

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

březen 2020

Místo vykřičníku

Eva Bixi

Když hlídá tvoji tvář
Ta jedna malá svatozář
Ten úsměv
Který neprodáš
Ani za nic
Co mám ti pošeptat
Na právě namazaný krajíc
Nesmysly na plný plyn
Proč nezkusit
Co není in
A místo vykřičníku
Tajit splín

Když firmy radí na mladší rychlost

Karel Dojáček, Kateřina Pondělíková, Karel Huleš

rozhovory na stranách 10–12



Jarní regenerace u Perle

JODOBROMOVÝ
ZÁZRAK
5 dní / 4 noci

Cena od
6 170 Kč

~ novinka ~

JARNÍ
REGENERACE
TĚLA
4 dny / 3 noci

Akční cena od
5 600 Kč

CYKLO-
WELLNESS
4 dny / 3 noci

Cena od
5 240 Kč

**MÁJOVÁ
SLAVNOST**

2. 5. 2020 od 12⁰⁰ h

otevření lázeňské sezóny / zehňání pramene
tradiční jarmark / kulturní program
ukázka procedur
DEN OTEVŘENÝCH DVEŘÍ LÁZNÍ
VSTUP ZDARMA

www.lednicelazne.cz

Lázeňský dům Perla | recepce@lednicelazne.cz | +420 519 304 811

Pomyslná třešnička na lahodném kávovém dortu



Nikola Marklová

Provonět pracovnu či obývací čerstvě umletou kávou nebo připraveným nápojem z hnědých upražených zrn je jasný pokyn k tomu, aby se v daném prostoru rozprostřela pohoda a lepší nálada. Je to pobídka k soustředění i rozptýlení zároveň, pomyslné tlačítko „začni“, ať už jde o cokoli. O milé popovídání mezi čtyřma očima, o dělnou poradu k nové strategii firmy nebo blížící se převratné marketingové kampani. Přitom každý z nás prožívá svůj kávový rituál trochu jinak. Někdo miluje malé kavárničky a cukrárny, další popíjení za svižné chůze po chodníku, jiný si šálek vychutná pouze v soukromí, ve své vlastní samotě, nebo jen během pracovní doby v kanceláři. Aby byla naše káva opravdu tím, čím má být, o to se stará například značka kávovarů Melitta. Její příběh, zajímavosti a postavení na českém trhu komentovala Nikola Marklová, Marketing Manager CZ/SK společnosti Melitta ČR s.r.o.

Značka Melitta má za sebou bohatou historii. Čím je vám blízká a čím vás oslovuje?

Značka Melitta byla vybudována německou rodinnou firmou v duchu tradičních hodnot, které si úspěšně uchovává po více než sto letech své existence dodnes. Za založením společnosti stála žena, paní Melitta Bentz, což je ve své podstatě nadčasový a stále inspirativní příběh. Na začátku tohoto příběhu byla touha po čistém šálku kávy, která vedla k vyrobení zcela prvního kávového filtru na světě. Odfiltrováním všudypřítomných zrníček mleté ká-

vy z nápoje byla odstartována zcela nová éra ve světě kávové kultury. Logo Melitta dnes není jen tradiční kávové filtry, ale také kávovary na přípravu překapávané kávy a plnoautomatické kávovary. Hnací silou naší společnosti je motivace přinášet neustále nové produkty vysoké kvality, na které se můžete spolehnout a se kterými si každý den dopřejete snadno a pohodlně svůj dokonalý kávový moment. Melitta je již třetí rokem kávovým partnerem fotbalového týmu Manchester United, kterému zajišťuje kompletní servis po stránce vybavení celého areálu stadionu svými kávovary

a kávou. Být součástí této spolupráce je úžasná zkušenost.

Co všechno umí vaše plnoautomatické kávovary a kdy se nejvíce prodávají? Před Vánocemi, nebo na jaře?

Technická vybavenost našich plnoautomatických kávovarů se u každé produktové řady liší. Pro všechny však platí jednoduchá obsluha i údržba, inovativní technologie a vysoká kvalita přípravy šálku kávy díky jedinečnému systému extrakce kávového aroma. Standardem je také funkce přípravy dvou šálků kávy současně nebo možnost nastavení objemu i intenzity šálku dle vlastní preference. V souladu s vysokými hygienickými standardy je možné u všech přístrojů vyjmout a pročistit celou spařovací jednotku. Kávovary nejvyšší modelové řady, Melitta CI Touch a Melitta Barista TS Smart, disponují dvěma zásobníky na kávová zrna, mezi kterými se dá snadno přepínat, a rozšířit tak výběr kávových receptur o další chuťový aspekt. Se základním modelem Melitta Solo si připravíte espresso či café crému, s nejvyšším modelem Melitta Barista TS Smart máte na výběr z 21 receptur, včetně těch mléčných.

Nejvyšší zájem o kávovary je tradičně okolo Vánoc, kdy sháníme krásný dárek pro své nejbližší nebo si chceme udělat radost něčím novým do domácnosti. Pití espressa se ale stává stále více oblíbeným, a tak je nákup kávovaru nejen sezonní záležitostí.

Čím se na českém trhu odlišují, jakou přidanou hodnotu nabízejí?

Jako jeden z velkých benefitů vnímám, že jsou kávovary vyráběny v Evropě a splňují standardy německé kvality, včetně všech kontrolních procesů před zabalením kávovaru do krabice a expedice na náš sklad. Zákazník tak má jistotu, že si domů odnáší spolehlivý a kvalitní

Ovládání prostřednictvím chytrého telefonu je opravdu skvělá funkce, která dělá personalizované nastavení i přípravu kávy naprostou hračkou. Kávovar Melitta Barista TS Smart však nabízí mnohem více, a tím se stává velice zajímavou volbou pro všechny kávové gurmány, milovníky designu i technologické nadšence.

přístroj. Velkou výhodou je již zmíněná vyjímatelná spařovací jednotka i unikátní systém extrakce kávového aroma. Kávovary Melitta CI Touch a Melitta Barista TS Smart jsou navíc vybaveny super tichým mlýnkem, který získal mezinárodní ocenění Quiet mark a promění váš kávový požitek v naprosto nerušený okamžik. Tento mlýnek má ve své výbavě také kávovar Melitta Purista, který uvedeme na trh již na konci března. Pro nadšence do technologických vychytávek je určité zajímavé ovládání modelu Barista TS Smart prostřednictvím chytrého telefonu. A nesmím zapomenout zmínit moderní a elegantní design kávovarů.

Naznačila jste, že jeden z kávovarů je možné ovládat prostřednictvím chytrého telefonu. Jaký ten slaví úspěch na trhu?

Ovládání prostřednictvím chytrého telefonu je opravdu skvělá funkce, která dělá personalizované nastavení i přípravu kávy naprostou hračkou. Kávovar Melitta Barista TS Smart však nabízí mnohem více, a tím se stává velice zajímavou volbou pro všechny kávové gurmány, milovníky designu i technologické nadšence.

Tichý mlýnek, dva zásobníky na kávu s automatickým přepínáním, 21 přednastavených kávových receptur, mléčný systém, velký barevný displej s dotykovým ovládáním, tlačítko Můj šálek kávy s nastavením až pro osm osob, systém Aroma Plus pro ještě intenzivnější chuť kávy nebo speciální kolečka v zadní části podstavu kávovaru pro snadné přesouvání. Kávovar je opravdovou špičkou ve své kategorii.

Na začátku tohoto příběhu byla touha po čistém šálku kávy, která vedla k vyrobení zcela prvního kávového filtru na světě.

Jak vás osobně oslovila kávová kultura? Kdy pijete kávu nejradyji a v jaké úpravě? Jsou příležitosti, kdy si jí dopřejete více a máte čas si tu chvilku náležitě vychutnat?

Mé srdce si naprosto získalo espresso macchiato. Kapka mléčné pěny je pro mě taková pomyslná třešnička na lahodném kávovém do-

rtu. Ráda si zajdu do své oblíbené kavárny na velký hrnek kvalitní filtrované kávy, u něj se totiž dá dlouze sedět a v klidu o samotě rozjímat, nebo naopak ve spo-

lečnosti přátel zaujatě mluvit o životě. To je spíše takové víkendové hobby. Myslím, že nejvíce litrů kávy vypiju přes týden s kolegy v práci. Pracovat pro značku Melitta je tak pro mě velkým štěstím, u nás se na kvalitu kávové kultury opravdu dbá.

Vzato odhadem – myslíte si, že Češi konzumují kávy málo v porovnání s jinými národy, anebo je tomu spíše naopak?

Ve srovnání se severskými státy není spotřeba kávy v ČR příliš vysoká. V tomto žebříčku vede Finsko, Švédsko, Island, Norsko a Dánsko. Česká republika spadá spíše do průměru ve spotřebě kávy i oproti sousednímu Německu nebo Itálii.

Nezevšednělo nám její popíjení příliš? Nebo i v těch nevytíženějších dnech máme každý svůj malý, intimní rituál, který k našemu životu patří a my si ho náležitě uvědomujeme?

Osobně vnímám vzrůstající trend kávové kultury. Stačí se jen podívat, kolik krásných a útulných kaváren se okolo nás neustále otevírá. Většinou je těžké najít zde volné místo, tak

velký je zájem o kvalitní šálek kávy. Nasvědčují tomu také každoročně vzrůstající prodeje plnoautomatických kávovarů nebo přibývající lokální pražírny, které nabízejí široký výběr kávových zrn z celého světa. Z toho lze usuzovat, že si chceme dopřávat svůj kávový rituál i u sebe doma a na chvilku se zastavit uprostřed každodenního kolotoče.

Kde všude si mohou zájemci vaše kávovary pořídit? A jsou určeny spíše pro vybavení firem, patří do kaváren či cukráren, nebo si je kupují jednotlivci gurmáni?

Kávovary jsou momentálně dostupné na online prodejnách Alza.cz, Mall.cz nebo Datart.cz a tento rok bychom se rádi začali soustředit také na kamenné prodejny. Přístroje Melitta jsou určeny jak pro domácí, tak pro firemní používání nebo do menších kaváren či cukráren.

ptala se Eva Brixl





Ráda uklízím

Když mám hlavu plnou povinností, restů, starostí a už nevím, jak dál, začnu uklízet. Kdekoli. V pracovně, v ložnici, na zahradě, v redakci. Zvedám a posunuji předměty a nábytek, stírám prach, umývám podlahu, dělám svět krásnějším a čistším. Kochám se tím, jak se prostor mění, jak jinak vyzařuje i dýchá. Stávám se i já jeho novou součástí, raduji se z povedeného. Větvička do vázy a hotovo. Ten pocit za to stojí. Akce uvolní energii, naberu odvahy začít s tím, co mi před hodinou ještě překáželo. Občas takto posouvám priority a zjišťuji, že se vlastně nic nestalo, i když se událo mnohé. Obývá se usmívá a já napíjala článek dřív než po uzávěrce.

Eva Brixí, šéfredaktorka



Tip Grady

Úspěšná řeč těla – Není rozhodující, co říkáme, ale jak to říkáme

Monika Matschnig



Pro vaši profesní kariéru je dnes více než kdy dříve důležitá vaše osobnost. Klíčovou roli přitom hraje řeč vašeho těla. Sympatickému, sebevědomému a přesvědčivému vystupování se můžete naučit. Odbornice na neverbální komunikaci vám v této příručce prozradí, jak můžete zdokonalit své vystupování v pracovním prostředí.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 14, březen 2020
Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixí-Šímková, e-mail: brixí@iprosperita.cz, mobil: 602 618 008

Šéfredaktor www.madambusiness.cz:

Martin Šimek, e-mail: martin@iprosperita.cz, mobil: 606 615 609

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

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz



Distribuce: 5 P Agency, spol. s r. o.

