konstrukce se s nimi



Ministr průmyslu a obchodu Jan Mládek (druhý zleva) si vzpomněl na dětská léta, a nejen on...

la svůj zkušební provoz již prvního července. Místa v ní jsme nabídli i pro děti podřízených organizací. Nejdůležitější ale je, aby se tu děti cítily dobře a svá nejkrásnější léta si pěkně užily,“ uvedl při slavnostním zahájení ministr Jan Mládek. Jako dárek přinesl dětem knížku pohádek.

„Jde o jeden z nejúspěšnějších projektů MPO při čerpání dotací z Evropského sociálního fondu. Tyto finance a úsilí, které byly vloženy do realizace projektu, zejména do Dětské skupiny, jsou zobrazeny v radosti dětí, která je k nezaplacení,“ doplnil František Nestával. Chtěli jsme však znát dojmy hlavně těch, jimž je dětská skupina především určena. Pracovník ministerstva, tatínek Ondřej Ptáček a jeho tříletý Matýšek, vyjádřili velkou spokojenost. „Díky tomuto projektu mohla manželka po mateřské nastoupit do zaměstnání. Oceňujeme i malý kolektiv, v němž se mohou pečovatelky dětem opravdu věnovat,“ prohlásil. A Matýšek? Rychle si zvykl a druhý den rodičům slíbil, že už nebude brečet.

Líbí se tu i ostatním. „Je to nové, barevné, perfektní. Navíc mi školička na pracovišti vyhovuje i časově,“ konstatovala maminka Marie Pokorná, která do dětské skupiny vodí malého Jeníka.

Dva a půl milionu korun, rok a půl bezprostředních příprav a tro-



cha starostí o děti zaměstnanců, to je výhodná investice do budoucnosti. Dobrá zpráva je, že si to začínají uvědomovat i další úřady a podniky.

text a foto Pavel Kačer

INZERCE



www.goshico.cz

Žena, která se neztratí

# Odpad je slovo, které změnilo význam v rovnici udržitelnosti

Ženy mívají citlivější pohled na spousty věcí. Jinýma očima než muži se dívají na přírodu a její ochranu, ctí zákonitosti životního prostředí a velmi emocionálně pohlíží i na záležitosti, které se týkají udržitelnosti. Mnohé pořádky světa jim nejsou lhostejné, více si zakládají na harmonii a kvalitě života. Rády a naslouchají informacím o novinkách v ekologii i zpracování již jednou použitých surovin. Mají rozvinutou fantazii a leckdy si dokáží živě představit, co by se ještě dalo z toho či onoho výrobku udělat, jak jej dál využít, pokud ztratil svou prvotní funkci a hodnotu. Petr Zháňal je výkonným ředitelem společnosti van Gansewinkel, a. s., která se zabývá komplexním odpadovým hospodářstvím. Rozpředla jsem s ním hovor právě na uvedené téma. Má ho totiž rád.



Petr Zháňal

**Myslíte si, že použitá charakteristika v úvodu má své opodstatnění? Ženy opravdu snázejí pochopit, že je možné měnit svět tím, že se budeme všichni chovat zodpovědněji k životnímu prostředí i lépe hospodařit s tím, čemu jsme donedávna říkali odpad?**

Určitě ano. Asi si všichni pamatujeme z dětství mnohé příkazy našich matek i babiček: sněž to všechno, jídlo se přeci nevyhazuje, nebo: uklid si hračky, musíš dbát na pořádek, nebo: proč šlapeš po té kytičce, nebo: opovaž se zahodit do kopřiv tu láhev od limonády... Ženy v sobě mají zakódovány principy výchovy k čemu dobrému, příkladnému, aby mohly vést po správné cestě své potomky, a když to připodobníme k moderní terminologii, je to vlastně jinými slovy všechno vlastně o udržitelnosti.

**Ženy tedy dokážou obecně lépe naslouchat tomu, co se jim jeví jako užitečné a správné?**

To si jednoznačně netroufám tvrdit, ale ke všemu, co nějak souvisí s harmonií, krásnou a kvalitou života mají velmi citlivý a vřelý vztah. Patrně je to dáno mateřstvím, snahou dělat pro své děti to nejlepší. Pokud bychom se měli věnovat tématu, jež mi je blízké, tedy

například správnému zacházení s odpadovými látkami, pak i na tomto poli mají ženy velký prostor, a nejen v osvětě. Všimněte si – kdo plní kontejnery nebo různé boxy použitým oblečením, obuví a jinými předměty pro potřebné? Většinou ženy. Kdo organizuje sbírky pro bezdomovce, dětské domovy a podobná zařízení? Většinou něžné pohlaví. To samo o sobě o vztahu k charitě i použitému materiálu vypovídá.

