

Madam[®] BUSINESS

PROSPERITA

únor 2023

Probouzím se do jara

Eva Brixi

Když zahrada má
Potichoučku otvírá
Sněženkami svoje vrátka
Moje chůze skřípe
A je vratká
Probouzím se do jara
Jak nebetyčná zkratka
Procházím se mezi poli
Rozhoduji o čemkoli
Nevím
Co bych nyní
A co potom
Chci toho teď víc
Než káže bontón
Vítěz vůní
Přistál v bodu zlomu
Prý chemie
Nahradila zemskou tíži
Láskyplně ve výšinách zraje
Co ti patří
Andělé mi k tomu právě
Zamávali z ráje

Simona Myslikovjanová

O lidském podvědomí
a businessu

rozhovor na stranách 10–11



Značka GERNétic vám rozumí

www.gernetic.cz

Sůl do koupele Sels De Bain

Krystalky mořské soli obohacené o esenciální olej z citrónové trávy promění koupel v relaxační lázeň s mírně zklidňujícími účinky, jež si dokáže poradit s nadbytkem stresu. Uvolňuje ztuhlé a bolavé klouby, zmírňuje svalovou tenzi, otoky dolních končetin i zažívací obtíže.



Výživný tělový olej Huile De Beauté

Ušlechtilé oleje z hroznových jaderek a makadamie se starají o dokonalou výživu pokožky celého těla. Díky svému jedinečnému složení s antioxidanty a detoxikaci stimulujícími ingrediencemi působí na kůži jako anti-ageingový elixír. Podporuje lymfatickou a krevní mikrocirkulaci.

Náš stěžejní zákazník je chytrá žena a chytrý muž

Inca Collagen je značka, která se rychle dostala do povědomí spotřebitelů. Pamatuji se na její začátky, zkoušela jsem tehdy, co se mnou konzumace kolagenu udělá. Byla jsem překvapená a moc se mi výsledku nechťelo věřit. Zmizely drobné křečové žíly a tak nějak se mi lehce dýchalo, jinými slovy, uklidnily se moje vášně, byla jsem vyrovnanější. Že to nejsou nejznámější účinky kolagenu, je mi jasné. Nicméně i napodruhé to bylo jak přes kopírák. Měla jsem pocit, že mi klesnul tlak, napětí z mých emočních výbuchů polevilo. Organizmus se dostal do harmonie, a to je u mne pozoruhodný jev. Nakolik to bylo skutečně dílo náhody a nakolik k tomu přispěl kolagen jmenované značky, těžko soudit. Ted', po letech, zkouším potřetí. Jen s tím rozdílem, že mám novou občanku, v níž je datum, do kdy mi platí, do jakého dne existuji. Když k tomu přidám pytlík kolagenu, věřím, že se dožiju aspoň stovky. Podnikatelský příběh Romany Ljubasové, která značku a firmu na výrobu kolagenu před necelými deseti lety založila, je plný energie a vášně, ale hlavně snahy vybudovat něco, co je pro lidi užitečné. Myslím, že se jí to daří:



Romana Ljubasová

Jaký pro vás byl rok 2022? Co jste řešili především a z čeho jste měli ve firmě největší radost?

Rok 2022 byl velmi rychlý. Rychlejší než roky minulé. Nejdříve jsme rostli až do května. Tedy se stejným týmem jsme řešili stále větší objem zakázek. Zároveň jsme 1. dubna zdražili produkt, poprvé za sedm let. Cenu ovlivnilo

několik věcí: kurz eura, ceny obalů, výroba surovin i doprava. Zásadní byl přechod expedice na fulfillmentovou spolupráci. A vše klaplo ze dne na den na jedničku.

Kdo je dnes vaším stěžejním zákazníkem?

To je krásná otázka. Náš stěžejní zákazník je chytrá žena a chytrý muž. Všichni o sebe zača-

li v době covidu více pečovat. Tedy naše klienty máme mezi ženami i muži od 25 do 90 let. Úplně nejvíce máme příznivců-žen ve věku 33–55 let. Nakupují však nejen pro sebe, ale i pro své milované muže. Jak říkám, náš zákazník je chytrá žena.

Myslíte si, že lidé v důsledku ekonomických nejistot budou šetřit na přípravcích, které jim vylepšují kondici? Nebo jsou takové zvěsti spíše příznakem paniky, která má poškodit výrobce, ublížit českým firmám?

Média slovo krize přeceňují i zveličují a prodávají lidem ve zprávách strach. Ano, má to vliv, jak se lidé bojí. Ale ukázalo to i další fenomén. Každý člověk považuje za zbytečné něco jiného. Naopak u nás vzrostla průměrná cena jedné objednávky. Je za tím výhodnější cena balení, ale zároveň větší loajalita k produktu. Nejsou výjimkou tři až čtyři kusové objednávky. Tedy jsme velmi důležitý produkt a patříme do základních potřeb našeho zákazníka. Lidé nás přejmenují na dárek k svátku, narozeninám, Vánocům, ale nevzdají se nás.

Jste stále zalistovaní na Amazonu? Co to obnáší? Musíte splňovat určité objemy prodeje, mít ty správné reference, hodnocení?

Amazon je obrovský marketplace. Jsme tam pro celou Evropu, ale je nás tam i dost v kategorii. Náš kolagen patří k nejdražším, ale získaný zákazník je spokojený a už nám zůstává. Objemy Amazon neřeší, má dané ceníky jako třeba Booking. Reference nás samozřejmě posouvají vpřed, ještě tam máme mnoho potenciálu do budoucna.

Na trhu přibývají další a další produkty, které prospívají našemu zdraví, konkurence i v oblasti nabídky kolagenu roste. Plyne z toho pro vás něco?

Já myslím, že svým způsobem udáváme směr. Znájí nás všichni ostatní. My všechny ostatní neznáme. Já to беру tak, že oráme své pole,

Nejsou výjimkou tři až čtyři kusové objednávky. Tedy jsme velmi důležitý produkt a patříme do základních potřeb našeho zákazníka. Lidé nás přejmenují na dárek k svátku, narozeninám, Vánocům, ale nevzdají se nás.



a to od rána do večera, a když hospodářství roste, je to skvělé. Hlavně držet kvalitu produktu na 100 % a servis zákazníkům na 101 %. Celý tým chrání a buduje značku Inca Collagen a ze všech stran ji posiluje. Konkurence ať se má tak, jak si zaslouží. Vlastně ji nesledujeme.

Sortiment jste obohatili o kolagen pro domácí mazlíčky. V čem se liší od toho pro lidi?

Incapet Collagen je stejný kolagen v jiném obale. Legislativa EU nám předepisuje oddělovat kolagen pro lidi a mazlíčky, a tak to dodržujeme. Vlastně je nám jedno, zda jste kočka dvounohá, nebo čtyřnohá. Buď máte heboučkou srst, nebo krásné vlasy. EU to vidí jinak.

A chystáte se na nějakou zásadní inovaci či obohacení nabídky v nejbližším období? Co třeba kolagenové bonbóny?

Chystáme v květnu osmé narozeniny. Vždy klientům nadělíme mnoho kolagenu a úžasné věcné ceny. Také vylepšujeme dárky ke kolagenovým kúram a máme až přehnaný tlak na rychlost odeslání zákazníkovi. Sortiment je vylepšen o vitamín D, když ještě není tolik sluníčka. Ale jediný a základní produkt je Inca Collagen.

Váš podnikatelský příběh je jedno velké drama. V čem je pro vás poučný a v co vyústil?

Jé, to ano. Ale vyústil ve větší úctu k firmě a ke klientům. To klienti firmu zachránili a já o firmu pečuji jako maminka o dítě. Doslova vlastním tělem. Spoléhám na sebe, mám skvělý ča-

sem prověřený tým. Dělán vše, jak nejlépe umím. Třikrát měřím, a pak teprve řežu, a jako metr používám intuici. Opatřuji si informace a učím se každý den být lepší a lepší. Nepřátele jsem vždy našla v přáteli. Děkuji jim, že mne nezabili, ale posílili. Jejich role je moc těžká a smutná.

V každé příležitosti života se snažíte vidět hlavně tu dobrou stránku. Jste věčný optimista. Dá se tomu naučit, nebo to musí mít člověk v genech?

Raději budu optimista, který se mýlil. Na vše koukám od malička jako dítě, umím však i jako dítě plakat. Dá se to ještě naučit. Já to mám

ale v genech. Co vysíláme, to přitahujeme. Miluji knihu Jak si správně přát. Koupila jsem jich 108 kusů a rozdávám je...

Velkou roli ve vašem rozhodování hraje intuice, vašeň, emoce. Pomohly vám vždy?

No ano, vždy mi pomohou intuice a emoce. Buď to cítím správně a poslechnu, nebo to cítím správně a neposlechnu. To je pak rychloškola. Čím jsem více v přírodě, tím více pak dělám správných rozhodnutí. Přírodu vnímám jako vesmírnou nabíječku.

Každý business je také o odvaze, umění riskovat, a vyhrávat. Co doporučit těm, kteří se v posledních letech utápí v obavách, strachu, jsou v křeči?

Křeče a obavy jsou někdy u každého. Když jsem byla dole, vždy jsem byla připravena jít jezdit pro Uber nebo Rohlík. Ale to byl až plán C. Plány A a B byl dostat pod kontrolu příjmy, výdaje a možnosti, jak z toho ven. Hlavně jsem jako veverka a dělám si stále malé zásoby. Nikoliv na horší časy, spíše na kdykoliv a cokoliv. Velký problém není nikdy dost velký, když ještě žijete. To je moje motto.

Loni jste byla patronkou soutěže Ocenění Českých Podnikatelů. Vaše vystoupení při příležitosti předávání ocenění vítězkám byl pro všechny zážitek plný energie i povzbuzení, sál vám tleskal. Vstoupila jste takto naladěná i do roku 2023?

Ano, já mám asi vysokou hladinu Inca Collagenu v těle. Jsem permanentně šťastná a veselá. Miluji všechny slzy, to je vždycky ohromná úleva. Na veřejnosti mluvím vždy od srdce a snažím se aspoň trochu držet tématu. Často jsem sama překvapená. Už je rok 2023? (smích)

za odpovědi poděkovala Eva Brixí





Svět z improvizace

Improvizaci miluji a v mnohém na ni spoléhám. Baví mne. Nutí člověka přemýšlet, hledat nové cesty, zkoušet, přizpůsobovat se situaci. Je to jako hra, ba co víc, povolená hra s ohněm. Adrenalin, který člověk potřebuje, aby trénoval sám sebe. Nese v sobě kód učít se zvládat rizika, snažit se, vědět si vždy rady. Ať jde na obchodní jednání, na vysokoškolskou zkoušku, nebo pomáhá při dopravní nehodě. V poslední době se celý svět skládá z velké mozaiky plné improvizovaných kroků. Možná to s sebou přinesla nejistota, lemovaná covidem, válkou, energetickou krizí v Evropě. Dala nám ke zvládnutí turbulentní období nevídaných rozměrů. Nepodléhám, improvizuji. **Eva Brixi, šéfredaktorka**



Tip Grady

Tichá řeč těla – Jak číst myšlenky a pocity jiných lidí

Thorsten Havener



Jak můžeme číst řeč těla ostatních lidí, rozumět jí a „překládat“ ji? Jak u druhých navodit pocit důvěry a harmonie? Jak to udělat, abychom působili suverénně a přesvědčivě? Autor popisuje psychologický systém, díky kterému můžeme myšlenky ostatních vidět, aniž by řekli jediné slovo – jen pomocí vnímání a pečlivého pozorování.

partneři www.madambusiness.cz

hlavní partneři:



partneři:



Prosperita Madam Business

vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 17, únor 2023

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

Šéfredaktorka:

PhDr. Eva Brixi-Šimková, e-mail: brixi@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 Rožničková

Tisk: Triangl, a.s., www.trianglprint.cz **triangl print**

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

Placené textové materiály jsou označené grafickým symbolem

www.madambusiness.cz

Internetový marketing: Media Know, www.mediaknow.net

Nenechte si ujít novinky na blogu intuitiveidiary.com naší redaktorky Kateřiny Šimkové.