Placené textové materiály jsou označeny grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Z www.madambusiness.cz doporučujeme sledovat kosmetickou poradnu GERnétic nazvanou Průvodce zdravým půvabem.

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitivejournal.com naší redaktorky Kateřiny Šímkové.

Premýšlíte nad změnou vizuální identity nebo marketingové strategie? S Martinem Šímkem a mediaknow.net najdete správný směr.



Využíváte ve své praxi služeb blogerek a blogerů?

Jana Sekeráková
Hyundai Motor Czech
ředitelka marketingu

Při výběru influencerů je naším cílem oslovit různé cílové skupiny cestou, která je jim nejbližší. Influenceri tak mohou vytvářet autentický obsah, který je samozřejmě nejučinnější a neotravuje jejich publikum. Naším benefitem je zase příležitost odprezentovat vlastnosti vozu ne-tradičním způsobem a zároveň se zaměřit na detaily, na které v reklamě není prostor.



Co děláte pro udržitelnost života na zemi, na pracovišti či v osobním životě?

Ing. Petr Studnička, Ph.D.
Vysoká škola hotelová
v Praze 8, spol. s r.o.
jednatel, vedoucí katedry hotelnictví

Pro udržitelnost života se snažím vycházet z principu 3R – Reduce, Reuse a Recycle. Ten se zaměřuje na omezování odpadu, snahu opakovaně používat zboží a podporovat recyklaci. Je evidentní, že především v Evropské unii, Českou republiku nevyjímaje, bude posilovat význam cirkulární ekonomiky, která je integrální součástí udržitelného rozvoje. Jsem přesvědčen, že k udržitelnosti přispívá i stále více využívaná železniční doprava, a protože jsem jejím velkým fanouškem, vlakem cestuji velmi často a rád. Určitě ale i v oblasti udržitelnosti platí – méně fanatismu, více selského rozumu!



Informace do kabelky

Zeleninová revoluční novinka mezi chipsy



Enjoy chips je atraktivní značka chipsů, kterou ocení milovníci zdravé výživy. Vyrábí ji česká firma v Itálii na základě unikátní technologie.

Není totiž snadné vytvořit přírodní, a přesto velmi chutné křupavé zeleninové chipsy – v tomto případě se podařilo spojit zeleninu a bramboru tak, abyste si mohli vychutnat chipsy bez výčitek. Nenajdete v nich žádná chemická dochucovadla, umělá barviva ani konzervanty. Vybrat si můžete z pěti druhů. Řepu s mátou, špenát s česnekem, dýň s rozmarýnem, mrkev s cibulí nebo červenou papriku s jarní cibulkou. Tyto chipsy jsou také bez mouky, bez cukru i bez palmového oleje. Koupit je můžete například v Makru či v prodejnách Countrylife nebo Sklizeno a ve vybraných e-shopech. Sáček s pochoutkou dobře ukryjete i v kabelce jako pohotovostní rezervu, když spěcháte ze schůzky na schůzku a žaludek se hlásí o svou porci...

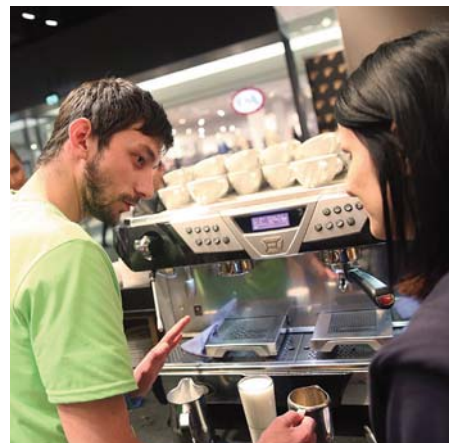
(tz)



Dobrovolnictví v Tchibo nabralo nový rozměr

To, že firmy vysílají své dobrovolníky pomáhat do neziskových firem a sociálních podniků, není nic nového. Že by ale zaměstnanci sociálních podniků praktikovali přímo ve firmách, tak zcela běžné není. První takovou vlašťovkou je edukační projekt společnosti Tchibo nazvaný Laskavý šálek. V jeho rámci si 25. února odpoledne v brněnském obchodě Tchibo v Galerii Vaňkovka vyzkoušelo sedm neslyšících zaměstnanců sociální Kavárny u Žambocha práci jak za kávovým barem, tak v zázemí prodejny.

Všichni praktikanti na sobě měli zelená trička a plakáty ve stejné barvě informovaly zákazníky o jejich přítomnosti. Za pomoci tlumočnicků do znakové řeči připravovali hostům kávu, ale zároveň se v teoretické části školení dozvěděli podrobnosti o sortimentu kávy, jaké jsou



mezi nimi rozdíly, jak se káva správně praží, mele či skladuje. V zázemí prodejny se pak dobrovolnice Tchibo zaměřily na vysvětlení toho, jak správně postupovat při skladování zákusků, dortů či rozmrazování pečiva. „Je to poprvé, co jsme v rámci běžného provozu našeho obchodu spolupracovali s hendikepovanými lidmi a dali jim možnost vyzkoušet si teoreticky nabyté zkušenosti v rámci každodenního provozu jednoho z našich obchodů. Velmi mile mě překvapily reakce našich zákazníků, obzvláště těch stálých, kteří aktivně podporovali neslyšící praktikanty při jejich zkušebním dnu,“ komentovala projekt Monika Vlková, interní trenérka společnosti Tchibo Praha, a dodala. „Dle reakcí účastníků školení byla tato zkušenost velmi přínosná i pro ně, což mě opravdu těší. Neslyšící baristé z Kavárny u Žambocha měli poprvé v životě možnost zažít pořádný provoz a velkou frekvenci lidí,

jelikož u nich v kavárně pracují v poklidném prostředí s poměrně malou návštěvností, takže to pro ně byla opravdová změna. A musím říci, že u nás obstáli na jedničku.“ Společnost Tchibo Praha se dobrovolnictvím – manuálnímu i expertnímu – věnuje již řadu let a umožňuje svým zaměstnancům čerpat dva pracovní dny na dobrovolnické aktivity ročně. Je jen na nich, zda se zapojí do mezinárodně organizovaných dnů, jako je třeba Give & Gain Day, nebo si zvolí vlastní organizaci, kam půjdou pomáhat. Vzdělávací program expertního dobrovolnictví pojmenovaný Laskavý šálek vznikl v roce 2019 z iniciativy zaměstnanců společnosti Tchibo. V jeho rámci interní trenérky spolu s kolegy z obchodů školí v sociálních kavárnách, oblasti, která je firmě vlastní, teoretické i praktické znalosti a dovednosti týkající se kávy, prodejních dovedností či obsluhy zákazníků. (tz) ■■■



INZERCE



Dr. Vejce

IQEJCE

**O Velikonocích vejce
pro slavnostní náladu,
zdraví i dobrou chuť!**

MAIWALD



www.agmaiwald.cz | kontakt pro velkoodběratele: info@maiwald.cz

Přírodní antistres jako někdejší československý patent

Stalo se nepostradatelnou nutností hledat, čím bychom si vylepšili kondici, co udělat pro naši pohodu a zdraví, a to tak, abychom se na daný přípravek mohli spolehnout, aby neměl vedlejší účinky, aby fungoval. Značka Pangamin společnosti Rapeto a.s. tyto požadavky splňuje. Na českém trhu setrvává neuvěřitelných 60 let. Nabízí množství variant, které naznačují, jakou cestou účinně ke svému zdraví kráčet. Loni do nabídky přibyl unikát: přírodní B komplex. O něm jsme hovořili s Martinou Pupcsikovou, která má ve jmenované firmě na starost marketing:

Naše dny provází neuvěřitelné tempo, zpracováváme neúměrné množství informací, valí se na nás nové technologie, nerozeznáváme stres od pohody a klidu. Abychom vše zvládli, hledáme doplňky stravy, jimiž kompenzujeme špatný životní styl. Co nabízí letitá značka Pangamin?

Pangamin je tradiční a český produkt, osvědčený již přes 60 let. Mnoho generací si ho oblíbilo, protože jednoduše funguje. Od toho se odvíjí jeho dlouholetá tradice a následně i ocenění Volba spotřebitelů a Czech Superbrands, které výrobky řady Pangamin získaly dokonce již potřetí v řadě. Obsahují šetrným způsobem zpracované pivovarské kvasnice, které přirozeně obsahují vitaminy skupiny B, minerály, stopové prvky, aminokyseliny a další biologicky aktivní látky. Má široké využití, stejně jako je každé „béčko“ na něco specifické. Je možné zmínit jeho pozitivní vliv na celkovou vitalitu, imunitu, na kvalitu vlasů, nehtů a pokožky. Snižuje nervozitu, je vhodný při fyzické i psychické zátěži. Jde o takový přírodní „antistres“. Kromě Pangaminu má firma Rapeto v portfoliu i další značky, které jsou výtečné na imunitu (například Glukamedic s extraktem z hlívy ústříčné, Trio Restart s probiotiky, Cardio Well s ovesnou vlákninou pro regulaci hladiny cholesterolu, pro zdravé srdce a cévy atd.).

Loni jste uvedli na trh přírodní B komplex, přirozený zdroj vitaminů skupiny B, a jak uvádíte, jedinečný přípravek na českém trhu za dostupnou cenu. Čím je tento výrobek jedinečný, v čem se od jiných liší?

Pangamin přírodní B komplex jako jediný obsahuje vitaminy skupiny B, od B1 po B12, včetně B15 v přirozené, nesyntetické podobě se všemi výhodami kofaktorů, tedy látek, které v přírodě doprovázejí různé vitaminy, působí s nimi synergicky a posilují jejich účinek. To je v nabídce „békomplexů“ opravdu jedinečné. Pangamin přírodní B komplex garantuje 100% RHP všech vitaminů skupiny B pouze ve čtyřech tabletách denně. Má tedy vyšší obsah béček než tradiční Pangamin, a to díky moderní technologii řízené fermentace. Vedle komfortu užívání je zajímavou alternativou pro ty, kteří drží různé zdravotní diety nebo holdují speciální výživě a rozmanitým životním stylům či chtějí být prostě jen fit. Například vitamin B6 zaujme ženy, vitamin B12 pak vegetariány a vegany, a tak bych mohla pokračovat dál. Mnoho lidí dnes už ví, že pravidelné užívání vitaminů skupiny B odpuzuje klišata a komáry. To s úspěchem využívají chovatelé a všichni ti, kteří vyrazí do přírody.



Martina Pupcsiková

Mohou B komplex konzumovat přepracovaní, unavení a takřkajíc na doraz jedoucí šéfové dlouhodobě, třeba dva tři roky? Nelze se „předávkovat“, není B komplex návykový?

Béčka nejsou návyková a nelze se jimi předávkovat. Jsou ve vodě rozpustná a případný přebytek tělo přirozeně vyloučí a neukládá. Naopak pravidelnost a dlouhodobé užití je vhodné, protože pak nedochází k nežádoucím výkyvům pro organizmus. V přírodní formě ho navíc nijak nezatěžují. Béčka jsou nezbytná pro normální fungování různých (většiny) tělesných funkcí, kdy každý jednotlivý vitamin skupiny B má svůj význam. Patří k nejdůležitějším vitaminům s nejširším spektrem účinků. Béčka by si měl v rovnováze držet každý. A není nic jednoduššího než si prostě vzít 2 x 2 tabletky Pangamin přírodního B komplexu denně a už se nestarat, jestli mám to nebo jiné béčko v normě.

