

Czech Cool Trade

For Business Magazine





Deset let poskytování poradenských služeb CCT a budování obchodních vztahů

Právě se vám do rukou dostalo třetí vydání exkluzivního For Business Magazine Czech Cool Trade o firemní komunitě a poradenské společnosti CCT. Naším cílem je zprostředkovat Vám zde inspirativní byznys rozhovory a příběhy českých podnikatelů a úspěšných firem. Představíme vám tým CCT a získáte přínosné informace o službách naší poradenské společnosti. Můžete se také těšit na články k nové službě CCT, a to Event pro firmy.

Vážené čtenářky, vážení čtenáři, věřím, že si každý z Vás zde najde novou inspiraci a energii k rozvíjení svého profesního života. Naše poradenská společnost byla založena před deseti lety. Za tyto roky jsme se stali silným partnerem českých firem. Velmi mě těší dlouholetá partnerství a vztahy, které se díky naší firemní komunitě CCT vytvořily. Všichni úspěšní majitelé a top manažeři firem potvrzují, že jedním z hlavních klíčů, které k rozvoji svých firem mají, jsou obchodní vztahy.

CCT je unikátní poradenská společnost, která právě na dlouholetých vztazích staví poskytování poradenských služeb. Je nesporné, že právě dlouhodobá spolupráce je nejefektivnější a přináší největší přínosy jak v oblasti obchodní, tak například dotační. Právě proto je jedním z pilířů služeb CCT Networking na exkluzivních akcích, kde vytváříme prostor pro navazování a prohlubování obchodních vztahů mezi majiteli a top manažery.

Aktuálně máme fyzické zastoupení CCT ve většině českých krajů. Cílem je v příštím roce doplnit naše zastoupení do posledních krajů ČR a začít budovat evropskou firemní komunitu. K tomuto cíli nám napomůže klienty očekávaný digitální nástroj, který zároveň přinese další velmi přínosné služby.

Chtěl bych na tomto místě poděkovat všem zástupcům firem z naší firemní komunity za důvěru a dlouholetou spolupráci. Děkuji také celému týmu CCT za výborně odvedenou práci a výbornou firemní kulturu, která nám přináší příjemné a tvořivé prostředí pro realizaci našich poradenských služeb.

Těším se na další dekádu s Vámi a s celým týmem CCT uděláme maximum, abychom výrazně podpořili rozvoj Vaší firmy!

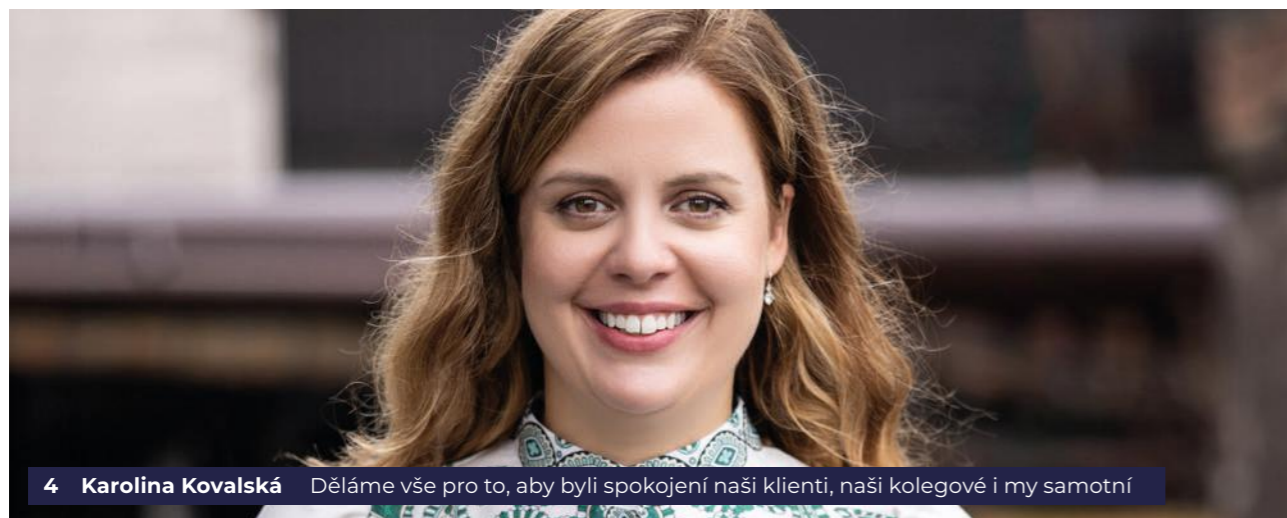
Přeji Vám pevné zdraví a Vaším firmám úspěch.

Přeji krásné a inspirativní čtení



A stylized handwritten signature in black ink.

Mgr. Martin Kovalský, MBA
jednatel



4 Karolina Kovalská Děláme vše pro to, aby byli spokojeni naši klienti, naši kolegové i my samotní



10 David Kíša Když se ze zaměstnanců stanou společníci



14 David Stirber, Anna Fabo a Honza Borýsek Otevíráme dveře k úspěchu: Poznejte tým advertia digital

Název: For Business Magazine Czech Cool Trade Vydavatel: Czech Cool Trade s.r.o. Redakce: Andrea Schönová, Jan Vajda, Martin Kovalský, Karolina Kovalská, Tomáš Hrbáč Titulní foto: David Mitáš Design a zlom: Cyril Vltavský Tisk: KLEINWÄCHTER holding s.r.o. Pro více informací o možnosti inzerce kontaktujte kovalsky@cct.cz.

22 Jana Stiefel a Filip Novotný
Firmu tvoří lidé a ti by se měli rozvíjet. Zvýšit odbornost však nestačí, musí se naučit ji využívat

28 Služby – Czech Cool Trade

56 Inspirujte se, prosím!
Colours of Ostrava zažila svůj první CCT networking a Inspirujte se, prosím! Martina Kovalského

62 Marek Konečný
Neúspěchy patří k podnikání i k životu

66 Jaromír Kříšica
Dělejte svou práci dobře a úspěch se dostaví

70 Ivana Zelinová
Od velkých novinářských kauz k dětem

74 MUDr. Hana Wiedermannová, Helena Valo, Kamila Juříčková a Jana Binarová
Z miminka sotva do dlaně k plnohodnotnému životu

80 Petr Konečný
Nikdy nesmíte sedět doma a litovat se

84 Představení týmu CCT

92 Jakub Vlček
Příběh Rentor Motorsport je plný emocí a úspěchů ve sportu i podnikání

116 Certifikát podnikatelské kvality Czech Cool Trade

118 Firemní komunita Czech Cool Trade



50 Roman Krutina Pár jednoduchých kroků vám zajistí lepší IT zabezpečení než má 90 % firem



98 Lukáš Curylo Moravskoslezský kraj hýří kulturně-kreativními lidmi, my jim dáváme prostor realizovat své vize



104 Michal Pravdík Železo bez uhlí nevyrobíte



110 Petr Konečný Mé slovo a možnost plnit si sny pro mě mají větší hodnotu než peníze

Děláme vše pro to, aby byli spokojeni naši klienti, naši kolegové i my samotní

Dnes pečuje o 350 firemních klientů, dříve pečovala o ohrožené matky a děti. Ředitelka Czech Cool Trade Karolina Kovalská ve své práci využívá zkušenosti z byznysu i ze sociálních služeb. Jaká byla její osobní cesta? Jaká byla cesta CCT k letošnímu desetiletému výročí? A jakou novou službu CCT nabízí svým klientům? Nejen o tom jsme si povídali v rozhovoru.



www.cct.cz

David Mitáš



Kájo, Czech Cool Trade letos oslavil 10 let. Jak jste toto krásné výročí oslavili?

Nedělali jsme jednu speciální akci. Naopak jsme oslavy rozprostřeli do celého roku a několik networkingových akcí jsme rozšířili o menší afterparty. Klienty máme po celé republice a takto se jich mohlo do oslav zapojit více. Výročí jsme prezentovali hlavně na sociálních sítích a v marketingových materiálech. Speciální logo pro nás vytvořil Cyril Vltavský.

Co výročí znamenalo pro tebe osobně?

Kdyby mi Martin před deseti lety řekl, kde může Czech Cool Trade jednou být, odpověděla bych mu, ať není takový snilek. A to vím, jak je cílevědomý!

Těch deset let uteklo jako lusknutí prstu. Běžně mi to nedochází, ale kdykoliv vidím Cyrilovo krásné logo, uvědomím si, jak je to dlouhá doba. Kde jsou ty časy, kdy první firemní porady probíhaly v našem obývacím pokoji nebo když jsme museli fungovat v provizorních kancelářích. I covidové období pro nás bylo velmi těžké, ale zvládli jsme to. Vnímám to tak, že překážky jsou od toho, abychom je překonávali a ony nás tak mohly posunout dále.

Jedna oblast, ve které pandemie Czech Cool Trade rozhodně posunula, jsou online networkingy. Jak je vnímáš dnes?

Po celou dobu lockdownu jsme online networkingy pořádali dvakrát týdně - úterý a čtvrtek! Upřímně jsem si myslela, že s uvolněním opatření skončí, ale na přání klientů jsme je zachovali. Dnes pořádáme minimálně jeden měsíčně. Poskytujeme služby asi 350 klientům po celé republice a online networkingy jsou nejed-

nodušší platformou, kde se mohou lidé z různých měst seznámit a začít budovat byznys vztahy. Stačí jeden klik, dvě hodiny času a seznámíte se až s patnácti inspirativními hosty najednou. Určitě neuvažujeme, že bychom je rušili.

Na jaře jsme změnili i koncept na tzv. mastermindy. Zatímco dříve se všichni zapojovali v networkingové části, ale odborné téma přednášel primárně jeden host, nyní jsou hosté aktivní součástí po celou dobu. Garant si vezme krátké úvodní slovo k odbornému tématu a následně všichni sdílí své zkušenosti, ať už pozitivní nebo negativní. Chceme, aby každý online networking představoval plnohodnotně využitý čas a naši klienti to velmi kvitují.

A co klasické networkingy, ty se nějak změnily?

Od začátku nás provázejí networkingové stálice - snídaně, obědy nebo čaje o páté. Oblíbené jsou speciální společenské akce jako Inspirujte se, prosím! nebo tradiční COOL ples. Trendem poslední doby jsou sportovní akce, třeba tenisové nebo golfové turnaje, při kterých hraje důležitou roli neformální networking v průběhu hry i po ní. A velmi žádané jsou VIP networkingy na sportovních zápasech - fotbale, hokeji nebo basketbale. Například nedávný krásný networking na dramatickém zápase basketbalového klubu Žabiny Brno proti španělskému Cadi la Seu.

Inspirujte se, prosím! letos proběhlo dvakrát. Jak bys je hodnotila? A můžeme se letos těšit na další?

Určitě, na podzim ještě jedno plánujeme. I tentokrát budou jeho součástí standupy, které měly premiéru v květnu a velmi se povedly. Příběhy

všech vystupujících Michala Kijonky, Marka Konečného i Petra Konečného byly místy až dechberoucí.

Opravdu jedinečné bylo Inspirujte se, prosím! na letošním ročníku Colours of Ostrava v rámci fóra Meltingpot. Jelikož akce proběhla v oficiálním programu, mohl přijít kdokoliv, což pro nás byl skok do neznáma. Součástí samozřejmě byly tři inspirativní rozhovory, ale v mé paměti utkvěl hlavně následující networking. Chodili jsme s mikrofonem po sále a kdokoliv chtěl, mohl se podělit o své životní moudro.

Úplně ke konci se přihlásil mladý pán, který se uvedl jako angiolog a kardiolog pracující s onemocněními cév a srdce. Přihlížel stovkám až tisícům osudů a popsal tzv. naučenou bezmocnost, při které si naše bolesti zbytečně nosíme dále v životě. Proto on naslouchá svým pacientům a přesně to, co je dostalo do jeho péče, nedělá. Bylo to tak silné, až mě z toho zamrazilo. I na ostatních bylo vidět, že je to donutilo k zamyšlení.

To zní jako opravdu unikátní okamžik. Jak je to s působením CCT po republice?

Nově máme zastoupení v Jihlavě a nedávno se uskutečnil první networking v Pardubicích. Samozřejmě krom Ostravy pořádáme pravidelné networkingy v Praze, Středočeském kraji, Brně, Olomouci nebo jižních Čechách. Ve všech regionech, kde máme zastoupení, garantujeme vysokou kvalitu networkingových akcí.

Pro všechny partnery máme zpracovány manuály a scénáře, aby akce probíhaly z 95 % stejně. Když klient navštíví akci v Praze, Brně a Ostravě, musí všude dostat stejnou kvalitu a službu. Zbýlých 5 % je osobní vklad moderátora a skupinová dynamika hostů.





Kájo, jaká byla tvá osobní cesta v rámci CCT?

Když jsem nastupovala, chtěla jsem Martinovi primárně pomáhat s administrativou. V tu chvíli mě vůbec nenapadlo, že bych někdy vymýšlela nové služby nebo vedla tým. Myslím si, že každá máma má po mateřské „dovolené“ přirozeně snížené sebevědomí. Má jediná podmínka tak byla, že nebudu moderovat networkingy.

Den D nastal při jedné akci v Praze. To ráno byl Martin tak nemocný, že rozhodně nemohl odjet. V tu chvíli jsem věděla, že je to na mně. S velkou nervozitou jsem to zvládla a s každou další akcí jsem byla jistější. Začala jsem poznávat klienty, sžívat se s rolí a dnes je to pro mě přirozené. Nervozita mi zůstala jen ta „zdravá“, aby se všechno organizačně povedlo. Ta paralyzující je dávno pryč.

Postupem času jsem s Martinem začala řešit i dlouhodobé vize a nové služby. Důležitou roli zde hraje kolegyně Dominika, u které vím, že se na ní při organizaci networkingů můžu 100% spolehnout. Já se tak mohu soustředit na další věci.

Před CCT jsi pracovala ve Fondu ohrožených dětí. Co ti práce v sociálních službách dala?

Ve Fondu jsem byla na stáži už během bakalářského studia. V průběhu magisterského jsem nastoupila na půl úvazek a ten se postupně zvyšoval až na plný. Práce v sociálních službách je v první řadě velká dřina. Klienti se vás neptají na pracovní dobu. Pokud mají problémy v noci, tak volají v noci.

Silných příběhů jsem zažila nespočet. Měla jsem klientku, která mi volala v noci před mými státnicemi a požádala mě o pomoc se

svým dítětem. V tu chvíli byla zodpovědnost vůči ní důležitější než zodpovědnost k sobě samotné a k tomu, že jsem pět let studovala na magisterský titul. Měla jsem to tak jednoduše nastaveno.

Myslím, že jsem si odnesla odolnost, pracovitost a taky ochotu udělat něco navíc. Zároveň se v sociálních službách velmi dbá na ekonomiku a s ničím se neplýtvá. Toto nastavení si v sobě nesu i v Czech Cool Trade. S nadsázkou se dá říct, že hlídám každý vytisknutý papír, protože nechci plýtvat.

A proč jsi ze sociálních služeb odešla?

Měla jsem to velmi odosobněné a profesionální. Pracovala jsem o svátcích, víkendech, kdykoliv mě bylo potřeba. Vše se změnilo, když jsem otěhotněla. Od té chvíle už to prostě nešlo. Věděla jsem, že zde musím být pro své děti, svou rodinu a být dobrá máma. Už to pro mě nebylo odosobněné a cítila jsem, že nebudu dobrým sociálním pracovníkem.

Vnímám, že mé tři životní role jsou máma, manželka svého muže a ředitelka Czech Cool Trade. Ve všech se snažím být dobrá. Rovnou se ale opravím: snažím se být výborná, vím totiž, že Martin by mi řekl, že dobrá je za tři.

Kájo, řekni nám tři důvody, proč se firmám vyplatí poradenské služby CCT.

Za prvé se seznámí s velmi zajímavými podnikateli z různých sfér. Protože je firemní komunita velká, vždy se na networkingu najdou noví hosté. Druhým důvodem je to, že každý klient má k dispozici svého projektového manažera, který mu

aktivně vyhledává dotační příležitosti na míru. Včetně menších a lokálních výzev, které mohou být také velmi zajímavé. Například žádanou aktuální výzvou jsou Kreativní vouchery, díky kterým mohou firmy získat příspěvek na služby kreativců. Projektový manažer pravidelně monitoruje všechny příležitosti.

Třetím důvodem je aktivní obchodní podpora, kdy na základě poptávky propojíme klienty s kýmkoliv napříč republikou. Celý tým dělá maximum, aby naši klienti byli spokojeni.

Chystáte nějaké novinky?

Ano, novým pilířem služeb CCT je Event management na míru. Od interních firemních eventů a teambuildingů, přes speciální akce pro klienty až po konferenční. Pomůžeme vám s prostory, zajištěním dodavatelů a vším nutným k realizaci bezchybného eventu. Zároveň zajistíme propracovaný pozvánkový systém včetně online i offline marketingu.

Váš event zajistíme od A do Z.

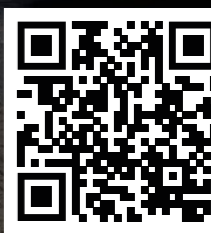
Kájo, moc díky za rozhovor a hodně štěstí s novými projekty.



Když se ze zaměstnanců stanou společníci

David a společníci. DASPOL. AUTO DASPOL. Takto zdánlivě jednoduše vznikl název nového dealerství značky Kia v Ostravě. „Název jsme vymýšleli několik týdnů, padlo více než padesát návrhů a nakonec to vyhrál ten padesátý první,“ říká s úsměvem majoritní vlastník této nové společnosti Ing. David Kíša, kterého jste dosud mohli znát jako majitele společnosti B of B cars, která se od roku 2009 úspěšně zabývá prodejem vozů Jaguar a Land Rover v Ostravě.

Do nového projektu ale nechtěl jít úplně sám, a proto nabídl možnost podílet se na zcela novém projektu svým stávajícím zaměstnancům právě z B of B cars. „Jsem rád, že se mnou nový projekt vede zkušený tým – v rámci podílnictví je do nového projektu zapojen vyšší management B of B cars,“ dodává Ing. Kíša.



www.autodaspol.cz

Jaguar, Land Rover a Kia. Proč zrovna tato automobilka?

Před několika lety nás oslovil importér značky Kia, zda bychom nechtěli v Ostravě otevřít nové dealerství. Měli jsme chuť se dále rozvíjet a doplnit náš byznys s Jaguar Land Rover, takže jsme s nimi vstoupili do jednání, které trvalo s přestávkami asi 3 roky.

Líbilo se zástupcům Kia to, co jste s B of B cars vytvořili?

Myslím, že právě to byl ten důvod, proč nás oslovili. Dostali na nás výbornou referenci. Kdo se jen trochu pohybuje v oblasti automobilů, tak jistě poznal, že během pár let tato korejská značka, která velkou většinu vozů prodaných v Česku vyrábí na Slovensku, ožila a to, co vyjíždí z výrobních linek, má velkou kvalitu a velmi líbivý

design. Krásné vozy chcete prodávat v krásných showroomech s kvalitními službami. A to je náš každodenní chleba a standard.

Abych to zkrátil - začali jsme počítat byznys plány a také hledat vhodné prostory.

Ty jste nakonec našli ve Slezské Ostravě, vedle radnice městského obvodu. Byla to první volba?

Věděli jsme, že nechceme jít do pronájmu. Z pohledu prvotních investic by to asi bylo jednodušší, ale z dlouhodobého hlediska to nedávalo smysl. Měli jsme několik jednání na různých místech Ostravy, až jsme se po známosti dostali k jednání s panem Novotným, vlastníkem dealerství Opel právě na Slezské. S ním jsme se dohodli na prodeji celé firmy, včetně budovy a pozemků. K pod-

pisu došlo 20. února 2023 a prvního března jsme začali s rekonstrukcí. Takže celá rekonstrukce trvala asi půl roku.

Rekonstrukce je vždy složitější než nová stavba. Špatně se plánuje a ještě hůře se na začátku stanovuje rozpočet. Úplně jsme například nepočítali s tím, že bude nutné v celém objektu udělat novou elektroinstalaci. V tuto chvíli je ale celý projekt téměř hotový, dokončují se jen úpravy v servisním a zaměstnaneckém zázemí. Na chod to však nemá zásadní vliv. Rekonstrukci jsme zvládli v docela šibeničním termínu, ale naštěstí nás na to bylo více.

Tím se dostáváme k dalším společníkům. Můžete nám o nich něco prozradit?

Z managementu B of B cars se do projektu zapojili Patrik Malík, Robert Pakosta, Roman Poštulka a Petr Hellstein. V projektu je také zapojen Radek Pšcolka, který na stejném místě provozuje autolakovnu a karosárnu.

Spatřujete v tom výhodu?