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



Máte náladu a čas číst si večer před spaním?

prof. Ing. Růžena Petříková, CSc.
Rada kvality ČR
místopředsedkyně
vysokoškolský pedagog

Jak kdy... Ale spíše náladu nemívám, nejsem příznivcem usínání u televizního vysílání či s knihou v ruce. Přes svůj seniorský věk mám stále tolik každodenních povinností, že jsem povětšinou ráda, když večer, často někdy až kolem půlnoci, usínám snad spravedlivým spánkem. Mojí zkušeností je, že i dobrá a kvalitní kniha málokdy „přebije“ nedávnou minulost, tedy to, co se stalo, a musela jsem řešit během dne, a rovněž i blízkou budoucnost, to znamená očekávání toho, co se stane dne následujícího – jak proběhne, jsem dostatečně připravena? Začíst se a vnímat text, byť úžasné knihy, je proto často nad mé síly...



Měla by i zaneprázdněná žena z businessu umět vařit a péct?

Tomáš Popp
Svaz kuchařů a cukrářů ČR
Národní tým kuchařů a cukrářů
manažer

Každý to má asi jinak, ale já rozhodně od ženy automaticky neočekávám, že bude vařit a péct. Je jedno, jestli je zaneprázdněná businessem, nebo ne. Pokud ji to bude těšit, bránit jí nebudu. Ale musí z toho mít radost. Vaření je docela fajn relax. Tedy pokud to alespoň trochu umíte!



Informace do kabelky

Důmyslné krmítko s Igráčkem ornitologem

Milovníci přírody ptákům aktivně pomáhají například tím, že zhotovují

nejrůznější krmítka. Avšak ne všechna jsou ideální. Český výrobce společenských her a Igráčka EFKO-karton v těchto dnech uvádí na trh novinku – ekologické krmítko s Igráčkem ornitologem, ptačím zobem a mini atlasem známých ptáků.

Hlavní části krmítka jsou vyrobeny ze 100% recyklovaného plastu. Krmítko pochází z dílny mladých českých designérů. Díky důmyslnému řešení se velmi jednoduše udržuje i doplňuje ptačí potrava a jeho vlastnosti jsou kladně hodnoceny i samotnými ornitology. Krmítko je navíc vybaveno odtokovými kanálky, takže se v něm nezadržuje nechtěná voda. Děti se jeho prostřednictvím mohou hravou formou seznamovat s přírodou a vytvářet si k ní vztah.

„Původně jsme set krmítka s Igráčkem ornitologem vyrobili pouze jen jako limitovanou dárkovou edici pro naše partnery. Následně jsme tuto sadu úspěšně nabídli společnosti BILLA, kde se exkluzivně prodávala až do loňských Vánoc. Pro veliký zájem nyní zařazujeme tento výrobek i do běžného prodeje. Bude tak dostupný ve všech hračkárnách, vybraných prodejnách po celém Česku a na našem e-shopu,“ uvedl Miroslav Kotík, majitel firmy EFKO.



(tz)

Po viróze sáhněme do přírodní lékárny

Také jste se potýkali se zásludnou virózou? A ještě pořád nejste úplně fit? Určitě víte, jak je nezastupitelná kvalitní imunita, ale možná netušíte, že ji výrazně ovlivňuje několik složek – stav nervové soustavy, dýchacích cest, trávicího ústrojí a čistota organismu. Na pomoc přicházejí často bylinky. Mgr. Jarmila Podhorná by o nich mohla vyprávět celé hodiny i dny:



Mgr. Jarmila Podhorná

Jakých si považujete?

Je to jednak maralí kořen, adaptogen, adaptaci má též na stres, což je v dnešní době přínosné, snižuje hladinu cukru a cholesterolu, působí proti vzniku depresí a je vynikajícím afrodiziakem. Pomáhá při rekonvalescenci po slabostech různého původu. Působí anabolicky, má příznivý vliv na činnost jater a také na kardiovaskulární systém. Ovlivňuje i některé typy deprese. Již první ruští osadníci zjistili, že jeleni maralové na podzim vykopávají kopýtky kořeny této rostliny a s chutí je požírají. Odtud tedy pochází i jeden z názvů maralij koreň. Mezi Altajci se traduje, že pomáhá od čtrnácti nemocí a omlazuje. Tataři užívali kořen jako afrodiziakum. Dále je to kustovnice čínská. Příběhů o život prodlužujících účincích kustovnice je v Číně celá řada. Je to významný adaptogen, zlepšuje srdeční činnost a řadu životně důležitých funkcí. Posiluje též plíce, játra, podporuje krevotvorbu, odstraňuje bolesti pohybového aparátu, stimuluje nervový systém a je celkovou tonifikací a posilou organismu.

Do obluby se dostává rakytník řešetlakový...

A právem. Měl a má dosud nezastupitelné místo v tibetské, indické medicíně, v posledních letech se dočkal obluby i u nás. Můžeme jej použít při oslabení organismu, tedy na po-



silení imunity, při revmatizmu, ekzémech i chřipce. Vhodný je též při řešení problémů se zrakem.

Mnozí věří černému rybízu.

Gemmoterapeutikum z černého rybízu je doslova zázrak. Má vynikající účinky na vytvoření kortizonového efektu – při snížené funkci nadledvinek – posílí imunitu. Je to vynikající antialergikum, pomáhá řešit sennou rýmu, ekzémy, je vhodný ke zlepšení hypertrofie prostaty, používá se spolu s maliníkem proti cystám na vaječnících, má protitokový účinek. Ukazuje se, že má velké uplatnění v oblastech alergických, revmatických a plicních.

Také se začíná mluvit o šišáku bajkalském. Nač byste ho doporučila?

Skutečně zlepšuje činnost dýchacích cest. Má příznivý vliv při zvládání kašle, infekci horních cest dýchacích, astmatu, odhlehování, tlumí záněty, řeší chronickou hepatitidu, působí protivirově, antibakteriálně, protiplísňově, zklidňuje činnost srdce a cév, zlepšuje spánek.

Určitě mohou pomoci i méně známé bylinky.

Kozinec blanitý je odedávna používán při nápravě celé řady zdravotních problémů. Je účinný při úpadku psychických sil, zlepšuje imunitu, obranyschopnost, látkovou výměnu. Je to antioxidant, imunostimulátor.

Tím to ale nekončí...

Osvědčilo se gemmoterapeutikum z vrby bílé. Jednak je to výborný prostředek při chřipce a jiných virózách, ale důležité je její příznivé působení na nervový systém. Snižuje dráždivost nervové soustavy, působí na zlepšení například zánětu trojklaného nervu, na zlepšení ischiasu a tlumení bolestí. Také je vhodné využití při revmatizmu nejlépe s olší.

Gemmoterapeutikum z lípy je výborný uklidňující prostředek. Působí jako anxiolytikum proti úzkosti a psychickému napětí. Lípa je vynikající potopudný prostředek s mírným účinkem uklidňujícím a současně močopudným, žlučopudným a spasmolytickým. Reguluje tvorbu žaludečních a střevních šťáv. Její podávání je plně namístě při chorobách z nachlazení, při křečových bolestech v oblasti trávicího ústrojí a močových cest, při narušené funkci žlučníku.

ptala se Eva Bixi

Moje maso je příběh krásných všedních dnů

Na hranici Řitky a Mníšku pod Brdy jsem přijela proto, abych si s Ilonou Klímovou, majitelkou firmy Aspius, popovídala o tom, jak se daří v podnikání, co nového v sortimentu, jaké vize a sny má. Když v roce 2011 zaregistrovala v rámci rodinného businessu značku Moje maso, pod kterou dodává výtečné steakové hovězí, ale také telecí maso na řízky nebo kýtu z divočáka, zkrátka gurmánské speciality, především do obchodních řetězců, měla jasnou představu. Obohatit český trh o to, co zde tehdy chybělo. A podařilo se jí to. Nejen o delikatesy z vyzrálého hovězího, jehněčího, drůbež pro labužníky – perličku, křepelku, holuba, ale také dokonce klokana a zebra. Pak přidala ryby a mořské plody. V nabídce jsou zastoupeny i bioprodukty – drůbež, vepřové, hovězí. Zkrátka vše, co si jednou za čas dáte ze zvědavosti nebo dle své chuti k oživení vesměs stereotypního jídelníčku. Posléze přišla na pořad dne další značka Moje zvěřina, a to samo o sobě napovědělo, že program laskominek se rozšiřuje. A vaše objevovat místa na Zemi, která skýtají možnosti přinést na český talíř to, co si srdce strávníka zaslouží:



Ilona Klímová

Jak se tedy vede stálici, která se loni a již podruhé velmi dobře umístila v soutěži Ocenění Českých Podnikatelek?

Těžko se na to odpovídá, nebojujeme za každou cenu o výsluní na trhu. Máme své představy, cíle i přání, možná sny, ale na paměti nám zůstává, že jsme malá česká firma, která v leccems nemůže konkurovat těm velkým. Ale našli jsme si vlastní cestu a té se držíme. Postavili jsme si halu, zázemí, kde se maso zpracovává, balí, skladuje, odkud se expeduje. Provoz jsme vybavili moderními linkami, postupně přikupujeme, zdokonalujeme. V něčem jsme byli průkopníci v České republice – třeba telecí maso, francouzská drůbež, skinové

balení v podobě, jak je nabízíme dodnes, jsme jako první nabídli my.

I váš podnikatelský příběh je lemován všedními, přesto výraznými detaily...

Jestli třeba myslíte, proč jsme zařadili do nabídky španělské produkty, tak ano. Cesta k nim vedla přes moji dceru, která odjela do Španělska na brigádu k obchodním partnerům. Nakonec jsme se s nimi více seznámili a navázali kontakt i s jinými producenty v oblasti tak, že z toho vzešla hezká obchodní spolupráce, díky které si může český zákazník pochutnávat na křepelčím mase, španělské drůbeži a dalších specialitách. Je to o tom, že nikdy nemáte zaví-

rat oči před dalšími příležitostmi, ptát se a zkoumat. Prostě nikdy neříkejte nikdy...

Ale do Španělska jezdíte vlastně docela dlouho a váš vztah k této jižní evropské zemi se prohlubuje...

To je pravda. Vozíme na náš trh biohovězí z jedné úžasné rodinné farmy, kterou dobře známe. Dobytek se pase v Pyrenejích, když sluníčko začne hrát více, postoupí směrem do hor... Zvířata jsou celý den venku, na pastvě. Na chuti masa je to hodně znát. O firmu pečují tři bratři, ti nám také celý systém hospodaření ukázali, abychom se mohli přesvědčit, jak to u nich chodí. Získali jsme důvěru, a oni naši, vztahy jsou velmi dobré.

A proto se také s kolegy učíte španělsky?

Nejen proto, avšak je pravda, že ve Španělsku se mi velmi líbí, je tam pro nás stále co objevovat. Uvědomila jsem si, že pokud chci s tímto regionem rozvíjet spolupráci, bez náležitých znalostí se neobejdu. A tak se snažím. Na španělštinu chodím se třemi kolegy, a učitel za námi jezdí do firmy.

Z této destinace vozíte také speciální vepřové. Jaké?

Vozíme Duroc a pravé Iberico. Myslím, že je to pěkné obohacení možností pro moderní kuchyni. Prasátka žijí v obrovském volném výběhu, v souladu s přírodou, požírají žaludy a bukvice, jsou v pohodě. A zase – na jejich mase je to znát. Je prostě jiné. Než začneme nakupovat od nového dodavatele, snažíme se poznat firmu i produkty přímo na místě. Zkoumáme benefity chovu a produktů. Nejsou to žádné „hr“ akce.

Kolik lidí u vás pracuje?

V průměru mezi 12 až 15. Jsme menší, ale sebevědomý podnik. Jsem si ale vědoma všech možných úskalí, jaká s sebou takové podnikání nese. Snažím se postupovat rozvážně, zodpovědně, předcházet rizikům. Na druhé straně vím, jakou hodnotu máme a zač se rozhodně nemusíme stydět. Naše firemní kultura je o zdravém sebevědomí, které si každý musí umět vybalancovat v sobě sám.

Zalistování jste v mnoha řetězcích, hodně se objevujete například v Albertu, Bille, Makru. Kam byste rádi ještě vstoupili?

Určitě bychom naše prémiové produkty rádi nabídli i v jiných řetězcích a regionálních pro-

dejnách. Třeba v Albertu nás může zákazník koupit pod naší značkou Moje maso, ale jinak dodáváme také pod jejich privátními značkami. Nenabízíme však jen mražené a chlazené maso. Z Francie a Španělska vozíme nesmírně chutné salámky a rybí speciality.