V čem je přínosný pro ženský organizmus?

Béčko, a obzvláště to přírodní, je prospěšné pro každý organizmus. Ale pokud vzpomene speciálně ženy, tak nejmarkantnější přínos má kyselina listová (B6) v době těhotenství a vývoje plodu. A protože ženy čelí více hormonálním výkyvům, změnám nálad, a vztaheno k tomu i stresům a únavě například během cyklu, jsou to zase béčka, která mohou organizmus pomoci lépe vyladit. Přírodní produkt nezatěžuje tělo ani duši, je pro ně přirozený a díky kofaktorům (minerály, stopové prvky) lépe funguje než produkt syntetický. Díky tomu je vhodný i pro děti od 3 let, při změně dávkování.

Ženy bude ale zajímat, jestli se po pivovarských kvasnicích přece jen netloustne...

Tak tento mýtus se kdysi zrodil a stále s ním bojujeme. Béčka se totiž mohou dávat například dětem, které nerady jedí. Ale to není důvod, proč by se po něm mělo tloustnout, když se bere podle dávkování. Když se sní půlhodiny před jídlem, tak by to asi mělo za efekt, že jídlo pak zbaštíte s větší chutí a možná ho spořádáte víc, než je třeba. Ale na obalu je uvedený opak, a to, že se dává až po jídle – tím naopak podpoří trávení. Bohužel v popu-

Béčka nejsou návyková a nelze se jimi předávkovat. Jsou ve vodě rozpustná a případný přebytek tělo přirozeně vyloučí a neukládá. Naopak pravidelnost a dlouhodobé užití je vhodné, protože pak nedochází k nežádoucím výkyvům pro organizmus. V přírodní formě ho navíc nijak nezatěžují.



laci koluje mnoho hloupých mýtů, a toto je jeden z nich. My ve firmě jsme chodící reklamy! Jsme štihlí, vysportovaní a vypadáme o pár let mladší – to samozřejmě přičítáme celému životnímu stylu, nejen Pangaminu, ale mnoho obchodních partnerů na první schůzce reaguje stylem: „Sami jste nejlepší reklamou na produkt.“

Dalším argumentem je, že Pangamin užívá mnoho vrcholových sportovců, včetně kulturistů, a kdyby se po něm tloustlo, tak to asi brát dlouhodobě nebudou. Naopak jsou si vědomi podílu bílkovin v kombinaci s kofaktory na podporu svalů.

Jde o českou technologii, český „vynález“? Máte ho ošetřen jako patent, průmyslový vzor či jiným způsobem?

Pangamin byl v 50. letech minulého století registrován jako československý patent a my ho dále rozvíjíme.

Lze u vás objednat určité množství B komplexu nebo jiných přípravků jako dárkové balení pro zaměstnance, management a dát výdaj do nákladů firmy či organizace?

Ano, určitě. Malé i větší množství je možné zadat přímo na e-shopu na www.pangamin.cz. Nebo můžeme pro firmy navrhnout a připravit libovolné balíčky – buď jako zdravotní benefit pro zaměstnance, nebo jako neotřelý dárek pro obchodní partnery. Zpracujeme nabídky na klíč. I díky výhodné ceně jsou kromě Pangaminů oblíbené velmi chutné cucavé C vitamíny v různých ovocných příchutích. Céčka nabízíme i jako reklamní předměty s etiketami podle požadavků zákazníka. Mohou být zabalené dokonce i v reklamních krabičkách, kdy se postaráme o grafiku. Stačí se na nás obrátit přes web.pangamin.cz nebo na e-mail marketing@rapeto.cz. Popřemýšlíme společně!

za odpovědi poděkovala Eva Brixí

Být sám sebou je druhem štěstí

Jsou chvíle, kdy má člověk sám se sebou víc práce než obvykle, kdy se mu změni priority života, kdy se převrátí vnímání hodnot, kdy se začne snažit, ale o úplně jiné věci než do věrejška. Většina z nás zlomové okamžiky zná. Veselé, ale i ty smutné. Během takového období nedokáže být sám, potřebuje se vypovídat, rozdělit se o radost i bolest. A když je opravdu ouvej, zkouší cokoli, jen aby se mu ulevilo.



Rev. Martina Viktorie Kopecká

Lidských příběhů zná Rev. Martina Viktorie Kopecká, pražská farářka Církve československé husitské, mnoho. Když jsem ji poslouchala na novoročním setkání žen podnikatelek a manažerek v našem hlavním městě organizované Agenturou Helas Heleny Kohoutové, snažila jsem se rozpoznat, jaká vlastně Martina Viktorie je. Smutná, nebo veselá? Houževnatá a pracovitá až na hranici lidských možností? Proč na cestě za štěstím zvolila povolání farářky? Nezmoudřela příliš brzy? Nedává ze sebe příliš? Netíží ji vše, co vyslechne? Pak jsem opáčila sama sobě: jsou to asi hloupé otázky. Ale přesto jsem jí některé položila:

Váš profesní příběh začíná korporátem a končí obědem s papežem, zpovědníci a manažerským postem v církevním systému. Nevyměnila jste jedno za to samé?

Obědem s papežem příběh nekončí, skoro je to naopak! Dalo by se říci, že církev je jedním

z nejstarších „korporátů“ na světě. Je otázkou, zda je výhodou, či nikoliv, že našeho „nejvyššího šéfa“ nikdo nikdy neviděl. Ale to si z toho všeho dělám legraci, vezměme to vážněji. Kněžská služba je spíše povolání než zaměstnání, nemáme obvykle úřední hodiny, knězem je člověk pořád, od rána do večera, do noci, o svátcích, o prázdninách. Jsem založením pečlivý workoholik, což je výbava, kterou jsem si s sebou přinesla i do farní kanceláře.

Proč jste se stala zrovna farářkou? Neměl by se člověk oddat tomuto povolání až v pokročilejším věku?

Do kostela chodí lidé různých věkových skupin. Zdá se, že apoštolové Ježíšova kruhu, ani sám Ježíš, nebyli v době svého aktivního působení životem protřelí starci. Jistě s věkem přicházejí zkušenosti, ale mladý farář z kazatelný netvrdí, že rozumí úplně všemu. Nesetkala jsem se s tím, že by mi někdo řekl, že ke zpo-

vědi nepřijde, protože jsem na to moc mladá, starší farníci naopak lákají do kostela svá vnoučata, s nadějí, že by s nimi mohli do kostela na mladého faráře chodit. Já jsem ve svém životě neplánovala, že bych měla sloužit v církvi, nebyl to od dětství můj sen a ani nemáme kněžskou tradici v rodině. Ale shodou okolností jsem začala studovat teologii, ta mě nejdříve nadchla jako věda, pak už byl krůček k víře, křtu, a nakonec i službě.

Čím si lze získat důvěru těch, kteří hledají pomoc?

Tím, že budu jako farářka autentická. Jsem žena, jsem člověk, nepřísluší mi soudit, a vlastně ani rozdávat rozumy. Má služba je v doprovázení, k vedení člověka k Bohu, v modlitbách. A to se ukazuje i v mé vlastní důvěře v to, že Bůh mě vede v životě po správných cestách a na nich potkávám ty pravé lidi, kteří mě posouvají, pomáhají mi učit se a poznávat. Farář by neměl slibovat, že všechno „dobře dopadne“, protože někdy to může trvat. Nedávno jsem četla: „všechno skončí dobře, a pokud to teď tak nevypadá, tak to ještě není konec“.

V jakých životních situacích se na vás lidé obracejí? Co od vás při zpovědi chtějí slyšet? A vracejí se? A děkují?

Vyhledávají mě lidé v extrémních situacích. Buď jsou velmi šťastní – chystají se vstoupit do manželství nebo se jim právě narodilo dítě a chtějí ho nechat pokřtít. Anebo procházejí těžkou situací v životě, někdo je opustil, tedy zemřel nebo se s nimi rozešel. Hledají cestu, jak žít dál, chtějí si na chvíli odpočinout od starostí, s někým je sdílet. K připravám ke křtu potom obvykle přicházejí taci, kteří v životě stojí před nějakou otázkou a chtějí se posunout dál, křest je do určité míry, kromě jiného, přechodový rituál, přihlášení se k Ježíši Kristu, k Bohu, vyjádření důvěry. No a zpověď je rozhovor, který spadá do oblasti duchovní péče. Je to bezpečný prostor, kde se mohu zamyslet na svou omylnost a lidskou křehkost. Není to soudní tribunál ani policejní výslech, je to vyjádření rozhodnutí zamyslet se sám nad sebou a uvažovat o svém chování i myšlení. Farář se

Kněžská služba je spíše povolání než zaměstnání, nemáme obvykle úřední hodiny, knězem je člověk pořád, od rána do večera, do noci, o svátcích, o prázdninách. Jsem založením pečlivý workoholik, což je výbava, kterou jsem si s sebou přinesla i do farní kanceláře.



primárně a pravidelně stará o své farníky, tj. členy své náboženské obce, ale přicházejí i lidé z venku, všichni jsou vítáni. S projevy vděčnosti se setkávám, ale největší odměnou je pro mě to, že lidé hledají cesty k Bohu, kultivují svou duchovní krajinu a odcházejí s novou dávkou naděje.

V tom, jak porozumět člověku, se dále vzděláváte. Co studujete?

Jsem věčný student. Mám za sebou dvě vysoké školy a teologii prohlubuji dál v rámci doktorského studia. Dává mi to docela zabrat, neustále čtu a píšu, je to krásná výzva. A po absolvování výcviku v krizové intervenci jsem se rozhodla pro specializaci na rodinnou terapii psychosomatických poruch, která pozoruhodně spojuje jednak narativní, vyprávěcí přístup, a pak také duši a tělo. Teologie se s psychologií dobře doplňují, ale každý ten obor má svá specifika a jedinečnost.

Když jsem vás poslouchala na nedávném setkání žen, které připravila Agentura Helas v Praze, zdálo se mi, že na svůj věk příliš přemýšlíte. Nebrání vám to v osobním štěstí? Nezatěžuje vás to?

Nevím, jestli přemýšlím moc, nebo málo. Někdy je dobré prostě poslouchat hlas srdce a jít tou dobrodružnou cestou života bez velkého rozumování. Jenže optimální je asi určitá

rovnováha, rozum a emoce neumíme oddělit, a je dobré si své myšlenky i pocity prohlížet, nehodnotit je, jen zkoumat. Učí nás to, kým jsme a kudy se vydat, abychom se rozvíjeli. A taky se tím naučíme přijímat, být doopravdičtí, nikoliv jen své karikatury nebo napodobeniny. Být sám sebou je druhem štěstí, které bychom si měli dokázat dopřát.

Zmínila jste se o tom, že už i dnes máte zoufalý nedostatek času, aktivit, které zastáváte, je hodně. Čemu všemu se tedy věnujete a jak byste vše ráda zvládala, abyste se z toho nezbláznila?

Ale vždyť já z toho už dávno blázním, jen si už umím vybrat, kvůli čemu to za to stojí. Nepouštím se do věcí, které mi nedávají smysl. Odpočívám obvykle čtením,

modlitbou nebo dlouhou procházkou. Už jsem také zjistila, kde jsou moje limity, a někdy se prostě potřebuju doma zavřít s knihami, filmy a dobrou kávou a strávit den v pyžamu. Mám dobré spaní, bez toho by to asi nešlo.