Obrovskou. Je to možná trochu ne-standardní věc, ale já mám se všemi zmíněnými několikaletou výbornou zkušenost. Víím, jak kvalitní práci odvádějí pro B of B cars a že se na ně mohu spolehnout. Chtěl jsem s nimi na novém projektu spolupracovat a nabídnout jim spoluvlastnictví byla logická a chtěná součást toho všeho. Pro všechny to byla příležitost pro

další růst a podílet se na budování něčeho, co patří jim. Je to benefit a vlastně i motivace, proč nadále zůstat v naší B of B group skupině, pod kterou dnes spadá již 6 firem.

Bude se lišit prodej Jaguar / Land Rover a Kia?

Klientela značek se liší, ale velký potenciál vidíme v propojení právě s klientelou B of B cars. Výrobce vozů Jaguar Land Rover jde jiným směrem, opustil od velkých objemů a soustřeďuje se na své vlajkové modelové řady Range Rover a Defender. Značku Jaguar čeká velká elektrifikace a B of B cars bude jedním ze dvou prodejců v Česku, kteří budou moci nový koncept Jaguar prodávat.

Značka Kia zasahuje daleko širší portfolio jednotlivých i firemních klientů. Tam máme velkou výhodu, protože

AUTO DASPOL je jediným centrem Kia pro firemní klientelu na severní Moravě.

Co můžeme od AUTO DASPOL očekávat?

Nejmodernější showroom koncept Kia na severní Moravě, atraktivní lokalitu se snadnou dostupností, zkušeným týmem nadšených pracovníků. Máme v plánu naplno využít velký potenciál lokality Slezské Ostravy a být nedílnou součástí rozvíjejícího se kulturního a sportovního centra kolem řeky Ostravice.



Otevíráme dveře k úspěchu: Poznejte tým advertia digital

Agenturu advertia digital Honza Borýsek, Anna Fabo a David Stirber skromně představují jako butikovou. Za 10 let své existence se ovšem propracovali i k zakázkám pro giganty jako Microsoft, Red Bull, Czechinvest nebo Ed Sheeran. V týmu mají stabilně 20 kreativců, stratégů a marketérů. I díky tomu se shodují na své největší přednosti – flexibilita. Jaké je to outsourcovat komunikaci? Co otrásá trhem reklamy? A ovlivňuje marketing naše chování? Nejen o tom jsme si povídali s leadery této pražské agentury, která je mimo jiné členem amerického Forbes Agency Council.

advertia mood

 Jan Volejníček

Virtuální realita, AI,... Jak vnímáte u vás v agentuře směr, kterým se ubírá komunikace v poslední době?

Honza: Veškeré inovace a trendy jdou ve vývoji v cyklech. Není to tedy tak, že by se nějaká novinka objevila zničehonic. Zda-li se trend uchytí, pak často záleží na tom, jak ho přijmou značky a firmy, respektive jak jej dokážou "adoptovat".

Vnímám takové dva hlavní směry, které fungují. Inovace zaměřené na zákazníka (např. esports nebo kryptoměny) a inovace zaměřené na firmy (např. automatizace ve výrobě nebo software). Ty nejuspěšnější projekty umí kombinovat obojí. A co se týče komunikace a kam se ubírá - zejména na sociálních sítích, které jsou mnohem více interaktivní než zbytek internetu ...mladí už tam dnes i „googlují“.

Pardon, googlují na sociálních sítích?

Honza: Ano, z dostupných výzkumů je vidět, že dnes 40 % mladých Američanů [generace Z] používá TikTok a Instagram jako vyhledávač. Výsledkem vyhledávání nejsou texty, ale fotky a videa – tedy obsah ... kdo z nich by přece něco četl (s nadsázkou). Důležité je i to, že mladí jsou zvyklí na těchto platformách i nakupovat.

V čem je advertia digital unikátní?

David: Naše specifičnost je v tom, že neděláme jen dílčí úkony, ale díváme se na zákazníky projektově, až consultingově. Zajímají nás celkové cíle daného klienta a hledáme cesty, jak k nim společně dojít. Výzkum, strategie a operativa jsou tři základní pilíře naší spolupráce s klienty. Vždy pracujeme v komunikaci s benefity, které jsou pro zákazníky dané značky unikátní. Důsledně také sledujeme,

jak se klientovi naše aktivity vyplácí. *Honza:* Zaštiťujeme startupy i zavedené značky. Se značkami si vždy definujeme jejich podstatu a následně se vydáváme směrem kampaní, vizuální a obsahové komunikace, velmi často i směrem redesignu. Ideální časový úsek pro doručení maximálního efektu pro klienta jsou 2-3 roky. Ideálně ne méně, ale vlastně ani ne o moc více. A to, že si uvědomujeme agenturní cyklus a že každá spolupráce někdy končí, je vlastně benefit. Rádi pomáháme klientům předat operativu internímu týmu, ať se můžeme věnovat dalším aktivitám a doplnit tak chybějící puzzle.

Jak vypadá začátek spolupráce s vámi?

Honza: Začíná se workshopem, kde se potká strana klienta s našimi odborníky. Právě ty odemykají všechny naše projekty. Dlouho jsme tento formát ladili. Jde během nich o pochopení daného klienta a často i jeho vlastní očekávání od agentury a od sebe sama. Klient je zde zastoupen nejen managementem, ale i odborníky za obchodní oddělení nebo zákaznickou péči. Během workshopu nahlédneme do chodu celé firmy a poznáme ji očima zákazníka. Většinou to působí jako terapeutické sezení (smích). Toto setkání je však pro začátek i průběh naší práce zásadní.

Anna: Nové projekty pod sebe získá vždy projektový manažer. K němu se na míru sestaví interní tým. Působí u nás stabilně 15 marketingových odborníků. Již v rámci workshopu zjistíme, jaké služby je pro klienta potřeba zajistit, a podle toho určíme vhodný tým lidí. Nabízená skladba našich služeb je široká. Někdy jde o web či vizuální identitu, jindy pak správu sociálních sítí, nastavení a kontinuální správu výkonnostního marketingu či videoprodukce, další projekt je pak třeba jen pravidelný consulting.

Honza: Na začátku každé spolupráce klientovi radíme a edukujeme jej. Provádíme je naším prostředím a tím, co je čeká. To, aby naši práci rozuměli a uměli ve svých týmech, a zejména před managementem, vše vysvětlit a reportovat.

David: Workshop též pomáhá oběma stranám se spolu setkat a seznámit. Za náš tým jsou přítomni i jednotliví specialisté experti, aby měli informace z první ruky. Jsme díky tomu velice rychlí a flexibilní, kontury společné spolupráce máme tedy v horizontu několika dní.

Cesta k srdci zákazníka je někdy složitá. Jak měříte úspěšnost svých kampaní a jak se pozná dobrá marketingová kampaň?

Honza: Dnešní marketing už dávno není jen o tom zapnout online reklamy. Zákazník si žádá mnohem více a očekává vaši aktivitu na různých místech – značka proto musí nastavit procesy poměrně velkému počtu aktivit. Proto je koncept či strategie vždy to, co definuje úspěch nebo neúspěch kampaní. Vzhledem k tomu, že naše klientské spolupráce jsou často dlouhodobé, řekl bych až partnerské, metrika podnikatelského úspěchu je nakonec jen jedna – obrat. Naše spolupráce jsou strategické, fungují více jako partnerský než jako dodavatelský vztah. Děláme si to těžší, ale to je to, co nás na naší práci baví!

Anna: Agentura si musí v mindsetu sednout s klientem, potkat se s ním na půl cesty. Najít společnou řeč je směrodatné pro úspěch jakýchkoliv realizovaných kampaní. A mít dobře nastavené měření, aby se pak s výsledky dalo dále pracovat. To je nezbytný základ.

David: Stěžejní je proto mít nebo vytvořit dobrý brief neboli přesné zadání. Další výkon a prvotní očekávání

Leadership

Anna Fabó

Dávid Stirber

Honza Borýšek



se pak u klienta snáz potká s reálnými výsledky kampaně. Samozřejmě důležitým faktorem je též dobrý produkt či služba. A naladění na klienta, jak zmínila Anička.

Honza: Někdy žertujeme, že dobrá agentura si umí vybrat dobré klienty s dobrým produktem. S takovou značkou je pak radost pracovat. Produkt či služba je totiž středobodem úspěchu jakékoliv komunikace, na to je třeba nezapomínat.

**Jaký vliv má marketing na společnost?
Mění nás a naše zvyky?
Určuje, co si myslíme
nebo třeba kupujeme?**

Honza: Samozřejmě. Asi si nemusíme nalhávat, že vliv nemá a že nás jako zákazníky neovlivňuje, nebo že si všichni lidé vytváří vlastní názory na základě logiky. Pokusím se ale vysvětlit trochu jinak, z jiného úhlu pohledu. Manipulace a inspirace. Manipulace jako zástupce komunikace, která je využita špatně, respektive nečestně (tedy negativně ovlivňuje zákazníky). Naopak inspirace jako ten druh komunikace, která má pozitivní dopad. Mechanika je podobná, realita ovšem zcela odlišná. Takže ano, komunikace dokáže měnit názory i chování lidí - v dobrém i ve zlém. Je to mocný nástroj a je třeba k němu tak přistupovat.

**Zmínili jste zodpovědnost a etiku.
Mnohé firmy dnes komunikují svůj přesah k ESG tématům.
Jak vnímáte aktivity v této oblasti vy?**

Honza: Já tyhle věci vítám. ESG je taková eko prověrka pro firmy. Má ale jeden paradox – výpočet nebere v potaz, v jakém oboru působíte. Index ESG u firmy z tabákového odvětví tak může být výš než třeba u firmy vyrábějící solární panely. Směrodatný je nyní ESG index zejména pro inves-

Honza Borýsek



tory, ESG se totiž propíše nakonec i do financí firem. V čase však začne mít tento index svou hodnotu, až stá-ty začnou více zvyhodňovat udržitel-né firmy oproti těm ostatním. Ve světě je však tento vlak už rozjetý a myslím si, že do něj naskočíme brzy i my v Česku.

Je nějaký obor nebo klient, který vás nyní láká?

Honza: Dle oboru asi nedokážeme říct, máme rádi barevnost a rozma-nitost. Osobně se pak v projektech rád dívám do budoucnosti. Baví mě proto projekty, které jsou nové, dávají nové podněty. Takový ten moment, kdy člověka myšlenka nebo nápad nadchne a ví, že má velký potenciál! To je pak radost. Takhle jsme v Česku roztlačili mediální obraz pojmů jako carsharing, revitalizace brownfieldů

nebo NFT v době, kdy tyto pojmy český občan vůbec neznal.

Znamená to, že marketing je částečně i lobbying?

Honza: To je spíš o definici pojmů. U některých projektů je setkávání se s asociacemi, neziskovými orga-nizacemi, ale i zástupci státu zcela stěžejní, aby mohly vznikat nové zajímavé věci. Tedy zprostředkovat prostor a informace všem zainte-re-sovaným. Jednoduchý příklad - když hledáme prostor pro mural (legální tvorba street artu na velké stěny, často např. boky činžáků), pak ko-munikujeme s vedením radnice, kde by se taková aktivita dala pro klienta realizovat. Lobbying čistě jako službu ovšem nenabízíme. Na to jsou určitě jiní, lepší.

Jaké výzvy řeší agentury?

Honza: Zmínil bych asi tendry, tedy výběrová řízení. Ty u větších firem a větších zakázek a u státu mají smysl. Mnohdy jsou ale pro různé fir-my zbytečné - zakázka malá, agentur mnoho a to pak stojí každou agentu-ru spousty hodin příprav. Jsem zas-táncem toho, že když zadavatel neví, co chce, nemá přesnou představu, je pak lepší si domluvit konzultanta předem a připravit si zadání s ní/m. To je mnohem víc fér pro všechny strany. A efektivnější pro agentury.

David: Vidím výzvy v několika rovi-nách, které jsou navzájem propojeny - implementace technologických trendů, dosahování clientských cílů a dlouhodobé budování značky. Nové technologie vnímám spíše jako příležitost, která umožňuje agentuře agilně reagovat na klient-

ovy potřeby. Největší soubor se však odehrává v oblasti krátkodobého marketingu, krátkodobých aktivit, výkonnostních kampaní a očekávání okamžitých výsledků společně s do-sahováním clientských cílů. Naproti tomu stojí dlouhodobé budování značky a její hodnoty, tvorba stand-out konceptů, které budou držet určitou konzistenci. Takže hlavní výzvou je pro nás hledání té správné rovnováhy mezi těmito světy. Náš hlavní cíl však zůstává - neustále tvořit pozitivní hodnotu pro naše klienty.

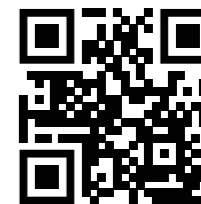
Anna: V dnešní době jsme přesyceni reklamou. Cílí na nás na každém kroku, ať už si to uvědomujeme nebo ne. Každý den jsme jí doslova bombardováni, a to nejen v televizi, rádiu a v tištěných médiích, ale také především na internetu a sociálních sítích. Pro agentury je výzvou vytvořit

pro klienta takový kreativní mix, který má příběh, je autentický a též zaujme jeho cílovou skupinu. Zároveň je pro nás tato situace motivací a hnacím motorem, abychom ze sebe „dostali“ to nejlepší.

Trendy jsme začali, pojďme jimi i skončit. Jak vidíte internet do budoucna?

Honza: Internet se mění. Díky AI se totiž poslední dobou plní i ná-hodnými myšlenkami a nereálnými představami. Vygenerovat si fot-ku Chucka Norrise na dinosaurovi totiž může dnes člověk na pár kliků. Zaregistrovali jste například fotku „papež v péřovce“? Ta obletěla svět, stala se virálním hitem, ale mnoho lidí ani neví, že je fake. Čeká nás velmi zajímavá budoucnost. Časem totiž lidé nebudou schopni tyto dva světy

odlišit. Pojem realita se tak stane ještě více relativnějším pojmem. V budoucnu si budete moci vytvořit vlastní realitu. Konečně se pak budu moci stát trenérem Pokémonů (smích).



www.advertia.cz



Marketing



Design a produkce



Strategie

Firmu tvoří lidé a Ti by se měli rozvíjet. Zvýšit odbornost však nestačí, musí se naučit ji využívat

Jana Stiefel a Filip Novotný žijí na opačných stranách republiky a osobně se setkají párkrát ročně. Přesto jsou jako projektoví manažeři součástí vysoce efektivního týmu vzdělávací společnosti Focus People. Spolu jsme rozebrali, proč je pro firmy důležité, aby vzdělávaly své zaměstnance, proč jdou technické kurzy a školení měkkých dovedností ruku v ruce nebo proč jsou odlišnosti mezi generacemi palčivým problémem mnoha firem.



www.focuspeople.cz





Loni jsme se s Antonínem Válkem bavili o změnách, které do firem přinesla pandemie. Jaká je situace o rok později?

Jana: Některé změny se uchytily, jiné se naopak vrátily do starých kolejí. Lockdowny otevřely cestu hlavně online schůzkám. Teď už opravdu platí, že není problém mnoho věcí vyřešit i na dálku. Klientům to přijde přirozené a uvědomují si, že všichni ušetří čas. Naopak plný home office se spíše zrušil a ponechala se kombinace.

Filip: U většiny lidí odpadla obava ze změny a začali se více zajímat o online prostředí, správnou komunikaci na dálku, organizaci času a efektivní řízení zaměstnanců na home office.

Je nějaký problém, který u vašich klientů přetrvává?

Jana: Dlouhodobým tématem jsou mezigenerační rozdíly. Absolventi nastupující do práce mají úplně jiné představy a odlišné návyky než jejich seniornější kolegové. Často nemají vůbec žádné pracovní návyky. Toto téma řeší klienti při náboru zaměstnanců napříč pozicemi. Následně vzniká poptávka po typech kurzů a konzultací, které se na tuto problematiku zaměřují.

Opravdu máte kurz na řešení mezigeneračních rozdílů?

Filip: Ano, jmenuje se Odlišnosti mezi generacemi a zrovna jsme školili jeden z největších potravinových řetězců v České republice. Kurz je zaměřen na rozdíly v generacích a hlavně na to, jak s nimi pracovat. Každou generaci ovlivňuje doba, ve které vyrůstala, a s nástupem technologií se doba mění velmi rychle.

Takový kurz asi musíte ušít klientovi na míru.

Jana: Ano, takto je postavené celé naše portfolio. Na webu máme vyvěšeny modelové kurzy, ale klientům je vždy sestavujeme přímo na míru dle potřeby.

A jaké jsou tedy mezigenerační rozdíly?

Filip: Stále platí, že starší generace neumí s počítači. Naopak mladá generace má problém s fyzickou prací.

Jana: Mnoho našich klientů má zkušenosti s juniorními zaměstnanci, kteří očekávají vysoké odměny a komfortní podmínky, zatímco jako protihodnotu nabízejí minimum zkušeností a dovedností. Lidé s dlouholetou praxí se často nachází v opačné situaci.

Jak se bude situace dále vyvíjet?

Jana: Velmi výkonná generace Baby boomers, což jsou jedni z nejzkušenějších a nejloajálnějších lidí ve firmách, odchází do důchodu. Nově nastupující generace jsou přirozeně mnohem otevřenější technologiím a inovacím. Mnoho lidí však získává odborné dovednosti až v poměrně vyšším věku, protože ani v průběhu studia na vysokých školách je nezískali. Firmy jsou tak nuceny obsazovat lidi bez odbornosti a znalostí, proto klesá kvalita i výkonnost. Mnohé úkony čím dál častěji nahrazují roboti, ale i ty musí někdo umět naprogramovat.

A jak vnímáte téma robotizace a umělé inteligence?

Filip: Ti, kteří robotizaci a umělou inteligenci smysluplně zavedou, budou okamžitě napřed. Naopak ti, co zaspí,

nebudou časem schopni konkurovat. I v Česku mohou už brzy zaniknout některé pracovní pozice. Zároveň však vzniknou další a zaměstnanec bude potřeba přeškolit na nové dovednosti.

Mají vaši klienti zkušenosti s robotizací a AI?

Filip: Mají zkušenosti hlavně s digitalizací a průmyslem 4.0. Ty se ve výrobních firmách uplatňují hodně.

Jana: Například v jedné velké strojírenské firmě budeme školit robotizaci. Nejprve však musí proběhnout kurz, který zaměstnance s tématem seznámí. Cílem je, aby se změně nebránili, nebáli se, že je roboti nahradí, a porozuměli přidané hodnotě pro firmu i pro ně samotné. Zde nehrají zas tak velkou roli dovednosti a praxe jako přístup a osobní nastavení.

Proč by tedy firmy měly školit své zaměstnance?

Filip: Školení zaměstnanců je nezbytné. Žijeme v době, kdy jdou technologie velmi rychle kupředu a pracovní prostředí se tak neustále mění. S nástupem umělé inteligence se změny ještě více urychlí. Neškolený člověk je ve firmě jako zastaralý počítač. Sice funguje, ale je pomalý, nekompatibilní se současnými počítači a tím pádem neefektivní.

Jana: Firmy by měly školit, protože lidé tvoří firmu a ta je tak dobrá jako její zaměstnanci. Držet krok s dobou vyžaduje pořád více úsilí a investice do rozvoje lidí je pro konkurenceschopnost a úspěšnost firmy z dlouhodobého hlediska klíčová. Roli hrají také zmíněné mezigenerační rozdíly - lidé, kteří jsou zvyklí chatovat ve zkratkách a emotikonech, pracují denně s těmi, kteří preferují osobnější rovinu komunikace.

Filip: Proto nám v poslední době chodí víc a víc poptávek na zdánlivě banální témata - time management, komunikační dovednosti nebo motivace. Starším ročníkům často chybí motivace chodit do práce, ty mladší naopak nemají vybudovány pracovní návyky. Obsah kurzů samozřejmě aktualizujeme, ale základní témata jsou stále klíčová.

Jaký je poměr technických kurzů a školení měkkých dovedností?

Filip: Jde to ve vlnách a často souvisí s vypsáním dotačními výzvami. V poslední době je to asi půl na půl. Dobrým příkladem je zavádění štíhlé výroby ve firmě - aby došlo k zefektivnění strojů a lidí, musí mistři zaměstnancům nejprve vysvětlit, proč je to pro firmu důležité a že jim nikdo práci nevezme. Nejprve je učíme, jak správně komunikovat nadcházející změny a teprve poté technickou stránku. Technické a soft kurzy jdou proto ruku v ruce.

Takže lidé a komunikace hrají zásadní roli.

Filip: Ano, proto Focus People. A protože jsou lidé v každé firmě jiní, přizpůsobíme všechna školení reálným potřebám zákazníka.

Jana: Nestačí zvýšit lidem odbornost, musíte je naučit, jak jí efektivně používat a ideálně i předat dále kolegům.

Filip: Školení je forma stabilizace zaměstnanců a jejich benefit. Díky školení sami rostou a roste jejich hodnota na trhu práce.



V loňském rozhovoru jsme nakousli i unikátní nastavení Focus People. Přiblížte nám firmu z vašeho pohledu.

Filip: Všichni jsme zde pány svého času a díky tomu neprokrastinujeme. Jsme zvyklí pracovat rychle a efektivně. Vlastně stále přemýšlíme, jak věci dělat ještě efektivněji, abychom měli více času na sebe a rodinu.