Neuvažovali jste o vlastním e-shopu?

Určitě ne. To není nástroj, na který bychom chtěli vsadit. To vyžaduje obrovské know-how, které nemáme. Držíme se naší strategie dovozce, výrobce a dodavatele. Naše webové stránky jsou zaměřené jen na poskytnutí základních informací v B2B.

Vím, že si od začátku nesmírně zakládáte na kvalitě. Jak o tom spotřebitele a obchodníky přesvědčujete?

Lze to snadno doložit. Máme na vše certifikáty kvality, často jde o biokvalitu. Toho si velmi ceníme, protože není zas tak jednoduché takový certifikát získat.

Biopotraviny jsou však dražší. Ostatně, co chtějí dnes vlastně lidé jíst?

Biokvalita je trend a ten sílí. Důvody jsou jasné. Zvláště u masa je znát rozdíl v chovu na kvalitě a chuti, a to nejen u bioproduktů. Zároveň je znát, že někteří kupující začali šetřit. Je slyšet ze všech stran, jak je to s energiemi, jak krachují firmy, jak půjdou ceny nahoru, že nebude plyn... Demotivace strachem není příjemná. Pak samozřejmě zákazníci zvažují, co do vozíku dát.

Nicméně určitý okruh klientely, která si zvykla na váš sortiment, asi zůstává. Roste třeba zájem o konzumaci zvěřiny?

Více se o ní možná mluví, ale nepozoruji, že by byl zvýšený apetit a poptávka po ní. Spotřeba zvěřiny je již dlouhou dobu dost vyrovnaná. Patří do tradiční české kuchyně a ne každý s ní u sporáku umí zacházet. Mladé to asi moc nebaví, se zvěřinou si musíte trochu vyhrát.

A vy? Umíte ji připravit?

Dokážu, osobně ji mám ráda, mám k ní vztah, to je jasné, ale představte si, moc z ní nevařím. Mé dvě dcery ji na talíři nevidí rády... Jíme raději hovězí steaky, ryby, drůbež.

Mohou si u vás objednat také samotné restaurace nebo šéfkuchaři?

Samozřejmě, že mohou, ale není to naše největší skupina odběratelů. Nejvíce jsme zaměřeni přímo na produkty pro koncového zákazníka.

Loňský rok byl pro mnohé firmy složitý, jak se dařilo vám?

Nebylo to jednoduché pro nikoho. Stále sledujeme rostoucí náklady a snažíme se ušetřit, kde



foto Kateřina Šimková Martin Šimek

se dá, ale ne na kvalitě. Zdokonalujeme rekapraci zbytkového tepla z chlazení, budeme montovat soláry na střechu. Při cenách, které se platí Eko-komu, je to hodně velká úspora. Do provozu jsme uvedli kráječku masa s třicetným laserem, která reže přesně na váhu, jak potřebujeme. Každý stroj stojí přes pět milionů korun, nejsou to malé investice.

A co přineslo největší radost?

Člověk si musí vzít něco hezkého z každého dne, protože každý den přinese něco dobrého, pěkného. Mě loni osvěžily cesty do Normandie a Bretaně spojené s návštěvou dodavatelů. Celá Bretaň je tajemná a je tam moc krásná energie, ta vás povzbudí. Také jsme nakoupili dva stroje, mezi nimi je balička, která ušetří 75 % plastu, a to se počítá.

Vystačíte s vlastními finančními zdroji, nebo si půjčujete?

Používáme úvěry, když se to podaří, tak pracujeme s dotacemi.



Vnímáte současnou dobu jako hodně krizové období?

Co je to hodně? Podobné období jsme zažili v letech 2008–2009, kdy stály benzín a nafta podobně jako dnes. Jenže na to už každý zapomněl. Hůř nebo stejně jsme se měli, a zvládli jsme to. Takže si myslím, že to zase zvládneme. Jen se musíme učit žít – jednou s tím rizikem, podruhé s jiným. Tak to prostě chodí.

Po čem toužíte?

Abych měla víc volného času. Věřím, že se mi to někdy doopravdy splní.

Pořád ještě sbíráte kuchařky?

Přiznám se, že jsem se teď tomuto koníčku moc nevěnovala. Za covidu jsem se dala do úprav zahrady. Nejprve jeden záhon, pak druhý, třetí, následoval plot... Je to báječné odreagování, zábava, odpočinek. Rýč, motyka, kolečko, hnůj. Stromky, zelenina, kytičky. A když pak vidíte, že to všechno roste a plodí, a vy to můžete ochutnávat! Stojí to za to. Nyní jsem se dala do posledního záhonu, ale vím, že stejně nikdy nebude hotovo. Ale baví mě to. Nese to radost i užitek. Našla jsem se v tom. Stále se něco učím. Objevují nové rostlinky – arónii, muchovník, fandím třapatkám, máté i meduňce, sklízím své ředkvičky, saláty, špenát, rajčata.

Čím se liší vaše začátky podnikání od roku 2023?

Začátky byly jako bezhlavý skok do hlubin. Vůbec jsem si nedovedla představit, co vše mne čeká. Bylo to o neustálém učení se a získávání zkušeností. Dnes je to spíše o zdokonalování systému, úročení toho, co jsem se naučila. A možná cítím větší zodpovědnost.

za odpovědi poděkovala Eva Brix

Nejen o nové DS 7: Do automotive jsem se dostala náhodou



Kamila Amisová

Co inovovaného dostal do vínku právě tento model?

Jedna z inovací nového modelu je vidět již na první pohled, na přední části vozu. Přepřepovaná přední maska má ostřejší linie, je robustnější, ale zároveň dynamičtější. Zasazeny jsou v ní nové přední mřížové světlomety DS Pixel LED Vision a dále denní světla DS Light Veil, která se představila ve světové premiéře a u nichž spočívá inovace ve výrobním procesu. Laserem gravírovaný polykarbonátový povrch je opatřen barvou pouze na vnitřní straně, takže se na něm střídá světlo a plochy v barvě karoserie. K dynamičtější přední části přispívá štíhlejší maska DS Wings a širší mřížka chladiče. Přepřepovaná byla i zadní část, víko zavazadlového prostoru získalo výraznější, ostřejší linie, zadní LED světla s motivem šupin jsou taktéž zeštíhlená a jsou spojena protaženou lištou s nápisem DS Automobiles. Další z hlavních novinek nového modelu DS 7 je systém infotainmentu, do kterého je zabudován DS Iris System. Nový 12" dotykový displej zobrazuje nabídku widgetů (zkratk), které umožňují přístup ke všem funkcím jediným pohybem: je tak možné ovládat online navigaci, klimatizaci, digitální audio zdroje a všechny informace o jízdě. Je také plně konfigurovatelný, uživatelsky přívětivý a umožňuje dále například zobrazovat pohled zepředu a zezadu díky digitálním kamerám s vysokým rozlišením. Nová grafika nabízí všechny důležité informace, jako je například tok energie u plug-in hy-

Když před skupinu novinářů předstoupí na tiskové konferenci značky DS Automobiles produktová manažerka Kamila Amisová, auditorium ztichne. Naslouchá. A chce vědět víc. Není to nejdělejší publikum, někdy dokáže přivést do rozpaků nebo naštvat nepříjemnými otázkami kdekoho. Ale to už k věci patří. V případě jmenované ženy jsem nezažila, že by si na pódiu nedokázala poradit. Ona totiž o autech ví úplně všechno. A navíc umí informace podat nejen přesvědčivě, ale formou, která zaujme, rozehrje a vzbudí zvědavost. DS si takového protagonistu zaslouží. Člověk si jejího výkonu užívá jako divadelního představení Romea a Julie. Pro DS rozhodně záviděníhodný benefit. Bylo tomu tak i koncem minulého roku, kdy byl v Praze představen nový model DS 7:

bridních verzí nebo díky systému DS Night Vision zobrazuje silnici a krajnici infračervenou kamerou, která dokáže zjistit přítomnost cyklisty, chodce nebo zvířete až do vzdálenosti 100 metrů.

Je ve výbavě či technické specifikaci prvek, který ocení zejména ženy?

Myslím, že ženy ocení hlavně bezpečnost, kterou zajišťuje velká nabídka bezpečnostních technologií, a dále pak určitě i luxus, protože značka DS Automobiles věnuje podobně jako největší pařížské módní domy zvláštní péči výběru materiálů a práci s nimi. Zmíním například luxusní materiály, jako je kůže Nappa, její perleťové prošívání, chrom a techniku gilošování či křišťál. V neposlední řadě ženy ocení komfort sedadel a další komfortní prvky, jako je například hands-free přístup do vozu.

Automobil je charakterizován inteligentním pohonem všech kol...

Motory, které nabízí nový model DS 7, jsou mimořádně výkonné a účinné a kombinují benzínový agregát s elektromotorem. I přes jejich vysoký výkon jsou úsporné a značka DS Automobiles díky nim v posledních dvou letech vykazuje nejnižší emise CO₂ v Evropě. Kromě nízké spotřeby paliva oceníme u motorů s výkonem 300 a 360 koní pohon všech kol zejména ve složitějším terénu nebo v případě nepříznivého počasí. Motor pohání standardně jen přední nápravu, ale v případě potřeby lze připojit nápravu zadní.

Design je výrazným hráčem při rozhodování, jaké auto se člověku líbí, nebo ne. Jak bude bodovat v případě DS 7?

Nová DS 7 je elegantní, má dynamické a ostré linie přední i zadní části. K dynamickému charakteru profilu nové DS 7 přispívají i kola. Nová devatenáctipalcová kola s dekorativními vložkami optimalizují aerodynamickou účinnost a díky svému zpracování působí větším dojmem. U nové DS 7 E-Tense 4x4 360 jsou exkluzivně k dispozici nová jednadvacípcová kola Brooklyn s technickým designem. Důležitý je taktéž design interiéru. Zákazník může vybírat z elegantního látkového čalounění s palubní deskou inspirovanou rybí kůží nebo z kombinace látkového čalounění s Alcantarou, které je sytě černé se zlatým a karmínovým prošíváním a je laděné ve sportovním stylu, anebo z několika typů prémiového koženého čalounění. Vrcholem nabídky je luxusní jemná kůže Nappa, která je k dispozici ve dvou odstínech.

Objeví se na českém trhu ve všech šesti barvách, v nichž se vyrábí?

Ano, určitě. Nový model DS 7 přináší dva nové metalické odstíny karoserie: tmavě modrou Saphir a šedou Lacquered. Nicméně zákazníci vybírají i z dalších, již

Řidiči a řidičky vozů DS milují eleganci, komfort, pohodovou jízdu. Ve vozech jsou přítomny luxusní materiály, velká péče je věnována sebemenším detailům, takže si majitelé každou jízdu užívají, nechávají se svým automobilem hýčkat, při dlouhé jízdě si zapnou masážní funkci sedadel a zároveň vědí, že jim pomáhá široká škála bezpečnostních prvků, které spolu s nimi hlídají jízdni podmínky, a v případě potřeby zasáhnou.

známých odstínů, a tak se nám objednávky na nový model DS 7 objevují s perleťovým bílým odstínem nebo v odstínu perlové Cristal Pearl. Těm, co preferují tmavý odstín karoserie, nabízí nový model metalické barvy černou Perla Nera nebo tmavě šedou Platinum.



Už se z nového vozu těší první nadšenci? Ostatně kolik těchto nových DS 7 by se le-tos mělo u nás prodat?

Necelé dva měsíce po uvedení na trh vidíme mimořádný zájem o tento vůz a samozřejmě evidujeme již první zákaznické objednávky. Model DS 7 je stěžejním modelem pro značku DS, protože v České republice je velmi oblíbená karoserie SUV. Rádi bychom v letošním roce umístili na český trh kolem 130 vozů, což představuje více než 40 % našeho ročního prodejního cíle.

Splníte zákazníkům i nějaká méně obvyklá přání?

Myslím, že ano. Mnozí zákazníci jsou velice překvapeni, když si naše vozy vyzkoušejí a zazijí je tzv. v vlastní kůži. Tvrdí, že ani netušili, co vše si mohou ve svém voze přát. Například se mohou nechat v našich autech hýčkat několika možnostmi masáže pro zpříjemnění cesty nebo si dopřát top hudební zážitek s audio systémem Focal se 14 reproduktory na palubě vozu. V DS se prostě cítíte jako v bavlnce a baví vás už i samotná cesta.