Jste vlastně manažerkou, jak se však vaše profese liší od těch klasických manažerských?

Ano, mám na starost chod farní kanceláře v jedné ze svých obcí, což obnáší mimo jiné i připravit podklady pro účetní a taky někdy uklízet nebo přestavovat počítač – což tedy

není management jako spíš holistický přístup k věci. Ale středobod mého povolání je služba Bohu a lidem. Tedy sloužím bohoslužby, svačební obřady, křty, pohřby, setkávám se s lidmi, zpovídám, navštěvuji, vzdělávám dospělé i děti. Farář když nechce, tak se vážně nezastaví.

Píšete svůj blog. Co je cílem?

Pozvat všechny, kteří by třeba do kostela nikdy nešli, aby se zamysleli nad duchovní rodinou svého života. Ale ten blog vznikl s ambicí vypsat se ze svých zážitků, farářských i osobních. Chtěla jsem ukázat, že i mladá žena, kterou zajímá móda a kultura, může být dobrou služebnicí, a že se to nevylučuje. Snažím se být sama sebou a nabízet lidem doprovázení na cestě k Bohu, nebo k přiblížení se církvi, kterou často kritizujeme, aniž bychom o ní něco věděli.

Nenapadlo vás někdy, že vám bude církev za nějakou dobu těsná, že budete potřebovat další křídla, jimiž se dá mávat v nových výšinách?

Mě netrápí ambice, kvůli kterým bych nemohla spát. Cílem je pro mě smysluplná služba, která mi dělá radost. Mám tu čest, že mohu zastupovat Církev československou husitskou ve Světové radě církví, což je pořádný rybník, kde je neustále na čem pracovat a co dělat. Naše země pro mě bude vždycky domovem, a husitská církev je tím duchovním přístavem, ale moc ráda cestuju, vylétávám z hnízda a zase se vracím.

Můžete z církve vystoupit?

Ano, z členské základny se může člověk nechat škrtnout. Avšak to jsou jen vnějšíkové věci, kněžství ani křest sejmout z člověka nejde, ten je v nás, i kdybychom předstírali, že o něm nevíme. Křest je nezrušitelný, je to dar, který nelze reklamovat ani vrátit, koneckonců, to by byla věčná škoda.

ptala se Eva Brixí



foto Jana Krivánková

Když firmy řadí na mladší rychlost

Generační výměna v podnikání rodinných firem je podle mne těžké téma. Je to o odhodlání, váhání, odvaze, a asi hlavně o emocích i správném načasování. Předání firmy není krok, který by se patrně obešel bez bezesných nocí, zvažování pro a proti, i trochy (nebo více?) nostalgie. Znáám však muže, který právě tuto záležitost řeší s nadhledem a optimizmem. Jako osobnost, která je i za toto rozhodnutí schopna nést svou zodpovědnost, která si dokáže užít dobrý pocit ze skutečnosti, že to, co člověk vybudoval a čemu věnoval kus svého osobního i profesního života, bude ve správných rukou. Je to podnikatel Karel Dojáček. V současnosti zasvěcuje do tajů businessu, možností seberealizace, příležitostí k úspěchu svoji vnučku Bc. Kateřinu Pondělíkovou. Svěřil jí péči o developerské aktivity své firmy CHOTOL spol. s r.o. Vedle ní stojí Karel Huleš, opora, člověk, na něhož se Karel Dojáček již řadu let spoléhá a který řídí tu jeho společnost, kterou zná veřejnost podle názvu velmi dobře: AUTOCENTRUM Dojáček, spol. s r.o. Těmto dvěma pomocníkům věří, v ně doufá. Na adrese U seřadiště 10 v pražských Vršovicích je však stejně každý den, jako před lety. Jen prý s tím rozdílem, že nyní nezačíná v 7.00 ráno, ale až v 8.15.

odpovídá Bc. Kateřina Pondělíková

Nevím, jak o dědečkově podnikání přemýšlí vnučka Kateřina Pondělíková ve svých 28 letech. Mladá manažerka však zcela určitě svým způsobem spoléhá na moudrost Karla Dojáčka, z níž plyne jistota, která je pro mladou generaci tak potřebná. Na první pohled připomíná bezstarostnou mladou ženu, která má to nejlepší ještě před sebou. Chybí jí léta zkušeností, o to více uvažuje svižně a po svém. Karel Dojáček ví, že to není na závalu.

Co vás přesvědčilo o tom, že budete a chcete pokračovat ve vedení rodinné firmy?

Asi rostoucí záběr obou firem. Taky úsilí, které do podnikání děda vložil. Proslul jako dealer mnoha automobilových značek, jako člověk, který nejen autům a motoristickému sportu rozumí. Věnoval oboru všechn svůj čas. Má hodně zkušeností se stavařinou, protože areál, který v pražských Vršovicích kdysi koupil, postupně zvelebují. Sám organizuje řemeslníky i dodávky materiálu. V posledních letech se rozhodl, že velký díl své energie věnuje i developerské činnosti. A k tomu mám i já blíž, se vším, co k tomu patří, se sžívám. Jinými slovy: viděla jsem nutnost pomoci s rozšiřujícími se aktivitami. Musela jsem nastoupit.

Nebojíte se, že budete muset práci obětovat všechn svůj čas?

To nevím, ráda cestuji a poznávám nová prostředí. Vynasnažím se, abych o to nepřišla.

V čem nyní nejvíce pomáháte?

Mám na starost provozní záležitosti naší developerské činnosti. Hlavně komunikaci s nájemníky bytů. Těch je kolem 300. Přibývají noví, odcházejí stávající. Kolem toho je spousta agendy. A starostí i dobrodružství. Když jsem



šla nedávno požádat jednu nájemnici, aby již zaplatila, co dluží, musela jsem utéct. Na svou obranu si zavolala boxera, svět je divný. Snažím se řešit, co je potřeba, ať s řemeslníky, máme svoji údržbářskou skupinu, nebo uklízečkami, a toho je každý měsíc dost. Jsem ráda, že mám prostor pro vlastní názor, svůj styl. Nové věci mě baví, je to pro mne tak trochu adrenalin.

Ohlídat takové provozní „drobnosti“ chce tvrdou ruku...

Musí to mít určitá pravidla, řád. Patří k tomu rychlé rozhodování. Potrpíme si na to, aby nám vše klapalo, aby byl vždy pořádek a byty v náležitém stavu. Denně se přesvědčuji, jak prospěšná je perfektní organizace práce.

Změnila byste ráda něco i v tom, co už funguje?

Zatím se spíš rozhlížím. Sbírám zkušenosti a těžko si dovolím tvrdit, že bych to někdy mohla dělat lépe než děda. Snažím se pocho-

pit všechny mechanismy, důkladně si osvojit, jak to tady chodí. Děda měl vždy vše jasně pod kontrolou, osobně na vše dohlížel. To je jeho silná stránka v celém podnikání. Pamatoval a pamatuje i na maličkosti, včetně výhod pro zaměstnance. Je taky velký vizionář. Samozřejmě i já vidím sem tam něco, co by se dalo dělat jinak. Řešíme to za pochodu, nikdy nechodíme dlouho kolem horké kaše.

Co je na tom všem nejsložitější?

Asi ta práce s lidmi, komunikace s nájemníky. Někdy je těžké sladit jejich potřeby s našimi představami, možnostmi a naopak. Sice si hodně vybíráme, komu svěřit klíče od bytu, dbáme na pověst místa i úroveň služeb, ale i tak jsou někteří nájemníci stále vynalézavější a zkouší různé finty, aby z toho měli jen výhody. Učím se rozpoznávat, co je důležité, a co ne, čím má smysl se zabývat a co nechat být.

Jakých vlastností si na dědečkovi vážíte?

Upřímnosti a spravedlivosti.

odpovídá Karel Dojáček

O tomto muži se v podnikatelských kruzích vždy hovořilo jako o jedinečném znalci motorů, aut, motorek i lodí, jako o houževnatém podnikateli, který, když si něco usmyslel, vždy toho dosáhl. Jako o člověku, který má názor a umí si ho obhájit. Patří mezi ikony businessu v České republice. Váží si poctivé práce, snahy i výsledků. Ty umí také náležitě ocenit. Je jednatelem firem AUTOCENTRUM Dojáček a CHOTOL.

Předáváte firmy, které mají zvuk i vynikající výsledky. Nebolí to? Je to ve vašem životě přece jen velká změna...

Není to změna, je to nutnost. Byl bych rád, aby se firm ujal ti, kteří k nim mají vztah, umí pracovat a chápou, že mohou pokračovat v tom, co jsem zatím udělal. V mém věku už bych si také zasloužil trochu odpočinku.

A pak – co může být lepší než předat firmu do rukou odvážných manažerů, odvážnějších, než jsem já sám? Navíc už jsem toho dost zažil a některé věci se skoro bojím razantně rozhodovat, pořád zvažuji, jestli to udělat tak, či jinak. A to by se mohlo stát brzdou. A taky se už nechci, a to myslím úplně vážně, zabývat nepodstatnými věcmi, které jsem musel doposud řešit.

Byl jste zvyklý věnovat se podnikání celý život. Nebojíte se, že budete mít nyní až příliš volného času?

To asi nehrozí. Mám i tak ještě spousty plánů, mám představy i sny. Firemní pozemek bych rád viděl jako ucelenou sestavu objektů, které dobře slouží svému účelu. Rád bych zkultivoval tenhle kousek Vršovíc, zaslouží si to. Ne-



pomímám ani hledisko ziskovosti. Postavili jsme zde již jeden bytový dům, teď stavíme dalších 250 bytů, které budeme pronajímat. V Praze ubytovací kapacity chybí, tak proč se nedívat právě tímto směrem.

Proč jste business obohatil o developer-skou činnost?

Vždycky jsem ke stavařině měl blízko. Areál má 30 000 metrů čtverečních. Pamatuje mnoho zedníků, obkladačů, topenářů... Rád bych sídlo našich firem zušlechtil, udělal z tohoto místa důstojné prostředí, které bude žít tak trochu vlastním životem. V dalších letech počítáme s restaurací i jídelnou pro zaměstnance. Také jsem chtěl tímto způsobem diverzifikovat rizika podnikání. Když nepůjdou auta, což se naštěstí zatím nestalo, půjdou byty.

A oba směry by se měly vhodně doplňovat. Zatím se to vyplácí.

Co byste si přál v souvislosti se dvěma nástupci – vnučkou Kateřinou a kolegou Karlem Hulešem?

Aby jim to šlo lépe než mně. Když vidíte, že jsou firmy ve správných rukou, je to odpověď na mnoho otázek, které si člověk už nemusí pokládat. Dnes Karel Huleš dělá i výplaty zaměstnancům sám, já mu už do toho nemluví a věřím mu. Neznamená to jen napsat pár tabulek, ale své zaměstnance dobře znát, vědět, jaký kdo má poměr k práci, co jí dává, nebo naopak, kde šidí, rozeznat, kdo si zaslouží odměnu a kdo víc motivace. Kateřina, moje snacha a syn se na svěřené úkoly dívají úplně jinými očima než já, a řeší problémy po svém. Velmi rychle si uvědomili, že o majetek se dobrý hospodář musí starat, že je to jeho povinnost. A to mne těší.

Pořád jste hodnocen jako nejlepší dealer značky Fiat v ČR jak v prodeji osobních, tak užitkových vozidel...