Jana: Ano, fungujeme jako samostatné jednotky. Pracujeme nejen rychle, ale hlavně kvalitně. Nechceme ztrácet čas s reklamacemi, ale stavět na dlouhodobé spolupráci se spokojenými klienty. Ti se mohou spolehnout, že všichni z Focus People udělají maximum, aby byli spokojeni.

Filip: Nekvalitní lektor nebo nekvalitní kurz by byla ztráta času pro všechny. U klientů je to jasné, ale i pro nás by to znamenalo řešit reklamaci, kompenzaci a hledání nového lektora. Aby vše proběhlo na jistotu, vybíráme ty nejlepší lektory a kurzy.

Co vám umožňuje fungovat takto efektivně?

Jana: Zase je to o lidech a jejich motivaci. Všichni víme, co máme dělat, a každý chce, aby na jeho část práce mohl další článek bezproblémově navázat. Zároveň téměř všichni komunikujeme s klienty napřímo, tím pádem nás znají osobně. Ve Focus People se nemůžete „zašít“, protože neodevzdáváme čas strávený v kanceláři, ale výsledky naší práce. Cenou za pracovní svobodu je velká zodpovědnost a sebedisciplína.

Filip: V podstatě mluvíme o Baťově systému řízení. Firma jde do ztráty, cítíte to na výplatě. Jde do zisku, cítíte to na výplatě. Motivace je tak jasná. Jednotliví lidé z Focus People jsou trochu jak Baťovy mikropodniky, práci si řídíme sami.

Má toto nastavení nějaké nevýhody?

Jana: Jelikož jsme z různých koutů republiky a máme trvalý home office, osobně se potkáme jen jednou za čas. To je určitě škoda hlavně z osobního hlediska. Zároveň mnoho dobrých zlepšení vzejde právě, když se potkáme.

Přiblížte nám, jaké firmy jsou vašim nejčastějším klientem?

Jana: Naše portfolio je pro všechny firmy, ale klientelu máme nejvíce zastoupenou těmi výrobními. U nich jsme začínali, u nich máme silný produkt a zároveň bylo vzdělávání ve výrobních firmách dlouhodobě dotačně podporováno.

Pro výrobní firmy jste také vytvořili kurz Lean Manufacturing Academy, který obsahuje interaktivní hru. Jaký je přínos kurzu?

Filip: Zaměstnancům často schází motivace používat v praxi metody, které se na školení naučili. Jakmile je vidí fungovat během naší hry, pochopí dané principy a mechanismy - co a proč se ve firmě děje. Dojde jim, že vše, co se naučili, jim usnadní práci.

Jak jsem už zmiňoval, vždy začínáme školením měkkých dovedností u mistrů, aby věděli, jak se zaměstnanci komunikovat. Až poté jdeme k principům štihlé výroby a teprve v tomto bodě přivzeme řadové zaměstnance. Následně lektor mentoruje přímo ve firmě na konkrétní výrobní lince. I tento kurz stavíme na míru potřebám zákazníků.

Takže vědomě propojujete technické kurzy a školení měkkých dovedností.

Filip: Ano, silně vnímáme, že pouze obecné odborné kurzy nestačí. Proto také preferujeme dlouhodobou spolupráci a vzdělávání.

Jana: Nestačí pouze předat informace, opravdu to lidi musíte naučit a firma to pak po nich musí vyžado-

vat, jinak se nic nezmění. V prvé řadě je třeba vydefinovat, co firmy vlastně potřebují. Jinak jsou to pro ně vyhozené peníze i čas.

Filip: Stále se setkáváme s firmami, které chtějí proškolené zaměstnance v měkkých dovednostech za pět dní, což je samozřejmě nesmysl. Vzdělávání musí být postupné, proto jej klidně rozložíme do roku, dvou. Čím dál více také zahrnujeme koučing a pravidelné konzultace.

Jana: S novými klienty často realizujeme konkrétní kurz a během něj jim samotným vzejde potřeba zaměstnance rozvíjet dále. V dlouhodobé spolupráci pak vidíme pro firmy reálný dopad.

Jano a Filipe, moc díky za rozhovor!



Czech Cool Trade Služby


CZECHCOOL
TRADE



 David Mitáš

Dotace pro podnikatele

www.cct.cz
Dotace pro podnikatele



V čem spočívá přínos pilíře dotačního poradenství?

Díky úzké spolupráci se členy firemní komunity CCT známe jejich aktuální i výhledové podnikatelské záměry, pro které následně vyhledáváme vhodné dotační výzvy nebo jiné možnosti financování. Členům firemní komunity tak garantujeme, že jim neunikne žádná možnost financování zrovna jejich podnikatelských záměrů. Nejedná se o rozesílání newsletterů, jimž se řada klientů nemá čas věnovat, ale o pravidelné schůzky, během kterých si nastíníme aktuální i výhledové záměry. Pravidelně si takto aktualizujeme i rekapitulujeme možnosti v oblasti dotačního poradenství. Každý člen má svého vlastního projektového manažera, který monitoruje dotační výzvy na národní, lokální, ale také mezinárodní úrovni. V případě zájmu klienta o využití konkrétního titulu s ním specialista z projektového týmu projde dotační titul z pohledu formálního, věcného, finančního a časového tak, ať je možné si představit všechny možnosti i úskalí jeho využití. Na základě tohoto rozboru má možnost se definitivně o využití titulu rozhodnout.

Pokud klient svůj zájem potvrdí, pomáháme mu s vypracováním žádosti a souvisejícím projektovým managementem. Přidanou hodnotou může být také odměna pro CCT pouze za schválení dotace. Řada klientů byla našim nastavením smluvních podmínek příjemně překvapena. Nejčastěji ti, kteří již v minulosti spolupracovali

s poradenskými firmami, které si nechávaly hlavní část odměny zaplatit po podání žádosti bez vazby na její úspěch.

Jaké dotační tituly lze očekávat v následujícím období?

Postupně jsou vyhlášovány dotační tituly z nového programového období a zájemci se mají nač těšit! Prostředky budou opět plynout do rozvoje malých, středních i velkých firem v oblastech jako jsou digitalizace podnikatelského prostředí, pořízení strojů a zařízení, realizace opatření vedoucích ke snížení energetické náročnosti podnikatelských objektů nebo vlastního výzkumu a vývoje. Dřívější nepříznivá situace přibrzdila podnikatelský růst a my pevně věříme, že v novém programovém období bude řada zajímavých dotačních výzev, které opět pomohou nastartovat podnikání. Již první vyhlášené dotační výzvy nás i žadatele příjemně překvapily svými možnostmi. Jednoznačně zde mohu jmenovat Kreativní vouchery vyhlášené Ministerstvem kultury. Ve výčtu titulů nesmíme zapomenout na oblast vzdělávání, pro kterou bude rok 2024 počátkem nových možností, jak školit své zaměstnance. Zapojit se budou moci společnosti všech velikostí i OSVČ. Využití konkrétního dotačního titulu však vyžaduje bližší seznámení. Proto doporučuji využití našich služeb v rámci aktivního monitoringu dotačních příležitostí.

Jaké typy projektů jste realizovali?

Záměry našich klientů jsou velmi pestré, takže se CCT za svou historii věnoval velmi rozmanitým projektům. Někdo chce rekonstruovat svůj podnikatelský areál, další pak pořídí CNC technologii, jiný má zájem školit své zaměstnance. Pomáhali jsme s rozvojem sociálního podniku, modernizací vzdělávací infrastruktury nebo s projekty na pořízení a instalaci fotovoltaiky. Zmínit musíme i projekty realizace dětských skupin, díky kterým péče o předškoláky nabrala úplně nového rozměru. Velmi si vážíme i získání podpory na jedinečný záměr Baníku Ostrava, konkrétně dorostenecké fotbalové interligy, díky které se mladí hráči mohli porovnat s vrstevníky z předních klubů Česka, Slovenska, Polska i Maďarska. Na něj jsme následně navázali i jinými úspěšnými projekty žadatelů. Za poslední měsíce musíme vyzdvihnout již zmíněné Kreativní vouchery, kam jsme pro naše klienty podali v součtu téměř 100 žádostí. Tento titul mohl využít téměř každý.

Kolik peněz jste zajistili pro své klienty?

V tuto chvíli se za více než desetiletou historii CCT povedlo klientům získat přes 4,9 miliardy korun na rozvoj jejich podnikání. Dělá nám radost vidět spokojeného klienta, který se s důvěrou rád vrací.

**O dotacích pro podnikatele
nám více pověděl
Bc. Miroslav Przcetek, MBA**

Reference úspěšně realizovaných projektů

V rámci programového období 2014 – 2020 jsme členům firemní komunity CCT zpracovali a zajistili úspěšnou realizaci mnoha projektů z různých oblastí v celkové výši **4,901 mld. Kč**. Jednalo se jak o projekty zaměřené na práci s cílovou skupinou, např. dětské skupiny, tak o projekty zaměřené na energeticky úsporná opatření v podnikání, pořízení nových strojů a zařízení či o významné zahraniční projekty. Níže se můžete podívat na několik realizovaných projektů.

Digitalizace společnosti AKVAHELP METAL spol. s.r.o.

Schválená dotace: **3 401 984,95 Kč**

Projekt cílil na zvýšení digitalizace výrobní i projekční činnosti v oblasti nerezových bazénů. Smyslem projektu byla implementace nového ERP systému dle standardů Průmyslu 4.0 včetně výrobních i nevýrobních technologií, které pomohly ke kvalitativním i kvantitativním změnám.

Investice do digitalizace společnosti CHALUPA interiéry s.r.o.

Schválená dotace: **2 447 597,00 Kč**

Projekt cílil na investice do nevýrobních technologií, které přispějí k celkové digitalizaci a automatizaci podnikatelské činnosti společnosti CHALUPA interiéry s.r.o. Prostřednictvím projektu došlo k implementaci nového informačního systému a dalších podpůrných systémů.

Energetické úspory Czech Cool Trade s.r.o.

Schválená dotace: **565 000,00 Kč**

Projekt cílil na snížení energetické náročnosti objektu na adrese Bílovecká 483/44, Ostrava-Svinov. Realizací projektu došlo ke snížení spotřeby energií o 80,30 GJ (22,31 MWh) a snížení emisí CO2 o 6,6 t/rok.

Podnikové vzdělávání zaměstnanců společnosti CIE METAL CZ, s.r.o.

Schválená dotace: **1 144 048,00 Kč**

Projekt cílil na vzdělávání zaměstnanců společnosti CIE METAL CZ, s.r.o. Vzdělávání proběhlo v oblastech technických kurzů, měkkých manažerských dovedností, jazykového vzdělávání, účetních/ekonomických/právních kurzech a kurzech vedených interními lektory. Projekt výrazně přispěl ke zvýšení odbornosti zapojených zaměstnanců.

Inovační vouchery MAMUT - THERM PRO s.r.o.

Schválená dotace: **371 250,00 Kč**

Projekt řešil zásadní technologickou změnu výroby omítek a barev ve společnosti MAMUT - THERM PRO s.r.o. Důvody realizace tehdejší nedostačující kapacity výrobní linky vůči tehdejší poptávce a fyzické nároky na obsluhu výrobní linky.

Technologické vybavení společnosti BrightCon s.r.o.

Schválená dotace: **666 220,68 Kč**

Předmětem projektu bylo pořízení CNC technologie k obrábění deskových materiálů, které jsou využívány ke kompletaci výrobků společnosti.

Kreativní vouchery

Úspěšně schváleno 89 žádostí pro rok 2023.

Průměrná výše schválené dotace na jednu žádost je **185 000 Kč**.

Kreativní vouchery jsou nástrojem, který pomáhá s prezentací konkrétního produktu, služby nebo společnosti jako celku. Kreativní řešení nebo zefektivnění prezentace, vzhledu i funkčnosti společnosti, produktu nebo služby žadatele směrem k jeho klientům zvyšuje přidanou hodnotu produktů a služeb a přináší pozitivní dopady na podnikání týkající se např. oslovení nového segmentu klientů. Externí služby kreativních profesionálů pomáhají inovovat služby, reagovat na požadavky trhu, podpořit konkurenceschopnost.

Obchodní a marketingová podpora



Co je cílem obchodní podpory?

Samotným základem tohoto pilíře služeb je umožnit vám obchodovat efektivněji a nalézt nové klienty uvnitř rozsáhlé firemní komunity CCT. Naše hlavní priorita spočívá ve zkoumání jedinečných potřeb vaší firmy a následném propojení s potenciálními partnery, kteří vám mohou poskytnout právě to, co hledáte.

Jak obchodní podpora funguje v praxi?

Každý člen firemní komunity CCT má svého projektového manažera, který pravidelně zjišťuje jeho potřeby. Na základě těchto cenných informací pečlivě vybíráme ideální obchodní nástroje, které jim mohou přinést maximální užitek. V případě úspěšného zahájení spolupráce si však nebereme žádnou provizi, vše probíhá v rámci poskytování našich poradenských služeb.

Jaké druhy obchodních nástrojů tedy využíváte?

Prvním a velmi úspěšným nástrojem jsou ověřená doporučení dodavatelů. Když se náš klient zajímá o konkrétní produkty či služby, spojíme ho s důvěryhodnými firmami, které tyto produkty nebo služby poskytují. Naše druhé účinné řešení je Obchodní katalog, který slouží jako platforma, kde firmy mohou prezentovat své zvýhodněné nabídky ostatním členům firemní komunity CCT. Každý měsíc rozesíláme Obchodní katalog všem našim klientům, mezi kterými jsou majitelé a top manažeři firem, kteří mohou využít exkluzivní

příležitosti a rozšířit své obchodní možnosti.

Jak probíhá marketingová podpora?

Naše marketingová podpora nabízí širokou škálu nástrojů, které pomáhají rozšířit viditelnost a povědomí o firmách.

Prvním z těchto nástrojů je zveřejňování příspěvků na našich sociálních sítích. Momentálně jsme aktivní na LinkedInu, Instagramu a Facebooku, kde naše příspěvky dosahují desítek tisíc zobrazení. Tato strategie nám umožňuje oslovit širokou cílovou skupinu a přináší členům firemní komunity CCT potřebnou viditelnost.

Další účinný marketingový nástroj představují naše webové stránky, kde každou firmu, která využívá naše poradenské služby, prezentujeme. To zajišťuje, že naše klienty spatří co nejvíce potenciálních partnerů a zákazníků.

A nezapomeňme ani na tento For Business Magazine Czech Cool Trade, který představuje další skvělý marketingový nástroj. Členové firemní komunity CCT zde mají možnost publikovat inzeráty nebo PR rozhovory, což jim dává další prostor pro prezentaci a propagaci svých aktivit.

Jak často a pro jaké účely můžeme marketingovou podporu využít?

Vzhledem k tomu, že máme ve firemní komunitě CCT přes 350 firem, vychází tato podpora cca jednou za

kvartál, nicméně je to především o komunikaci, aktuálnosti a včasném zařazení do našeho marketingového plánu. Účelem je zejména zvýšení povědomí o vašich podnikatelských aktivitách.

Jaké další formy marketingové podpory nabízíte?

Máme skvělé ohlasy na Certifikaci podnikatelské kvality. Při předávání Certifikátu podnikatelské kvality pořizujeme fotografie, které firmy šíří na svých sociálních sítích. Současně certifikovaná firma získává i samolepky s informací o Certifikaci podnikatelské kvality, které si následně může vylepit v prostorách firmy. Vidíme v tom velký marketingový přínos, který s námi sdílí i členové firemní komunity CCT.

Dokážete firmám poskytnout podporu i v HR marketingu?

Ano, zajišťujeme podporu i v oblasti HR marketingu pro naše klienty. Našimi marketingovými nástroji mohou firmy efektivně podporovat HR marketing, což je klíčové pro budování atraktivního zaměstnavatele a posilování svého firemního obrazu.

Je marketingová podpora vhodná pro všechny firmy?

Rozhodně. Jakákoliv forma marketingové komunikace firmu zviditelní, což jí pomáhá získat nové zákazníky, obchody a zajímavá partnerství. Doporučujeme tedy marketingovou podporu využít všem firmám bez ohledu na jejich zaměření.



O obchodní a marketingové podpoře nám více pověděl
Ing. Tomáš Hrbáč

David Mitáš

MBA studium

Benefitní program

Jak studium MBA probíhá a co je jeho obsahem?

Studium probíhá v rámci oboru Business a Management s moduly management, marketing a právo. Na začátku studia si student zvolí téma závěrečné práce, a toto téma jej bude provázet celým studiem a jednotlivými předměty. Dílčí seminární práce, které se pojí s bloky studia, tak student využije při zpracovávání práce závěrečné. Tím se snižuje časová náročnost studia a hlavně celé MBA studium dostává jednotný cíl, ke kterému student směřuje. Studium se skládá z deseti prezenčních setkání v pátky přibližně 1x za měsíc. Výuka neprobíhá během letních prázdnin a víkendů, což je také benefitem.

Proč studovat MBA ve vaší skupině?

Zaměřujeme se na malé studijní skupiny maximálně o dvanácti lidech. Díky tomu mají studenti individuální přístup lektorů a mohou se zaměřit na vlastní výhody studia. Velkým přínosem také je, že společně studují majitelé a top manažeři z firemní komunity CCT a současně tak probíhá intenzivní budování byznys vztahů. Po celou dobu studia dochází k výměně znalostí, zkušeností a postupů z praxe, které také mohou výslednou práci studenta obohatit. Jak jsem zmínil, student pracuje na vlastním projektu, a tudíž se velmi zvyšuje efektivita a zapojení získaných vědomostí do konkrétní praxe.

Co je největším přínosem studia MBA? Co osobně přineslo Vám?

Přínosem je zcela jistě využitelnost v praxi. Já jsem díky studiu MBA vytvořil podklady pro interní firemní využití, které jsem doplnil o poznámky lektorů a cenné zkušenosti spolužáků z jejich firem. Díky studiu se mi podařilo propojit jednotlivé činnosti a postupy v naší společnosti, a ty nyní pomáhají v každodenní praxi mě i mým kolegům. Ze své zkušenosti studium rozhodně doporučuji!

**MBA studium nám představil
CEO CCT, Ing. Pavel Dombek, MBA**

www.cct.cz
MBA studium



Zaměstnanecký investiční program

Benefitní program

Vytvořili jste vlastní benefitní program. Můžete nám program a jeho benefit představit?

Každý zaměstnavatel chce mít stabilní a motivovaný tým bez fluktuace klíčových zaměstnanců. Benefit v rámci Zaměstnaneckého investičního programu (ZIP) je zaměstnancům poskytován za věrnost a loajalitu k zaměstnavateli, na něž budou mít zaměstnanci nárok dle jasně nastavených časových podmínek. Zaměstnanec tedy nárok na benefit nemá rovnou, ale musí se o jeho zisk zasloužit.

Investované finance v rámci ZIPu jsou až do docílení časové podmínky v majetku firmy a pokud zaměstnanec odejde dříve, zaměstnavatel sám rozhodne, na co dané finance ve firmě použije.

V čem je benefitní program ZIP unikátní?

Unikátní je hned několika způsoby. Prvním je určitě časová podmínka, která je se ziskem benefitu zaměstnancem spojena. Podobný produkt na trhu není. Druhým je investice formou transparentního nemovitostního fondu, který má ve správě nemovitosti za více než 1,3 mi-

liardy korun, s pravidelnými výpisy a vlastním výběrem výše a četnosti investic. Je také možnost doplňkového krátkodobého zhodnocení volných finančních prostředků.

Po celou dobu trvání investice zajišťujeme administrativní, daňovou a právní kontrolu legislativy týkající se programu ZIP. Zaměstnavatel se tak o nic nestará.

Jaké jsou časové podmínky?

Investice je nastavena na dobu 20 let. Investované finance jsou až do docílení časové podmínky v majetku zaměstnavatele a pokud zaměstnanec odejde dříve nebo mu je ukončena smlouva, vy rozhodnete, na co finance ve firmě použijete.

Kdy má na investované finance nárok zaměstnanec?

Zaměstnanec získá finance vždy po 5 letech od uzavření smlouvy ve výši 25 % ze zůstatkové částky. Po 20 letech nebo odchodu do starobního důchodu mu investovaná částka náleží celá. Firma si může také nastavit vlastní podmínky čerpání financí.

Jaké jsou výhody pro zaměstnavatele?

Investované finanční prostředky jsou po celou dobu trvání investice majetkem zaměstnavatele. Zaměstnanec má na ně nárok jen na základě splnění podmínek uvedených výše. V případě ukončení smlouvy (např. z důvodu ukončení pracovního poměru) budou zaměstnavateli vyplaceny veškeré finanční prostředky ve své aktuální zůstatkové hodnotě. Tyto finance může zaměstnavatel využít pro své aktuální potřeby. Rozhodnutí je na zaměstnavateli.

**Program ZIP nám představil
CEO CCT, Ing. Pavel Dombek, MBA**

www.cct.cz
Benefitní programy



Networking a byznys vztahy

Co je cílem pilíře?