**Vím, že nemáte rád slovo odpad, protože dnes vlastně nic není odpad, ale i jednou zpracovaná surovina je opět výchozím materiálem pro výrobu dalších užitečných věcí...**

Ano, slovo odpad by nemělo v našem slovníku existovat. Umět dobře hospodařit s tím, co mnoho z nás ještě za odpad, tedy za to, co je k ničemu, považuje, je bláhové, neuvážené. Takzvaný odpad je dnes především velký business. Takže umět vykupovat, třídit, zpracovávat a prodávat k dalšímu využití, to je vlastně nový a sofistikovaný obor, který má budoucnost. Že se u nás teprve rodí a dostává do povědomí lidí, na tom není nic špatného, je však třeba ho posuzovat v souvislostech, zejména z pohledu budoucnosti. Náš závod PETKA se třeba zabývá výkupem a recyklací pet lahví. Víte, co všechno se z pe-

tek už dnes ve světě dělá? Výplně do sedaček aut, podšívky do pánských sak, prostě všechno možné.

**Co si vlastně všechno můžeme pod pojmem odpadové hospodářství představit?**

Například ucelenou péčí naší firmy o provoz jiné firmy, třeba hotelu. Odvážíme kontejnery





naplněné papírem, sklem, plasty, vykupujeme použitý olej z kuchyně, umíme vhodně uspořádat místa, kde se tyto materiály shromažďují, zvládáme logistiku.

Odpad může být skutečně cenný materiál. Tříděním prodloužíme jeho životní cyklus, což prospívá životnímu prostředí, ale zároveň lze ušetřit i náklady na jeho likvidaci. Za pomoci našich zkušených poradců v odpadovém hospodářství může firma své náklady na likvidaci odpadu značně optimalizovat. Navrhujeme individuální řešení na míru jednotlivým provozům.

### To platí jak pro malé firmy, nebo jen ty největší?

Vážíme si každého zákazníka a respektujeme jeho potřeby. Uplatňovat ten samý model v mikrofirmě, která má například „k vyhození“ jen několik metrů papíru za rok, jako v té, která týdně potřebuje odborně likvidovat biologický odpad, by byl nesmysl. Takže malým firmám na základě jejich skladby odpadu doporučíme možnosti třídění a vhodné nádoby. Středním a velkým firmám navíc zpracujeme systém vnitřní logistiky sběru, včetně dořízení proškoleného personálu. Jeho úkolem je následná manipulace s odpadem přímo v areálu zákazníka s cílem třídění odpadu a optimalizace transportních dávek.

**Manipulace s odpadem je však už celá věda, která má své zákony, jež není radno obcházet. Jak to všechno udělat, abych i já, dejme tomu jako majitelka kosmetického salonu a tří provozoven pedikury měla klidné spání?**

Není nic jednoduššího než se s námi zkontaktovat. Naši specialisté na ekologické poradenství jsou připraveni nabídnout pomoc v oblastech práva a povinností v odpadovém hospodářství vyplývající z platné legislativy, ale i práva a povinností v ostatních oblastech životního prostředí, do kterého spadá zákon o obalech, vodách a ochraně ovzduší. Mohou

připravit plán odpadového hospodářství, žádosti pro udělení souhlasu k nakládání s nebezpečnými odpady a posloužit mnoha užitečnými radami.

**Snad nejvíce lidi trápí plastové obaly, hlavně láhve, které se povalují za každým plotem, v lesích, v příkopech...**

To s vámi souhlasím. Přesto jsou navýsost užitečné, jen si spíše uvědomujeme ta negativa spojená s mikrotenovými pytlíky a igelitkami vlajícími na stromech.

Plasty se vyznačují velkou variabilitou vlastností. Jsou pevné, pružné, přitom tvrdé a tepelně odolné. Mezi jejich přednosti patří dobrá zpracovatelnost energeticky nenáročnými technologiemi. Právě proto našly plasty využití téměř ve všech průmyslových odvětvích a v domácnostech. S velkovýrobou však souvisí jejich nadměrná produkce. Plasty jsou všude kolem nás. Ročně vyvezou odpadové společnosti na 102 tisíc tun plastového odpadu. Ten putuje stejně jako papír nejprve na dotřídňovací linku. Plastové výrobky se od sebe liší chemickým složením, tvarem a barvou. Po roztržení se lisují do balíků a putují k dalšímu zpracování.