Ani to nepřišlo ze dne na den. Je za tím opravdu tvrdá práce celého kolektivu, soboty, neděle, čas, který nikdo nevrátí. Pokud to dává smysl, proč ne.

Nač nyní myslíte?

Nejen nyní, ale vždy jsem myslel na to, abych se nemusel stydět, když se za sebou ohlédnu. S chutí jsem tvořil to, co přinese hodnoty zákazníkům, obchodním partnerům, rodině. A byl bych rád, kdyby šli v těchto šlépějích i moji nástupci. Hodně mne uspokojuje, když porovnáím fotografie z 90. let a dneška.

odpovídá Karel Huleš

O Karlu Dojáčkovi se říká, že je prudeš se srdcem na správném místě.

Karel Huleš, ředitel společnosti AUTOCENTRUM Dojáček, je naopak klidáš, mírný člověk, který váží slova.

Ale co řekne, to platí a má logiku.

S Karlem Dojáčkem spolupracuje dlouho. Jeho důvěru si získával postupně. Práci, kterou dokázal dělat bravurně a s rozvahou. Ať jde o samotný prodej aut, péči o servisní služby, budování vztahů se zákazníky i dodavateli.

Vzpomenete si na své začátky u této firmy?

Začínal jsem tu v roce 1996, nastoupil jsem na pozici prodejce nových vozidel, a z ní jsem se postupně posouval do vedení autosalonu, na post obchodního ředitele. V současné funkci jsem tři roky.

Na čem stavíte své manažerské dovednosti?

Na schopnosti odhadnout, jak co nejlépe ošetřit vztah mezi firmou a klientem. Karel Dojáček dbá na to, aby byl zákazník maximálně spokojený, abychom vždy uměli vyhodnotit reálnou situaci tak, aby se kupující nebo ten, kdo využívá našich služeb, necítil ukřivděný, ošizený, ale naopak měl pocit, že dostává patřičnou hodnotu za to, že u nás utrací své peníze. Snažím se jednat tak, abychom měli všichni z prodeje nebo služby odpovídající pocit, pocit užitečnosti. Jsem si vědom, že ani vyhozené situace, ke kterým tak jako tak někdy dojde, nelze řešit konfliktem, ale naopak kompromisem, který dává prostor oběma stranám.

Čemu jste se zde naučil?

Zodpovědnosti, trpělivosti, rozhodování. Spravedlivost vidět v mnoha souvislostech,



svět není jen bílý nebo černý. Začal jsem věci kolem sebe posuzovat ze všech stran. Naučil jsem se řešit problémy okamžitě, protože nemá cenu se před nimi schovávat. A vnímat upřímnost a objektivnost, rozpoznat je a vážit si těchto atributů.

Co vás trápí nejvíce?

Nedostatek kvalitních zaměstnanců, odborníků, kteří autům rozumí. Nároky na jejich vzdělání rostou po všech stránkách, technika jde dopředu, automechanik se musí dnes celoživotně vzdělávat, jinak neobstojí. Nastupující generace by si také měla uvědomit, že pracovat patří k životu a že mít dobré zaměstnání je otázkou cti.

Pod vaším vedením firma prosperuje...

Mnozí nás znají jako dealera Fiatů, těch stále prodáváme nejvíce, ale i ostatním značkám, které zastupujeme, věnujeme náležitou péči. Ještě více značek servisujeme a naším cílem je

dnes i přes velmi příznivé, dobré ekonomické výsledky servis zdokonalovat. Neplánujeme nyní žádné velké novinky, ale nebráníme se ani novým výzvám. Více bych však zatím nerad prozrazoval. Mnoho času věnujeme zkvalitňování komunikace přes internet, zákazníci vyžadují větší komfort, více informací.

Uměl byste definovat rozdíl mezi podnikatelem a manažerem?

V případě firmy, kterou řídím, se tento přístup stírá. Všichni jsme navzájem loajální, jde o typickou rodinnou firmu, nejsme korporát. Víme, že musíme fungovat, a je jedno, kdo je manažer a kdo podnikatel. Řízení je jednoduché, podléhá pragmatičnosti. Každé rozhodnutí musíme dělat jak z manažerského, tak podnikatelského hlediska. Ctíme operativnost a nepotrpíme si na haldy zbytečně popsanych papírů.

Jak vnímáte úspěch rodinné firmy?

My máme úspěch každý den! Někdy je to těžší, ale snažíme se. Úspěchem je, když firma průběžně šlape. To je základ, na kterém se dá velmi dobře stavět.

Přemýšlel jste o tom, jak navázat na poselství práce Karla Dojáčka?

Určitě ano, za tu dobu v jeho firmě jsem poznal jeho styl řízení, jeho nadšení pro další činnosti, jeho motivaci investovat a dělat to, co je užitečné. Nevidím v něm majitele, zakladatele, autoritu za každou cenu. Vidím v něm člověka, který našel smysl života a na základě velkých profesních zkušeností zvládl nespočet situací, které pak jeho firmám udávaly směr, ale ne samoúčelně. Jeho zkratka baví měnit svět. A to je úžasné i pro mne, když nyní přebírám spolu s jeho vnučkou Kateřinou otěže.

připravila Eva Brixí
foto Kateřina Šimková ■■■



OZP je zdravotní pojišťovnou moderních technologií

Oborová zdravotní pojišťovna, jako první ze zdravotních pojišťoven v České republice, nabízí možnost konzultace zdravotního stavu s lékařem bez osobní návštěvy ordinace z pohodlí domova prostřednictvím online medicínské poradny, a to ve spolupráci se společností uLékaře.cz.

„Žijeme v uspěchané době, kdy volný čas je pro nás stále vzácnější. Všechno řešíme v poklusu, nemáme čas na své blízké, koníčky ani sami na sebe. My ženy pracujeme na celý úvazek, staráme se o domácnost, zvládáme plejádu dalších neviditelných povinností. A také pečujeme o zdraví celé rodiny. A to se v OZP snažíme našim klientkám ulehčit,“ vysvětlila PhDr. Miloslava Lukešová, obchodní ředitelka Oborové zdravotní pojišťovny. S ní je i následující rozhovor:

Jste druhým rokem obchodní ředitelkou OZP. Jak byste svůj první rok zhodnotila?

V OZP nejsem nováčkem, působím zde téměř sedm let. Na pozici obchodní ředitelky jsem přestoupila z postu ředitele pobočky Praha. Což mi velmi usnadnilo začátek, neboť jsem problematiku detailně znala. Obchodní úsek má primárně na starosti péči o naše pojištěnce a komunikaci s nimi, ať již prostřednictvím našich klientských pracovišť, callcenter, nebo marketingové komunikace. Mým záměrem bylo, je a bude nastavovat naše služby a benefity tak, abychom se potkávali s přáním našich pojištěnců.

Daří se vám to?

Pevně v to věřím. Z pozice obchodní ředitelky se výsledky posuzují z velké části, i když ne výlučně, podle vývoje počtu klientů. Loni jsme v přestupním termínu k 1. 1. 2020 v konečném saldu, tedy v rozdílu mezi odchody a příchody, získali nejvíce nových klientů ze všech zdravotních pojišťoven, což považujeme za ohromný úspěch. Potvrzuje se nám, že jdeme správným směrem.

Máte na úspěch svůj recept?

Věřím na týmovou spolupráci. Podařilo se mi dát dohromady nadšence, kteří se snaží, abychom vybočili ze stereotypu konzervativních zdravotních pojišťoven, které jsou často považovány jen za další předpotopní úřady. Nastarovali jsme zcela nový komunikační styl, v ši-

beničních termínech sestavili reklamní kampaně. Zároveň jsme připravili zcela nové benefity pro své pojištěnce, zapracovali na atraktivnější preventivních programech. Právě to je to hlavní, čím se v přísně regulovaném prostředí českého zdravotnictví můžou zdravotní pojišťovny od sebe odlišovat.

Na koho se zaměřujete?

Snažíme se, aby si to své v naší nabídce našel každý, i když otázky zdraví a prevence v rodině řeší především ženy. Starají se o děti, partnera i rodiče. Snažíme se jim proto ulehčovat život a zaměřujeme se na moderní technologie. Máme zcela unikátní elektronickou aplikaci VITAKARTA, ve které naši pojištěnci nadjou, nebojím se říci, takřka vše, co by řešili



PhDr. Miloslava Lukešová

na přepážce. Na druhou stranu nezapomínáme ani na ty, kteří stále preferují osobní přístup, a proto jsme v únoru letošního roku otevřeli 16 nových pracovišť napříč celou republikou, čímž jsme celkový počet kontaktních míst navýšili na 40.

Jaké další zajímavosti máte připravené pro letošek?

Aktuálně jsme rozšířili asistenční služby, které jsme dosud poskytovali telefonicky ve formátu 24/7, tedy nepřetržitě o víkendech, svátcích, o formu elektronickou. Jako první zdravotní pojišťovna v ČR umožňujeme klientům řešit s lékařem svůj zdravotní stav přes internet prostřednictvím aplikace VITAKARTA, ve které máme zaregistrováno půl milionu našich po-

jištěnců, a pravidelně ji používá čtvrt milionu klientů. To jsou skvělá čísla, která nám v rámci zdravotních pojišťoven dávají mimořádně silné postavení v možnostech digitalizace klientského servisu, zdravotní péče a poskytování telemedicínských služeb. V neposlední řadě je součástí služby možnost objednání k příslušnému specialistovi, neboť dostupnost zdravotních služeb se zejména v určitých odbornostech stává celospolečenským problémem. Obě služby, jak medicínská poradna, tak objednání k lékaři, jsou pro naše pojištěnce samozřejmě zdarma.

A novinky v oblasti příspěvků na prevenci?

Naším pojištěncům opět nabízíme příspěvek 2000 Kč na dentální hygienu, tentokrát ve dvou termínech. Prvních 1000 Kč v březnu, dalších 1000 Kč ve druhém pololetí. Přispíváme také 500 Kč na zdravé aktivity a produkty. Vedle toho mohou pojištěnci po celý rok využívat příspěvky z kreditů ve VITAKARTĚ. Ty nemají pevně danou výši, mohou se počítat a teoreticky nemají horní hranici.

Doporučila byste pozornosti čtenářů nějaké?

Přispíváme například na pořízení chytrých hodinek schopných zaznamenat křivku EKG. Záznam EKG z hodinek mohou klienti přes VITAKARTU zdarma poslat k vyhodnocení atestovanému kardiologovi. Nově také klasifikujeme předplatné na sdílená jízdní kola jako sportovní aktivitu, a tím pádem na ně klientům přispíváme. A v neposlední řadě přispíváme na preventivní vyšetření záchytu celé škály civilizačních chorob, v první řadě rakoviny a srdečních chorob. Máme ale i program zaměřený na brzký záchyt osteoporózy nebo Alzheimerovy choroby. Vyšetření navíc proplácíme přímo lékařům, takže klient na místě nic neplatí. A to je výhoda, kterou mohou využívat právě jen pojištěnci Oborové zdravotní pojišťovny. U všech ostatních pojišťoven je nutné nejprve preventivní vyšetření zaplatit ze svého, a až pak podstoupit administrativní proces s žádostí o příspěvek. To u nás odpadá.

Je složité změnit zdravotní pojišťovnu?