Zažijte s námi sílu networkingu, prostoru k poznávání se a vzájemného sdílení byznysových zkušeností.

Jak byste popsala pravý byznys vztah?

Byznys vztah musí být založený na oboustranné podpoře obchodních partnerů. Jde především o doporučování nových odběratelů, vzájemné využívání svých služeb, podporu a výměnu zkušeností. Partneři také mnohdy spolupracují na společných projektech. Neodmyslitelnou součástí je férovost. Pravý byznys vztah se tvoří často několik let.

Jak probíhá networkingová akce?

Jedná se o pravidelné moderované setkání s dalšími klienty CCT. Na každé networkingové akci se sejde 10 až 15 jednatelů, majitelů firem nebo zástupců top managementu. Máte jedinečnou možnost navázat byznys vztahy a seznámit se s hosty z různých oborů. Pořádáme různorodé akce, tradiční networkingové akce, sportovní a také společenské.

Na které sportovní a společenské networkingové akce se můžeme v sezoně 2023/2024 těšit?

Můžete se těšit na CCT GOLF CUP, který pravidelně realizujeme jak v Čechách, tak i na Moravě. Rádi bychom zopakovali vydařený VIP networking s BK Žabiny Brno, plánujeme VIP networking na Baníku a také se můžete těšit na tradiční COOL Ples, který pravidelně pořádáme poslední pátek v lednu.

V čem jsou vaše networkingové akce jiné?

S celým týmem dbáme na příjemnou a přátelskou atmosféru spojenou s výborným jídlem a pitím.

Kterou akci byste vypíchla?

V červenci 2023 proběhlo tradiční „Inspirujte se, prosím!“ v netradičním kabátku, a to přímo na festivalu Colours of Ostrava. Czech Cool Trade se stal součástí programu největšího multioborového fóra v Evropě – Meltingpot. Návštěvníci měli možnost poslechnout si inspirativní rozhovory s Lukášem Curylem, náměstkem hejtmana Moravskoslezského kraje, Davidem Starzyczným, ředitelem neziskové organizace Spolek PORTAVITA, a Otakarem Veselým, koordinátorem projektu Hard & Smart a odborným garantem

u odpovědnostního projektu Respektuj 18. Součástí byl také krátký networking, kde se hosté i návštěvníci podělili o své životní motto či motto. Děkujeme všem, kteří si ve víru festivalového ruchu udělali čas a zúčastnili se této nezapomenutelné akce plné motivace a inspirace.

Kde se akce pořádají?

Naše networkingové akce pořádáme po celé České republice, konkrétně v Praze, Brně, Ostravě, Opavě, Olomouci a v Českých Budějovicích. V červnu tohoto roku jsme s nadšením otevřeli nové město, Jihlavu, a od září pořádáme akce také v Pardubicích.

Komu byste doporučila navštívit vaše networkingové akce?

Naše networkingové akce jsou otevřeny pro všechny majitele společností, top manažery, ale i pro startupové nadšence, kteří jsou úplně na začátku. Hlavním cílem každé networkingové akce je budovat nové byznys vztahy, prohloubit ty stávající a hledat možnosti spolupráce napříč různými obory.

O networkingu a byznys vztazích nám více pověděla Karolina Kovalská, ředitelka CCT Česká republika.

www.cct.cz
Networking a byznys vztahy



Event management na míru

Co služba klientům přináší?

V letošním roce jsme pro naše klienty připravili zbrusu novou službu, event management na míru. Nabízíme široké spektrum firemních eventů: firemní večírky, konference, dny otevřených dveří, golfové a další sportovní turnaje, teambuildingy, family day, plesy a galavečery, exkluzivní eventy, oslavy výročí, workshopy a školení.

Co vše můžete klientům zajistit?

Samozřejmostí je zajištění kompletní eventové akce od A do Z. Na přání klienta zajistíme také komplexní marketingový balíček, včetně zpracování marketingových bannerů, správy události na sociálních sítích a také post produkční práce po realizaci eventů.

Jak probíhá celá spolupráce?

Nejprve si domluvíme první schůzku, kde si upřesníme vaše očekávání, představíme a požadavky na daný event. Následně vám zpracujeme návrh realizace, který již bude včetně kalkulace samotné. Po schválení již započneme produkční přípravu a realizaci eventů.

O eventu na míru nám více pověděla Dominika Kupková, event manažerka CCT.

www.cct.cz
Event management na míru





Partneři golfových turnajů CCT



Partneři COOL Plesu





CCT badminton OPEN 2022



CCT badminton OPEN 2022



Inspirujte se, prosím!



Inspirujte se, prosím!



Networking CCT v Brně



Networking CCT v Českých Budějovicích



MBA studium v Ostravě



Předání certifikátu podnikatelské kvality



VIP networking na fotbalu v Opavě



Workshop CCT s Petrem Urbancem zvládání konfliktu v byznysu



Networking CCT v Brně



Networking CCT v Českých Budějovicích



Inspirujte se, prosím!



Inspirujte se, prosím! na festivalu Colours of Ostrava



Vánoční večírek v Ostravě



Tenisový turnaj CCT na Ostravici



Kreativní Studio Mitty

At' už potřebujete fotky či video ke své prezentaci a propagaci (projděte si fotografie ke zdejším článkům a rozhovorům), nafotit svůj produkt pro reklamu nebo na e-shop či sháníte fotografa titulní strany časopisu (titulka tohoto magazínu Vás přece zaujala), **Kreativní Studio Mitty je tu pro Vás.**



Tenisový turnaj CCT na Ostravici



Networking CCT v Českých Budějovicích



Inspirujte se, prosím! na festivalu Colours of Ostrava

Co nabízíme:

- business fotografie pro Vaši prezentaci a propagaci,
- reklamní a produktové fotografie pro Váš e-shop,
- 360° fotografii pro lepší prezentaci produktu na webu,
- fashion fotografii vhodnou pro módní časopisy a editoriales,
- interiérové a exteriérové fotografie Vašeho podniku či firmy,
- reklamní a firemní video.



Co je pro nás samozřejmostí:

- osobní, neformální, ale přesto profesionální prostředí,
- individuální přístup,
- služby v nejvyšší kvalitě.



VIP networking na hokeji



Workshop CCT v Ostravě - Finanční svoboda s.r.o.



David „Mitty“ Mitáš
 +420 733 548 858 | david@mitty.cz
 www.mitty.cz | @davidmitas
 @mittykreativnistudio





Networking CCT v Olomouci



Networking CCT v Pardubicích



Workshop CCT s Lubomírem Černým



VIP networking na Koncertu Rádia Blaník



Inspirujte se, prosím!



Networking CCT v Brně



CCT GOLF CUP 2023



Networkingová degustace vín ve Velkých Bílovicích



Networking CCT v Praze



Networking CCT v Praze



MBA studium v Ostravě



Inspirujte se, prosím! na festivalu Colours of Ostrava



Networking CCT v Ostravě



Networking CCT v Ostravě



VIP networking na fotbale - AC Sparta Praha



VIP networking na fotbale - AC Sparta Praha



VIP networking na fotbale v Opavě



Vánoční bowlingový turnaj v Praze



Tenisový turnaj CCT na Ostravici



Networking CCT v Brně



Networkingová degustace vín ve Velkých Bílovicích

Ulovte si svou nejlepší rybu.



Personální agentura jinak!





CCT badminton open



CCT badminton open



VIP Networking na motokářách



VIP Networking na motokářách



CCT badminton open



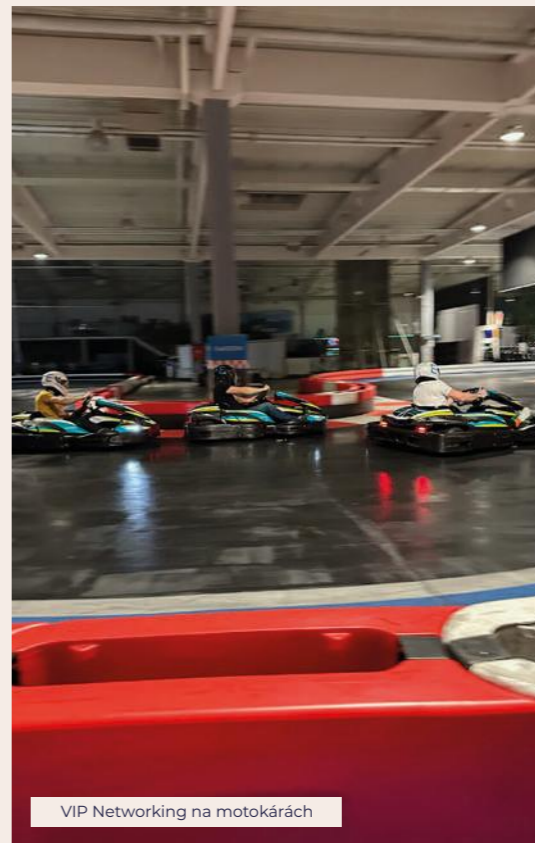
CCT badminton open



CCT badminton open



VIP Networking na motokářách



VIP Networking na motokářách



VIP Networking na motokářách



CCT badminton open



VIP networking na basketbale



VIP Networking na motokářách



VIP Networking na motokářách

Pár jednoduchých kroků vám zajistí lepší IT zabezpečení než má 90 % firem

Firma ICT-GROUP pečuje o IT bezpečnost klientů, kteří se tak mohou plně soustředit na své podnikání. S majitelem Romanem Krutinou jsme se od bezpečnostních kroků, které můžete učinit ještě dnes, posunuli až k diskuzi o státních zakázkách a triatlonu. Pokud vás zajímá také pohled Lenky Krutinové, Romanovy ženy a jednatelky ICT-GROUP, nebo jakou zkušenost má s IT bezpečností Marek Odehnal, doporučujeme přečíst rozhovor do konce.

📷 David Mitáš

Romane, jste odborník na IT bezpečnost. Poradte, co mohou majitelé udělat hned teď, aby posílili bezpečnost svých firem?

Těch doporučení je mnoho, ale dají se shrnout na tři základní rady.

První je zálohování. Všechno se dá opravit, ale když přijdete o data, už nic nevymyslíme. Existuje tzv. pravidlo 3-2-1 neboli tři kopie na dvou různých typech médií, z nichž jedno je mimo firmu. Ideálně, aby jedna ze záloh byla nesmazatelná. Tuto zálohu by prostě nikdo, ani admin, neměl být schopen smazat.

Proč?

U sofistikovanějších útoků jdou hackeři jako první po vašich zálohách. Když je najdou, zašifrují je a mají vyhráno. Bez záloh jste v háji. Takže zálohujte, jednu zálohu mějte mimo firmu nebo v cloudu (tzv. off-site backup) a zajistěte si i nesmazatelnou zálohu. Také si ověřte, že se zálohy dají obnovit. Už teď jste dále než 90 % firem.

Jaká je druhá rada?

Týká se hesel. Je úplně běžné, že lidé mají pouze jedno heslo a používají jej všude. Ale klíč taky nemáte jeden ke všem zámkům - od bytu, chaty, kanceláře, prostě od všech dveří, které odemykáte.

Lidé se často domnívají, že složité heslo vám nikdo neprolomí. Jenže vy nevíte, jak daný systém hesla ukládá. Stačí, aby někde došlo k úniku a automatický script bude vaše heslo zkoušet dokola na všech online službách.

Ale jak si zapamatovat více hesel?

Všichni se smějí papírkům a notýskům, které opravdu nejsou ideální, ale jsou prostě offline! Rozhodně jsou lepší než excelová tabulka uložená na cloudu.

Nejčastější řešení jsou password managery. Jasně, i ty musíte někde uložit. Ať už password manager budete mít na cloudu nebo vašich serverech, bezpečnost výrazně zvýšíte, když budete používat druhý faktor k ověření. Lidé jej nepoužívají, protože je to otravuje. Ale v případě internet bankingu to taky zvládáte. Prostě každé bezpečnostní opatření lehce snižuje uživatelskou přívětivost.

Každopádně používejte druhý faktor, vždy a bez výjimek. Pokud jej však zaměstnancům nastavíte tak, že je to „otravuje“ x-krát denně, logicky na to přestanou dávat pozor. Je to o zavedení rozumného kompromisu.

A poslední rada?

Používejte nejmenší oprávnění v systémech, které vám tak umožňují pohodlnou práci. Když pod admin účtem děláte běžnou práci, máte zbytečně vysoká oprávnění. Jakmile se něco stane, útočník bude mít stejná oprávnění.

Nejčastějším cílem útoků u malých firem jsou jednatelé a majitelé, kteří mají pocit, že by měli mít přístup všude. Ano, určitě tyto přístupy mějte, ale zároveň pod nimi nepracujte, když nemusíte. Pokud jste celý den přihlášen jako admin, je to jako by voják chodil s odjištěným granátem. Pracujte proto pod neprivilegovaným uživatelem a nevystavujte se zbytečnému ohrožení.

Ještě mě napadá čtvrtá bonusová rada: nedělejte výjimky a buďte důslední. Každá výjimka je cesta do pekla.

Děkujeme za obsáhlá doporučení. Jak s IT bezpečností firmám pomáhá vaše společnost ICT-GROUP?

Všichni vědí, že by se měli kyberbezpečností věnovat. I body, které jsem zmínil, nejsou kdovíjaká věda. Jenže firmy se o to většinou nestarají až do doby, než se něco pokazí. Případně rovnou spoléhají, že je někdo zachrání.

My dlouhodobě minimalizujeme rizika, že se vaše firma dostane do problémů. Ať už externí kybernetická rizika nebo ta interní. Kdybych měl definovat, co spolupráce s námi přináší, je to čas a klid věnovat se opravdu vašemu podnikání.

Jak spolupráce s vámi probíhá?

Ve zkratce běžně fungujeme jako managed service provider (MSP) a od klientů přebíráme kompletní zodpovědnost za chod IT. K vysvětlení se nabízí analogie s autem na operativní leasing. Stejně jako u leasingu platíte každý měsíc fixní částku a o nic dalšího se nestaráte. Tedy krom nákladů na to, co sami projedete, což jsou v našem případě náklady na licence.

Tato služba se českým firmám hůře prodává, přijde jim totiž drahá. Pokud zase použijeme analogii s autem, lidé si radši auto koupí, protože když si to rozpočítají do měsíčních nákladů firmy, vyjde jim to levněji. Ale už nepočítají s náklady na servis, podporu, bezpečnost atd.

Jednoduchý ilustrační příklad: máte firmu o 10 lidech, kompletní IT pod-

pora a servis, licence na cloudové služby, zálohování a bezpečnost, při kterém se nebudete muset o nic starat, vás bude stát 1 990,- Kč na uživatele, tedy celkem 19 900,- Kč měsíčně. Jenže hlavně menší firmy za prevenci platit nechtějí. V konečném důsledku je však cena prevence výrazně nižší než následně řešení vzniklých problémů. Často se nám stává, že tuto službu prodáme firmám, které nás buď dlouhodobě znají a vidí pozitivní efekt nebo naopak mají negativní zkušenost s drahým řešením problému.

Ne všichni klienti chtějí MSP služby, proto máme samozřejmě i další běžné formy spolupráce, jako je např. fakturace podle stráveného času. U některých klientů také fungují osobně jako interim CIO.

Jak vypadá váš typický klient?

Máme dvě hlavní skupiny klientů. Tou první jsou české firmy s více než 10 zaměstnanci. Většinou mají pobočku v Praze, ale není to podmínkou, máme klienty po celé republice. Těmto firmám do 100 lidí právě nahrazujeme IT oddělení.

Druhou skupinou jsou zahraniční firmy, často německé nebo americké, které mají v Česku svou pobočku nebo zastoupení a potřebují lokálního IT partnera. Zde mluvíme typicky o 5 až 500 uživatelích, ale také o větších firmách. V takovém případě máme na starost část IT, hlavně tzv. on-site podporu.

Občas spolupracujeme i s vysokými školami, kde třeba děláme enterprise wifi řešení na míru, a také se státní správou. Pro ni jsme oproti velkým společnostem cenově přízniví.





Vaše podnikatelské začátky jsou právě se státní správou spjaty. Přiblížíte nám je?

Ano, jako OSVČ Roman Krutina jsem vyhrál výběrové řízení a poté několik let zajišťoval chod a podporu BlackBerry na ministerstvu. Všichni mi říkali, že výběrko nemůžu vyhrát, že se přihlásí IBM a já nemám šanci. Z této zkušenosti jsem si proto odnesl přesvědčení, že má smysl jít i do věcí, které se mohou zdát nereálné.

U státních zakázek je fajn, že když už ji vyhraje, je mizivá pravděpodobnost, že by vám to nikdo nezaplátil. Naproti tomu v soukromé sféře jsme si nabili už mockrát, což je samozřejmě nepříjemné.

Také jsem se naučil, že se nemusím nikoho a ničeho bát. Když mě po setkáních s ministry někdo poslal

za ředitelem velké firmy, byl jsem možná nervózní, ale věděl jsem, že to je v pohodě. Celkově to byla skvělá zkušenost.

A nějaká negativa?

V prvé řadě v Česku stále platí stigma, že když pracujete pro stát, jste vnímán jako podvodník. Má to prostě svou negativní konotaci, někdy oprávněnou, často však vůbec ne.

Jelikož jsem na zakázce pracoval sám, musel jsem být pořád na telefonu. To byla velmi stresující záležitost.

Jak vaše spolupráce dopadla?

Nakonec můj kontrakt vytendrovali za zlomek původní ceny, za kterou to pro mě nebylo schůdné dělat. Díky

této zkušenosti jsem si uvědomil, že není dobrý nápad mít jednoho klienta.

I pro ICT-GROUP je ideální scénář mít více menších klientů, ať už českých nebo zahraničních, abychom nebyli závislí na pár velkých odběratelích. To je vždy problematické.

V tomto okamžiku se k nám přidává Romanova žena a jednatelka ICT-GROUP Lenka Krutinová.

Lenko, jsou menší klienti i pro vás atraktivnější?

Tím, že s klienty komunikuji hlavně ohledně smluv a nastavení spolupráce, tak určitě. Je rozdíl jednat přímo s majitelem nebo se v nadnárodní firmě prokousávat dlouhým kolečkem a náročným procesem.

Lenko, jak máte rozdělené role?

Já řeším hlavně finanční stránku a chod firmy. Roman má na starosti byznys, který je pro něj jako dělaný. Roman je náročný, ale to, co požaduje po ostatních, požaduje v první řadě po sobě.

Romane, souvisí to s vaší sportovní kariérou?

Určitě, sportuji od mládí. Do zranění v 16 letech jsem dělal moderní pětiboj, takže jsem hodně plaval a běhal. Pak jsem ještě jezdil na horských kolech, ale už nic vrcholového. Nicméně jednou večer v hospodě jsem se vsadil, že dám Ironmana, a následujících 15 let jsem se věnoval triatlону a dokonce pořádal triatlonové závody na Máchově jezeře.

Na neúspěch jsem proto zvyklý a vím, že je součástí hry. Když něčemu věřím, nenechám si to vymluvit.

Na závěr našeho rozhovoru stojí za to zmínit zkušenost Marka Odehnala. Nedávno jsem s ním mluvil a zmínil svou několik let starou zkušenost, kdy mu únavou materiálu odešel hard disk s důležitými daty. Jenže disk neměl zálohovaný a musel tak vynaložit velké úsilí a náklady, aby aspoň část dat zachránil. Od této negativní zkušenosti dle svých slov poctivě zálohuje a dokonce aplikuje dvoufázové ověření.

To jsem nevěděl, děkuji za zprostředkování a panu Odehnalovi za sdílení své zkušenosti. Všem členům CCT firemní komunity nabí-

zím 30 minutovou konzultaci zdarma, během které můžeme probrat konkrétní problémy a řešení, jak vaše podnikání ochránit před kybernetickým nebezpečím.

Také jsme pro čtenáře připravili bonus - knihu Základy cybersecurity, která vás provede základy IT bezpečnosti od A do Z. Stačí načíst QR kód u tohoto článku.

Romane, díky za rozhovor i za skvělé materiály!



Základy Cybersecurity pro majitele a manažery



Inspirujte se, prosím!

Největší networkingová akce, kterou Czech Cool Trade pořádá. Jde o setkání plné byznysové inspirace a networkingu. Martin Kovalský, jednatel společnosti CCT, vede rozhovory s inspirativními osobnostmi. Jeho pozvání přijali například Zdeněk Pohreich, Václav Brabec nebo Zlata Holušová.

Děkujeme
partnerům akce:





Colours of Ostrava zažily svůj první CCT networking a Inspirujte se, prosím! Martina Kovalského

Colours of Ostrava letos oslavily krásných 20 let. Fórum Meltingpot se jako součást festivalu konalo pošesté. A vůbec poprvé byl součástí obou akcí také networking. Martin Kovalský nejprve během Inspirujte se, prosím! vyzpovídal tři vzácné hosty a poté v rámci networkingu nechal kolovat mikrofon. Zaplněný sál Livingstone Stage tak zažil večer plný inspirace.