První plast vynalezl v roce 1855 Angličan Alexander Parkes. První vinylové plasty (PVC, polystyren) se začaly vyrábět po první světové válce. Do každodenního života plasty vstoupily až po druhé světové válce jako levná náhrada klasických materiálů – dřeva, skla, oceli. Společnost van Gansewinkel disponuje vlastní linkou na recyklaci plastů. Dceřiná společnost PETKA. CZ zpracuje měsíčně na 550 tun PET odpadu. V procesu fyzikální recyklace se použité PET lahve nejprve rozdrtí. Následuje proces horkého praní a sušení. Výsledná vyčištěná PET drť slouží poté jako surovina pro výrobu technických a textilních vláken, nových proforem PET lahví, obalových materiálů, lepenek, laminátových podlahových krytin nebo zahradního plastového nábytku.

Příklad: jen 50 PET lahví stačí na výrobu jedné fleesové bundy.

**To mne chcete přesvědčit, že moje hebká, teploučká vesta a bundička je z vyhozené petky, která se ještě před měsícem válela u nás v lese?**

No, už to tak asi bude. Ale proti stříbru, které dříve nosila vaše babička na krku a dnes ho máte v počítači, taky neprotestujete, naopak je to způsob využití suroviny, na základě které můžete vykonávat vaši profesi. Novinář bez počítače by nepřežil...

**Jaké chování lidí ve vztahu k surovinám a životnímu prostředí vás dokáže pěkně naštvat?**

Asi neochota přemýšlet o budoucnosti planety a hloupé zacházení se zdroji. Zatím máme půdu, vodu, lesy v relativně dobrém stavu. Učíme se lépe hospodařit s materiály, které pro nás dříve byly skutečně odpadem, vyvíjíme neuvěřitelně zajímavé technologie, které dávají naději, že později nebudeme trádat.

Vezměte si sklo. To je průhledný, křehký, přesto velmi pevný a odolný materiál. Tyto vlastnosti jej předurčují k využití ve většině oborů lidské činnosti. Jako odpad představuje sklo významnou druhotnou surovinu, jeho recyklaci lze provádět neomezeně stále dokola.

V novém skleněném obalu nebo výrobku může být obsaženo až 100 % recyklovaného skla. Průměrná česká rodina vytřídí v průměru téměř 28 kilogramů skla za rok.

Recyklace skla představuje jeden z technologicky nejjednodušších a zároveň i nejdokonaljších recyklačních koloběhů. Po vytřídění se sklo rozdrtí a přidá do směsi k výrobě nového skla. Ve sklárnách se pak skleněná drť roztaví při teplotě 800–1400 °C. Z roztavené hmoty je možné vyfouknout nebo odlít nové výrobky. Recyklace skla šetří neobnovitelné přírodní zdroje (písek, dolomit atd.), znamená méně zásahů do přírody a snižuje energetickou náročnost výroby. Tak to uvádíme na našich webových stránkách. A za těmito fakty si stojím.

ptala se Eva Brixi ■■■





# Když měl SEAT narozeniny



Ne nadarmo slýchám od kuchařů, pekařů, cukrářů a dalších mistrů gastronomie, že muži chodí do cukráren více než v minulosti, že v jejich kancelářských šuplících najdete tabulky čokolády a že jim občas vůbec nevadí, když si dají obchodní schůzku tajně u nazdobeného zákusku. Inu, jak by řekl klasik, časy se mění a životní styl také. Nedivím se tedy, že řada firemních narozenin neprobíhá v duchu bůhvíjakých vylomenin, nýbrž pěkně povzneseně nad dortíkem. A bylo tomu tak rovněž u příležitosti třicátin značky SEAT.

Přesvědčila jsem se, že umění českých cukrářů, kteří se proslavili výrobou a servírováním dortů nejen narozeninových, ale také k mnoha jiným příležitostem, roste ruku v ruce s novými technologiemi, požadavky na zdobení, touto experimentovat.

Jednou ze slavných postav současné české „dortařiny“ je Markéta Krajčovičová, kterou určitě znáte z televizní obrazovky. A byla to právě ona, která figurovala u 30. narozenin slavného jména automobilového světa, které vyniká svým designem, emocemi a stálou přitažlivostí. Dort, který připravila a ozdobila malými seátky, zůstal nakonec nerozkrojen, protože všem nám to bylo líto a říkali jsme si, že krájet nožem do srdce úspěchu není to právě ořechové.