Změnit zdravotní pojišťovnu je snadnější, než třeba změnit mobilního operátora. Stačí vyplnit online přihlášku na www.chcidoozp.cz, a to je vše. Administrativu s odhlášením od stávající pojišťovny vyřídíme za každého zájemce již sami.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ■■■

Kvalita je chodit do práce

O kvalitě napříč podnikáním jsem mluvila s předsedkyní představenstva a výkonnou ředitelkou známé firmy 1. VOX a.s. Ing. Zdenkou Vostrovskou, CSc. Před nedávnem totiž tato společnost opět obhájila značku CZECH MADE, již může užívat další dva roky. Nejde však jen o značku, ale především o vztah k tomu, co člověk dělá, proč a jak získal důvěru klientů a jakou roli v tom všem hraje právě kvalita.



Ing. Zdenka Vostrovská, CSc.

Společnost, kterou jste před lety založila, proslula nabídkou školení, kurzů, konferencí. Pro jaké skupiny zájemců je připravená?

Na trhu jsme už 27 let. Za tu dobu se u nás vyškolila spousta zájemců, jejich profil je různorodý. Od osob samostatně výdělečně činných, daňových poradců, personalistů, auditorů, žen, které začínají podnikat, až po zaměstnance korporátů či státních institucí. Jsme otevření všem, kdož mají zájem se vzdělávat, něčemu se učit, pečovat o svůj kariérní i osobnostní růst.

O jaká témata mají dnes největší zájem firmy?

Možná bych to formulovala jinak, tedy ne o jaká témata je zájem, ale o jaké lektoře. Za těch necelých třicet let jsem jich zapojila do našich aktivit už na 4500. Mnozí z nich patří k našim stálým a spolupracujeme s nimi léta. Mají dar někoho opravdu něčemu naučit, dokážou zaujmout, nadchnout, a to je pro lektora velké požehnání. A jsou klienti, kteří přímo vyžadují toho a onoho lektora, protože

byli nadmíru spokojeni a měli pocit, že právě on je pro ně to pravé ořechové. Lektoři si vybíráme s velkou péčí, je to pro nás základ kvality poskytovaných služeb i referencí. Tím jsem možná trochu odbočila od podstaty, na niž jste se chtěla zeptat, a to proto, že osobnost lektora je pro nás skutečně zásadním prvkem úspěchu. Lektor se svými schopnostmi je středobodem našich výsledků, zájmu o naši nabídku. Samozřejmě témat je nepřeberná řada, od daňových záležitostí až po to, jak překonávat strach a obavy v práci nebo co je to vztahový prodej, jak se chovat v krizových situacích...

Jsou některá z nich šitá na míru ženám, podnikatelkám nebo manažerkám?

Sem tam ano, ale není to pravidlo. Kurzy na míru se někdy vztahují například k genderovým otázkám nebo k tématu, jak zvládat stres a emoce nebo jak využít znalosti psychosomatiky v běžné praxi firem a organizací. Taková zaměření častěji volí ženy, více je zajímavá duše a jak pomoci ur-

čitých nástrojů o duši pečovat tak, aby to posloužilo jejich práci například v manažerských pozicích. I když i zde výjimka potvrzuje pravidlo: na seminář o psychosomatice oňehdy zavítal jeden vrcholový manažer z nadnárodní firmy, byl velmi spokojený a pak mi ještě napsal krásný e-mail o tom, jak ho náš seminář posunul dál.

Vracím se tím zároveň k předchozí odpovědi. I v tomto případě záleželo na výběru lektora. A to není jen tak. Musíte se trefit, musíte umět odhadnout (to jsou zkušenosti a komunikace), aby vyhovoval firmě, kterou školí, aby byl vhodný pro ten či onen obor, aby měl tu správnou přidanou hodnotu pro tu kterou firemní kulturu, a to nejde bez důkladné znalosti našich klientů i našich lektorů. Kvalita tohoto procesu je o dostatek informací, důvěře, citu, rozeznání podstatných požadavků od podružných. Je to také o vztahu s klientem, porozumění si. Není to o číslech nebo excelových tabulkách. V této souvislosti bych ráda zmínila ještě jedno: poslední dobou se velmi často diskutuje harmonizace osobního a pracovního života, a to se rovněž promítá do požadavků některých kurzů. Lidé se snaží přijít na kloub tomu, jak zvládat sílící tlak doby, jak se říká, jak se nezhroutit z přibývajících povinností, zodpovědnosti, valících se informací, jak si nezničit rodinu nedostatkem času, jak řešit složitosti tak, aby byl zaměstnavatel spokojený i se zaměstnancem, který momentálně řeší krizovou situaci, kterému se hroutí vztah, který se dostal do zdravotních problémů. Tyto momenty se zákonitě prolínají s jeho výkonností, motivací, ovlivňují výsledky. A to moudrý zaměstnavatel musí brát v potaz a s tímto faktorem rozumně nakládat. A právě to je jedno z „hodně“ ženských témat, ostatně ví o něm patrně většina vašich čtenářek.

Jaké téma je pro vás osobně hodně atraktivní? Chtěla byste se zúčastnit sama nějakého kurzu v této souvislosti?

Možná mi to nebudete věřit, ale v létě, když je volněji, si ráda na některé kurzy sama zajdu, na ty, kde přednáší naši spřátelení lektoři a lektorky. Některé jsem si nadmíru oblíbila, protože své nadání naučit ostatní něčemu mají dané od Boha, jak se říká. To je pak i pro mne radost jim naslouchat. Víím, že se něčemu přiučím, a ještě si na závěr užiju chvilky u kávy

s báječnými kamarádkami. No a během roku chodím tzv. na hospitaci, to znamená, že se občas na chvíli zúčastním nějakého kurzu, abych se přesvědčila, jakou má úroveň, zda je vše, jak má být, zda je vhodné občerstvení, nebo zda účastníci neusínají...

Lektoři si vybíráme s velkou péčí, je to pro nás základ kvality poskytovaných služeb i referencí.

Všimla jsem si, že umíte výstižně a trefně pojmenovávat jednotlivé akce. Kdo je autorem názvů? Jak moc stavíte na nápadech?

Náš marketing se snaží, to je pravda. Jsme si vědomi, že už název musí zaujmout. Hledáme tedy formulace, které vystihnou podstatu, a ještě trochu zájem člověka polechtají. Hezké názvy mají na starost naše dvě kolegyně, produktové manažerky – Ludmila Jelínková a Marie Vlachová. Mají značný přehled a snaží se ke svěřeným úkolům přistupovat s velkou dávkou kreativity.

Patříte k nejstarším držitelům značky CZECH MADE a již několikrát v řadě jste ji obhájili. Pokolikáté?

Značku jsme získali poprvé v roce 1997, byli jsme jedni z průkopníků. A věni jsme zůstali. Pokud správně počítám, obhájili jsme již padesáté. Zůstali jsme u ní, přestože různých značek kvality přibýlo. Ale CZECH MADE byla první, má tradici a je postavená na objektivním hodnocení i ze strany našich klientů, tedy velmi průkazně vypovídá o hodnotách našich služeb. Jsem také přesvědčena, že věhlas této značky ještě přijde. Možná, že jsme jednou z mála firem, které se co dva roky nechávají takto auditovat. Ale já značku věřím stejně tak jako kvalitě mého kolektivu.

Znamená to, že nejen kvalitě výuky, avšak i procesům uvnitř vašeho týmu přikládáte mimořádnou důležitost?

O to se snažím už těch celých 27 let. A nejenom s ohledem na značku CZECH MADE. Přesvědčili jsme se, že vysoká úroveň poskytovaných služeb je jedním z důvodů, proč se k nám klienti vracejí. Obrázek si dělám i podle dotazníků, které nám účastníci vyplňují, ty si nosím večer domů a se zájmem pročítám, protože z těchto reakcí dokáži odhadnout, v čem jsme uspěli a kde máme slabiny. Všimám si



i drobností, od bodů, které získáváme za občerstvení až po umyté skleničky. Vím, že na detailech někdy stojí svět.

K čemu vaši společnost CZECH MADE pomohla, k čemu vás přivedla?

Ocenění touto značkou vnímám jako skutečně nezávislé ověření našich služeb, tím více si ho vážíme. Určitě má pozitivní dopad na důvěryhodnost a dobré jméno naší společnosti. Je to ale také stálý závazek udržet si ve všech směrech profesionalitu. Ať už jde o samotný přístup ke klientům, či průběžné reagování na jejich měnící se potřeby.

Čím je pro vás pojem kvalita vlastně atraktivní? Co v jeho obsahu spatřujete?

Nejví, jestli je pojem kvalita atraktivní. Je to spíše nutnost, jak pro nás, tak pro ostatní podnikatele, kteří chtějí zvyšovat podíl na trhu a chtějí, aby se k nim zákazníci vraceli. A VOX pracuje pro mnoho klientů, z nichž se stali ti věrní. Koneckonců, pokud si pořídím nekvalitní výrobek či službu a nebudu spokojena, vyberu si příště jiného výrobce nebo dodavatele. Když si jdu něco koupit, poměřuji cenu a výkon, protože nerada kupuji zájce v pytli. A umím se vžít do situace živnostníka, který si u nás objedná nějaký kurz a má zaplatit například 2000 Kč ze svého, že za to požaduje určitou úroveň. Vždyť si na to vyhradil čas, musí přijet, poslouchat. Má nárok na to, abychom odvedli maximum. Tedy kvalita rovná se spokojenost.

Dá se aplikovat i na vztahy mezi lidmi? Ostatně těm přikládáte významnou roli i v businessu. Proč?

O VOXu se říká, že máme nejpřísnější pravidla na proklientskou péči. A možná to tak opravdu je. Představte si, že já třeba naše stálé klienty dvakrát ročně obvolávám, abych je pozdravila,

abych zjistila, v čem jim můžeme ještě pomoci, co by potřebovali nad rámec dosavadní praxe, zda něco změnit, přidat, vylepšit, aby mi řekli své náměty, dojmy, názory. Zajímá mne, co si o nás myslí. Ročně udělám tak sto návštěv u mimopražských klientů, tedy jezdím po celé republice, dávám si s nimi schůzky, ladíme naše vztahy. Ano, vztahy, těm skutečně přikládám velký význam. Mám to z domova, morální vlastnosti byly tím, nač se u nás doma nesmírně dbalo. A dovolím si tvrdit, že na dobrých vztazích stojí i moje podnikání.

Značku jsme získali poprvé v roce 1997, byli jsme jedni z průkopníků. A věni jsme zůstali. Pokud správně počítám, obhájili jsme již padesáté.

Menší firmy potřebují mít srdíčko na svém místě, musíme být parta, která táhne za jeden provaz, kde se jeden může spolehnout na druhého, kde se vše říká na rovinu, ať se to někomu líbí, nebo ne, ale také se netrestá jako ve středověku. Opíráme se o nepsané pravidlo, že vše se dá rozumně vyřešit, že chybovat je lidské, ale že naší snahou je chybovat co nejméně. Vzdělávací trh je hodně atomizovaný, vzdělávacích agentur je v České republice spousta a klienti si mohou vybírat. Proto já osobně na kvalitu skutečně dohlížím, kontroluji i malíčkosti a chci, aby byly v pořádku. Oběhnu si učebny, ochutnám z občerstvení, poslouchám, jak kolegové se zájemci o kurzy hovoří, naslouchám lektorům, a dokáže mě rozhodit, když je některá z učeben špatně vyvětraná. Je to vše o tom, že hlídat kvalitu je být v centru dění a zajímat se o vše, co s posláním firmy souvisí. To je pro mne zásadní. Kvalita je také to, že se snažím být se svými lidmi co nejvíce, prostě chodit do práce.

za rozhovor poděkovala Eva Brixí

Radost v mnoha podobách

Člověk potřebuje k životu radost. A to nejen prostřednictvím okamžiků, kdy ho někdo pochválí, kdy se mu něco podaří, ale i na základě toho, že může udělat radost on někomu jinému nebo si vychutnávat službu či výrobek, které se mu líbí. Podoby radosti jsou tedy rozmanité a nekonečné. Příznivcům značky Hyundai se dostalo radosti hned několikrát 23. ledna, kdy byl na tiskové konferenci v Praze odhalen nový model i10. Proč? Protože Hyundai spojila prezentaci technologických a technických novinek s mnoha emocemi. Automobil se totiž nestává jen dopravním prostředkem, ale nositelem mnoha důležitých hodnot, kterých si lidé váží.