Osobnost české charity a moravskoslezské kultury

Prvním z Martinových hostů byl náměstek hejtmana Moravskoslezského kraje pro kulturu Lukáš Curylo. Téma, kterým pánové otevřeli večer, bylo možná nečekaně Charita Česká republika. Lukáš Curylo je dlouholetým ředitelem této organizace, jež zaměstnává téměř 10 000 lidí a mnohonásobně většímu počtu pomáhá. Projekty Charity zahrnují pomoc nenarozeným dětem, matkám v tísní, paliativní péči nebo dlouhodobé sociální projekty na Ukrajině.

Následně se debata stočila ke krajským investicím a kulturním úspěchům. Lukáš Curylo zmínil skvělé výsledky muzeí v Kopřivnici a Českém Těšíně v národní soutěži Gloria musaealis nebo raketový vzestup festivalů Colours of Ostrava a Beats for Love, které se zařadily mezi evropskou špičku.

Jedním z aktuálně nejzajímavějších projektů je tzv. Černá kostka neboli

Centrum digitalizace, vědy a inovací. Otevření tohoto kulturního hubu je očekáváno v roce 2027 a kraj si slibuje, že se stane rodištěm mnoha dalších inovativních a prospěšných nápadů. Jak sám Lukáš Curylo říká, Moravskoslezský kraj je plný kulturně-kreativních lidí a co se týče kulturních projektů, drží si v republice unikátní pozici.

Fascinující projekty společenské odpovědnosti

Následující půl hodina se nesla ve znamení společenské odpovědnosti a sociálních služeb. Nejprve do křesla pro hosty usedl ředitel neziskové organizace Spolek PORTAVITA David Starzyczný. Spolek PORTAVITA funguje díky aktivitám společnosti Heimstaden, která uvolňuje více než 1 000 bytů ve svém vlastnictví pro potřeby cílových skupin - matek samoživitelů, lidí bez domova, seniorů, mnohočlenným rodinám a dalším. Spolek PORTAVITA tyto byty nejen spravuje, ale klientům zároveň pomáhá ve všech fázích projektu - od

vstupu do projektu, přes zabydlení až po potravinovou pomoc a asistenci při žádostech o příspěvky na bydlení. O vysoké kvalitě práce Davida Starzyczného a jeho kolegů mluví fakt, že 90 % klientů se v projektu udrží a mohou přejít do klasického nájemního vztahu.

A protože rozhovor probíhal během multioborového fóra Meltingpot, David také zmínil, jak mu v práci i v životě prospívá dlouhodobá meditační praxe, která ho propojí se svým nitrem. Tou nejlepší meditací a psychohygienou pro něj však jsou hodiny olejomalby, kam již 12 let dochází s dcerou.

Dalším hostem byl Otakar Veselý. Bývalý programátor CNC strojů se i díky zkušenostem z mládí vědomě rozhodl studovat sociální pedagogiku se zaměřením na adiktologii. Jako koordinátor projektu Hard & Smart se specializuje na terénní práci na nočních hudebních akcích, které jsou násobně rizikovějším prostředím pro styk s omamnými látkami. Mluvil také

o projektu Respektuj 18, který v rámci společenské odpovědnosti založil Plzeňský prazdroj a Otakar v něm funguje jako odborný poradce.

V dnešní společnosti se mladiství kontaktu s drogami nevyhnou, proto zdůraznil důležitost nastavení správných vzorců v rodině. Je zásadní co nejvíce oddálit první zkušenost, a to jak ze zdravotního hlediska, tak právě kvůli vzorcům chování, které si mladiství k tak silnému fenoménu jako je intoxikace vyvinou. To platí v případě všech omamných látek včetně alkoholu.

Za aktuální problém Otakar označil syntetické látky, které k nám nejčastěji přicházejí z Číny nebo Polska. Na trh vstoupí jako sběratelský předmět, který není určen k užívání, a než se stihnou zakázat, výrobci na bázi podobného vzorce vyvinou několik dalších variant. Prostředí omamných látek je třeba regulovat a zamezit tak černému trhu. Na závěr se Otakar podělil o svůj názor, že pro pozitivní vývoj v této problematice

je zásadní změna společenského nastavení a vzdělávání. A ta se neobejde bez toho, že budou vzdělávání a odbornost postaveny na vyšší společenské úrovni než jsou dnes.

Networking plný příběhů a inspirace

Po třech inspirativních hostech následoval networking. Kdokoliv chtěl, mohl se přihlásit a podělit se o své zkušenosti nebo životní motto. Martin Kovalský uvedl tuto část svým přesvědčením, že pokud svým cílům opravdu plně věříme, prostě na ně dosáhneme. On sám je toho příkladem.

Během následující půl hodiny zaznělo nespočet životních mouder. Motto Lenky, která s projektem My Trees sází stromy v Kolumbii, je, že všechno se děje v ten správný čas. Mladá maminka z Frýdku-Místku, která u svého dítěte vnímá, jak nasává každé její slovo, nasdílela své nastavení být vzorem a inspirací, pro děti i ostatní. Promluvil také kardiolog

Tomáš, který byl u tisíců pacientů, a uvedl nás do fenoménu naučené bezmocnosti, kdy si s sebou zbytečně dlouhodobě neseme bolesti, které se projevují na našem srdci. Dle něj můžeme všichni být zdraví a šťastní.

Networkingová část se svou inspirací směle rovnala fascinujícím příběhům všech tří hostů. Sál Livingstone Stage v útrobách krásného Gongu se dokonce několikrát otřásl smíchy. Při představování krajů, odkud návštěvníci přijeli, totiž vyvstala přátelská rivalita o nejvíce zastoupené město. Inspirujte se, prosím! a následný networking na Colours of Ostrava a fóru Meltingpot byly bezpochyby jedinečným zážitkem pro všechny zúčastněné.

**Inspirujte se,
prosím!**

Marek Konečný:

Musel jsem se naučit, že neúspěch je přirozenou součástí podnikání

Po pěti letech od prvního Inspirujte se, prosím! se na pódium v ostravském Garage Clubu znovu postavil Marek Konečný. Majitel úspěšné společnosti SeePOINT o sobě sám s oblibou říká, že je extrovert a party boy. Jeho vtipy prokládané vystoupení a bavící se sál to rozhodně dokazují. Marek je však také tvůrcem projektu Na Fráni Šrámka 5, unikátního místa, které je domovem několika desítek umělců.



YouTube video

Byl jsem vlastně prvním hostem Inspirujte se, prosím! a moc si vážím toho, že tady dnes po pěti letech stojím znovu. Rád bych se s vámi podělil o svůj životní příběh a promluvil o srdcovém projektu. Jsem jedináček z rozvedené rodiny, ale mám výborný vztah s otcem, matkou a vlastně s celou rodinou. Můj nevlastní bratr se nedávno po 40 letech přestěhoval z Frýdku-Místku do Ostravy Poruby a najednou žije vedle mě. Rodičům vděčím za mnohé - matka na mě byla velice přísná, otec má IQ 148 a byl vytrvalý. Často si připadám, že jsem po nich vůbec nic nesdělal, ale určitě mě jejich vlastnosti ovlivnily.

Také mě ovlivnily a v životě mi pomohly dva velké koníčky. Jsem skaut a šest let jsem závodil v karate. Kdybych o sobě měl říct nějaká negativa, tak nesnáším, když lidé používají zdrobněliny jmen. Reaguji na všechny mutace svého jména, jen to nesmí být Mareček. Zároveň jsem trochu egoista, my chlapi to tak někdy máme, takže můj syn se jmenuje stejně jako já. Má spolužáka Marka a bůh mi to seslal tak, že tomu druhému ve třídě říkají Marku a mému synovi Marečku. To musím zkousnout, ale naštěstí vím, že se to jednou zlomí. Ještě bych dodal, že jsem extrovert a party boy. Možná i proto, že jsem vyrůstal sám, mě baví být mezi lidmi.

V byznysu pak mám dvě pravidla: Když si půjčuji peníze, tak je vrátím vždy týden dopředu. Zadruhé peníze nikdy nejsou problém, záleží, na co jsou určeny. A tím bych chtěl plynule přejít k mému „podnikatelskému dítěti“ - projektu Na Fráni Šrámka 5, což je budova v Ostravě Mariánských Horách.

Ve této budově jsme dříve měli sklady firmy SeePOINT, kde jsem majitelem. Jsme firma, která buduje, pronajímá a provozuje vlastní síť reklamních zařízení. Jsme taková realitka na re-

klamní plochy. Máme jich v Moravskoslezském kraji přes tisíc a pronajímáme je. Mým vzorem je Tomáš Baťa, obdivuji jeho budovatelské vize. Jsem rád, když jdou za mnou vidět hmotné výsledky, a naopak nemám moc rád, když se o věcech jen mluví.

V roce 2019 pro nás bylo pořízení zmíněné nemovitosti velkou příležitostí. Pak jsme ale zjistili, že to je studna na peníze. Můžete do ní nacpat bambilion a kdybyste mi řekli, že mi půjčíte deset milionů na deset let, utopím je tam zítra. Ale Na Fráni Šrámka 5 je projekt s přesahem. Když se k nám budova dostala, nejprve jsme udělali kosmetické úpravy. Natřeli jsme ji, ať vypadá k světu, a postarali se o základní opravy, třeba aby do ní neteklo.

Dnes máme 35 nájemníků, vesměs umělců, pak lehký průmysl a naše firemní kanceláře. Budova má půdorys necelé 3000 m², takže to je relativně velký objekt a vše se v něm prodrazí. Proto tomu říkáme studna. Ale my ji nekupovali jako investici, ani jako developerský projekt, ale právě jako příležitost.

Celé první patro je o umělcích a tzv. uměleckém inkubátoru. Z těch 35 nájemníků je asi 30 umělců – jsou to sochaři, malíři, grafici, fotografové. Také se u nás vyrábí šperky, boty a parfémy. Aby vše fungovalo, máme jasně nastavená pravidla, ale zároveň máme plnou budovu umělců. Asi chápete, že se to často neshoduje. V současnosti připravujeme Muzejní noc s komentovanou prohlídkou ateliérů, tou budu provázet já. Jednou za rok pak máme den otevřených ateliérů v rámci akce Open Studios, která proběhla zrovna nedávno.

Budova jako taková se za poslední tři roky hodně změnila. Vytvořili jsme třeba komunitní prostor pro setkávání nebo různá umělecká performance. Schůze s nájemníky probíhají

na hlavní ploše, které říkáme paluba a vnímáme ji jako veřejný prostor. Viděli jste film Vlastníci? Přesně takto vypadají naše schůze.

Na Fráni Šrámka 5 má svůj genius loci, dokonce vypadá podobně jak Alcatraz. Když jsem budovu uviděl, okamžitě jsem si říkal, že by bylo fajn, kdyby byla moje. A mi se sny plní. Bohužel ne vždy domyslím, co vše to pro mě znamená, v tomto případě třeba zdánlivě nekonečnou studnu. V budoucnosti určitě chceme přistavit patro, kde by měly být lofy pro nájemníky. A pokud bůh dá, v přední části budovy by mohla být originální kavárna ve starém voze od tramvaje.

Podtext mého povídání je, že se nám v životě moc nedařilo. Až v posledním půlroce jsem přišel na to, že v podnikání je to úplně běžné. Vzhledem k tomu, jaké na mě měla matka nároky, tak jsem nikdy nechtěl prohrávat. Neumím to a štvě mě to. Naučil jsem s tím však žít, možná jsem dospěl, a beru to jako přirozenou součást podnikání.

Většina věcí v podnikání mi zabere dva roky. Cokoliv vymyslíme, tak od okamžiku, kdy si odklepeme start, trvá dva roky než poznáme, jestli to bude fungovat. A zrovna stojím před rozhodnutím. Prvního července předáváme klíče novému nájemci, který má v přízemí začít provozovat

klub o 250 m² pro setkávání umělců. To je varianta A, která podporuje místní komunitu. Pak je tu ale varianta B, a to vybudovat tam koleje, jelikož máme hned vedle Ostravskou univerzitu. Pro nás by nebyl žádný problém obsadit spodní patro šesti kójiemi pro studenty, naopak je to jistý a okamžitý byznys.

Varianta B je sice rozumnější, ale běčkem se přece nikdy nezačíná! Proto u mě vyhrává varianta A.



Sofistance

by advertia digital

Never stop learning!



Webová analytika

Budování komunit

Blockchain

Digitalizace

Design

Sociální sítě

Osobní Branding



Sofistance je nezisková edukační platforma pro všechny, kteří chtějí být aktivní součástí budoucnosti.

Registrujte se zdarma! www.sofistance.com

Inspirujte se,
prosím!

Jaromír Krišica:

Dělejte svou práci dobře a úspěch se dostaví

Prvním hostem květnového Inspirujte se, prosím! byl Jaromír Krišica, osobnost českého PR a odborník na krizovou komunikaci. S přítomnými se podělil o své zkušenosti a inspirující cestu, která ho dovedla na vrchol ve svém oboru.



YouTube video

Jaromíre, z mého pohledu si ve své oblasti dosáhl mistrovství a patříš mezi nejúspěšnější lidi v oboru public relations v republice. Co obnáší práce PR agentury?

V první řadě díky za hezká slova. Svou práci dělám necelých 30 let a myslím si, že je třeba nezapomínat na to, co už člověk dokázal. Aby pozitivní vždy převážila nad negativy a nesklouzli jsme někam, kde nechceme být.

Co se týče PR, vybaví se mi indiánské přísloví, které známe z podání Vinnetou. Říkal, „Slovo je jako vystřelený šíp, do toulce už ho nevrátíš.“ Slovo, ať už psané nebo mluvené, je skutečně mocná zbraň.

Naše firma Crest Communications existuje 26 let. Já vedu moravskou část v Ostravě, jsme také v Praze a máme pobočku i v Bratislavě. Primárně oslovujeme cílové skupiny našich klientů a snažíme se do médií prosadit, co se jim líbí. Ať už se to týká výrobků, zboží nebo služeb. Někdy mám také pocit, že se chováme jako právníci našich klientů. To, co se může a má dostat ven, tak komunikujeme, a to, co se ven dostat nemá, hájíme.

Já dělím ředitele firem na dvě skupiny. Na ty, které už ráno u vstupu do firmy čekal přenosový vůz České televize, a na ty, které to teprve čeká. U všech větších nebo významných firem je ta pravděpodobnost vysoká.

Je to nepříjemná situace a naše úloha je být připraveni, až nastane. Špatně uchopená krizová komunikace může firmu vážně poškodit a naopak, když té příležitosti využijete, firma dokáže odejít se ctí a často v lepším stavu.

Můžeš nám říct nějakou zajímavou případovou studii?

Ne! Rázně ne říkám s nadsázkou, ale my naprosto ctíme a respektujeme

naše klienty. Proto si nedovolím nic prozradit. Klientů byla za tu dobu spousta. Byli jsme třeba u návratu značky Kofola na český a slovenský trh, to byla nesmírně zajímavá aktivita. Dělali jsme 15 let pro Vítkovice Steel. Jsme nejstarší PR agentura Plzeňského Prazdroje, protože už 21 let děláme pro značku Radegast. A tak dále.

Rozumím, že PR je budování a komunikace značky, ale právě krizovou komunikaci vnímám jako vrchol. Je to tak?

Ano, ale zároveň je to něco, co děláme nejméně. Jsme na to připraveni, máme krizový manuál, ale stejně vás to vždy překvapí. Náš den začíná monitoringem médií, kdy kolegyně, která má přístup do databáze, zjistí, co se o našich klientech píše. Každé ráno opravdu sledujeme, jestli se něco nevyvíjelo.

Žasli byste, jak časté mohou být záměry dané značce uškodit. Ono se často něco vyskytne, protože to někdo chce. A nemusí to být jen konkurence, může to být spotřebitel, který chce od výrobce získat výhody. Samozřejmě vše řešíme mnohem dříve, než se to dostane do televize.

Takže jako advokáti obhajujete i neobhajitelné?

To je dobrá otázka. Já za svůj život pochopil jednu věc. Můžete spolupracovat jen s lidmi, kteří mají podobný hodnotový žebříček jako vy. Smysl tak má zastupovat firmy, které mají blízko k vašim názorům na svět. Naprostá většina našich klientů jsou proto dlouhodobé spolupráce. Nedávno jsme dokonce počítali, že průměrná délka spolupráce je asi šest let.

Den člověka v PR začíná monitoringem tisku, ale jak pokračuje? Co nejčastěji řešíte?

Jsou to media relations neboli vztahy s médií. My víme, jaká témata se v médiích řeší a snažíme se do nich aplikovat témata našich klientů. Někdy mi přijde, že jsme prodloužená ruka novinářů. Zprostředkováváme, aby se věci, které se zrovna dějí u klientů, dostaly ven.

Těch komunikačních kanálů a možností jak informace dostat k lidem je velké množství. Svou práci dělám necelých 30 let a stále se učím. Je to dáno i novými technologiemi, které přenechávám mladším kolegům, protože to je jejich doména. Na sociální média mám svůj názor.

Jaký?

Představte si klasické noviny - články mají nějakou délku a vy ke všem informacím a ke svému názoru musíte dospět přes dvě, tři strany. Naopak zprávy na sociálních médiích jsou velmi krátké. Někdo vám vlastně předpřipraví, co si máte myslet. Sociální média jsou tak návyková a příjemná.

Jak říkal Tomáš Baťa, komunikovat se musí jednoduše a tak, aby to bylo pochopitelné selským rozumem. Když děláme mediální trénink, ptáme se klientů na základní otázku. K čemu slouží média? Přeci k vydělávání peněz. Jsou to ekonomické subjekty, které jen dělají svou práci. Média jsou vlastně taková, jaká je lidé chtějí mít.

Co tě na PR nejvíce baví, že jsi u něj vydržel tak dlouho?

Mám radost z lidí, kteří něco umí a něco dokázali, protože vím, že to není zadarmo. A za tu dobu, co jsem v PR, jsem poznal spoustu skvělých

lidí. Nejhezčí je, že od každého klienta musíte převzít kus jeho filosofie a seznámit se s jeho branží.

Jsem rád, když se něco děje a projektům se daří. V té souvislosti mě napadá, že se už dvanáct let podílíme na komunikaci Dnů NATO v Ostravě. Projekty z našeho kraje mi dělají obzvláště radost.

Jak ses k PR vůbec dostal?

Původně jsem chtěl jít na leteckou školu, tatínek ale nebyl ve straně. Protože jsem rád vařil, vyučil jsem se místo toho kuchařem. Na vojně jsem nakonec nabídku na leteckou školu dostal, ne však na pilota, ale na řízení letového provozu. Na armádním řízení letového provozu jsem tak pracoval deset let.

Když jsem skončil, potkal jsem náhodou člověka, který se pohyboval okolo médií. Investoři z Francie zrovna koupili podíly v tehdejší ostravské Nové Svobodě a brněnské Rovnosti a nabírali lidi. Nesmírně se nám věnovali a díky nim jsem si udělal i nástavby, třeba na marketing. Když to prodali Němcům, šel jsem vlastní cestou.

Chtěl jsem být v Ostravě a naštěstí se mi podařilo najít partnera v největší české PR agentuře AMI Communications. Stal jsem se ředitelem pro Moravu a po rozdělení firmy vzniklo Crest Communications.

Jaromíre, každý z nás má kolem sebe lidi, kteří nás hodně ovlivnili a tvarovali. Můžeš nám povědět o takových lidech v tvém životě?

Jsem přesvědčen, že člověk sám neznamená nic. Život je o rodině, přátelích, lidech, kteří vás obklopují. Má maminka je takový stmelující prvek. Vždy byla nesmírně energická,

nesmírně laskavá a jsem jí za mnohé vděčný.

Taky můj dědeček z otcovy strany, ten mě naučil mnoho pravidel do života. Třeba jedno nekorektní pravidlo, které platí i v komunikaci. „Jestli něco vypadá jako lejno a jestli to tak i smrdí, je to lejno!“ To známe z politiky, kdy se nám lidé snaží vnutit, že něco vypadá jinak, než to ve skutečnosti je.

Taky si od něj pamatuji, že „jestli chci ušetřit milion korun, musím jej nejprve vydělat.“ Spoustu věcí jsem pochopil až později v životě, třeba heslo „Chceš-li mít správnou ženu, buď správný muž.“

Vím, že ses podílel na kampani Petra Pavla. Můžeš nám o tom říci více?

Pana generála jsem několikrát potkal už během Dnů NATO. Naše firma pro politiky zásadně nedělá, ale on si mě okamžitě získal svou lidskostí a srdečností. Když jsem se dozvěděl o jeho kandidatuře, nabídl jsem svou osobní pomoc.

Sešel se kolem něj tým plný úžasných mladých lidí a bylo to nesmírně příjemné. Musím říct, že když ve volebním studiu čekáte na výsledky a ono to nakonec dopadne dobře, je to skvělý pocit. Řeknete si, že to stálo za to.

Jedna zajímavost o panu prezidentovi hovoří za vše. Už když jsem jej potkával na různých akcích, všiml jsem si jeho bodyguardů. Když jsem se s těmi kluky bavil, říkali mi, že s ním byli už v Bruselu a že se rozhodli jej během kampaně chránit zdarma po své vlastní práci. On se k nim totiž vždy choval jako starší bratr, zajímal se o ně a mají tak k němu obrovský respekt.