Vždy, když poslouchám váš výklad na tiskové konferenci, je to pro mne zážitek jako v divadle. Máte úžasné znalosti, které dokážete výborně prezentovat, takže vám rozumí jak odborník, tak laik. Kde jste získala vzdělání v automotive a jak vás přivedlo do čela značky DS?

Do automotive jsem se dostala náhodou, studovala jsem finance, ale zlákal mě frankofonní prostředí, věnovala jsem se již několik let francouzštině, a to rozhodlo. No a 15 let jsem pracovala na několika pozicích pro značku Peugeot, poslední roky v produktové části marketingového oddělení. Po mateřské dovolené jsem pak velmi ráda přijala nabídku od značky DS Automobiles. Vracela jsem se mezi své kolegy, do známého prostředí a mohu se dál věnovat vášni, která se u mě rozvinula opravdu až během mé kariéry u značky Peugeot, vášni ke krásným automobilům. Pokud něco milujete, dokážete o tom hovořit s nadšením, a to ze mě na tiskových konferencích či ji-

ných prezentacích pak, myslím, sálá! A co se týká technických znalostí, za ně vděčím kolegům, kteří u nás mají na starosti technická školení, protože právě oni dokážou složité technické vybavení našich vozů vysvětlit i laikům.

Čemu vás působení v oboru, který je spíše mužskou doménou, naučilo?

V našem oboru pracuje spousta žen, myslím, že automobily už nejsou čistě mužskou doménou. Toto odvětví je velmi zajímavé, stále se něco děje, pořád je co nového se učit, poznávat, a to je to, co mě baví, nestát na jednom místě, ale stále se posouvat dál, vzdělávat se. Nyní se hodně mluví o elektromobilitě, ale ta zasahuje nejen do automobilového průmyslu, ale i do života domácností, fungování firem, ekonomiky. Díky své práci mám tak možnost se dozvědět víc, pochopit procesy, o kterých bych si jinak jen přečetla nějaký článek či vyleslechla zkušenost někoho jiného. Se zájmem sleduji, jak se postupně zavádění elektromobility projevuje v našich každodenních životech.

A sedíte ráda za volantem, nebo jste přesytna svou vlastní specializací a auta nemůžete občas ani vidět a chodíte pěšky?

S chutí bych chodila pěšky, ale vzhledem k tomu, že bydlíme na okraji Prahy, potřebuji automobil denně. Řídím velmi ráda, protože každá jízda mi přinese něco nového. Nejenže mě vůz doveze na požadované místo, ale zároveň mám neustále možnost testovat a obje-

vat funkce, které ve vozech jsou, a sledovat chování auta v různých situacích. To mi pak dává možnost o vozech hovořit nejen z odborného hlediska a podle toho, co si nastuduji v materiálech, ale do prezentace přinést i vlastní zkušenost, a to si myslím, že je to důležité, aby prezentace byly zajímavé a srozumitelné. No a díky tomu, že pracuji v automotive, mám možnost otestovat širokou škálu nejen našich, ale i konkurenčních aut, a právě díky tomu získávám všechny cenné informace, které ve své práci bohatě využiji.

Jací jsou řidiči a řidičky značky DS? Pozorní, rozvášní, milovníci elegance a komfortu, lidé, kteří nespěchají? Co oceňují na svébytných automobilech, které jim vnášejí do života radost a pohodu?

Souhlasím s tím, co jste zmínila. Řidiči a řidičky vozů DS milují eleganci, komfort, pohodovou jízdu. Ve vozech jsou přítomny luxusní materiály, velká péče je věnována sebemenším detailům, takže si majitelé každou jízdu užívají, nechávají se svým automobilem hýčkat, při dlouhé jízdě si zapnou masážní funkci sedadel a zároveň vědí, že jim pomáhá široká škála bezpečnostních prvků, které spolu s nimi hlídají jízdní podmínky, a v případě potřeby zasáhnou. Motory jsou úsporné a tiché, takže si řidiči vychutnají klidnou jízdu. Zároveň vědí, že vozy DS svým neotřelým designem upoutají pozornost, takže si mohou užít i obdivné pohledy kolemjdoucích.

otázky připravila Eva Brixl ■■■



O lidském podvědomí a businessu



Ing. Simona Myslikovjanová, Ph.D., MBA, MBE

Ing. Simona Myslikovjanová, Ph.D., MBA, MBE, se specializuje na interim & talent management, jehož prostřednictvím již pomohla stovkám firem z potíží. Také se věnuje psychologii, komunikaci, a především talent managementu a growth mindset, a na pracovištích tak vytváří zdravou a silnou firemní kulturu. Kromě toho, že řídí svou firmu SiMyCo s.r.o., je to ještě žena dalších profesí: na jedné straně jako External Executive Director of Human Resources, jindy jako External Interim Director nebo jako Learning, Talent, Communication, Process & Development Specialist. V roce 2022 byla oceněna v Top 13 nejúspěšnějších CEO žen ČR v kategorii Obchod a služby. Patří mezi lidi, kteří dokážou věci posouvat dál. Její dvacetiletá praxe ji navedla na dráhu individuálního přístupu ke každému klientovi. Povídala jsem si s ní tentokrát o lidském podvědomí:

Jaký význam má podvědomí v našem životě?

O roli podvědomého lidského chování rozsáhle spekulovali již Jung a Freud během 20. století, skutečné důvody lidského chování zůstaly nejasné. Dnes je situace jiná. Nové sofistikované experimentální techniky zásadně ovlivnily naše chápání té části mozku, která pracuje bez vědomí naší mysli. Nazýváme je „subliminální svět“. Vědomí představuje maximálně 2 % práce mozku, zbytek běží v nevědomí. Představte si, že jedete po dálnici rychlostí 130 km/h, z nějakého důvodu šlápnete na brzdu a teprve za půl sekundy si uvědomíte, proč jste vůbec brzdili. Protože jste to udělala podvědomě. Podněty, které přicházejí do mozku, mohou ovlivňovat tělesný i emoční stav, i když si je jedinec neuvědomuje. Podprahového vnímání se využívá v reklamě, ale dochází k němu bezděčně i v situacích každodenního života. Podprahové (subliminální) podněty si není schopен jedinec uvědomit, přesto je ale jeho mozek prokazatelně zaznamená. Tyto podněty

mohou ovlivnit emoční naladění a také rozhodování. Typickými příklady podprahového působení jsou slova maskovaná hlasitější hudbou nebo zrakový podnět, který se objeví na tak krátkou dobu, že ho jedinec vědomě nezaznamená. Podprahové vnímání by se nemělo přeceňovat, ale ani podceňovat. Podprahové vnímání se často zneužívá v reklamě. Nemusí jít pouze o speciální reklamní materiály, ale podprahové může působit i běžná reklama. Příkladem je reklamní plocha u dálnice. Řidič jedoucí obvyklou rychlostí sice nerozpozná obsah reklamy, ale jeho mozek ji zaznamená. Abychom dokázali vědomě měnit naši vlastní realitu, je důležité naučit se se svými myšlenkami pracovat. Pozitivní představy o našich cílech, přáních či životní cestě dokážou tuto realitu skutečně ovlivnit. V momentě, kdy myšlenku necháváme „klíčit“ v mysli, stává se z ní afirmace, která nás postupně vede k činům, a tedy i směrem k našemu vysněnému cíli. Pokud navíc své myšlenky začneme prezentovat navenek, svědčí to už o našem přesvědčení a rozhodnutí se pro danou věc. Panuje názor, že

člověk využívá asi jen jednu desetinu své mozkové kapacity. Ale náš mozek se velmi rád učí: zkuste mu nabídnout něco nového pomocí jeho přeladění do stavu hladiny alfa.

Hladina alfa a výsledky podnikání, to spolu souvisí?

Každý jedinec se běžně nachází ve stavu alfa, pokud jeho mozek „zpomalí“. Nejčastěji těsně před usnutím, při probouzení, odpočinku nebo když se díváte do prázdna. Vy sami si můžete alfa záměrně navodit, např. meditací, relaxací nebo praxí všímavosti. Potom můžete účinně používat mnoho mentálních technik. Tyto techniky slouží k ovládnutí myšlenek, emocí, tělesných reakcí a chování. Pomáhají uklidnit hlavu a ulevit od namáhavé činnosti. Pro lidi z businessu je to důležité.

Hladina alfa by se mohla zdát až kouzelná. Je to jen na vás, kam svou pozornost pustíte. Když jsem se na ni poprvé svezla, byla jsem úplně fascinovaná. Možná to bude znít jako science-fiction. Ležela jsem na JIPu a byla po operaci. Ani na chvíli jsem si nepřipouštěla, že bych mohla umřít, byť lékaři mé rodině první den oznámili nepříznivou zprávu, o které jsem naštěstí nevěděla: Má pětiprocentní šanci na přežití. Uvědomila jsem si, že mě tělo zastavilo. Vše kolem mě pípalo, byl kolem mě velký shon – lékařů, sestřiček a ošetrovatelek. Začala jsem vnímat své tělo, ale nepotřebovala ho. Zhluboka jsem dýchala, poslouchala svůj vnitřní hlas. V hladině alfa prožíváte i ty chvíle, kdy se zahledíte z okna a sledujete třeba vrcholky Lužických hor a necháte plynout myšlenky. K tomu mi dopomáhala hudba, která mě zpočátku spíše rozrušovala. Hledala jsem v sobě koncentraci. Pak přišel ten klid ve mně, pocit, že to zlé je pryč a že jsem v jiné, lepší dimenzi bytí.

A kde ještě se můžeme s podvědomím setkat? Lze se na ně spoléhat? Treba v manažerském rozhodování a řízení?

Zde bych nehovořila přímo o podvědomí, byť se právě do našeho podvědomí ukládá vše, co pro naše vědomí není důležité, avšak může se stát důležitým později. V oblasti managementu pojďme hovořit o strategickém předvídání. Tedy intuici. To je to slovo, které je jedním ze specifických nástrojů strategického řízení. Budoucí vývoj nelze vypočítat nebo jinak určit pomocí analytických metod. Intuice je schopnost vnést do dané situace vše, co jsme kde viděli, cítili, vnímali a poznali.

Vycházejme z toho, že jde o vysoce kreativní procesy, u kterých je přesto jejich určitá posloupnost a struktura nezbytností. Systém strategického řízení musí umožnit co nejvyšší kreativitu pracovníků, současně však musí zajistit potřebný stupeň disciplíny. Umění

skloubit v podniku kreativitu s disciplínou je rozhodujícím činitelem úspěchu. Strategické řízení je směsí kreativity, logiky, nadšení, předvídání, přemýšlení, analýzy a disciplíny. O to se opírám, když pracuji interaktivně v týmech firem, které si mě najímají – a to jak z oblasti business sféry, korporátní klientely, tak zdravotnictví, hotelnictví, pomoci umím menším rodinným firmám i těm výrobním. Tvrdím, že dobrý podnik musí na trhu vystupovat jako výrazná osobnost. Musí mít své osobité vlastnosti, jimiž se projevuje a jimiž vyniká nad ostatními.

Dokážete ovlivnit výsledek vlastním pozitivním naladěním?

Nikdy nedělám předčasné závěry a vždy zůstávám otevřená všem možnostem. Budoucnost je možná mnohem světlejší, nežli si myslíte. Je tu jedna z hlavních sil, která nepříznivě ovlivňuje naše vědomí, a tou je psychická entropie – takový náš psychický nepořádek, kdy prožíváme strach, stres, úzkost či bolest, nebo i závist. Dlouhodobě trvající zážitky tohoto typu mohou oslabit naše já až do stavu, kdy už nedokážete investovat pozornost a dosahovat svých cílů. A to je přesně stav, kdy mě oslovují firmy, abych s jejich jedinci a celými kolektivy pracovala, uklidila jejich psychický nepořádek a posunula je v jejich seberozvoji. Naposledy jsem v rámci již probíhajícího tréninkového plánu dostala od vedení firmy zadání: Najděte lidskost u našeho klíčového pracovníka, který je velmi precizní, po odborné stránce na velmi vysoké úrovni, nicméně... Tomuto člověku se budu věnovat na míru v rámci one-to-one coachingů, abychom u něj probudili kouzlo empatie, porozumění, týmovosti, a odbourali tak stres, tlak, nervozitu a chyby.