Kateřina Wich dostala šek pro nadační fond Radost dětem

Právě proto se v komunikaci nového modelu s kampaní Mějte velké cíle objevuje odkaz na to, že automobilka se svými vozy a inovacemi snaží lidstvu přinést pokrok, který mu ulehčí život. Příkladem se stala právě i10. Ale pozor, nejde jen o zmíněné technologické vychytávky, jimiž lze činit svět lepším. Je to také schopnost a ochota rozdat kousek radosti z úspěšného businessu tam, kde je toho potřeba nejvíce.

Velký předěl v komunikaci značky během prezentace představila marketingová ředitelka HMCZ Jana Sekeráková: „Pro spolupráci s Nadačním fondem Radost dětem jsme se rozhodli, protože je na první pohled zdánlivě malý, jeho velikost však spočívá v tom, že své aktivity realizuje zcela nezištně. Z darovaných prostředků nekryje ani své platy, ani honoráře pro osobnosti, které se s ním spojují. Veškeré pro-

středky opravdu putují tam, kam mají. K dětem a rodičům, které zasáhla těžká zdravotní situace. Právě tady spatřujeme paralelu k našemu modelu i10. Na první pohled je malý, ve svém segmentu ale objektivně velký, a to jak prostorem, tak technologickou výbavou.“ V souvislosti s tím činnost nadačního fondu popsala jeho zakladatelka Kateřina Wich. Původně v roce 2011 Radost dětem spatřila svět-

Dynamický od designu po konektivitu

Dynamický a elegantní design nového modelu i10 nabízí nevědní kontrast mezi oblými povrchy a ostrými liniemi. Celkový estetický dojem vylepšuje oproti předchůdci nižší střecha a širší karoserie. Tento dojem umocňují nově navržená 16" kola z lehké slitiny, dodávaná na přání.

Mladistvý exteriér je v segmentu A výjimečný. Široká maska chladiče s ušlechtilou voštinovou výplní vyjadřuje sportovní charakter a zahrnuje kruhová světla LED pro denní svícení. Na zádi protínají oblé plochy víka zavazadlového prostoru dva horizontální prolisy, na něž navazuje design koncových svítilen. Kromě výběru 10 základních barev karoserie byly možnosti individualizace vozidla podle požadavků zákazníka rozšířeny o nabídku dvoubarevného lakování s odlišenou střechou, která může být buď černá, nebo červe-

ná. Auto tím jasně ukazuje svou hravost. Celkem je pro exteriér k dispozici 22 barevných kombinací. Novinkami jsou červená Dragon, Mosaz a tyrkysová Aqua. Rovněž interiér se dočkal pozoruhodného osvětlení. Ozdobné obložení na přístrojové desce má plastický voštinový vzor, který přechází do výplně dveří. Celý vnitřek tím získává na vizuální hodnotě. Jeví se prostornější. Nabízí navíc řadu velkých odkládacích přihrádek, včetně nově navržených s otevřeným provedením před místem spolujezdy. Zlepšil se výhled z vozidla ve všech směrech, k čemuž přispělo snížení spodní hrany oken, zúžení úhlů střešních sloupků C, nyní 11,9° místo 13,1°. Variabilní zavazadlový prostor s objemem 252 litrů patří mezi největší ve svém segmentu. Výška prahu nad zemí je v porovnání s předchozím modelem o 29 mm nižší, což usnadňuje nakládání zavazadel. Variabilní podlahu zavazadlového prostoru lze umístit

do dvou úrovní a možnosti nového modelu zvětšují sklopná zadní sedadla. Nová i10 se dodává se zadní kamerou, která zobrazuje dění za vozidlem na plovoucím displeji umístěném ve středu přístrojové desky, a ultrazvukovými senzory překážek. To vše pomáhá řidičům během parkování a couvání. Model potvrzuje své vedoucí postavení ve třídě A také mnoha novými prvky výbavy v oblastech konektivity. Mezi ně patří největší displej v segmentu, nejvyspělejší konektivita pro chytré telefony a bezkabelové nabíjení. Hyundai nabízí řadu služeb pro síťově propojený automobil prostřednictvím dynamické, plnohodnotné technologie Bluelink, která používá telematický systém k přenosu dat v reálném čase. Jde například o okamžitý stav dopravy, počasí, ale také průběžně aktualizované informace o parkovacích místech nebo lokálních čerpacích, resp. nabíjecích stanicích, včetně cen.



Jana Sekeráková představila svěží směr komunikace značky Hyundai v souvislosti s uvedením nového modelu i10 na náš trh



Klára Vavrušková jako představitelce mladé generace se automobil moc líbil

lo světa jako charitativní projekt. Po celou dobu je jeho posláním vytvořit organizaci, která bude pomáhat napříč celou Českou republikou dětem, které postihlo závažné onemocnění, nebo těm, jež vyrůstají v dětských domovech. Zaměřuje se především na financování léčby a léčebných pomůcek, snaží se zlepšovat kvalitu života dlouhodobě nemocných dětí a jejich rodin. Tím nejtěžším, čemu lidé v těchto situacích čelí, je obrovská psychická zátěž. Právě proto se snaží Radost dětem na tváři malým pacientům a jejich blízkým nebo mládeži z dětských domovů vykouzlit úsměv prostřednictvím různých sportovních, zábav-

ných a dalších akcí. V roce 2019 se Radost dětem díky společné iniciativě zakladatelky, sportovců Tomáše Plekance a Lucie Šafářové, Radovanu Ježovičovi a Michalu Fintovi přetransformoval v nadační fond. Radost dětem podporují také manželé Denise a Michal Bragagnolo, muzikáloví a operní umělci, kteří se rovněž stali tvářemi nového vozu i10 v České republice.

Ale pozor – i10 má také bavit. Originální designové zpracování se stalo velkým lákadlem pro generaci mladých řidičů, kteří si přejí prostřednictvím vozu vyjádřit svou osobnost. Chtějí nekonvenčnost a být v kontaktu se vším, co je ob-

klopuje tak, aby si život usnadňovali o poznání více než generace jejich rodičů. Výrobce na to reagoval v případě i10 zcela adekvátně. Odhadl trend: dostat víc. Proto novinářům design představila zástupkyně generace Z, sympatická Klára Vavrušková, Česko-Slovenská Miss 2019 a Miss Earth Water 2019.

Obdobné nároky mají i mnohé řidičky, které si pořizují auto jako druhé do rodiny, ideálka dobře poslouží i manažerkám ve městech, zkrátka všem, které si přejí užívat dynamiky života a potřebují malé auto s velkými ambicemi. Hyundai i10 svou formulací zákaznických potřeb udělal radost nejen svým věrným.

Konektivita je zásadní součástí moderní mobility. Bluelink proto poskytuje řidičům významné výhody prostřednictvím integrovaného modemu a podpůrné aplikace.

Uživatelé v ní mohou vyhledávat objekty zájmu a výsledky vyhledávání odesílat přímo do satelitního navigačního systému vozidla, který se tak nastaví ještě dříve, než cestující nastoupí do vozu.

Mezi další funkce patří Vyhledat můj vůz. Ta umožňuje řidičům snadno lokalizovat svou i10 v neznámém prostředí a na rozlehlých parkovištích.

Zcela nový model i10 je vybaven nejmodernějšími bezpečnostními systémy Hyundai SmartSense. Nová generace modelu má nejrozsáhlejší bezpečnostní výbavu ve své třídě, s širokou škálou prvků aktivní bezpečnosti a asistenčními funkcemi. Díky tomu splňuje nejvyšší evropské bezpečnostní standardy. Asistent pro odvrácení kolize s překážkou vpředu FCA detekuje multifunkční kamerou nejen vozidla, ale také chodce před vozidlem, a v případě nutnosti automaticky zabrzdí. Asistent dálkových světel HBA automaticky přepíná mezi dálkovými a tlumenými světly

na základě detekce světel vpředu jedoucích a protijedoucích vozidel a zajišťuje optimální osvětlení vozovky za tmy.

Asistent pro rozpoznávání únavy řidiče DAW sleduje chování řidiče za volantem, na jehož základě usuzuje na případnou nepozornost nebo únavu. Pokud je zaznamenaná, upozorní

řidiče zvukovým signálem a výstražnou zprávou na přístrojovém panelu.

Auto je vybaveno službou eCall, která může být aktivována manuálně tlačítkem eCall, nebo automaticky přivolá záchranou službu v případě vážnější dopravní nehody, při níž senzory aktivovaly airbagy.



Nový model i10 v celé své kráse

připravila Kateřina Šimková

Přednost potvrzování plateb otiskem prstu namísto hesel

Platební společnost Visa upozorňuje na zvyšující se zájem českých držitelů karet o biometrické potvrzování plateb, například ověřením otisku prstu. Vyplyvá tak z regionálního průzkumu, který Visa loni na podzim zrealizovala v České republice, Maďarsku a na Slovensku.

Platby potvrzené biometrickými údaji jsou vnímány jako bezpečnější, na rozdíl od tradičních metod, kterou je například heslo. Na 90 % respondentů již považuje otisk prstu za lepší způsob, jak potvrdit platbu kartou. Druhou nejbezpečnější variantou biometrie je dle spotřebitelů skenování oka. Neméně podstatným aspektem ovlivňujícím růst popularity biometrie je spolehlivost. Zhruba 63 % nakupujících v e-shopech opouští objednávku ještě před zaplacením a 19 % z nich právě proto, že zapomenou heslo.