Jak dobíjíš energii, abys všechno stíhal? Vím, že hraješ na bicí, předpokládám tedy že hudbou?

Ano, hudbou. Už na základce jsme měli skupinu New Generation. Dovedete si představit, jak to působilo mít v 70. letech kapelu s anglickým názvem. Navíc jsem hrál na bicí, proto jsem se doma nesetkal s nadšením. V dospělosti jsem si občas někde zahrál, ale až po mnoha letech za mnou přišel tehdejší ředitel ocelárny ve Vítkovicích. Ta se zrovna zavírala a on si s kamarády u té příležitosti chtěl zahrát na doprovodné akci. Neměli ale bubeníka. Tak jsme se zavřeli do protiatomového krytu pod ocelárnou, kde jsme dva měsíce zkoušeli, a pak zahráli na koncertě, který se příhodně jmenoval Poprvé a naposledy. Ale líbilo se to nám i ostatním, proto hrajeme dodnes.

Co hrajete za styl?

Hlavně rock. Jsme vytížení, takže jsme rádi, když se potkáme jednou za týden a na dvě hodiny si zahrájeme. Skvělé je, že vás to úplně odváne od vaší práce. Zároveň vás to posouvá, protože na bicí se musíte stále učit.

Zahráli jsme si třeba na Landeku na Štěrkovna Open Music nebo v Gongu se skupinou The Tap Tap z Jedličkova ústavu. To je úžasná banda lidí plných optimismu. Hráli jsme spolu jednu skladbu, 25 lidí na pódiu a já jsem za těmi bicími měl udělat první úder. Ohromný zážitek, na který nezapomenu.

Ještě nějaká záliba, která stojí za zmínku?

Moje Vespa, z té je úplně jiný pohled na svět. Přivedl mě k ní jeden z mých nejlepších kamarádů a byl to výborný nápad. Navíc mám na helmě

i mikrofon a nejde poznat, že volám z motorky. Takže přiznávám, že někdy k večeru vyjedu za Ostravu a klidně řeším i pracovní věci.

Na závěr by mě zajímalo, jestli máš nějaké životní moudro?

Nic se nemá přehánět. I podnikání ke mně prostě přišlo. Neměl jsem žádnou velkou vizi, jak se stanu podnikatelem. Kdysi mi někdo dal knihu Napoleona Hilla Myšlením k bohatství, která je skoro biblí pro podnikatele. On v ní pořad píše o plánování a podobně, ale mě zaujala až část, ve které říká, že když budete práci dělat dobře, úspěch se dostaví.

Myslím, že je fajn, když člověk za vším nevidí jen peníze a dělá to, co jej baví. Mít kolem sebe příjemné lidi, o tom to v životě je.

Moc díky za krásný rozhovor.

Inspirujte se,
prosím!

Ivana Zelinová:

Od velkých novinářských kauz k dětem

Když se řekne inspirativní osobnost, nemusí Ivana Zelinová chodit pro jméno daleko. Vybaví si svého otce Viléma Žáka. Byl to právě on, kdo ji přivedl k původní profesní dráze novinářky. Ač jeho rada zněla, že to není práce pro ženské, nabídl jí první brigády v novinách. A nebyla by to Ivana, aby se během nich nedostala k zajímavým věcem!



YouTube video

Ivano, jak začalo tvé nadšení pro novinářinu?

Jednoduše: Hned během brigády jsem si mohla zkusit psát rozhovory s rockovými kapelami. A právě nadšení mých čtenářů mi pomohlo si uvědomit, že mě psaní baví a motivuje. Na studium češtiny a dějepisu, po kterém jsem tehdy toužila, mě však bohužel nevzali. Vybrali dvacet studentů, z toho osmnáct kluků. Dostala jsem se však na Vysokou školu báňskou. Věděla jsem, že bych nemohla dělat práci, která by mě nebavila. Ze školy jsem proto tajně odešla a přihlásila se do Ostravského večerníku. Táta byl strašně zklamaný a současně pyšný, že jdu v jeho šlépějích. Redaktorkou jsem se stala rok před revolucí.

Žurnalistice ses pak věnovala mnoho let. Společenské dění tehdy utvářel politický převrat a ve všech směrech to bylo divoké...

Ten rok před revolucí mě v redakci nutili, abych vstoupila do komunistické strany. Byla to vlastně podmínka, abych mohla dále pracovat. Já jsem se tomu bránila. Vymlouvala se, nechodila jsem na schůze. Pak přišla revoluce. Mnoho lidí pouze převléklo kabát. A všichni ti, kdo na mě tak tlačili, abych vstoupila do komunistické strany, mě teď nutili vstoupit do Občanského fóra. To jsem zase odmítala a za to jsem vylétěla. Tak jsem spoluzaložila první inzertní noviny na Ostravsku. Jsou dnes známé jako Avízo. Tehdy vznikl také první bulvární deník, Dar, a my, tehdejší redaktori, jsme se stali vůbec prvními českými bulvárními novináři. Právě zde začala celá má kariéra. Po revoluci se najednou nabízela spousta témat. Zahrála jsem si na prostitutku, na kuplířku, prodavače drog spolu s ostatními redaktory, kteří mi byli za ochranku. Dokud jsem neměla děti, šla jsem bez obav za vším. Mými kamarády se

stali policisté, státní zástupci, soudci. Zkrátka komu jste byli sympatičtí, s tím jste chodili na pivo. Zaručené informace, které jsou pro novináře nezbytné, se tam pouštěly v plné důvěře. Když mi ale vyšetřovatel řekl, to nechci aby vyšlo, protože to naruší vyšetřování, tak jsem nikdy nezklamala. Nikdy jsem ty mantinely nepřekročila. Byla jsem velmi dobrá novinářka a jsem na to pyšná. Svými články jsem plnila titulní strany.

Máš za sebou medializaci i velkých kriminálních případů. Do rukou se mi dostala tvá kniha Skutečné zločiny na Ostravsku. Měl jsem strach ji otevřít, ale je napsána záživně. Řekni nám o ní více...

Napsala jsem ji v době, kdy jsem ještě neměla děti. Na toto téma jsem se vrhla ještě s dalšími novináři - musím jmenovat zejména Františka Dýmala. Už není mezi námi, ale byl to jeden z nejlepších televizních reportérů. Dostávali jsme se tehdy k velmi zajímavým kauzám. A právě ty začaly ovlivňovat i můj soukromý život, protože jsem se musela dostávat dál a dál a rozplétat je. Začala jsem dostávat výhrušné telefony, ale tehdy jsem je nebrala až tak vážně. Pak jsem se stala maminkou svých dvou dětí a zůstala sedm let na mateřské, protože jsem měla děti krátce po sobě. Ještě předtím jsem spoluzaložila noviny Blesk. A během těch let se rozjel v Česku internet. Vrátila jsem se do úplného bláznovství. Najednou vzniklo cosi jako novinářská konkurence. Pracovali jsme na nějaké kauze a najednou mi volali - Hele, v Právu vyšlo tohle, tvůj článek už nechceme. Chceme něco víc. Takže jsem pořád psala do šuplíku. Nebo: Na Idnes zveřejnili fotku té mrtvé holčičky, proč to nemáš? Bylo to hrozně těžké, složité. Musela jsem přinášet ještě víc. Bylo to náročné na psychiku. Doma dvě malinké děti, které chodily do školky. Práce, kterou jsem opravdu

milovala, mi začala dělat problémy. Usínala jsem s noční můrou, co nabídnout, abych přitom nemusela dělat takové věci. Ráno jsem vstávala, žaludek obrácený naruby. Nebylo mi to příjemné i kvůli rodině. Změnily se mi hodnoty. Vemte si: Blesk vycházel denně. Byla jsem třeba s dětmi v divadle a s sebou jsem měla počítač. Když mi zavolali, musela jsem z představení utéct a psát. Vzpomínky na tuto dobu jsou pro mě opravdu hodně těžké. Poslední kapkou byl proces s Kramným. Musela jsem denně stopovat na jeho hrobě. Nezvládala jsem to psychicky. Takže děkuji tatínkovi, který ten hrob hlídal místo mě a zaznamenal, kdo tam přišel a kdy tam přišel. My jsme opravdu dělali tyto věci. Měla jsem informací víc než policie. Jednou se u mých rodičů objevil jeden můj známý a řekl, že se chystá únos mých dětí. Bylo to vážné. Kontaktovali jsme státní zastupitelství, přijeli i kriminalisté. Tehdy se v jedné cele potkali lidé, o kterých jsem psala, ještě než jsem měla děti, a končily jim velké tresty. Nevím, jestli to byla pravda, nebo hec, každopádně jsem musela na týden odjet. A opět mi pomohl táta. Zmizeli jsme do Tater. Nesměla jsem to říct ani v redakci. V životě jsem nezažila větší strach. V práci jsem neměla žádnou podporu. Byla jsem tehdy jediná fungující redaktorka na severní Moravě. Nejbližší kolega byl na Bruntálsku a měl zrovna malinké dítě. A najednou jsem zmizela. Měsíc na to jsem si poranila koleno a podstoupila náročnou operaci. Vyžádala jsem si tříměsíční absenci, na což nebyli v redakci připravení. V té chvíli všechna ta vašeň pro novinářku, která ve mně byla, zmizela a já jsem věděla, že až se probudím po té operaci, tak už se tam v životě nevrátím.

Je pro mě s obdivem, jak jsi tento tlak zvládla. Druhá část tvé profesní dráhy je mnohem veselejší. Týká se právě dětí a Školičky na farmě. To je velký skok...

Jsem hodně aktivní člověk. Během rodičovské dovolené jsem se spřátelila se spoustou maminek. Na zahradě začala pořádat různé narozeninové oslavy, hledání pokladu, stezky odvahy s dětmi na hřbitov kousek od nás. A to mě začalo naplňovat. Po návratu do práce jsem na to najednou neměla čas. Když mé děti jely poprvé na tábor, zažila tam dcera nepříjemnou zkušenost. Krátce předtím se stala mistryní v tanci. Na tom táboře však přestala chodit, tak jí dali sádro. Přitom Adélce se to občas stávalo, když měla přetaženou nohu. U tanečnicků je to běžné. Chce to rozchodit, rozmasírovat. Na táboře o tom nechtěli slyšet, řekli, ať si pro ni přijedu. Dcerka tam byla i s tehdy pětiletým synem. Prosila mě, abych ji tam nechala, že si našla spoustu kamarádů. Majitelka tábora tehdy svolila pod podmínkou, že dcera bude na pokoji. Na druhý den mi Adélka volala, že ji tam zamykají, že nemůže ani do herny, která byla hned vedle, aby třeba počítala dětem body nebo rozdávala bonbony. To ve mně vyvolalo tak špatné emoce, že jsem si řekla: Já jim ukážu, jak se má dělat tábor. Jela jsem hned na Bečvu do Hotelu Cherry a složila jsem tam zálohu, svoje jediné peníze. A tak to vlastně začalo. Byla to mravenčí práce. Vlastně jsem si na učitelku hrála, milovala jsem být s dětmi. Nosila jsem letáky do škol po celé severní Moravě. Krátce na to se to rozjelo tak, že jsem neměla žádnou dovolenou, protože jsme dělali i zimní lyžařské tábory. V té době jsem byla ještě zaměstnaná jako novinářka. Věděla jsem, že dělám práci, která mě už nebaví, a viděla jsem, že o tábory je zájem. Nebyly to tehdy jisté peníze a měla jsem malé děti. Potom ale

přišel proces s Kramným, moje operace kolena a tam se to prostě utlo. A zrovna v tu dobu se našla možnost v rámci Evropské unie zřídit to, co se rodilo v mé duši. Dostala jsem možnost vytvořit dětskou skupinu. Obrátila jsem se na CCT s tím, že bych chtěla pomoci s dotací na podporu našich táborů.

Na to setkání u kávy si pamatuji dodnes. Jasně jsi věděla, co chceš.

Ano. U mého nápadu na dětskou skupinu ale nebylo jisté, jestli na ni bude vyhlášena nějaká dotace, nebo ne. A najednou jsi mi (pozn. red.: Martin Kovalský) zavola, že vyhlášena bude. Byla jsem úplně šťastná. Měla jsem jen obavy, jestli to klapne. Připravili jsme však společně projekt a nakonec to vyšlo skvěle.

V čem je Školička na farmě unikátní?

Nyní už pátým rokem jsme jediné školské zařízení, které má v městských podmínkách farmu. Během ozdravných pobytů na Bečvě jsem totiž pochopila, jak dětem chybí kontakt s přírodou. S tím, co je skutečné. Jak se mění čtyři roční období. Vidím, že dnešní děti neumí rozeznat realitu od virtuálního světa. Došlo mi, že je nezbytné s nimi pracovat od malička. Doma jsme taky měli zvěřinec a díky dětem se ještě rozrostl. Moje děti tehdy vymyslely půldenní výlety k nám na zahradu. Všichni učitelé z Bohumína mi pak říkali, že to byl ten nejlepší výlet, jaký zažili. Děti u nás ve školičce mají přímý kontakt se zvířátky. Také od malička pěstují ovoce a zeleninu nebo bylinky. Chodí si záhony okopávat, zalévat a jejich vztah k přírodě je potom úplně jiný. Kromě hospodářských zvířat tu máme i exotická zvířata. To je podle mě rovněž důležité, aby děti věděly, že



rozdílná zvířátka mají různé potřeby. I naši dvouletí caparti jsou hodně zodpovědní. Mají svou svačinku a chápou, že zvířata taky potřebují vodu a nakrmit. Jejich rodiče nic nevyhazují, vše spolu s dětmi suší na krmivo.

Vaše organizace Tábory v Beskydech pořádá zážitkové tábory i pro seniory. Jak vznikl tento nápad?

To, co jsem s dětmi prožívala, jsem chtěla předat i jiným maminkám,

tatínkům, babičkám a dědečkům. Tak jsme udělali rodinné tábory. A když jsem viděla na seniorech, jak se dostávají se svými vnoučaty do mladých let, jak se dokáží odvázat a radovat, řekla jsem si, že je to krásná myšlenka – pořádat tábory pro seniory. A z toho mám asi největší radost. Že během nich zapomínají na všechny své trable. Jezdí s námi seniory od šedesáti let a zatím nejstarší měl 98 roků. Přijedou s berlemi a ty jim tam potom leží stranou. Chtěla bych tyto tábory rozšířit dál, a tak letos bude první tábor na Oravici na Slovensku s termály.

V životě tě potkalo hodně překážek. Jak ses naučila je překonávat?

Jak se říká: Když nemůžeš, tak přidej víc - o tom to je. Ale hlavně je dělat vše srdcem a věřit tomu. Víra je opravdu hodně důležitá. Když v něco opravdu věříte, tak se to nakonec podaří. Právě tak, jako se to povedlo mně.

Nadační fond Kulíšek
nedonošeným dětem:

Z miminka sotva do dlaně k plnohodnotnému životu

Příchod dítěte do rodiny je tím nejkrásnějším životním zážitkem pro každého milujícího rodiče. Období očekávání jeho narození je provázeno radostnými pocity a těšením se. Některé děti ale přicházejí na svět dřív, než je pro jejich vývoj optimální. Miminka, která se vejdou do dlaně, jsou ve svých prvních dnech a týdnech velmi zranitelná. O tyto malé „kulíšky“ pečuje Oddělení neonatologie FN Ostrava, jež je jedním z 12 Perinatologických center v ČR a jediným centrem tohoto druhu v Moravskoslezském kraji. Právě zde se převážně všechna miminka z celého kraje, která jsou nedonošená či mají vážné zdravotní problémy a musejí o svůj život bojovat. A právě na podporu činnosti tohoto oddělení vznikl Nadační fond Kulíšek nedonošeným dětem.

Před sebou vidím čtyři ženy – Primářku MUDr. Hanu Wiedermannovou z Oddělení neonatologie FN Ostrava, Helenu Valo, Kamilu Juříčkovou a Janu Binarovou. Jejich životní cesta je s tématem předčasně narozených dětí úzce propletená. Jak se spolu setkaly?

Helena Valo: Mně se předčasně narodila dvojčata. Na mateřské dovolené jsem založila obchod pro dvojčata, zaměřující se na podporu, služby a poradenství rodinám s podobným příběhem. Hledala jsem další možnosti, jak pomoci maminkám s předčasně narozenými dětmi. Tím jsem se dostala k Nedoklubku, kterého jsem už 10 let součástí. Nadační fond Kulíšek byl pro mě dalším krokem, díky kterému můžeme směřovat pomoc rodinám právě tady z Ostravy a kraje.

Kamila Juříčková: Před 21 lety se nám narodil ve 34. týdnu náš syn Daniel, který vážil 1350 gramů. Díky úžasné péči ostravské neonatologie dnes žije aktivní plnohodnotný život. Mnoho rodin má obavy z důsledků těžšího startu malých kulíšků pro jejich další život. I na to chceme rodičům poukázat a povzbudit je. Pro mou rodinu je podpora Ostravské neonatologie a rodin předčasně narozených dětí díky prožitým zkušenostem srdeční záležitostí.

Jana Binarová: Můj příběh je jiný. Se svými kolegyněmi a nyní už i kamarádkami jsem se setkala poprvé právě na Oddělení neonatologie ve Fakultní nemocnici Ostrava, kde jsem po mateřské dovolené začala pracovat jako referent primářky a dokumentační pracovnice. Postupem času jsem se zde setkávala s příběhy a osudy spousty rodin nedonošených dětí. Za své praxe jsem viděla, kolik by toho bylo možné ještě pro rodiny malých kulíšků udělat. Jako máma tří dětí, které byly naopak přenošené, jsem si uvědomila, jak velké mám v životě štěstí... Mno-

ho rodičů hospitalizovaných dětí potřebuje jen vřelé slovo a psychologickou podporu v nelehkém období a i v tomto ohledu jim fond pomáhá.

Předčasně narozené děti mají těžší start do života. Co je pro jejich další vývoj zásadní?

Primářka MUDr. Hana Wiedermannová: Pro zdárný vývoj miminka je zásadní a nezbytná přítomnost zejména maminky na oddělení. Do péče o předčasně narozené miminko zapojujeme však oba rodiče, nově i prarodiče a mohou k nám také děti, sourozenci miminek, a to starší šesti let. Mladší děti bývají náchylnější na infekce, které by nám tady mohly přinést, proto mladší děti k nedonošeným dětem nepouštíme. Miminkům poskytujeme náš tým lékařů a sester veškerou pomoc a odbornou péči, ale kontakt miminka s jeho maminkou je nenahraditelný. Pro stimulaci vývoje dítěte jej maminka klokánkuje, dotýká se ho, povídá mu nebo čte pohádky, zpívá... Z toho miminka nesmírně profitují. U maminky pomáhá tento kontakt spustit laktaci a následně umožňuje kojení. U dětí narozených v 37. týdnu těhotenství plus je přirozenou součástí porodu tzv. bonding (pozn. jedná se o přiložení miminka na tělo maminky bezprostředně po porodu pro snazší stimulaci laktace a vytvoření blízké vazby ihned po narození). Nyní se používají tyto možnosti i na děti méně zralé. Nestabilní děti však vyžadují JIP hned po porodu, proto není bonding možný vždy. Právě možnosti se ale i v našem oboru rozšiřují. Skvělé přístroje, vysoce erudovaný personál lékařů a sester v oboru neonatologie, dobré zázemí JIP, to vše přispívá k dobrému startu předčasně narozených dětí. Říkáme, že čím lepší je péče v nemocnici a čím více se do ní zapojí i blízcí miminka, tím pro dané dítě lépe. Mnoho maminek má doma už další děti, proto je pomoc i dalších rodinných příslušníků důležitá. Dobrá komunikace s rodiči je pro nás, perso-

nál nemocnice, stěžejní. Vzorem jsou nám severské země, kde je péče o předčasně narozené děti výjimečná.

Jak Nadační fond Kulíšek nedonošeným dětem vznikl?

Kamila Juříčková: Vznikl na přání zde paní primářky MUDr. Hany Wiedermannové. S Helenou jsme přes 10 let pomáhaly předčasně narozeným dětem přes celorepublikový spolek Nedoklubko, a když nás oslovila paní primářka s tím, abychom vytvořily fond pro děti ze spádové oblasti Moravskoslezského kraje, neváhaly jsme. Nadační fond Kulíšek nedonošeným dětem tak vznikl v roce 2020 s cílem podpořit Oddělení neonatologie Fakultní nemocnice Ostrava, předčasně narozené děti, kulíšky, jež prožívají těžký start do života, a jejich rodiny, které se ocitly v této náročné životní situaci. Náš nadační fond působí lokálně a zajišťuje aktivity v místě, kde žijeme. Naší snahou je pro Oddělení neonatologie ve FN Ostrava získat věci a pomůcky, které jsou nákladné, ale které významně zpříjemňují pobyt miminka i maminky na oddělení a následně usnadní náročnou domácí péči po odchodu z nemocnice. Cílená adretná pomoc nám pomáhá lépe oslovit možné dárce.