Nedostatek energie je totiž závažnou překážkou na cestě k blahobytu. Nízká energetická úroveň nám znemožňuje dosahovat svých cílů a poradit si s náročnými okolnostmi. Energii si člověk uchovává ve stavu absolutního klidu a maximálního soustředění. Když si dokážeme udržet stálou vědomost mysli, dokážeme také ovládat své reakce a naučíme se efektivněji svou energii využívat. Silná energie je zárukou zdraví a harmonického života. Když se informace, která vstupuje do vědomí, shoduje s cíli, psychická energie může proudit bez námahy. Ukážete svou pozornost, odmítnete neproduktivní myšlenky nebo aktivity a vyzářujete čistou energii.

Mají taková sezení určité zákonitosti?

Naslouchání musí být na prvním místě. Hlavně nikam netlačit, ba naopak. Ve své praxi již dlouho využívám psychologické koučování, které klade zvláštní důraz na práci s motivací a napojení na emoce koučovaného.

Vraťme se ale k podvědomí. Kdy se ukázalo být hodně užitečné?

Na co se zaměříte, to ucítíte! Pozitivní naladění myslí funguje jako magnet. Soustředíte se tedy ve svých myšlenkách především na to, čeho skutečně chcete dosáhnout a co doopravdy toužíte změnit. To, co se bude odehrávat ve vás, začne postupně přitahovat to dobré do vašeho bezprostředního okolí. Má rada zní: Netlačte na pilu, nechte věci plynout. Uvolněte se. Ovládejte svou mysl a nastolte v ní řád. To vám přinese klid a půdu připravenou pro flow. Po samotném flow se budete cítit skvěle. Budete mít spoustu energie a dobrého pocitu. Vaše kreativita bude rozjetá, mozek bude otevřen novým informacím. Dosahování stavu flow se dá naučit. Myšlenka je energie, která umí zázraky. Pozitivní myšlení samo o sobě



V oblasti managementu pojďme hovořit o strategickém předvídání. Tedy intuici. To je to slovo, které je jedním ze specifických nástrojů strategického řízení. Budoucí vývoj nelze vypočítat nebo jinak určit pomocí analytických metod. Intuice je schopnost vnést do dané situace vše, co jsme kde viděli, cítili, vnímali a poznali.

nestačí k tomu, abychom byli úspěšní. Teprve s akcí docílíme výsledků. Někteří lidé se mu vysmívají. Proč však řadě z nich nefunguje? Protože nepochopili jeho správný princip. Pozitivní myšlení není o tom, že nasadíme masku, budeme se přetvářovat před ostatními a předstírat, že je vše v pořádku, přestože se nám nic nedaří. Věřte však, že pozitivní myšlení vám pomůže přelstít vlastní mozek.

Mohla byste uvést příklad?

Vedla jsem velký roční tréninkový plán pro jednu nemocnici, kde jsem se všemi zaměstnanci v rámci našich meetingů hovořila a poznávala je. Jedna slečna se mi zmínila, že prá-

ce na recepci ji baví, nicméně je vystresovaná z pracovního dne, i ze vztahů na pracovišti. Popisovala mi, co zažívá, jak se cítí a co ji užívá. Vytvořily jsme si důvěryhodný vztah, tak jako s každým dalším jedincem. Tím, že jsem vedla celý trénink na všech odděleních, včetně managementu, věděla jsem, že se uvolnilo místo na pozici kodérky (pozn. administrativní pracovník kontrolující dokumentaci) na oddělení. Ověřila jsem si znalosti a dovednosti této recepční a byla jsem přesvědčena, že jako zdravotní sestra s praxí se na toto místo hodí. Zmínila jsem se paní ředitelce o situaci, kterou jsem objevila, a místo bylo slečně nabídnuto. Zpočátku si nebyla jistá, zda nabídku přijme. Potřebovala totiž nejprve porozumět sama sobě. Získala čas na ztotožnění se s novou pozicí, které se ujala bravurně, pracovala velmi důsledně, poznala sama sebe. Šla do neznáma a nemohla důvěřovat něčemu, co sama neznala. Její sebedůvěra se posílila a ona se stala šťastnou a spokojenou. Objevila své silné stránky, talent a svou autentičnost. Doporučení tedy zní: Objevte sami sebe. Minulost je v našich hlavách, ale budoucnost ve vašich rukách.

Jak se o funkci a možnosti podvědomí opíráte ve své práci, tedy když vedete dlouhodobé tréninkové plány nebo působíte ve firmách jako External Executive Director of HR, když se snažíte z průměrné firmy vykouzlit podnik se skvělými výsledky a obdivuhodným manažerským týmem?

Já se nesnažím – to bychom hovořili o tzv. nežádoucím vlivu. Já musím být o tom přesvědčena, jinak bych přeci svou práci nemohla vykonávat. Mým hlavním úkolem z pozice External Executive Director of HR je vytvořit inspirativní prostředí, kde se zaměstnanci nebudou bát sdílet své myšlenky, náměty, podněty a nápady, a kde jim jejich práce bude dávat smysl. Všichni manažeři by si měli

uvědomit, že mezilidské vztahy a pracovní atmosféra se přenáší nejen mezi zaměstnanci samotnými. Působí na obchodní partnery, a hlavně na zákazníky. A proto je nutné dbát o vzájemnou interakci. Protože bez pochopení smyslu celé akce každým ze zaměstnanců – od vrcholového manažera po vrátného – nedojde k posunu ani uvnitř firmy, ale ani v obrazu naší společnosti navenek.

za odpovědi poděkovala Eva Brixi ■■■

Štangle salámu nebo kočárek

Za minulý rok zapomněli cestující s Boltem v Česku přes 6000 předmětů všeho druhu. Přibližně polovinu nálezu však tvořily klíče, bezmála čtvrtinu peněženky, hotovost či platební karty a méně než desetinu mobilní telefony. Zavazadla, tašky nebo kabelky lidé ztrácejí méně často, letos k tomu došlo přibližně v 8 % případů. V absolutních číslech stejně jako v přepočtu na vozidla se nejvíce ztrácelo v Praze, v těsném závěsu je Ostrava a poté následuje Plzeň. Bolt je evropskou superaplikací, jejíž misí je dělat dopravu po městě dostupnější, bezpečnou a udržitelnou. Platforma Bolt již slouží 100 miliónům zákazníků ve 45 zemích a více než 400 městech napříč Evropou a Afrikou. O tom, jak to v Boltu chodí, jsem se bavila se Soňou Stloukalovou, Country manažerkou pro Českou republiku:



Soňa Stloukalová

Bolt zajímavě pracuje s daty, která vypovídají o tom, jak se chovají jeho zákazníci. Jací tedy jsou? Kdo rád využívá vašich služeb?

Myslím, že mezi našimi zákazníky jsou zastoupeny všechny skupiny obyvatel. Bolt služby jsou dostupné v Praze, Brně a ve většině krajských městech České republiky. Do práce či za zábavou se chtějí přesouvat rychle a výhodně. Oceňují flexibilitu, která jim umožňuje si v rámci jedné aplikace objednat odvoz autem, jídlo nebo se svézt na koloběžce.

Je šance, že si nakloníte i starší generaci?

Stejně jako je stále běžnější, že starší generace objevuje kouzlo internetu a chytrých telefonů, stoupá i u ní obliba našich služeb. Jde zejména o alternativní taxislužbu a Bolt Food. V případě sdílených koloběžek a elektrokol je situace

přeci jen odlišná, ale výjimky se najdou. Výhody našich služeb platí bez ohledu na věk, nicméně každá generace má vlastní zvyky a preference.

Jaký vztah například ke koloběžkám mají ženy, vaše klientky? Mám za to, že je využívají méně často než mužská část populace, třeba proto, že se musí i více společensky oblékat do práce...

Poměr mužů a žen mezi našimi uživateli je poměrně vyrovnaný. Mikromobilita poskytuje stejné výhody oběma pohlavím. Nicméně je pravdou, že muži skutečně více jízd, což může být způsobeno vámi zmíněným důvodem. Lidé sdílené koloběžky využívají právě na cestu do a z práce, případně k nejbližší zastávce MHD, aby urychlili svůj přesun. Zároveň je ale významný podíl jízd takřkajících rekreačního charakteru.

Spočítali jste, nakolik jste atraktivní pro podnikatele, firmy?

Pro firemní zákazníky máme službu Bolt Business, která je na českém trhu dostupná již rok. V rámci Bolt Business mohou společnosti fakturovat všechny cesty uskutečněné prostřednictvím služby Bolt za určitý měsíc najednou, a to bez ohledu na počet zaměstnanců, kteří ji využívají. Firmy tak ušetří čas strávený administrativou těchto výdajů. Obliba této služby celosvětově stoupá, jen minulý rok došlo ke čtyřnásobnému nárůstu.

Mnoha lidem pomohly vaše taxíky. Čím konkurujete na trhu v České republice?

Je to rychlost, transparentnost, kvalita a v neposlední řadě bezpečnost. Když si objednáte odvoz Boltem, předem víte přesně, kolik na konci jízdy zaplatíte. Díky husté síti partnerských řidičů pro vás auto přijede během několika málo minut a bezpečně vás doveze do cíle. To jsou věci, které cestující ocení. Partnerským řidičům nabízíme flexibilitu a férový výdělek. Každý jeden řidič si může zvolit kdy a kolik hodin bude jezdit. Naši partnerští řidiči mají různé bonusy od výhodnějších pohonných hmot v rámci sítě Benzina Orlen až po mobilní tarify. Stáli jsme při nich během prvního covidového lockdownu a během tří týdnů jsme spustili službu Bolt Food, aby nezůstali bez příjmu.

Cestující v autech zapomínají spousty věcí. Proč jsou lidé tolik rozrůženi?

Pokud cestující něco v autě zapomene, tak je to nejčastěji proto, že mu telefon či jiný menší předmět prostě vyklouzl z kapsy, případně vypadl z tašky. Občas jsou cestující ve stresu, protože vyrazili na poslední chvíli. Zkrátka takové běžné situace, jaké někdy jistě zažil každý. Atmosférou ve voze to jistě nebude. Z našeho průzkumu mezi partnerskými řidiči i cestujícími vyšlo najevo, že během většiny jízd si spolu povídají. Rádo tak činí 92 % partnerských řidičů a 83 % cestujících.

O čem vypovídá loňská statistika? Kdy se zapomíná nejvíce?

V Česku loni zapomněli cestující s Boltem více než 6000 předmětů všeho druhu. Skoro každý druhý nalezený předmět byly klíče, a jeden ze čtyř peněženka, hotovost nebo platební karta. Mobilní telefony tvořily necelou desetinu nálezu, a zavazadla všeho druhu přibližně 8 %. Nechyběly ani kurioznější předměty, jako štangle salámu nebo kočárek. Lidé ztrácejí věci hlavně v pátečních a sobotních nočních hodinách, kdy jsme zaznamenali necelou polovinu nálezu. A nejméně se tak děje v odpoledních hodinách pracovních dní.



Udivuje mne, že někdo o vrácení ztracené věci ani nestojí. Děje se tak třeba i v případě platebních karet nebo peněženek?

Dáří se nám vrátit 95 % nalezených hodnotných předmětů. Nicméně pokud jde o drobnosti, tak je cestující často ani nepostrádají, protože to jsou věci v zanedbatelné hodnotě. Jako příklad uvedu turistu, který v taxíku ztratil nějakou maličkost či suvenýr. My mu jej rádi vrátíme, ale pokud nejde o cennosti, tak se málokterý cestující obtěžuje to řešit. Což samozřejmě platí také pro místní. Kdybyste v autě zapomněla, dejme tomu, rtěnku, tak nad její ztrátou mávnete rukou.

Co všechno se dá vyčíst z vašich statistik? Nebo jinak – co byste ještě rádi sledovali?

Pro nás jsou nejrelevantnější ta čísla, která nám umožňují lépe porozumět cestujícím i partnerským řidičům tak, abychom naši službu mohli dále optimalizovat ve prospěch obou. Takže kde, kdy a kam se jezdí, nebo jaké prvky aplikace lidé využívají a jakým způsobem. Jistě nemusím zdůrazňovat, že všechna data tohoto druhu zpracováváme anonymizovaná.