Nicméně jsme si sladce zopakovali, že bestseller španělské značky je na trhu již 30 let jako

vedoucí vůz ve svém segmentu, že šlo o první produkt z nezávislého vývoje značky SEAT a že k radosti zákazníků jsou tady již čtyři generace, charakterizované mladou sportovní duší a vynikajícími provozními vlastnostmi. Ano, pamětníci potvrdí, že historicky nejúspěšnější model jmenované ikony kraluje na trhu již 30 let. SEAT Ibiza se v průběhu uplynulých tří desetiletí stal nejprodávějším modelem v dlouhé historii španělské značky a téměř 15 let vede statistiky registrací v segmentu malých vozů ve Španělsku. Všechny čtyři generace modelu SEAT Ibiza sdílejí sportovní ducha a mladý charakter. Motoristé jim dlouhodobě dávají přednost také pro jejich vynikající provozní vlastnosti a extrémně nízké náklady.

SEAT Ibiza byl světu představen na Pařížském autosalonu v roce 1984. Byla to výjimečná událost, protože šlo o první produkt vyvinutý nezávisle, plně ve vlastní režii. Začal tak úspěšný příběh velmi oblíbeného vozu, který pokračuje až do dnešní doby. Celkem bylo prodáno téměř pět milionů aut. Mladý, středomořský charakter – to jsou hodnoty sdílené stejnojmenným ostrovem i značkou. „Rozhodování o názvu auta je podobným procesem, jaký absolvují rodiče, když vybí-

rají jméno pro své dítě – jméno musí být emocionálně silné a vhodné pro život,“ vysvětlil Vincenzo Magliocco, vedoucí produktového marketingu pro modelovou řadu Ibiza ve společnosti SEAT. V případě modelu SEAT Ibiza bylo jméno vybráno v 80. letech, v době boomu cestovního ruchu ve Španělsku. V rámci strategie společnosti SEAT spojuvat všechny své modely se španělskými městy měl ostrov Ibiza s mladým, středomořským duchem a moderní, nenucenou image hodně společného s cílovou skupinou tohoto vozu.

S představením první generace modelu SEAT Ibiza začala španělská společnost SEAT kráčet po nové cestě směrem k nezávislosti a internacionalizaci. „Proslulý ostrov Ibiza byl jako módní destinace globálního cestovního ruchu volbou, která nejlépe ladila s požadovaným postavením nového modelu,“ vysvětlil Vincenzo Magliocco. Název měl být také dobře zapamatovatelný a dobře znít ve všech jazycích.

V souvislosti s předešlým slovíčkem jazyk mne napadá promyšlená spojitost narozenin SEAT s přítomností Markéty Krajčovičové. Nejenže SEAT zní ve všech jazycích, ale její dorty chutnají také všem mlsným jazykům...

Eva Brixí



Markéta Krajčovičová, dortová královna, a Miloslav Kovařík ze SEATu s pokladem, který nevážil nejméně...



Koho a co mám ráda

## Dětská radost, která nemizí

Určitě si vzpomínáte. Hebký plyšový přítel. Nejlépe pohádkový hrdina. Vždy jsem fandila našim českým postavičkám z večerníků. To se asi nezmění. O to víc radosti jsem kdysi dávno pocítila, když jsem zjistila, že spousta z nich existuje i v jiných než televizních variantách a vyrábí je Moravská ústředna Brno, družstvo umělecké výroby.

Krtečka jsme s bráškou jako malí hlítali. On mu fandil trochu víc, protože krtčí kamarád byl dobrosrdečný, vynalézavý a uměl to i s technikou. Nehledě na to, že měl perfektní modré kal-



hoty s kapsami, a to je pro kluky přece jen ohromně užitečné. Na krtečka nedáme dopustit. Ale pohádky z mechu a kapradí, kde se Křemílek s Vochomůrkou starají o běh svého domova a patří de facto mezi mistry udržitelného rozvoje, jsou mému srdci bližší. A Vochomůrka je mi dokonce tak blízko, že na plyšovém polštářku s jeho podobiznou relaxuji a usínám, sbírám inspiraci a horlivě čtu nebo přemítám. Mám ho léta a se mnou zůstává. A víte, co je úžasné? Že do plyšáků Moravské ústředny Brno člověk nemůže plakat. Když léčím bolesti srdce a mezilidských vztahů, sáhnou po hrdinovi dětských let a usmějí se nad jeho důvtipem. Někdo medituje, používá mandaly, jinému stačí vzpomínka na chytré a rozverně pohádkové postavičky, které se vždy s krizí dokázaly vypořádat tak, jak bychom si to přáli i my. (kat)



# Kvalitu má stále na prvním místě



**Říká se, že každá informace má svoji hodnotu. Ale jen kvalitní a vhodně podané informace ve vzdělávání mohou přinést očekávané výsledky firmám i zaměstnancům. Proto klade 1. VOX a.s., specialista na tuto činnost, takový důraz na kvalitativní stránku poskytovaných služeb.**