Využívání biometrických údajů hraje pro platební styk významnou roli, neboť plně odpovídá požadavkům evropské směrnice PSD2, která od loňského podzimu v ČR zavedla silné ověření klienta upravující transakce platebními kartami. Tato regulace bankám nařizuje důkladnější dvoufaktorovou kontrolu online plateb, aby zajistili, že platí vždy skutečný držitel karty. Použití biometrických údajů v praxi znamená

ověřit totožnost zákazníka na základě jím registrovaným a spárovaným zařízením. „Digitalizace v bankách a finančních institucích v Česku zažívá velký boom. Zaváděním inovativních řešení firmy reagují na zvyšující se potřebu zabezpečit uživatele před potenciálními hrozbami. Biometrie je moderním nástrojem, který nám pomáhá možné nástrahy překonávat. Jde ruku v ruce s legislativními nároky na bezpečnost a díky moderní technologii jsou dnešní metody ověření totožnosti snadnější a rychlejší než například standardní využívání hesel,“ řekl Marcel Gajdoš, generální ředitel Visa pro Českou republiku a Slovensko. Studie Visa potvrdila, že část zákazníků si svoje hesla do internetových obchodů nepamatuje a často je opakuje. To může vést ke krádeži dat či identity majitele karty. Z průzkumu Visa dále vyplývá, že stejné heslo na všech účtech používá 12 % zákazníků e-shopů a na vícero účtech je opakuje až 61 %. Kvůli opakujícím se heslům se ale stávají zranitelnými před útoky hackerů. Zde by mohla pomoci právě biometrie. Na rozdíl od zasílání jednorázových kódů je biometrie vnímána jako rychlejší (63 %) a jednodušší (64 %). Spousta Čechů už navíc nějakou formu biometrie někdy použila. Ověření



otisku prstu si v minulosti vy-

zkoušelo již 59 % držitelů karet a 40 % jej při placení využívá pravidelně. Ostatní metody jsou aplikovány spíše zřídka a například sken oka si vyzkoušelo teprve 13 % uživatelů. Průzkum také potvrdil rostoucí zájem o využívání biometrických údajů při placení – celkem 34 % držitelů karet označilo za velkou výhodu biometrie to, že takové údaje je na rozdíl od běžných hesel nemožné zapomenout či ztratit. A 37 % pak souhlasilo s tím, že s biometrií už si nemusí pamatovat více hesel. Pro spotřebitele však zůstává rozhodující možnost volby – 83 % držitelů karet by si rádo vybralo z více možností biometrického ověřování. Na vývoji pokročilých metod Visa neustále pracuje a již dnes má dostupnou technologii, se kterou finanční instituce a obchodníci mohou rostoucím požadavkům vyhovět. (tz)



Fejeton

Na slovíčko o počasí

Bylo to náhodné setkání s člověkem, kterého léta znáte, ale už si spolu nemáte co říci. A tak si jen vyměníte pár slov, aby řeč nestála. O počasí, vděčné téma. Začínal únor a venku bylo patnáct stupňů, ne pod, ale nad nulou.

„To přece není normální, aby v tehle čas byl hic,“ stěžoval si Mirek a mžoural do sluníčka. „Poslyš, my máme nějaké normy na to, jak má který den být?“ odpověděl jsem. „Myslím tím jenom zvyk, že únor bude bílý a mrazivý,“ vysvětlil známý. „S tím počasím fakt něco je,“ dodal.

„Máš pravdu, že v zimě bývala zima. Nemuseli jsme se trmácet až na ledovec do Alp, abychom si zalyžovali,“ souhlasil jsem. „Ani bychom nemohli, protože do Rakouska by nás komančí stejně nepustili,“ podotkl jsem ještě. „Teď jezdit můžeme, ale já bych si přál pořádnou ladovskou zimu doma,“ ujistil mě Mirek. A s tím konstatováním jsme se rozešli. Jenže mi ten chlap nasadil brouka do hlavy a ten tam vrtal a vrtal. Jak to tedy doopravdy vlastně je? Připouštím, že klima se mění. Člověk nemusí žít příliš dlouho, aby zjistil, že za našich mladých let, jak se rozšafně říká, bývalo vše jinak, počasí nevyjímaje. V prosinci mrzlo jen praštělo. Sněhu a zimy jsme se tak nabažili, že jsme

v únoru vyhlíželi jaro, které se nám rýsovalo tak vzdálené a neskutečné. O létě se nám mohlo jen zdát. O tom parném, kdy se potíte už po ránu a přes poledne se vedrem nedá ani dýchat. Tenkrát se za pravým letním počasím muselo na jih, na Balaton do Maďarska, na Zlaté písky k pobřeží Černého moře. Co bychom dali za týden tropických teplot, za teplou vodu v rybníku nebo řece! Byla to tehdy vzácnost hodná zapamatování.



Dneska to máme jaksi naopak. Horka na padnutí přicházejí zpravidla už v dubnu, květnu a často vydrží několik měsíců v kuse. Dříve nám dovolená propršela. Dnes nás pronásleduje sucha a vyhlídky na to, že bude ještě hůř. Máme pro to hezký název: klimatická změna. S dovětkem, že proti ní musíme bojovat. Češi si ce nejsou válečníci, ale zato umí brblat. Na vše, i na počasí. Dřív nám nešlo pod fousy mokré a studené léto, teď reptáme, protože jsme se po celou zimu nedočkali pořádné sněhové peřiny a hejla na nose. Už jsme taková povaha. Jiný by

si ze všeho vzal to lepší. My s chutí bereme příležitost si zanádat.

S tou změnou je to ale zapeklité. Mělo by podnět v české kotlině zůstat po věky stejné, na jaké byli zvyklí už naše prabáby a pradědkové? Prát si to můžeme, ale život se projevuje právě neustálými změnami. I naši modrou planetu musíme brát jako živou bytost. Jen v totalitě budeme požadovat, aby klima zůstalo stejné na věčné časy, a nikdy jinak. Pokud by si postavilo hlavu, pak přece poručíme větru, dešti! Nemám zas tak dlouhou paměť, avšak vím, jak to s věčnými časy a poroučením dopadlo žalostně. Proto jsem přesvědčen, že mnohem lépe učiníme, když přijmeme moudrost východu, moudrost neodporování. Když přijmeme to, co stejně nedokážeme změnit, a dokážeme se přizpůsobit. Ostatně schopnost přizpůsobení je znakem inteligence a my přeci nechceme zajít na hloupost.

Přírodě jsme se hodně vzdálili a odnaučili se jí naslouchat. Přišli jsme o cit, jenž by nám nedovolil ničit to, na čem jsme bytostně závislí. Máme-li skutečně přežít a být v harmonii s celkem, měli bychom se tomu znovu učit. Nikoli bojovat, plýtvat zdroji na nesmyslné projekty, ale chovat se tak, abychom se opět stali nevoltující částí nezměrného organismu, jímž je vesmír.

Věřím, že se to lidem podaří, nemají ani jinou možnost. Čím dřív to pochopí, tím snadněji se změna, tahle prospěšná změna, uskuteční.

Pavel Kačer

DS 3 Crossback: pro ty, kteří znají svou hodnotu

Ne vždy se nám v redakci stane, že podlehneme šarmu zevnějšku. Většinou si zachováváme trochu odstup, a občas i chladnou hlavu. U modelu DS 3 Crossback Grand Chic to však nešlo. Pro mladou osobnost, někoho nespoutaného předsudky, je prostě natolik jiný, že se jeho kouzlem nechá pohltnout.

Exteriér tohoto vozu je velmi zdařilý. Na zrakové centrum pozorovatele působí plejáda detailů, která činí tohoto Evropana prostě velmi sexy: tvarování ledkových světel denního svícení, robustní, přesto harmonická maska, zapuštěné kliky, vystylovaná zád. Jde o nejmenšího člena rodiny DS, ale rozhodně jako mrňous nepůsobí. Je svalnatý a dobře vypracovaný. V provozu si svým zevnějškem, který je vymyšlen tak, že se jeví opticky větší, umí zjednat pořádek. Přestože nese označení Crossback, nepostrádá eleganci, spíše ji vyzařuje do okolí z každého centimetru čtverečního. V překrásné modré metalíze Millenium, která patří mezi příplatkové barvy, je stvořen k tomu, aby byl obdivován.

Stejně superlativy si zaslouží také interiér v provedení RIVOLI. Světlé barvy, mix kůže a textilie, matná úprava pochromovaných prvků, kubistické fasetování, v němž je hlavním prvkem propojení a rozdělení kosočtverec, na sebe strhávají pozornost. Opravdu si nepřipadáte jako v autě, ale jako ve velmi luxusním prostředí, které se může stát pracovním, lobby barem, místem setkání s kolegy, obchodními partnery i rodinou. V takovém prostředí jste ochotni trávit čas, protože vás těší. Samostatnou kapitolou pohodlí jsou sedadla, v případě řidiče ta příplatková s masážní funkcí, která se hodí zejména do popojíždění v kolonách, protože mírně eliminují únavu.

Ženy ocení to, že čalounění sedáku je „skirt-friendly“. Ať už rády nosí šaty nebo sukně z veluru, kůže, či jejich imitací, materiál po



foto Kateřina Šimková

nich hezky klouže, a tak je možné se bez potíží a přehnaného upravování uvelebit nebo posleze s noblesou z auta vystoupit. Pedály lze pohodlně ovládat i v obuvi s jehlovým podpatkem nebo platformou. Výtku máme k trochu vyššímu prahu dveří. Je třeba více zvedat nohy, a pokud bez cviku nastupujete právě s vysokými podpatky, občas se může stát, že lodičku nedopatřením zujete.

Také madlo dveří je v netypické poloze, a tak většinu času instinktivně při zavírání saháte po úložném dveřním prostoru. Zprvu trochu neobvyklé je umístění tlačítka start/stop a ovládání oken nebo zamčení dveří. Ale není to nic, nač by se nedalo zvyknout. A vlastně se nám to líbilo. Standardem je vynikající konektivita. A pochvalu si zaslouží rovněž víc než 10palcový displej a HiFi systém FOCAL Electrica, s nímž si vychutnáte mluvené slovo i song Physical od Dua Lipa.

V benzinové motorizaci 1.2 PureTech se 155 koni pod kapotou je to nesmírně zábavné a dynamické auto. V kombinaci s osmisupňovým automatem má pěkné reakce a jede

lehce. Pokud bych měla využít průměru ke koním, jde o vynikajícího francouzského jezdeckého koně středního rámce s podílem krve plnokrevníka. A k jeho charakteristice patří hbitost. Má silný temperament.

Přestože je kabina vozu výborně odhlučňená, při dráždění akceleratoru jsme si užívali vzrušující předení třívalce. Při rozjezdech se ale malinko vzpíná, je třeba být jemní na plynu. Při podřazování je někdy užitečné si vypomoci páčkami pod volantem. Vozidlo má dobře nalaďený podvozek, který se chová předvídatelně. Jen zád je na nerovnostech někdy mírně rozkolísanější. Celkový dojem to ale nekazí.

Déestrojce sedí městské prostředí i dlouhé cesty. Neprotestuje ani v méně příznivém terénu. Řidiče potěší perfektní funkčnost parkovací kamery i v nepříznivých podmínkách, těžit bude z aktivního sledování mrtvého úhlu a rozpoznávání silničního značení. Vypnout však pravděpodobně bude muset velmi citlivý systém hlídající opuštění jízdního pruhu. DS 3 Crossback je ambiciózní chic auto, které umí svou silou překvapit a svým designem oslnit. Je pro ty, kteří znají svou hodnotu a váží svůj čas.

Na cenovce námi testovaného modelu byste našli sumu 952 000 korun. Zohledním-li záruku na dobu pěti let nebo najetí 60 000 km a servisní smlouvu FreeDrive, do níž spadá povinný servis, včetně práce a výměny běžně opotřebovaných dílů, pak dostává zákazník, ať už manažerka, či podnikatel, velmi atraktivní přidanou hodnotu. Vůz DS 3 Crossback přesvědčí o tom, že fyzická láska a vášně mohou na motoristickou scénu vstoupit kultivovaně, a přitom být absolutně pohlcující.

Kateřina Šimková





Radost z vody ... to je léto

se službami inclusive

- hotelová pláž a venkovní bazén
- vnitřní bazén s vířivkou a párou
- animační programy pro děti i dospělé ve vodě i u vody
- půjčovna katamaránů, paddleboardů, lodiček, surfů a šlapadel
- a mnohem více



VÁŠ LETNÍ PŘÍSTAV HOTEL PORT...



★★★★
HOTEL PORT
MÁCHOVO JEZERO

+420 487 809 711
www.hotelport.cz