Zapomínáte také vy sama?

Jako asi každý člověk také jednou za čas něco ztratím nebo někde zapomenou. Naštěstí se mi to už dlouho nestalo. Naposledy při jízdě Boltem jsem si v kufru zapomněla tašku na cvičení. S řidičem jsme se krátce na to, co jsem to zjistila, spojili, a taška se v pořádku vrátila.

Chystáte pro letošní rok ve strategii nějakou novinku?

V tuto chvíli je platforma Bolt na českém trhu etablovaná a patříme mezi lídry v tom, co děláme.

Jsmo průkopníky v oblasti bezpečnostních opatření. Dlouhodobě vedeme jezdce na našich koloběžkách k ohleduplnosti vůči ostatním účastníkům provozu, a aplikace Bolt, respektive naše stroje, mají celou řadu unikátních bezpečnostních prvků. A když už jsme u mikromobility, tak Bolt byl první, kdo

V Česku loni zapomněli cestující s Boltem více než 6000 předmětů všeho druhu. Skoro každý druhý nalezený předmět byly klíče, a jeden ze čtyř peněženka, hotovost nebo platební karta. Mobilní telefony tvořily necelou desetinu nálezů, a zavazadla všeho druhu přibližně 8 %.

pro svoje uživatele zavedl povinnost parkovat koloběžky pouze na místech k tomu vyhrazených, aby nepřekážely na chodnících.

V letošním roce se chceme nadále soustředit na rozvoj a optimalizaci stávajících služeb.

V praxi to znamená, aby auto nebo jídlo objednané přes Bolt dorazilo co nejdříve, aby byli stále spokojeni také naši partnerští řidiči a kurýři, nebo aby koloběžky byly dostupné přesně tam, kde je lidé chtějí využívat. Nicméně Bolt je mladá a dynamická společnost, takže je možné, že během roku ještě překvapíme.

Dočetla jsem se, že připravujete opilecký test pro uživatele koloběžek. Jak bude fungovat a jak lidem sloužit? Plyne mi z toho, že na koloběžce se po městě nesmí prohánět člověk pod vlivem...

Stejně jako na kole nesmíte na koloběžce jezdit pod vlivem návykových látek, a mimochodem ani po chodníku. Naším uživatelům to neustále opakujeme a drtivá většina z nich se toho také drží. Nicméně se občas najdou i tací, kteří posílení alkoholem na koloběžce vyrazí. Bezpečnost je pro nás prioritou, a proto jsme vyvinuli takzvaný „opilecký“ test, který bude zapnut o víkendových nocích v lokalitách s bujarým nočním životem. V rámci aplikace budou lidé v těchto vytipovaných oblastech muset před jízdou splnit jednoduchý test kognitivních schopností.

A vaše profesní výzva pro tento rok? Čeho byste ráda v Boltu dosáhla?

Ještě více bych chtěla posílit naši dominantní pozici na trhu, udržet vysokou kvalitu, bezpečnost a dostupnost našich služeb pro cestující a řidiče, a zůstat tak pro uživatele stále možností číslo jedna.

ptala se Eva Brixí



Společenská a pracovní setkání v místě s geniem loci

Kam pozvete své nejlepší přátele nebo obchodní partnery, které chcete získat pro svůj produkt? Zvolíte takové místo, které bude nejlépe vyjadřovat váš vztah k těmto vzácným hostům a zároveň pomůže dokreslit význam a charakter takového setkání. Ať už plánujete soukromý večírek, nebo firemní akci, vámi zvolená lokalita sehraje mimořádnou roli a může přispět k tomu, aby se všichni zúčastnění cítili poctěni, odnesli si domů spoustu báječných zážitků, a přitom si vryli do paměti poselství, jež jste jim chtěli předat. Tuto myšlenku jsme si chtěli potvrdit, proto jsme oslovili osobnosti ze světa businessu, úspěšné podnikatelky a manažerky, abychom se dozvěděli, podle jakých kritérií, preferencí a zásad by jako hostitelky volily nejvhodnější prostředí k takovým schůzkám a eventům. Jejich odpovědi jasně vypovídají o tom, jak důležitý a zároveň potěšující je pro ně úkol takové místo vybrat.

Naše otázka zněla: Podle čeho volí firmy a organizace místo pro konání rozmanitých akcí?

Ing. Šárka Vylimcová

obchodní ředitelka

Lázně Luhačovice, a.s.



Možnost propojení pracovního programu, relaxace a zážitkové gastronomie je hlavní výhodou, proč si firmy vybírají luhačovický Spa & Wellness hotel Alexandria pro pořádání svých akcí, prezentací či školení. Velkou přidanou hodnotou a konkurenční výhodou je výjimečné prostředí luhačovických lázní a možnost poskytnutí procedur s využitím přírodních minerálních vod. Akce pro firmy připravujeme na míru, a navíc mají k dispozici

všechny služby pod jednou střechou. A to, ať už jde o ubytování, hotelovou či francouzskou restauraci, noční klub, který flexibilně upravíme pro školení nebo tiskovou konferenci, největší luhačovické wellness centrum s bazénem, včetně venkovních whirlpoolů, a fitness centrum. V rámci francouzské restaurace pak nabízíme i špičkovou gastronomii s použitím regionálních surovin, flambováním pokrmů či šambrováním koňaků. Firmám také dokážeme zajistit prohlídku lázní nebo exkurzi do Vizovic s ochutnávkou místní slivovice.

Ing. Gabriela Dlouhá, Ph.D., MPA

předseda představenstva

Českomoravská drubežářská unie



Záleží na tom, o jaký typ akce jde a pro koho je určená. Důležitým kritériem je co nejsnazší dopravní dostupnost, kapacitní možnosti, případně možnost ubytování pro zvané, a samozřejmě cena. Pro zemědělské podniky, které provozují kromě prvovýroby také například vlastní restauraci či penzion, je nejlepší uspořádat akci takzvané u sebe na farmě. Mohou tak například událost typu rodinná oslava, firemní team-building či setkání obchodních partnerů spojit s prohlídkou hospodářství, hosté se mohou na místě

ubytovat a mnohem snazší je také příprava občerstvení, kdy se navíc mohou pochlubit svými výrobky. Široké možnosti využití mají také zemědělské pozemky, kde je možné uspořádat například různé soutěže pro děti i dospělé. To je vhodné během dnů otevřených dveří, které zemědělci pořádají pro veřejnost stále častěji ve snaze přiblížit jim specifika své práce.

Mgr. Zuzana Ceralová Petrofová

prezidentka

skupina PETROF



Z vlastních zkušeností mohu říci, že firmy hledají pro uspořádání svých akcí něco neotřelého, netradičního. Zkrátka musí to mít „genius loci“. Většinou poptávají akci „na klíč“. Upřednostňují rychlé jednání, jednoduchou komunikaci, variabilitu prostoru, milou obsluhu, skvělé jídlo a pití, dostupnou světelnou a ozvučovací techniku, videoprojekci. Ale mimo to i čisté záchody a dostatek parkovacích míst. To vše jsme měli na paměti, když jsme se

pustili do vybudování kulturního centra PETROF Gallery. Galerie funguje od roku 2018 ve vlastních prostorách přímo vedle naší továrny v Hradci Králové. Nabízíme vysoce reprezentativní prostory, kde pořádáme Eventy mezi křídly, a to pro malou skupinu přátel či velkou společnost až 500 lidí. Spolupracujeme s hudebníky z celého světa, takže zařídíme hudební program na míru. Zahrát si můžete na jakékoli piano v našem showroomu. Pro zájemce uspořádáme prohlídku výroby nebo muzea PETROF. Máme radost z toho, že se k nám lidé z celé republiky naučili chodit.

Ing. Andrea Trčková

výkonná ředitelka

LK SERVIS/GERnétic pro ČR a SR



Pořádání a účast na nejrůznějších eventech je důležitou součástí naší marketingové strategie. Svět kosmetiky GERnétic je plný nádherných žen, které si zaslouží krásná a zajímavá místa pro setkávání. Lokaci vybíráme pečlivě, protože nám záleží na tom, aby se naši hosté skvěle cítili a místo přispělo k celkovému zážitku z akce. Ptáme se na doporučení, hledáme na internetu nebo sociálních sítích. Vždy místo předem navštívíme, abychom se přesvědčili, zda se tam budeme dobře cítit. Při plánování si vizualizujeme celou akci do nejmenších detailů. Každý event vyžaduje jiné prostředí přizpůsobené programu, významu události, a samozřejmě také rozpočtu. Důležitá je pro nás i sympatičnost a profesionalita kontaktní osoby a týmu v dané lokaci. Snažíme se, aby každá naše akce byla výjimečná.

Jaroslava Dlouhá

marketingová ředitelka

značka VEKRA, největší český výrobce oken



Záleží na typu akce. Většinou musíme počítat s 50, ale někdy až 400 lidmi, když pořádáme firemní festival. Působíme po celé republice, proto musíme vždy zajistit i ubytování. Firemní festival máme v přírodě, kde je možnost stanovat a sportovat, ale jinak volíme podle vhodných konferenčních prostor a ubytování někdy i na více místech v okolí. Vždy je ale pro nás důležitá dojezdová vzdálenost od našich čtyř výrobních závodů. Většinou totiž máme tyto akce spojené s exkurzí či školením ve vybraném výrobním závodě. Při výběru samotného místa hodnotíme kromě dostupnosti a kapacity konferenčních prostor také určitý standard úrovně ubytování a kvalitu stravovacích služeb. Samozřejmě je důležitá i cena. Vzhledem k množství lidí běžně zamlouváme prostory rok dopředu.

Helena Kohoutová

majitelka a ředitelka

Agentura HELAS, s.r.o.



Charakter akce zásadně ovlivňuje výběr lokality. Mezi praktická měřítká patří kapacita prostoru, jeho zázemí, dobrá dostupnost a samozřejmě cena. Při výběru hrají také významnou roli emoce a volí se místo, které je atraktivní, něčím zvláštní, nabízí unikátní zážitek a podtrhne myšlenku a zaměření akce. Já osobně vždy vybírám takové prostory, které mají „něco navíc“ a umocní celou atmosféru a přitáhnou pozornost zvaných hostů. O ně jde totiž vždy nejvíce. Za 25 let své praxe jsem uspořádala jistě více než 3000 společenských událostí a toto pro mě byly vždy klíčové parametry.

Ing. Martina Obadalová

vedoucí marketingového oddělení

Obzor Zlín, v.d., český výrobce domovní elektroinstalace



Výběr místa vždy závisí na konkrétní akci, kterou připravujeme. Zcela zásadní je předpokládaný počet účastníků – pokud plánujeme setkání se zákazníky, vyhledáváme místa s kapacitou kolem 100 osob, u akcí pro zaměstnance musíme počítat s kapacitou místa alespoň 200 osob. Záleží také na tom, zda bude setkání jednodenní, či vícedenní, jelikož ve druhém případě je samozřejmě třeba zajistit i ubytování. Snažíme se vždy

výbírat zajímavé lokality s možností prohlídek, například architektonicky atraktivní místa, nebo exkurzí v tradičních podnicích v kraji. Podstatným kritériem je tedy zajímavý netradiční program ideálně s pohoštěním. S ohledem na vzdálenost potenciálního místa konání akce od firmy je pak třeba počítat také s dostatečnou parkovací kapacitou. Toto se dá sice řešit i využitím autobusové přepravy, nicméně ta je na organizaci náročnější, zejména z důvodu časového sladění programu. V neposlední řadě pak hraje roli také rozpočet. Na závěr bych jen dodala, že termín konání akce vždy pečlivě vybíráme tak, aby byl mimo prázdniny a svátky, a ohlížíme se také na to, aby se nepotkával s termínem konání významných světových sportovních událostí.

Martina Bedrnová

DS Brand Director

DS Automobiles, P Automobil Import s.r.o.