**Hovořili jsme o tom s Mgr. Hanou Fukovou Vondráčkovou, vedoucí oddělení zakázkového vzdělávání 1. VOX a.s.**

**Kvalitu jste si dali do štítu. Tím myslím logo Czech Made a Česká kvalita na vašich webových stránkách. Co pod tím ve vaší firmě rozumíte?**

Od roku 1997 je VOX držitelem značky Czech Made za služby Vzdělávání dospělých. Na základe auditu je doba platnosti udělení této značky po dvou letech prodlužována. Zatím jsme vždy obhájili. Tím jsme zapojeni v Programu Česká kvalita. Tento program má smysl jak pro poskytovatele služeb, tak i pro klienty. Obecně lze říci, že jde o prestižní záležitost. Označení totiž zahrnuje pouze značky, jejichž kvalita je prokazatelně ověřována třetí nezávislou stranou. Tak vnímáme značku i my, zaměstnanci VOX. Je pro nás jednoznačnou „třešničkou na dortu“ našich aktivit a stvrzením dobře odvedené práce.

**Jak vám jmenovaná značka Czech Made vyhovuje?**

Program podpory poskytování kvalitních služeb VOX umožňuje dokladovat péči o kvalitu našich služeb, zvýšení prestiže firmy, její propagace a zlepšení celkové image na trhu. Potenciál této značky je velmi široký, od hledání konkurenční výhody po dlouhodobé zvyšování podílu na trhu.

**Udržení vysokého standardu vzdělávání a publikační činnosti stojí hodně práce a úsilí. Co je při tom nejnáročnější?**

VOX realizuje veřejné i zakázkové vzdělávací akce z oblasti daní, účetnictví, mezinárodních účetních standardů, ekonomického a finanč-

ního vzdělávání, mezd, personalistiky, pracovních právních předpisů, práva, a dále vzdělávací kurzy pro neziskovou sféru. Nabízí i dlouhodobé vzdělávací programy a organizuje celostátní odborné konference, včetně konferenčního servisu. Je tedy evidentní, že náš záběr je velmi široký. Nejnáročnější je tu-



Mgr. Hana Fuková Vondráčková

díž udržet krok s dobou. Časté legislativní změny, rychlý vývoj, zejména v oblasti technologií a komunikace (nejčastěji ICT technologie a jazyky), a snaha přizpůsobit se globálním trendům, jejichž aplikaci do praxe vyžadují zahraniční majitelé firem působících na našem trhu, zvyšují nárok na další vzdělávání zaměstnanců, a tím i na vývojová oddělení naší společnosti.

**Vyplatí se vám „tah na kvalitu“?**

Určitě ano, každý chce přece nakupovat kvalitní zboží a služby. Firmy a organizace, které jsou našimi klienty, věnují mimořádnou pozornost úrovni dodaných služeb, a to zejména proto, že odborně zdatní a schopní zaměstnanci jsou zárukou jejich vlastního ekonomického úspěchu a zvyšují jejich konkurenceschopnost.

**Využíváte značky v komunikaci s klienty a při veřejných prezentacích na nejrůznějších akcích?**

Svou odbornost a kvalitu prokazujeme na všech dokumentech určených veřejnosti, které jsou opatřeny logem Czech Made a Česká kvalita. Rovněž nabídky do výběrových řízení obsahují certifikát – ověření kvality Czech Made a další dokumenty stvrzující kvalitu dodávaných služeb.

**Myslíte si, že požadavky na kvalitu se budou v příštích letech zvyšovat?**

Domnívám se, že z důvodu konkurenceschopnosti na trhu práce se u lidí obecně zvyšuje zájem o růst profesní kompetence. Vzdělávání v dospělosti má ale důležitou hodnotu i ve společenském uplatnění. Individuálně je komentována často nejistá kvalita nabízených kurzů a školení. Požadavky na kvalitu se budou, dle mého názoru, určitě zvyšovat, neboť vnímání průběžného vzdělávání v ekonomické rovině jako investice

**Tak vnímáme značku i my, zaměstnanci VOX. Je pro nás jednoznačnou třešničkou na dortu našich aktivit a stvrzením dobře odvedené práce.**

celkově dominuje. Seriózní a ověřené značky tak budou mít vždy zelenou. A VOX mezi ně bezesporu patří.