Jaké akce v jeho rámci pořádáte?

Kamila Juříčková: Jsou to tradičně dva běhy, na jaře a na podzim – Polanský charitativní běh a Kulíškova desítka. Polanský běh se běží v malebném prostředí Chráněné krajinné oblasti Poodří obce Polanka nad Odrou a bude mít 20. dubna 2024 již osmý ročník. Je akcí sportovní a rovněž setkáním zdravotníků s rodiči. Musím zmínit paní doktorku Pavlu Zárubovou, která běží vždy oba běhy a stojí vždy i na stupních vítězů. Nenechá si ujít žádnou akci na podporu předčasně narozených dětí. Kulíškovou desítku organizuje

střídavě v Hati a v Darkovicích Spolek Úsměvy. Kamila Plačková, hlavní organizátorka, nemá přímou zkušenost s nedonošeným dítětem, ale za to velkou chuť pomáhat Kulíškům.

Jana Binarová: Také pořádáme akce, jejichž cílem není výtěžek, ale vzájemné setkávání se - každou druhou listopadovou sobotu jsou to setkání rodin předčasně narozených dětí. Právě ta jsou současně zpětnou vazbou pro zdravotníky, nabíjí je energií v jejich dalším úsilí a další práci, která je pro ně celoživotním posláním. Vidět vděčné, šťastné rodiny a vyplínané děti je pro ně obrovskou radostí.

Kamila Juříčková: Další zajímavou aktivitou je prodej vánočního punče na ostravských vánočních trzích ve

stánku Rotary Club Ostrava International. V roce 2021 nás společnost Czech Cool Trade propojila s Padel Club Ostrava, který pro Kulíšky z FNO zorganizoval ve sportovním areálu Varenská turnaj v padelu, který si ne nechaly ujít ani známé osobnosti jako Kateřina Neumannová, Jakub Janda či Zbyněk Irgl. Rotary Club International letos pro jednoho z našich Kulíšků uspořádal golfový turnaj v Šilheřovicích s cílem získat finanční prostředky na intenzivní rehabilitaci.

Jak vám může pomoci veřejnost?

Helena Valo: V týdnu od 23. září do 1. října letos rozjždíme projekt Kávička pro Kulíšky. Zapojené kavárny darují část výtěžku z kávy zakoupené ke konzumaci na podpo-

ru fondu. Málokdo ví, že právě kofein hraje v péči o předčasně narozené děti svou roli. Dále se účastníme akcí, na které nás přívou různé sportovní celky a kluby, společenských akcí jako je například Vánoční koncert v Kravařích, dětské prohlídky zámku Kravaře a dalších. Jsme velice rády za dobrovolníky a rodiče malých kulíšků, kteří různé akce pořádají a stanou se tak součástí našeho poslání pomáhat předčasně narozeným dětem. Ať už se jedná o vánoční koncert s vybraným vstupným pro fond nebo nějakou aukci. Občas se zapojují lidé tak, že místo dáreků k různým výročím, kulatinám nebo od svatebních hostů vyberou peníze na naši činnost.

Jana Binarová: V letošním roce jsme se rozhodly realizovat venkovní výstavu Svět nedonošených

děti Nadačního fondu Kulíšek nedonošeným dětem, jejímž cílem je šířit osvětu o předčasně narozených dětech, péči o ně a seznámit veřejnost se všemi našimi aktivitami. Výstava je putovní v rámci celého Moravskoslezského kraje, který je spádovou oblastí pro Oddělení neonatologie Fakultní nemocnice Ostrava. Premiéru měla 19. července v Dolní Oblasti Vítkovic u Světa techniky. Fotografie Mira Pawelky pořízené přímo na oddělení neonatologie FNO pomáhají zvyšovat povědomí o problematice předčasného porodu.

Paní primářko, když se podíváme na statistiky, kolik dětí spadá pod činnost Nadačního fondu Kulíšek nedonošeným dětem?

Primářka MUDr. Hana Wiedermannová: Ročně se v České republice narodí přibližně 100 000 dětí. Z těch je mezi 6 až 7 procenty těch, které jsou nezralé, neboli narozené před 38. gestačním týdnem. Z toho se 1,5 až 2 procenta dětí narodí s váhou pod 1 500 gramů, což je porodní váha, kdy miminko vyžaduje speciální lékařskou péči. Nadační fond Kulíšek působí na Oddělení neonatologie ve FN Ostrava a pomáhá svými aktivitami v Moravskoslezském kraji právě těmto dětem. Na oddělení JIP máme 23 lůžek pro děti s extrémně nízkou porodní váhou a ročně jich u nás pobyde okolo stovky.

Pokud jde o nabízenou péči na FNO, máte nějaké své zatím nesplněné přání?

Primářka MUDr. Hana Wiedermannová: Ve výživě dětí hraje významnou roli mateřské mléko. Přála bych si proto pořídit k nám na oddělení přístroj analyzující jeho složení. Jenže je nákladný. Složení stravy maminek se projevuje ve skladbě jejich mléka pro dítě a zmíněný přístroj by nám pomohl připravit miminkům výživu „na míru“. Jinak mám osobní přání a tím je, aby se všechny děti rodily v termínu a nepotřebovaly naší péči. Ale to se bohužel nestane.

Chcete Nadačnímu fondu Kulíšek nedonošeným dětem pomoci získat třeba právě zmíněný přístroj? Můžete tak učinit příspěvím přes tento QR kód. Děkuje.



QR Platba

Inspirujte se,
prosím!

Petr Konečný:

Nikdy nesmíme sedět doma a litovat se

Než začal Petr Konečný podnikat ve stavebninách, pracoval v elektrárně, rozvážel čerstvé pečivo nebo prodával spořiče vody. Když už měl etablovanou firmu, rozjel vlastní developerský projekt a vybudoval golfové hřiště, na kterém hrají desítky dětí. Jeho podnikatelský příběh je plný úspěchů. Je plný inspirace, proto byl Petr perfektním hostem Inspirujte se, prosím!



YouTube video

Když jsme se s Martinem bavili o mém vystoupení, říkal jsem si, že krom členů, kteří navštěvují networkingy v Golf Parku Lhotka, mě moc z vás nezná. Proto jsem to dnes pojal jako průřez svého života. Narodil jsem se v Hoštalkovicích, zhruba 300 metrů od televizní věže. V mých čtyřech letech se rodiče odstěhovali do Svinova a já zůstal s dědou a babičkou. Spousta lidí si řekne chudák, ale mi to nevadilo. S rodiči jsem byl v kontaktu, ale neměli jsme telefon, takže jsme se viděli jednou za čas.

Velký zlom mého života přišel v první třídě. Ten den jsem měl jít sám do Bobrovníků do školy. Měl jsem symbolicky červenou aktovku, kterou mi koupili děda s babičkou a krásně voněla po kůži. Vyšel jsem před dům a tam stály tanky. Šel jsem do školy prvního září 1968. Vojáci obsadili televizní věž, aby se nevysílalo. Mávali na mě, já mával na ně a netušil, co to vlastně znamená.

Ve škole jsem byl šprt, měl jsem vyznamenání a propracoval se až do devítky. Po deváté třídě se mě otec zeptal, kam půjdu na školu. Já ale chtěl jít pracovat, ne se vyučit, opravdu pracovat. Prarodiče totiž neměli peníze. Navíc byli ze Sudet a uměli hlavně německy, takže jsem se musel spolehnout sám na sebe. Otec chtěl, ať se jdu učit na elektrikáře, já mu ale odpověděl, že nikdy. Nakonec mi rázně vysvětlil, že aspoň vyučený být musím a šel jsem tak na zámečníka. Chodil jsem na praxi na učiliště, byl jsem velice zručný a vyučil se v pohodě.

Pak přišla vojna a víte, kam mě šouplí? K tanku! Na tanky jsem narazil, když jsem šel do první třídy a nakonec jsem v tanku strávil dva roky na vojně. Neuvěřitelné. Byla to klasicky mazácká vojna - první rok jsem dostával přes držku a druhý rok jsem to mohl vrátet, to mi ale moc nešlo. Po vojně už jsem se cítil jako chlap, tak jsem udělal to, co chlapi dělají. Oženil

jsem se a se svou ženou jsem dodnes. Krátce po svatbě se nám narodila dcera a po třech letech syn.

Uživit rodinu v té době nebyla žádná sranda. Pracoval jsem v elektrárně na směny, což nestačilo, proto jsem zároveň rozvážel pečivo. Chodil jsem z práce do práce. Pak přišla revoluce a já si řekl, že začnu podnikat, že to zvládnou a něco vydělám. V roce 92 jsem začal se spořiči vody, kterých jsem moc neprodal. Začátek ale dobrý!

Další roky jsem stále podnikal na živnost a bylo tam několik slepých uliček. V roce 1995 jsem založil OMLUX a v roce 1997 jsme začali zateplovat domy. Nabízeli jsme i možnost na splátky, čemuž se lidé hodně divili. Nebyli totiž zvyklí, že by jim někdo byl ochoten půjčit. Firmě se dařilo, rozrůstala se, obraty se zvyšovaly a zaměstnanců bylo čím dál více.

Pak jsem na pozici ředitele vzal známého. Řekl, že za mě položí život, a já mu věřil, nejen protože byl od šesti do šesti v práci. V roce 2000 mě přemluvil, ať rozjedu pobočku v Praze, že on to bude zatím řídit doma. Dopadlo to tak, že jsem skončil sám bez 35 zaměstnanců a místo s nulou jsem znovu začínal s mínus dvaceti miliony.

Strávil jsem pár týdnů na chalupě, kde jsem si to srovnal v hlavě a rozhodl se opravdu jít do Prahy. V Ostravě se totiž profláкло, že mám dluhy. V Praze to nikoho nezajímalo. Nabral jsem mladé kluky rovnou ze škol a začali jsme. Za čtyři roky se mi podařilo nepředstavitelné. Všechny dluhy jsem splatil. Vrátil jsem se do Ostravy a začal jsem ve velkém dělat paneláky. Dva roky jsem dokonce vydával vlastní noviny Panelák ostravský. Nechtělo se mi platit reklamu v časopisech, tak jsme vlastní noviny rozdávali zdarma do schránek.

Dalším zlomovým rokem byl rok 2011. Rozhodl jsem se, že budeme stavět



domky na pozemku, který jsem pár let předtím koupil. Tak začal můj developerský projekt Zelený vršek ve Lhotce. Ve stejném roce jsem se také umístil na druhém místě jako podnikatel Moravskoslezského kraje a hlavně jsem v tom roce poprvé zkusil golf. Od první chvíle mi šel a úplně jsem mu propadl.

Ať to nemám daleko, rozhodl jsem se ve Lhotce vybudovat své tréninkové hřiště. Proč bych chodil trénovat na cizí hřiště, když si můžu postavit svoje. Jenže na místě byla skládka, navíc celý pozemek byl v záplavové zóně. Prostě všechno špatně! Sám starosta se divil, kde to chci stavět, že tam vůbec nic není. Nevěřili mi, proto mi

pozemek nechtěli prodat a pronajali mi ho na 25 let. Dostal jsem tři roky na to, abych areál postavil. Z toho rok a půl mi trvalo vyřídit stavební povolení. Nakonec jsme v areálu zprovoznili i restauraci a protože chodilo hodně lidí, už jsme jí i dvakrát rozšířili včetně venkovního posezení.

Dalším krokem byl golfový klub, který jsem založil hlavně kvůli dětem. I když se mé ekonomky divily, rozhodl jsem se rozjet tréninky pro děti zdarma. Začalo se hlásit plno dětí a dnes jich v našem klubu hraje asi 80. K tréninkovým plochám jsme u příjezdové cesty postavili hřiště a vytvořili šestijamkovou akademii.

Loni mi bylo 60. Když jsem postavil Zelený vršek a Golf Park, řekl jsem svým dětem, že v 65 končím a jdu do důchodu. Už jsem vůbec nechtěl investovat, ale ještě jsem koupil Penzion Lhotka. Hrozilo, že jej získá nedůvěryhodný investor, proto jsem jej koupil radši já a pustil se do další větší rekonstrukce. Když už něco dělám, tak pořádně.

Můj dnešní příběh je velmi zkrácený. Rád bych ještě zdůraznil, že ať už je váš život jakýkoliv, nikdy bychom neměli sedět doma a litovat se. Všechno jde, ale musíme chtít. Pro mě je důležité, že můj život měl a má význam. Na závěr vás všechny zvu do Lhotky, určitě se přijďte podívat!



FEMONT
DEVELOPMENT®

Společnost **FEMONT Development s.r.o.** představuje projekt menšího logistického parku, jehož otevření je **naplánováno na rok 2025**.

Kapacita těchto skladovacích, výrobních a také kancelářský prostor je **2200 čtverečních metrů**.

Strategické umístění v těsné blízkosti úpravy **silnice I/11** zajistí rychlou distribuci na trase mezi Hradcem Králové a Slovenskem.



www.femont.cz



NÁŠ TÝM



Mgr. Martin Kovalský, MBA

Jednatel

Je zakladatelem a jednatelem společnosti Czech Cool Trade. Mezi jeho hlavní kompetence patří tvorba strategií firmy a její rozvoj. Tvoří nové služby podporující podnikání členů firemní komunity CCT. Členům poskytuje konzultace a nachází nové možnosti realizace společných projektů.

Odborné znalosti získal studiem Veřejné správy a regionální politiky na Slezské univerzitě v Opavě, Politologie a evropských studií na Univerzitě Palackého v Olomouci a navazujícím magisterským studiem Evropských studií a veřejné správy na Metropolitní univerzitě Praha. Je také absolventem studijního oboru Business a management zakončeného udělením titulu MBA.

Velmi pozitivně jej ovlivnil pracovní pobyt v Londýně v letech 2003 a 2004. První odborné zkušenosti získal při stáži na Ministerstvu pro místní rozvoj ČR. Pracovní zkušenosti poté získal jako projektový a obchodní manažer pro společnost COFET a.s., dále jako Key account manager a konzultant v oblasti dotací EU.

Rovněž působil v dozorčích radách Vědecko-technologického parku, a.s., nebo Ostravského informačního servisu, s.r.o. V letech 2006 až 2010 zastával funkci radního a zastupitele Městského obvodu Ostrava-Svinov a zastupitele Statutárního města Ostrava. V letech 2009 až 2015 poskytoval své služby coby asistent senátora Parlamentu České republiky. Od roku 2013 je jednatelem poradenské společnosti Czech Cool Trade s.r.o.

Volný čas rád tráví se svou ženou Karolinou, dětmi Terezkou, Julinkou a také se svými čtyřnohými mazlíčky plemene Rhodesian Ridgeback Metym a Mikym. Energii a inspiraci často čerpá v jeho oblíbeném městě, kterým je Londýn. Je velkým fanouškem londýnské Chelsea a ostravského Baníku. Z hokejových týmů fandí především hokejistům z Vítkovic. Hraje florbal, tenis a je milovníkem golfu. V rámci relaxace rád čte.



Mgr. Karolina Kovalská

Ředitelka CCT Česká republika

Je ředitelkou Czech Cool Trade Club. Věnuje se organizaci a moderování networkingových akcí, jejichž cílem je budování byznys vztahů. Karolina koordinuje a řídí franšizové partnery v jednotlivých krajích.

Studovala Veřejnou správu a regionální politiku na Slezské univerzitě v Opavě a Management organizací služeb sociální práce na Ostravské univerzitě. Mnoho zkušeností s navazováním vztahů získala od roku 2008, kdy byla sociálním pracovníkem se specializací na náhradní rodinnou péči ve Fondu ohrožených dětí. Byla členem realizačního týmu v projektech z Evropského sociálního fondu ve společnosti COFET, a.s.

Od roku 2013 pomáhá manželovi Martinovi splnit si sen a vybudovat úspěšnou poradenskou společnost Czech Cool Trade s.r.o. Na plný úvazek se do CCT zapojila v roce 2018. Volný čas tráví nejraději s rodinou. Ráda cestuje, hraje badminton, tenis a chodí na procházky s ridgebacky (firemními maskoty) Metym a Mikym, se kterými se můžete potkat nebo slyšet na pobočce CCT v Ostravě.



Ing. Pavel Dombek, MBA

Výkonný ředitel

V Czech Cool Trade působí na pozici výkonného ředitele a je zodpovědný za řízení každodenních činností ve společnosti, za strategické plánování, za vedení členů týmu, jehož je také součástí a podílí se na jednotlivých projektech. Nedílnou součástí jeho činnosti je péče o členy firemní komunity CCT.

Vystudoval obor Národní hospodářství na Ekonomické fakultě VŠB-TU Ostrava, kde získal odborné znalosti o fungování ekonomiky na regionální, národní i evropské úrovni. Tyto znalosti využívá převážně v rámci poradenství pro podnikatele, ale také jako konzultant při tvorbě finančních plánů a rozpočtů u investičních dotačních programů.

Ve volném čase se věnuje rodině, sportu a turistice. Rád navštěvuje kulturní akce, hlavně divadla a koncerty. Kvalitně si odpočine u dobré knihy nebo dokumentu.



Bc. Miroslav Przeczek, MBA

Vedoucí projektového týmu

Miroslav působí v Czech Cool Trade na pozici vedoucí projektového týmu a stará se tak především o pilíř Poradenství, v rámci kterého konzultuje a řeší projekty především investičního charakteru. Za téměř osm let v Czech Cool Trade mu prošla pod rukama řada pestrých projektů z oblasti stavebnictví, strojů a technologií nebo také ze sociální oblasti. Nedílnou součástí jeho pracovní náplně je také péče o klienty v ostatních pilířích služeb. Miroslav absolvoval bakalářské studium zaměřené na regionální geografii v rámci studia na Univerzitě Palackého. Právě studiem nabyté teoretické znalosti zaměřené na evropské sociální fondy a oblast socioekonomické geografie ho přesvědčily k tomu, že tyto znalosti chce dále rozvíjet v praxi.

Mezi jeho zájmy patří především sport a aktivní odpočinek s důrazem na fotbal, florbal, turistiku a cykloturistiku.



Ing. Aleš Kubíček

Projektový manažer

Aleš působí ve společnosti Czech Cool Trade na pozici projektového manažera. Pravidelně zajišťuje přínosy pro portfolio členů firemní komunity CCT. Garantuje aktivní dotační monitoring a poskytuje kompletní dotační servis. Specializuje se na projekty mezinárodní spolupráce, vzdělávací a investiční projekty. Při pravidelných konzultacích doporučuje klientům vhodné nástroje pro rozvoj jejich podnikání.

Odborné znalosti a dovednosti nabyl v rámci studia oboru Marketing a obchod na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava. Své praktické zkušenosti s dotačním managementem získal v ostravské vzdělávací a poradenské společnosti HER-TIN s.r.o., ve které pracoval bezmála 10 let na pozicích projektového specialisty a jednatele. Většinu svého volného času tráví s manželkou procházkami po Beskydech a zařizováním společného bydlení. Rád si vyrazí s přáteli do dobré restaurace nebo na rockový/metalový koncert. Alešovou velkou zálibou je sport, a to zejména squash, kterému se věnuje na amatérské závodní úrovni.



Ing. Veronika Chudíková

Projektová manažerka

Veronika působí ve společnosti Czech Cool Trade na pozici projektového manažera. Specializuje se především na projekty investičního charakteru. Při pravidelných konzultacích doporučuje klientům vhodné nástroje pro rozvoj jejich podnikání.

Odborné znalosti a dovednosti nabyla v rámci studia obchodní akademie v Ostravě a Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava. Své praktické zkušenosti s dotacemi a projekty získala na krajském úřadě v Ostravě, kde pracovala 10 let na pozici ekonom pro projekty.

Volný čas tráví s rodinou. Má ráda cestování, procházky se psem, čtení, háčkování a zahradničení.



Dominika Kupková

Event manažerka

Dominika působí ve společnosti Czech Cool Trade na pozici event manažerky a stará se o organizační zázemí networkingových akcí.

V event managementu se našla nedlouho po studiu informatiky a ekonomiky, v rámci firmy zabývající se produkcí kulturních, společenských i soukromých akcí, a to nejen pro děti, v níž se po čase stala partnerem.

Organizačně se podílela na řadě charitativních akcí místních neziskovek i na akcích oblíbeného rádia. Srdeční záležitostí je pravidelná produkční a dramaturgická spolupráce na dětské sekci festivalu Colours of Ostrava.

Ve volném čase nadšeně realizuje kreativní nápady všeho druhu, čte nebo vyráží na dlouhé procházky s fenkou Tori. S manželem ráda cestuje, což může znamenat cokoliv – od stanování u potoku v Beskydech až po road trip po Americe.



Ing. Tomáš Hrbáč

Marketingový manažer

Tomáš působí ve společnosti Czech Cool Trade na pozici marketingového manažera. Aktivně se stará o marketingovou agendu nejen naší společnosti, ale zároveň o podporu marketingových aktivit našich klientů. Je absolventem Vysoké školy podnikání a práva v Ostravě, kde dosáhl magisterského titulu.