Značka DS si velmi zakládá na osobitém stylu a totéž se promítá i do výběru lokací pro prezentace našich vozů. Vždy se snažíme, aby si naši hosté kromě zážitku s vozem DS odnesli i něco navíc, další emoce. Pokud jde o mezinárodní prezentace organizované naší francouzskou společností Stelantis, tak se pro DS snaží vždy vybrat místo, které je v tu chvíli rezervované jen pro DS, nejsme rušeni dalšími hosty a zároveň je něčím výjimečné –

příběhem, architekturou, uměním. Například prezentace modelu DS 3 Crossback probíhala v Monte Carlu v Monaku ve velmi ikonickém hotelu s duchem genia loci zlaté éry monacké riviéry 30. let s mnoha zachovanými prvky doby svého největšího rozkvětu. Testovací okruhy pak vedly do horských masivů nad pobřežím a byly plné serpentin a pitoreskních vesniček, vlastně vedly po trase slavné rallye Monte Carlo. Taková místa umožňují umocnit zkušenost s jedinečným prémiovým vozem DS. Při výběru v České republice, kdy představujeme naše vozy lokálním zákazníkům nebo třeba automobilovým odborníkům, se snažíme taktéž najít nějaké podobné propojovací linky. Při poslední prezentaci nové DS 7 jsme využili našeho partnerství s Festivalem francouzského filmu, který se odehrává mimo jiné v proslulém kině Lucerna ve stejnojmenném pražském paláci, a představení tohoto modelu jsme zasadili právě na toto místo a do tohoto kontextu. Nyní připravujeme v ČR představení nové DS 3, která je stoprocentním elektromobilem a také ikonou městského stylu a fashion, a proto uvažujeme o propojení tímto směrem.

připravili Eva Brix a Pavel Kačer

IT: chtěli jsme kamarádky zbavit předsudků



Jan Schönbauer

Ženy a počítač prý moc nejdou dohromady, říká se. Omyl! Informační technologie dokážou zvládnout stejně dobře jako muži. Jen se mnohé z nich musí zbavit počátečních předsudků. A proto je tu parta lidí, kteří si tento úkol vzali za svůj. Jakým způsobem, o tom už jsou následující řádky s Janem Schönbauerem, Media relations Specialist společnosti Czechitas:

Co se skrývá za projektem Czechitas, kdy a proč vznikl?

První myšlenka z roku 2013 byla motivována chutí během jednoho dne ukázat kamarádkám našich zakladatelek, že se mohou relativně rychle naučit něco z IT a použít to v praxi. Primární motivací bylo zbavit je předsudků o tom, že je to těžké a že taková práce pro ně není. To se podařilo a na to se nabalovala spousta aktivit, které jsme pro ženy začali dělat. Za osm let Czechitas jsme se se zájemkyněmi o obor naučili pracovat, umíme jim vytvořit velice bezpečné prostředí, ve kterém se mohou učit, vzdělávat a kde se nebojí ptát. Ženy umíme oslovit, nacházíme pro vzdělávání a dokážeme jim nabídnout příležitost. Ženy často přicházejí z rodi-

čovské dovolené, chtějí se vrátit do pracovního procesu a IT může být oblast, která jim nabídne flexibilní formu úvazku. Zároveň je v IT velmi různorodá práce, ve které je mnoho příležitostí.

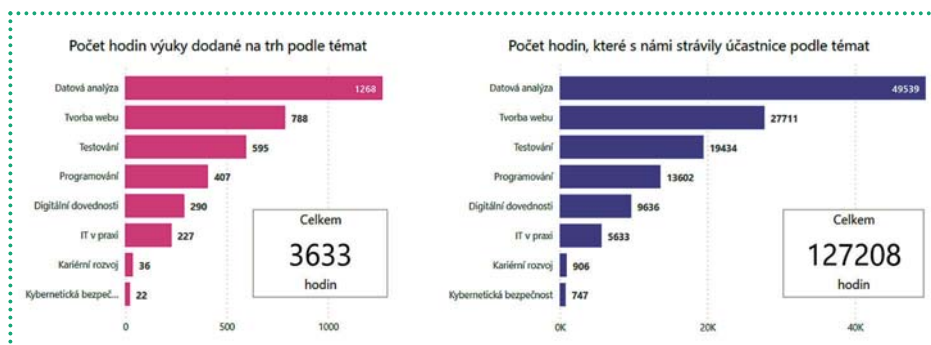
Nastínil byste dosavadní výsledky? Čím se za dobu své činnosti můžete pochlubit?

S Czechitas se vzdělávalo v roce 2022 celkem 15 316 lidí, a to buď na našich prezenčních kurzech, nebo formou samostudia pomocí našich tutoriálů. Další 901 lidí se vzdělávalo na platformách našich partnerů Google (Google Career Certificates) a IBM (SkillsBuild). Prezenčních workshopů a kurzů jsme uspořádali celkem 242 a zúčastnilo se jich 8082 přihlášených, především žen. Pokud bychom sečetli dohromady počty hodin všech Czechitas kurzů, vyjde nám 127 208 hodin strávených výukou na Czechitas kurzech. A přičteme-li dalších 2834 hodin strávených samostudiem na online platformách (tam, kde bylo možné měřit), dostaneme se na neuvěřitelných 130 000 hodin věnovaných vzdělávání s Czechitas v roce 2022.

Díky osmi Digitálním akademiím v Praze, Brně a Ostravě jsme na juniorní role v IT kvalifikovali 261 absolventek. Další 1306 žen jsme vzdělávali v dlouhodobých kurzech. V roce 2022 změnilo 302 studentek Czechitas svou profesi a našlo si práci v IT. V celkovém součtu jsme tak od roku 2017, odkdy monitorujeme kariéry našich absolventek, překonali magickou hranici 1000 uplatněných žen. Vedle měření dopadu vzdělání s Czechitas sbíráme data o růstu platu po vstupu do IT sektoru. Z čerstvých dat od uplatněných absolventek digitálních akademií z roku 2022 vyplývá, že ke zvýšení platu došlo u 54 %, a to ještě v roce, kdy se do IT kvalifikovaly a změnily kariéru.

Máte další plány do budoucna? V čem jste uhodili hřebík na hlavičku, kde chcete aktivitu rozšířit, kam nasměrovat více pozornosti?

Jedním z našich hlavních cílů je do roku 2025 kvalifikovat dalších 1500 žen na juniorní IT pozice v ČR. Tomuto cíli neustále přizpůsobujeme náš vzdělávací program. V poslední době například pracujeme na dlouhodobém kurzu



kybernetické bezpečnosti, protože o odborníky na tuto oblast je velký zájem. Dlouhodobě se snažíme oslovit našimi aktivitami co největší počet lidí. Tím můžeme nadchnout a inspirovat pro IT velký počet žen, které si vyzkouší, zda by je tato oblast mohla bavit. Pokud ano, získají následně sebevědomí, uvědomí si, že vstup do odvětví zvládnou, a pak už je to jen malý krůček od změny kariéry. Předpokládáme, že náš ambiciózní cíl kvalifikovat dalších 1500 žen se nám podaří realizovat. Dáváme tomu veškeré naše úsilí.

Liší se „práce“ s ženami od té s mládeží? Učí se ženy hůře, nebo lépe?

Dětem a mladým dospělým v kurzech ukazujeme hravou formou informační technologie. Jde nám především o to, aby technologie nepoužívali jen k zábavě, ale také jim rozuměli a věděli, jak například takový program nebo hra fungují, že je za tím vším určitý kód, a díky němu se děje to a ono. Naše aktivity pro děti a mládež nyní mírně utlumujeme, protože se soustředíme na to, kde je náš největší společenský potenciál, a to je přivést do IT další stovky žen. Samotná diverzita v IT týmech pak zvyšuje výkon, což nám potvrzují také studie nebo naše partnerské firmy. Ženy se učí IT výborně. Velmi často mají velký smysl pro detail a také oplývají vytrvalostí, která je pro obor velmi důležitá.



Jaká je obecně „digitální inteligence“ české společnosti?

V současné chvíli chybí v IT oboru desetitisíce odborníků a bez žen tyto volné pozice nejsme schopni obsadit. To vypovídá samo o sobě. A protože vše souvisí se vším, připomenul bych podstatnou skutečnost, totiž že zároveň posunem na pozice s vyšší přidanou hodnotou si ženy polepší i platově.

Je znát, že vás práce hodně baví...

Nás v Czechitas na naší práci nejvíce těší ten společenský dopad toho, o čem se snažíme. V každodenní práci nás posunuje ona zpětná vazba žen, které s námi změnily kariéru, a následně jsou nám velice vděčné. Ty příběhy jsou tak silné, že nás každý den motivují v dalším úsilí.

mnoho dalších úspěšných absolventek popřál Pavel Kačer

INZERCE

NADĚJE

Mgr. Jarmila Podhorná

Doplňek stravy

Doplňek z bylin jako podpora organismu proti virům a virovým onemocněním

Tato kúra je sestavena z bylin a pupenových výtažků, které zvyšují imunitu a působí protivirově. Kúru lze doplnit i grepovým olejem na potírání.

Možné i sestavení kúry dle Vašich individuálních potíží.

Mgr. Jarmila Podhorná - NADĚJE
objednávky na tel./fax: 582 391 207,
GSM: 737 525 301 poradna: 582 391 254
798 46 Brodek u Konice 3
e-mail: objednavky@nadeje-byliny.eu
www.bylinnyherbar.cz

www.nadeje-byliny.eu

PENNY nabízí jistotu přes čtvrt století



PENNY v loňském roce oslavilo 25 let působení na českém trhu. Společně s ním toto významné jubileum vzpomenu také 65 zaměstnanců, kteří jsou ve společnosti od samotného začátku. Celkem 222 lidí pak pracuje v PENNY více než 20 let.

„To, že s námi tolik našich lidí spojilo své životy po tak dlouhou dobu, je pro nás důkazem toho, že jsme pro ně stabilní společností, která jim poskytuje zázemí a potřebné jistoty. Na druhou stranu je to pro nás zavazující, protože

chceme, aby takových lidí stále přibývalo,“ řekl Michal Batelka, vedoucí personálního oddělení PENNY, a dodal: „Práce na prodejnách je těžká. Nebudeme říkat, že ne. Díky digitalizaci se ji snažíme našim lidem ulehčit, ale vždy to bude fyzicky náročná činnost. Proto jsme rádi, že se nám v posledních letech daří snižovat fluktuaci a lidé u nás stále ve větší míře zůstávají. A je to nejen proto, že mají své jistoty, férovou mzdu, moderní benefity, ale také, že se nám daří zlepšovat pracovní prostředí i podmínky k práci. A v neposlední řadě jsou to možnosti kariérního rozvoje a příjemné rodinné prostředí v prodejnách.“ Fluktuace se za posledních pět let snížila o více než 10 % a více než pětina zaměstnanců pracuje v PENNY alespoň deset let. Přes 600 jich pak je ve firmě alespoň 15 let. Celkem 222 zaměstnanců pracuje pro PENNY v Česku nejmenší 20 let a čtvrtstoletí oslavilo loni 65 lidí. Jednou ze základních jistot, které působení v retailu v současné situaci nabízí, je jistota práce do budoucna i pravidelná a spravedlivá mzda. Základní nástupní plat prodavačky je v PENNY nyní 26 000 korun, díky příplatkům (např. délka zaměstnání, práce o svátcích atp.) je reálné okolo 30 000 korun, v logistice je to pak mezi 35 000 a 40 000 korunami. „Jen od

roku 2017 jsme našim zaměstnancům zvyšovali mzdy sedmkrát, a samozřejmě neustále sledujeme vývoj tuzemské inflace a reagujeme na ni. Proto se na navýšení mezd mohou těšit i letos. Dbáme na to, aby reálná mzda našich zaměstnanců byla vždy férová, bez ohledu na aktuální situaci české ekonomiky. Stejně tak jsme vždy připraveni flexibilně dodatečnými odměnami reagovat na nenadálé situace, které vyžadují specifické pracovní nasazení. Nedávným příkladem mohou být mzdové bonusy související se ztíženými pracovními podmínkami během pandemie covid-19, kdy jsme lidem vyplátili přes 100 miliónů korun, nebo kompenzace zvyšujících se životních nákladů na konci loňského roku ve výši přes 40 miliónů,“ uvedl Michal Batelka.