za rozhovor poděkoval Pavel Kačer



## Jóga vám nepostaví život na hlavu

# Pozdrav Slunce jako ranní meditace

Pozdrav Slunce, které má v Indii tolik názvů, jsme si popsali v minulých číslech. Slunce je přítelem všech, nerozlišuje mezi dobrými a zlými lidmi, svoji energii rozdává nesobecky všem, jiskří krásou a zaznamenává vše, co se na Zemi děje. To nakonec známe i z našich pohádek o moudrém a vševědoucím Slunci. Zaslouží si proto, abychom se ráno na chvíli zastavili a pozdravili je. Říšíkéšský pozdrav, jemuž jsem se věnovala dříve, je tím nejznámějším a nejpraktikovanějším u nás. Pokud však chceme být kreativní, můžeme připojit další pohyby, zkruty, vyzdvížení do pozice jezdce či bojovníka či úklony, vše v souladu s dechem. Můžeme jej zkusit cvičit se zastavením v jednotlivých pozi-

cích a vyslovením pranavy Óm. S nádechem nese přejdeme do následující polohy, kde se opět zastavíme a vyslovíme Óm, pak s nádechem pokračujeme do další pozice. Je to skvělé dechové cvičení, které posiluje bránici, mezižebří, hluboké hrudní a zádomé svaly. Série je pomalejší a má meditativní charakter. Umožní nám začít den promyšleně a soustředěně a s vědomostí. Podstatou jógy je totiž snaha o sebeovládání a ovládání smyslových požitek, radost a štěstí přichází z nitra, nikoli z vnějšího světa. Jóga je často v západním světě mylně vykládána jako zdravotní cvičení. Toto pojetí u nás „maskovala“ jógová cvičení za doby socialismu, kdy se jóga, nositelka nežádoucích duchovních praktik,



Světlana Prokešová,  
lektorka jógy

kteří vedou k vnitřní svobodě člověka, stala v systému řízených hodnot nežádoucí. Vlivem pomýlené prezentace jógy se

studentů snaží o výstřední sportovní výkony, na jejichž nebezpečnost v souvislosti s úrazy jsem již upozorňovala. Dosažení hlubokého soustředění je možné pouze oproštěním od vnějších vlivů. Kdo dokáže prožívat svůj život v ukázněnosti a nenechá mysl holdovat jejím vrtochům, pochopil skutečnou podstatu jógy.

[www.jogastars.cz](http://www.jogastars.cz)



## Fejeton

# Zpátky na stromy!

Také máte někdy pocit, že toho pokroku už je na vás moc? Že se svět žene do neznáma šílenou rychlostí a vy už s ním přestáváte držet krok? Říkáte si, že už vás nebaví přizpůsobovat se novým trendům, být stále in a měnit za pochodu návyky vyšlé z módy?

Možná to má co dělat s nutným procesem stárnutí, jemuž podléhá nejen tělo, ale i mysl. Snad je to přirozený stav, kdy životní funkce pozvolna zpomalují a člověku se nedostává energie ke změnám. Zřejmě tomu tak vždycky bylo po věky věků, že pokrok táhnou mladí a ti dříve narození už spíše touží po klidu, spokojí se obírat vzpomínkami na zašlé časy a rozdávat zkušenosti nabyté z prohraných bitev. Možná.

Jenže ten zběsilý úprk vpřed může mít zajímavé okliky (u některých). Představím si dialektickou spirálu, v níž se vývoj dostane do stejné pozice, jen o úroveň výš. Napadá mě tahle myšlenka vždy, když sleduji návrat mladých lidí k prostšímu životu, k jednoduchému životnímu stylu, jak se říká, do lůna přírody. Taková rodinka z velkoměsta si jednoho dne sbalí „pět švestek“ a odstěhuje se do rozpadajícího se statku v končinách, kde lišky dávají dobrou noc. Přesycení moderními vymoženostmi, uštvání věčným shonem a pronásledování neodbytným stresem zatouží po návratu do minulosti, o sto let nazpátek. Pořídí si ovce a kozy, oplotí kus louky nebo pastviny, z kmenů sroubí salaš a živí se prodejem mléka a sýrů. Členové komunity odmítají noviny, rozhlas, televizi, internet a mobilní telefony a naslouchají jen sobě navzájem a nočnímu houkání sýčka.

Nejsou už dnes jen pověstnou bílou vránou, ale přidávají se ke stále sílící skupině hledačů štěstí v prostotě. Těm lidem rozumím a mají můj obdiv. Jsou mi sympatičtí, že odmítli požítky většinové společnosti, vábení reklamy, podlézání politických programů, nabídku pohodlných ústupků a snadných kompromisů. Rozhodli se pro pravý opak. Vydali se na cestu, které bývá trnitá, obtížně schůdná a namáhavá, ale po zdolání překážek plná sladkých odměn. Je to stezka, po níž se vydáváme, abychom poznali sami sebe, svoji hodnotu a sebeúctu.

Ano, uznávám je o to víc, že nemám tolik síly, odvahy a přesvědčení, abych je následoval. Chybí mi ta posedlost jít za všech okolností za vytčeným cílem a nebát se nezdarů, nepohodlí a častých zklamání. Jsem s nimi alespoň napůl s dobrým úmyslem postoupit co nejdál. A doufám, že to nevzdám, že pokročím aspoň o krůček, o dva vždy, když to jen trochu půjde.



Jsem totiž obyčejný masťák, co se celý pracovní týden nechává hýčkat vymoženostmi metropole a víkendy tráví na venkově. A tam, ve staré dřevnici, se přibližuje primitivnímu životu předků. Do lesa chodí sbírat kletí a v zimě se choulí u kamen. Užítkovou vodu bere z potoka, lesní plody z okolní krajiny. Jablka trhá ze stromů podél silnice, švestky ze zanedbané zahrady, která nikomu nepatří. Snaží se žít, co nejvíc to jde, z darů přírody, bez tabáku, alkoholu a řeznických specialit. Naučil jsem se už zavařovat ovoce, sušit houby a vyrábět sladké sirupy. Teď procházím obdobím domácího tvarohu, jogurtu a sýrů, které chci připravovat z čerstvého mléka. A když budu slavit úspěch, rád se pustím i do složitějších kulinářských experimentů.

Kdo mi rozumí, ten mi potvrdí, že projít se bosý ranní rosou nebo vykoupat se nahý v rybníce jsou sice prostinké, ale úžasné činnosti, které kromě potěšení mají i nezpochybnitelný zdravotní přínos. Nestojí nic než chuť je udělat. Tyhle obyčejné věci jsou ničím nenahraditelné, a přitom dostupné pro všechny bez výjimky.

Slyšel jsem jeden vtipný bonmot: „Všechno špatně. Zpátky na stromy!“ A skutečně, měli bychom se zamyslet nad tím, jestli jsme při tom evolučním vývoji od opice k homo sapiens vždy kráčeli tím nejsprávnějším směrem a jestli by nebylo moudré v něčem se vrátit o jedno, dvě, tři století zpět. Ať si mi třeba nadávají do zpátečníků, já bych byl pro.

Pavel Kačer



# Povídat si s nimi o tom...

**Začni správně je projekt, který se věnuje integraci mladých dospělých opouštějících dětské domovy, do běžného všedního dne. Pomáhá jim zvládnout začátek jejich samostatného života, tedy najít a udržet si práci, vytvořit si zdravé finanční a pracovní návyky, zajistit bydlení, ale i doškolování, doučování, řešení situací v osobním a občanském životě. Následující rozhovor je s herečkou Evou Josefíkovou, která se stala patronkou projektu:**

**Evo, je to již nějakou chvíli, co jste se stala patronkou projektu Začni správně. Jak důležitá podle vás je pomoc mladým lidem, kteří opouštějí dětské domovy?**

Když si vzpomenu na to, jak jsem zhruba před pěti lety odcházela z dohledu rodičů do Prahy na vysokou školu a na své smíšené pocity, stejně si myslím, že si tak z půlky dokážu představit, co při tom cítí lidi z děčáku. Proto vnímám iniciativu Začni správně jako extrémně přínosnou.

**Dá se charakterizovat, jak jste se k titulu patronky dostala?**

To je spíš otázka pro Janu Merunkovou a Gábinu Křivánkovou. Ty si vybraly mě a jsem jim za to nesmírně vděčná. Byla jsem zrovna na nějakém focení, když mi volalo neznámé číslo. Normálně bych to zatípla, vůbec jsme nestíhali, navíc se musím přiznat, že cizí čísla moc neberu. Ale tehdy jsem se prostě rozhodla to

vzít. No a na druhé straně byla Jana a nadšeně hovořila o Začni správně. Hned mě to zaujalo, ale po telefonu toho moc nevyřešíte, tak jsme si daly schůzku. Tam už jsme se sešly všechny tři, i s Gábinou, a holky mě svým zapálením pro věc tak dostaly, že jsme si hned plácly na budoucí spolupráci.

**Proč jste se rozhodla podpořit právě projekt Začni správně?**

Je přece strašně důležité ty mladé lidi podržet nejen při prvním kroku z děčáku, ale jít s nimi dál. Povídat si s nimi o tom, jak si představují svůj budoucí život, vědět, čeho chtějí dosáhnout a maximálně jim v tom pomoci. Ale úplně nejdůležitější je, že ta děcka mají nesku-tečnou snahu a vůli na sobě pracovat, tedy – začít správně. Neočekávají, že jim věci samy spadnou do klína.