V loňském roce projevilo zájem o práci v PENNY více než 35 000 lidí a více než 6000 z nich absolvovalo pohovory na některou z pracovních pozic. Více než čtyři pětiny zaměstnanců v prodejnách jsou ženy, naopak ve fyzicky náročnějším prostředí v logistických centrech převládají muži. Podíl mezi muži a ženami u pracovních pozic na centrále je víceméně vyrovnaný. Věková skladba zaměstnanců je různorodá, nejvíce zaměstnanců (dvě pětiny) jsou lidé mezi 30 a 45 lety. (tz)



Fejeton

Motorka je lék

Jednoho krásného rána, je tomu asi deset let, jsem se probudil s přesvědčením, že jako nastávající senior nutně potřebuji motocykl. Že bych se chtěl vrátit do minulosti, kdy jsem na auto neměl a dvě kola s malým motorem byla pořád lepší než nic.

Vzpomínám, už tomu dávno, kdy jsem si jako chudý student pořídil starou čezetu z druhé ruky, abych rozšířil svůj akční rádius a nemusel na rande chodit pěšky nebo šlapat na kole. Moje dívka byla přespolní, a jak se později ukázalo, nebála se sednout se mnou na tandem a vyrazit vstříc novým dobrodružstvím. Když jsem ji pak během dne při divoké jízdě třikrát ztratil (spadla, ale neublížila si, odešla domů po svých), bylo mi jasné, že buď vylepším svůj jízdní styl, nebo zůstanu sám. S černo stopadesátkou jsem se tedy s těžkým srdcem rozloučil a netušil, že stará láska ani v tomto případě nerezaví a jednou k ní opět najdu cestu zpět. Tedy k motorce.

Čas zralosti rychle ubíhal, s novou rodinou jsme si koupili první vůz – ojetého fiátka a na jednu stopu nebylo pomyšlení. Semínko však bylo zaseto a stalo se, že nenápadně, zato však neodbytně, začalo v duši klíčit. Jak zřejmo, nejedu v tom sám, je to obecný jev.

Většina chlapů, ale i některé dámy, se znovu stávají motorkáři v letech. Děti povyrostly, manželka se přestala o svého mužského už tolik bát a touha po svěžím větru ve vlasech narůstala. A tak se i stalo, že k rodinnému automobilu přibyla v garáži naleštěná mašina. Už ne jako nutný dopravní prostředek, ale pro povyražení, k relaxaci, prostě když je nutno po dnech plných stresu a napětí si za říditky trochu vyčistit hlavu.

Jako učeň jsem si toho do života moc neodnesl. Poznání, že zručný nejsem, rukama se neužívám, a také řidičský průkaz na traktor a motorku. Tehdy mi táta dal dvě cenná ponaučení. „Jezdi s rozumem a drž se dráhy!“ Znamenalo to zklidnit hormon a vydávat se na cesty tam, kudy jezdí vlak, abych v případě poruchy nebo havárie nemusel domů pěšky. Dnes už motorka není dopravní prostředek, ale vášně. Nebezpečnější než vrtošivá milénka, protože láme nejen srdce, ale i ruce, nohy, a někdy i vaz. Proto se také nám, bláznům v jedné stopě, říká trochu posměšně „dárči orgánů“.

Protože mám už za sebou v motocyklovém sedle mnoho tisíc kilometrů a několik pádů se šťastným koncem, mohu s klidným svědomím prohlásit: Nejenže se nebezpečí silně přehání, ale zanedbává se prokazatelný fakt, že motorka je lék. Jak už jsem uvedl, přináší řidičům a řidičkám radost. Už jen vybrat si tu správnou bývá spojeno s mnoha příjemnými pocity. A pak stačí na ni šťastným okem spočinout nebo ji nablýskat, aby se člověku do krevního

řečiště vyplavil celý balík endorfinů (v zimě mimo sezónu si tím majitel kompenzuje abstinenci příznaky). A což teprve, když motor naskočí a zapře! Rajská hudba pro uši každého motorkáře...

První jarní vyjížďka nám dává podobný pocit svobody a volnosti jako muklovi, který po odpýkání nepodmíněného trestu vyjde na svěží vzduch. Motorkáři vědí, že to je dar, za nějž je třeba neustále děkovat, proto se na cestách zdraví zdviženou rukou nebo nohou.

I naše kočky poznají, že motorka přitahuje pozitivní vibrace. Když z ní sundám plachtu, na sedlu jsou znatelné otisky jejich tlapek. „Už mi na ní zase jezdily,“ říkám si a jdu s utěrkou odstranit stopy nedovoleného použití.

Motocykl znamená lásku až za hrob. Nedávno odešel na věčnost starý motorkář a jeho syn požádal na sociálních sítích, aby se s otcem přijeli na svých strojích rozloučit na hřbitov kamarádi. Přestože byl zimní čas, neodmítla řada pravověrných a na poslední cestu mu dala „zahrát tu nejoblíbenější muziku“. Vyprovodily ho vytvářené motory harleju, jaw, bavoráků a japonské tak, jak si to nebožtík skutečně přál. Když pandemie covidu dostoupila vrcholu a těžko se dýchalo, pomohlo jediné. „Našlápnout“ mašinu a pořádně ji provětrat! Ukázat všem bacilům a chmurám záda a vstříknout si pořádnou dávku benzínu do žil. To byla medicína, která vždy zabrala. A která bude pomáhat stále, dokud se člověk udrží v sedle.

Pavel Kačer

Pro stavebnictví představují obrovský potenciál

Ve stavebnictví dlouhodobě chybí dostatek odborných zaměstnanců.

Firmy obtížně obsazují zejména technické pozice. Obrovský potenciál pracovní síly přitom představuje zhruba 570 000 žen, které jsou nyní mimo trh práce. Ukazuje to loňská studie Boston Consulting Group a Aspen Institute CE. V oboru stavebnictví je podle dat ČSÚ podíl žen dlouhodobě jen kolem 9 %. U největšího rezidenčního stavitele Central Group ženy tvoří 43 % všech zaměstnanců, na technických pozicích pak 38 %.

Počet studentů technických oborů na českých vysokých školách v roce 2021 podle ČSÚ poprvé v tomto tisíciletí klesl pod 40 000. Oproti roku 2010 se snížil o 40 %. V Česku obecně průběžně klesá počet absolventů vysokých škol. V roce 2021 absolvovalo vysokou školu přes 60 000 studentů, což je o 2400 méně než v roce předchozím a o třetinu méně než před deseti lety. Výsledkem je nedostatek pracovní síly, který je pro firmy ve stavebnictví vedle nedostatku a cen surovin a energií jedním z hlavních problémů.

Příležitost je na technických pozicích

Ve stavebnictví je v Česku dlouhodobě velmi nízký podíl žen a posledních šest let stagnuje. Přitom vlivem studia, péče o děti či dřívějšího odchodu do důchodu je mimo trh práce zhruba 570 000 žen. Vyplyvá to ze studie poradenské společnosti Boston Consulting Group a neziskové organizace Aspen Institute Central Europe. Ženy tedy mají obrovský potenciál dodatečné pracovní síly. Doplnit mohou i velmi potřebné technické pozice.

„Dávno neplatí, že technické pozice jsou pouze doménou mužů. U nás ženy tvoří 43 % všech zaměstnanců a z 38 % jsou zastoupeny i na velmi odborných technických pozicích. Mezi projektanty a architekty máme více než tři desítky žen, a žena vede i tým našich architektů,“ řekla výkonná ředitelka největšího rezidenčního stavitele Central Group Michaela Tomášková. S 25% podílem žen ve vedení společnosti je Central Group pak dokonce nad celosvětovým průměrem, který je podle studie Deloitte – Ženy ve vedení 19,7 %.

Hledají stabilitu a jistotu, Central Group má práci na 15–20 let

Jak ukázal loňský průzkum personální agentury Randstad, pro ženy je u zaměstnavatele nejdůležitější stabilita, roste také význam

pracovní atmosféry. Stabilita obecně patří hned po mzdě mezi nejvyšší priority uchazečů, a důležitá je i pro zaměstnavatele kvůli snížení fluktuace.

„Ženy mají při výběru zaměstnavatele odlišné priority než muži. Preferují stabilní a finančně zdravé firmy s perspektivou do budoucna

a práci, která jim přinese jistotu. My i přes současnou složitou situaci na trhu pokračujeme ve všech projektech podle plánu. Po celé Praze připravujeme více než 30 000 bytů v celých čtvrtích a máme dostatek práce na dalších 15–20 let,“ uvedla Michaela Tomášková. Společnost Central Group za téměř tři desetiletí své existence vyrostla z malé firmy o několika zaměstnancích do pozice největšího rezidenčního stavitele v ČR. Za tu dobu dokončila téměř dvě stovky rezidenčních projektů a prodala téměř 18 000 nových bytů, domů a parcel.

Nabízí čtyřdenní pracovní týden a flexibilnější pracovní dobu

Společnost Central Group pro zaměstnance také jako jedna z mála českých firem zavedla možnost kratšího pracovního týdne. „V Central Group nabízíme řadu benefitů. Pro ženy může být velmi vítaným benefitem pružná pracovní doba nebo možnost čtyřdenního pracovního týdne a čerpání jednoho volného pátku ve měsíci, které jim umožní lépe skloubit osobní a rodinný život. Možnost kratšího pracovního týdne jsme zavedli od začátku roku 2022 a 90 % zaměstnanců si ji velmi chválí,“ doplnila Michaela Tomášková.

Covid změnil uvažování lidí, chtějí více benefitů

Dva roky covidu se odrazily na přístupu lidí k zaměstnání a na jejich uvažování. Režim kráceného pracovního týdne zohledňuje návyky získané v „covidových“ letech a vychází vstříc hlavně rodinám s dětmi. Podobně na změny ve společnosti reaguje i Belgie, která loni přijala usnesení, že by Belgičané mohli pracovat jen čtyři dny v týdnu. Den volna navíc by si napracovali. Z průzkumu

agentury Randstad vyplývá, že časová flexibilita je zásadním faktorem pro rozhodování o zaměstnavateli pro 67 %

Čechů. Časovou flexibilitu globálně považuje za důležitou 83 % lidí.

Central Group byl loni v anketě studentů a absolventů vysokých škol vyhlášen druhým nejlepším Top zaměstnavatelem v rámci realit a developmentu. Společnost má nyní 300 zaměstnanců a jejich tým stále rozšiřuje. Mimo jiné právě i na technických pozicích, jako jsou architekti, projektanti či specialisté inženýringu. (tz)



foto Pixabay

Dejte lázně na zkoušku

Je vám dvacet, čtyřicet či šedesát a zatím jste nevyzkoušeli posilující účinky lázní? Tak právě teď nastal ten správný čas do nich vyrazit. Lázeňskými hosty totiž nemusí být pouze ti, u nichž byla diagnostikována nějaká nemoc! „Rádi bychom do našich lázní pozvali i lázeňské nováčky nebo všechny, kteří si myslí, že jsou lázně jenom pro nemocné. Pro letošní rok jsme připravili nový pobyt s názvem Lázně na zkoušku,“ řekl úvodem Ing. Jiří Dědek, generální ředitel společnosti Lázně Luhačovice, a.s.



„Hosté si tak mohou vyzkoušet naše stěžejní procedury, mezi které patří uhlíčitá koupel, inhalace a pitná kúra luhačovických minerálních vod doslova nabitých přírodními minerály,“ dodal. Ubytovat se lze mimo jiné i ve třech architektonických skvostech luhačovického lázeňského městečka – v Jurkovičově domě, kte-

rý je hned u hlavní kolonády, hotelu Jestřabí, který je naopak v klidnější části luhačovického lázeňského areálu, a do třetice v malebné vilce Alpská růže. „Pro všechny hosty je také připraven teplý obklad zad, pro ženy pak masáž éterickým olejem a pro muže klasická masáž. Ti, kteří se ubytují v Jurkovičově domě, se na-

víc mohou těšit na prodloužené trvání těchto procedur,“ přiblížil možnosti Ing. Jiří Dědek. Ať už si vyberete jakoukoliv variantu, těšit se můžete na dárkový balíček Vincentka a tematickou procházku s průvodcem na téma Luhačovice a odkaz Dušana Jurkoviče, při které se ponoříte do tajů architektonických staveb. (tz)

INZERCE

PERNERKA MOUKA
OD ROKU 1420

**DOMÁCÍ
CHLEBA**

SNADNO A RYCHLE



KOUPÍTE TAKÉ NA
ESHOP.PERNERKA.CZ



PŘIDEJTE 380 ML
VLAŽNÉ VODY



SMÍCHEJTE
DOHROMADY



NECHTE KYNOUT
30 MINUT



PEČTE NA 210 °C
45-60 MINUT