**Jak vnímáte svou roli patronky? A co je její skutečnou náplní?**

Jsem herečka, takže jsem čas od času vidět v různých médiích. Nevidím smysluplnější náplň tohoto „pozlátka“, než spojit to s podporou projektu, který skutečně pomáhá lidem. Já jsem si vybrala Začni správně, protože mám pocit, že tato problematika byla doposud pro širokou veřejnost téměř neviditelná.

**Sama navštěvujete některé dětské domovy. Jak se s tam s mladými lidmi cítíte?**

Ačkoliv mi bude 25, pořád se cítím jako jejich vrstevnice. Doufám, že pro ně nejsem už moc stará a že budeme kámoši. Vždycky, když mi to alespoň trochu čas dovolí, chodím na společná setkání. Tam sedím mezi mladými a velice ráda si s nimi poslechnu, kde se platí která



Eva Josefíková

složenka nebo vůbec jak hospodařit s penězi. A pak si o tom společně povídáme a vyměňujeme si zkušenosti a motivujeme se navzájem. Díky Začni správně mají někteří z nich za sebou spoustu rekvalifikačních kurzů, praxí apod. Já před nimi smekám a s ohledem na to, jak to měli a mají v životě složité, obdivuji, s jakým motorem se staví na vlastní nohy.

**Může se do projektu zapojit i široká veřejnost? Pokud ano, jak?**

Ano, do projektu se může zapojit i široká veřejnost, a to buď v rámci finanční pomoci, která může být jednorázová nebo pravidelná. Lidé ale mohou pomoci i jako dobrovolníci nebo v rámci mentoringu. Při mentoringu jde o přímou pomoc těm, kteří ji skutečně potřebují. Více o možnosti zapojení se dozvíte na [www.zacnispravne.cz/zapojte-se/](http://www.zacnispravne.cz/zapojte-se/).

Tereza Melišová

## Výhodnější konta mohou mít také živnostníci a podnikatelé

**K prvnímu říjnu přišla UniCredit Bank s novou nabídkou kont pro živnostníky a podnikatele s obratem do 50 milionů korun. Kromě výrazného zlevnění služeb spojených s vedením účtů je nabídka obohacena o bankovní konta vedená v cizí měně. S nimi přichází i zjednodušení a zlevnění vkladů či výběrů v cizích měnách. Do konta pro nejnáročnější klientelu banka přidává prestižní platební karty MasterCard či Visa Gold Business. UniCredit Bank ještě více podpoří začínající podnikatele a firmy, kterým nově také poskytne kontokorent až do 150 000 korun. Navíc klienti mohou mít vedení účtu zdarma.**

Výraznou úsporu už pocítili klienti, kteří mají obchodní partnery na Slovensku. Příchod platby ze Slovenska jsou od poloviny dubna tohoto roku zcela zdarma, odchodí v ceně 30 Kč. Obvyklá cena u Europlateb se pohybuje okolo 200 Kč. Nově doznaly výrazných změn i poplatky za vedení účtu. Například Business konto Gold je nyní o 300 Kč levnější.

„Bezplatné účty pro občany již využívají u nás desítky tisíc nových klientů. Nyní přichází na řadu konta pro živnostníky a podnikatele, kde dochází k opravdu výraznému snížení poplatků, případně jejich zrušení. Navíc jsme rozšířili služby o platební karty nejvyšší úrovně MasterCard či Visa Gold Business,“ uvedl Giovanni Guidi, ředitel retailového bankovníctví UniCredit Bank.

Kromě zlevnění dochází i k zjednodušení výběrů a vkladů v cizí měně. Zatímco starší Business konta zpoplatňovala tuto službu 1 % z částky se stanoveným minimálním poplatkem, nyníšší konta Start, Active, Master, Gold i konto Profese plus mají pouze jednorázový poplatek 30 Kč pro vklady a 55 Kč pro výběry učiněné majitelem účtu či zmocněnými osobami. Pro klienty, kteří často obchodují v eurech, pak UniCredit Bank rozšířila portfolio nabízených služeb o možnost bezplatného vedení až pěti účtů v cizí měně.

Úplnou novinkou je možnost vedení účtu zdarma. To bude umožněno aktivním klientům, kteří splní podmínky v podobě průměrného zůstatku či kreditního obrátu specifického pro daný typ konta. (tz)

# coop



DOLCEZZA  
ARAŠÍDOVÁ POMAZÁNKA  
340 g



RANKO  
SMETANOVÝ JOGURT BÍLÝ  
380 g