Kariérní praxi v oblasti marketingu započal u českého výrobce minibusů KHMC s.r.o., zabýval se optimalizací marketingových kampaní, sledováním skutečného dosahu. Dále se věnoval tvorbě obsahu pro sociální sítě a vývoji propagačních materiálů pro zákazníky i B2B partnery. Jeho zkušenosti z této pozice byly dále rozšířeny během zahraničních stáží v evropských firmách, což výrazně obohatilo jeho dovednosti a schopnosti v oblasti marketingu. Má bohaté zkušenosti s využíváním a tvorbou komunikačních kanálů, psaním reklamních textů a newsletterů.

Rád rozšiřuje své dovednosti v kreativních programech od Adobe (Photoshop, Premiere, Lightroom), což úzce souvisí s jeho vášní k cestování, turistice a poznávání tohoto světa. Při studiu v Portugalsku se spřátelil s lidmi ze značné části světa, které při různých příležitostech navštěvuje, a proto za nimi letěl například do Finska, Řecka, Holandska, Itálie či jen za hranice do Rakouska.



Ing. Jiří Franek, Ph.D.

Ekonom, analytik

Ve společnosti Czech Cool Trade působí jako externí poradce. V rámci kompetencí se zapojuje do vybraných projektů zaměřených na vědu a výzkum a řeší taktéž komunikaci se zástupci z akademické sféry.

Vystudoval obor Ekonomika podniku na Ekonomické fakultě VŠB-TU Ostrava, kde rovněž působí jako akademický pracovník. Věnuje se především ekonomické analýze, diagnostice podniku a řízení změn. Zahraniční zkušenosti získal během studia ve Finsku a Lichtenštejnsku a vyučuje studenty programu Erasmus v anglickém jazyce. Aktivně se podílel na několika vědeckých projektech mimo jiné pro Grantovou agenturu České republiky. Hlavním odborným zájmem je ekonomická analýza podniku, manažerské rozhodování, řízení změn a znalostní management.

Ve volném čase se věnuje rodině, snoubence Andrejce a malé dceři Olívii. Zbytek času se snaží sportovat a aktivně se věnuje florbalu, tenisu a turistice. Zároveň je nadšeným chatařem a miluje přírodu. Mezi jeho další koníčky patří historie, motorismus a krásy vesmíru.



Ing. Tomáš Melecký, MBA

Partner CCT Ostrava

Ve společnosti Czech Cool Trade působí jako partner. V rámci svých kompetencí aktivně řeší nové akvizice, vyhledává a následně propojuje společnosti v rámci firemní komunity CCT. Také se zabývá komunikací s příslušnými zástupci ohledně marketingových aktivit a dalších možností, jak co nejlépe využít služeb poskytovaných poradenskou společností Czech Cool Trade.

Vysokoškolské vzdělání získal během studia Ekonomiky a podnikání na Vysoké škole podnikání a práva v Ostravě. Magisterské studium absolvoval na Obchodní-podnikatelské fakultě v Karviné, která spadá pod Slezskou univerzitu v Opavě. Také ukončil studium MBA na European Institute of Business Studies v Ostravě.

Své praktické zkušenosti nashromáždil téměř po dobu 10 let v rodinné firmě „Vaříme pro Vás“, kde byl zodpovědný za celkovou obchodní a marketingovou strategii, stejně jako za vedení a realizaci nových projektů.

Po dobu více než 10 let aktivně podporuje charitativní činnosti. Je členem organizace „Sára dětem“, která pravidelně pořádá projekty na podporu dětské onkologie. Je spoluzakladatelem spolku „Idea spot“, který se věnuje dobročinným aktivitám pro místní komunitu v Bílovci. Dále je ambasadorem iniciativy „Rozběháme Česko“ a zakladatelem „Rozběháme Bílovec“. Od roku 2018 je členem Mediální komise a Redakční rady města Bílovec. Veškerý volný čas tráví se svou manželkou Michaelou, synem Vojtěchem a dcerou Ninou na procházkách, výletech nebo jízdami na kole. Je juniorským mistrem ČR ve futsale a tímto sportem se stále aktivně zabývá. Kromě toho hraje tenis, badminton a basketbal. Má vášeň pro vaření a ocenění kvalitní gastronomii. Pravidelně poslouchá inspirativní podcasty a čte knihy zaměřené na osobnostní rozvoj.



Ing. Jakub Ryšavý

Partner CCT Vysočina

Jakub je profesionál v oblasti ICT s bohatými zkušenostmi v digitalizaci a informačních systémech. Je neustále v kontaktu s nejnovějšími trendy a technologiemi v ICT. Je milovníkem technologií, který se neustále snaží přinášet inovace a zlepšovat podnikové prostředí pomocí nových řešení. Rád propojuje technologie a finance.

Vystudoval ekonomickou fakultu na VUT v Brně. Po studii pracoval jako finanční kontrolor a analytik. Po relativně krátké době se přesunul do segmentu informačních technologií a systémů, ve kterém se pohybuje více než 10 let. Na finance, ekonomiku a účetnictví nezapomněl a dále tyto oblasti podporoval v rámci systémů. Svou kariéru rozvíjel v projektovém managementu a vedení týmů.

Právě spojení ekonomických zkušeností (od detailu účetnictví po manažerský pohled reportingu a budgetů) a technologických znalostí mu dává tu správnou synergii. Ve světě finančních čísel a ukazatelů končí většina firemních procesů a moderní technologie pomáhají v tom, jak mohou být data efektivně a jednoduše zadávána nebo z druhé strany vyhodnocována.

Většinu volného času se snaží trávit se svou rodinou a dětmi. Opravdový relax nachází při sportu (např. ledním hokeji), ale zejména za říditky motorky.



Roman Málek, MBA, MSc.

Partner CCT Pardubický kraj

Je absolvent manažerského studia na Podnikatelské fakultě Vysokého učení technického v Brně, akademie CEVRO v Praze a B.I.B.S. v Brně. V roce 2023 dokončil Podnikatelskou univerzitu v Žilině při IPA Slovakia.

Působí jako projektový manažer a asistent manažerů. V současné době je jednatelem reklamní a produkční firmy R36.cz, s.r.o., poradenské společnosti MÁLEK & PARTNERS, s.r.o. a společnosti Žij svůj sen, s.r.o.

Od roku 2006 do současnosti je zastupitelem města Chrudim. V rámci toho byl třikrát zvolen místostarostou města Chrudim.

Více než 20 let pracuje v neziskovém sektoru. Spoluzaložil Občanské sdružení Altus a stál při vzniku Koalice nevládek Pardubicka. Stojí za aktivitami chrudimského klubu milovníků vína Chrudimská šatlava, je členem Mecenášského klubu Národního divadla, Golf klubu Hostivař či spolku Zlatá pecka.

K zálibám patří cestování, kulturní akce, saunové ceremoniály a fitness. Rád čte manažerské knížky a je velký milovník Slovenska.



Ing. Lenka Jašková

Partner CCT Olomouc

Lenka je investičním specialistou ve společnosti YD Invest, s.r.o. skupiny YD Capital, a.s. Ve finanční sféře a v bankovníctví se pohybuje celou svou profesní kariéru. Zajímá se o klienty, buduje vztahy v dlouhodobém horizontu, dává smysl jejich penězům se zaměřením na vzájemnou spolupráci, která je jejím cílem. Finance, obchodní vztahy a poradenství jsou oblasti, které se v její práci vzájemně prolínají a být partnerem CCT tak smysluplně rozšiřuje její nabízené služby, Lence i své vlastní obzory o oblast dotací a networkingu. Je energický, pozitivně naladěný člověk, který rád komunikuje, sdílí zkušenosti, rád se vzdělává a čerpá inspiraci. Moderuje networkingové akce ve svém kraji a těší se na všechny hosty. Věřící, že se jí i nadále bude dařit skloubit profesní a osobní život, v němž má spolu s rodinou a přáteli pevné místo tanec, běh a turistika.



Bc. Filip Šiška

Partner CCT Brno

S CCT spolupracuje na bázi partnerství, kde se jeho hlavním úkolem stala prezentace služeb CCT podnikatelům v jeho regionu a také jeho klientům. Je finančníkem s více než desetiletou zkušeností ve světě finančního poradenství, finančního plánování, koučinku a vzdělávání, zejména v oblasti finanční gramotnosti. Zároveň z pozice manažera vede tým několika finančních poradců a specialistů v kancelářích v Brně a Pardubicích. Spolupráce s CCT mu umožnila cenné propojení světa finančního plánování a vzdělávání s oblastí dotací, obchodní podpory a rozvíjení nových obchodních vztahů.

Mezi jeho zájmy patří stále se vzdělávat v oblasti osobnostního rozvoje a objevovat nebo tvořit nové podnikatelské a obchodní příležitosti. Práce se stala zároveň jeho koníčkem, za což je velmi vděčný. Nejlepším způsobem, jak se odreagovat, pro něj je sledování dobrých filmů a procházky v lese se svým psem.



Ing. Miroslav Krčec

Partner CCT Praha

Miroslav působí ve společnosti Czech Cool Trade jako Partner pro Prahu. Je lektor, poradce v oblasti osobního růstu a manažerského vzdělávání, kouč, terapeut alternativními metodami.

Vystudoval fakultu technické kybernetiky, 4 roky pracoval ve státní správě v oborech aplikovaná robotika, bezpečnost informačních systémů, 8 let pracoval v různých manažerských a ředitelských funkcích v telekomunikačních firmách Eurotel, NEXTEL, ALIATEL, ČESKÝ TELECOM. Manažerskému vzdělávání se věnuje od roku 1998. V roce 2002 založil vzdělávací a poradenskou firmu PROCORTEX, kterou vede. Absolvoval výcvik systemického koučování a studuje behaviorální genetiku a regresní metody psychologické práce. Absolvoval neurologický a psychofyziologický výcvik zaměřený na možnosti nápravy Lehkých mozkových dysfunkcí v Asociaci pro aplikovanou psychofyziologii a biofeedback.

Široký záběr zkušeností mu otevřel prostor pro vznik Školy synergického přístupu, která inspirativní a příjemnou formou objevuje v lidech jejich skutečný potenciál. Stojí na základech vlastních manažerských zkušeností, znalostí psychologie a také bohatých zkušeností svých klientů z koučovské a poradenské praxe.

Založil AeroLife Academy, kde učí majitele firem a manažery zjednodušovat a skokově zlepšovat výsledky svých firem. Na leteckém simulátoru se ukáže, zda opravdu umíte týmově pracovat a řešit krizové situace nebo zda si to jenom myslíte.

Tvrdí, že nejsnazší cesta k prosperitě vede přes spokojené a naplněné lidi, kteří znají sami sebe, což jim umožní snáze pochopit i lidi ostatní.

Mezi jeho záliby patří horské kolo, lyžování, motorka, kytara, cestování, pilotování malých letounů, potápění, létání na motorovém paraglidovém křídle.



Tvoříme grafiku a funkční webové aplikace

Více na ctyri.media



Ing. arch. Cyril Vltavský
vltavsky@ctyrimedia.cz
+420 737 370 572



“Důvěra nejen spojuje,
ale pomáhá jít dopředu!”
spolpracovník.cz

Roman Málek, MBA, MSc.
42 let

HLEDÁTE KOLEGU DO TÝMU? PROJEKTOVÝ MANAŽER / ASISTENT CEO

- Servis pro management
- Vedení kanceláře
- Řízení projektů
- Média a vzdělávání
- Zajištění eventů

NABÍZÍM

- 20 let zkušeností s vedením projektů, samosprávy, médií a projektů
- Spolehlivost a pečlivost
- Loajálnost a nasazení

POŽADUJI

- Smysluplnou práci s cílem, seberozvoj, patřičné ohodnocení

Pojďme se společně potkat a pobavit.
**NECHCI BÝT OBYČEJNÝ ZAMĚSTNANEC,
CHCI BÝT VÁŠ NOVÝ SPOLUPRACOVNÍK!**



“Důvěra nejen spojuje,
ale pomáhá jít dopředu!”
spolpracovník.cz



Příběh Rentor Motorsport je plný emocí a úspěchů ve sportu i podnikání

I když je Rentor Motorsport stálicí českého motorsportu, závodů v rally se účastní teprve od roku 2018. Stáj se však vyvíjí tempem závodního auta a za pouhých pět let dosáhla mnoha úspěchů. Jaká je historie, současnost a budoucnost Rentor Motorsport? A proč se firmám vyplatí s nimi spolupracovat? Nejen o tom jsme si povídali s Jakubem Vlčkem.





Jakube, představte nám Rentor Motorsport.

Značka Rentor se v motoristickém sportu pohybuje od roku 1992. Založil jí můj otec Marek Vlček, který sestavil tým pro regionální závody v motokrosu. S byznysem, jakým je Rentor dnes, se to ale v počátcích nedalo srovnávat. K profesionalizaci došlo v roce 2003 a od té doby fungujeme jako motokrosový tým s několika závodníky. Úspěšně se účastníme mezinárodních závodů včetně mistrovství světa.

Do roku 2022 jsme byli hlavním mediálním partnerem mistrovství ČR v motokrosu a obsazovali jsme tak většinu reklamních ploch celého seriálu. Bohužel zájem o motokros dlouhodobě upadá. Na mistrovství světa dříve závodilo klidně 70 jezdců v jedné třídě a bylo to velmi soutěživé prostředí. Dnes jezdí třeba 15 závodníků na třídu.

Kdy jste začali závodit v rally?

V roce 2018 otec definitivně vyměnil motorku za závodní auto. V motokrosu jsme stále aktivní, ale od roku 2018 se primárně orientujeme na rally. Těch pět let pro nás bylo zásadních, protože se vyvinula organizace i služby, které nabízíme.

Motorsport je v Česku velmi populární. Dle průzkumů pracujeme přibližně s 650 000 fanoušky, což není málo. V rámci samotného motorsportu je rally ještě na jiné úrovni než motokros - jak po závodní stránce, tak z hlediska podnikatelského potenciálu. Fanoušci jsou do závodů opravdu zapálení a často je to o silných emocích.

Máte nějaký příklad?

Nedávno proběhla Barum Czech Rally spadající mezi závody mistrovství Evropy. Na „Barumku“ se do Zlína každý rok sjedou desítky tisíc fanoušků z celého světa. Už několik týdnů předem žije závodem celé město. Naše posádka se letos během pár dní vyfotila se stovkami fanoušků.

Fanouškovská komunita je obrovská, ale zároveň stmelená. Když jsem jel Barum Rally loni, zapadli jsme s vozem do příkopu. Najednou vyběhl dav lidí a vynesl nás i s autem zpátky na cestu. Lidé tím sportem opravdu žijí. Barum Rally je fenomén, ale o ostatní závody mistrovství ČR je také velký zájem a je na nich vidět zápal lidí.

To musí být opravdu silné zážitky. Účastníte se i dalších závodů mistrovství republiky?

Ano, v současnosti máme v seriálu pět posádek, z toho tři stále. Myslím, že jsme jeden ze dvou týmů, které se účastní všech závodů mistrovství. I z podnikatelského hlediska se snažíme stájet neustále rozvíjet. V roce 2018 jsme měli jedno zapůjčené závodní auto, dnes jich vlastníme šest a řadu techniky k tomu. Tři auta jsou starší modely Renaultu Clio vhodné k zapůjčení závodníkům, amatérům i partnerům na firemní akce. Mají rám, závodní sedačky, hasicí systém, prostě vše, co má závodní auto mít. Každý si tak může zažít ten unikátní pocit za volantem.

Můžete nám říci o aktuálních úspěších Rentor Motorsport?

Můj otec Marek Vlček se svým spolujezdcem Tomášem Plachým jsou letos už jasní mistři republiky v rally v kategorii 55+. To je náš největší dosavadní sportovní úspěch. Tomáš

je velmi zkušený spolujezdec, ale táta se věnuje rally pouze pět let a spolu porázejí chlapy, kteří závodí celý život.

Dalším úspěchem letošní sezóny jsou výsledky Josefa Navrátila, který je průběžně první v kategorii RC5. Na to, že jede teprve druhou sezónu, je to úžasný výsledek. Letos jezdí s autem, se kterým jsem loňskou sezónu závodil já, než jsem se posunul o kategorii výše.

A jaké jsou vaše cíle do dalších let?

Sportovní cíle se v motorsportu dávají těžko, jelikož o úspěchu rozhoduje hodně faktorů. Určitě se dále chceme účastnit všech závodů mistrovství republiky, to je základ. Chceme se také zapojit do více závodů v Evropě, například v Maďarsku, Francii nebo Itálii.

Po byznysové stránce toho máme naplánováno dost. Určitě chceme rozšiřovat počet vlastních automobilů a obsáhnout tak více startovního pole, případně auta i pronajímat. Také nás čekají velké investice do servisního zázemí.

Když jsme u byznysu, kdo jsou vaši partneři a jak spolupráce s Rentor Motorsport probíhá?

Velká část našich partnerů je z B2B segmentu a ačkoliv nemusí být veřejnosti známé, jsou to často velké firmy ve svých oborech. Například loni jsme navázali spolupráci s firmou Carlson, výrobcem provozních olejů a kapalin. Je to opravdu velký partner na národní úrovni.

Naším partnerům jsme schopni poskytnout široké spektrum služeb a výhod. Oblíbená je přímá zkušenost ze závodu, kdy vás pozveme do zázemí. Závod pozorujete z našeho servisu a jste tak v bezprostřední blízkosti



Brožura
reklamní spolupráce

týmu i jezdců. Tento zážitek je atraktivní nejen pro naše přímé partnery, ale také pro jejich vlastní důležité partnery, kterým mohou nabídnout zajímavý a netradiční benefit.

A další možnosti?

Samozřejmě je svezení partnerů v závodním autě na místě spolujezdce. To je pro spoustu lidí životní zážitek. Jedeme totiž v plné rychlosti skoro polní cestou a přes přírodní překážky, všude kolem nás jsou strohy. Už od okamžiku, kdy si nasadíte helmu a usednete auta, je to silný zážitek.

Jak už jsem zmiňoval, můžete si odřídit jeden ze starších Renaultů Clio. O tyto výpůjčky je velký zájem. Zařídíme vám závodní areál, ideální je třeba Polygon v Kopřivnici, včetně kompletního servisního zázemí i cateringu pro vaše partnery. Pořádáme také seriál amatérských závodů, kterého se můžete zúčastnit. Odjedete si 25 ostrých kilometrů a budete mít

absolutní závodní zážitek. Tratě jsou oproti mistrákům o dost lehčí, ale stále je to výzva.

Naše současná závodní auta vám rádi zapůjčíme k vystavení, třeba na firemní večírek. Jak Fabia tak Clio jsou opravdu unikátní atrakcí.

Vím, že spolupracujete také s televizí.

Ano, máme zakoupený pevný vysílací čas na televizi Sport 5. Z každého závodu produkujeme pořad, který moderuje známý herec David Suchařípa. David je nadšeným motoristou a nedávno v našem autě dokonce odzávodil Rally Vyškov.

Pořady na Sport 5 jsou zajímavé nejen pro fanoušky, ale i pro partnery. Je to zaručený vysílací čas a možnost prezentaci bannerů podél trati, prostříhy během závodu nebo rozhovory. Hlavně pro menší firmy je to efektivní a dosažitelný způsob prezentace.

Při větších závodech spolupracujeme s ČT sport. Třeba v rámci populárního pořadu Svět motorů jsme loni měli jeden celý díl jen pro sebe. Vysílala se totiž Rentor Rally Vsetín, které jsme sponzorem, a naši partneři tak byli velmi viditelní. Nově jednáme také s Nova Sport, na které bychom brzy mohli vysílat větší pořady pro široké publikum. Vzhledem ke sledovanosti této stanice je to jedinečná příležitost k prezentaci. Nova Sport navíc podléhá statistikám sledovanosti, takže součástí spolupráce je i podrobný reporting kampaní a dosahů.

Troufám si tvrdit, že svým přístupem k propagaci partnerů jsme v motorsportu průkopníci. Navíc naše publikum známe a víme, jak s ním pracovat a komunikovat.

Jak to myslíte?

Fanoušci motorsportu jsou hodně angažovaní a pro mnohé je to spíše životní styl. Zase jsme u emocí, které motorsport vyvolává. Kdykoliv jsme

zpracovali nějaký merch, třeba trička, nebyl problém zboží vyprodat. I toto dokážeme pro naše partnery využít.

Je i pro vás motorsport životní styl?

Já jsem kolem motorsportu vyrůstal, jako dítě jsem tátu pravidelně doprovázel na závody. Pak jsem sice začal hrát hokej, ale později jsem se k tomu vrátil a nakonec jsem 12 let na regionální úrovni závodil v motokrosu. V dospělosti jsem se věnoval více vlastním projektům, ale na konci roku 2021 jsem si vlastně náhodou poprvé vyzkoušel rally. Bylo to na amatérském závodu, o kterém jsem již mluvil. Od té doby se neustále posouvám kategoriemi. Motorsport je totiž velmi specifický a při posunu mezi kategoriemi se musíte řídit daným klíčem. V současnosti jezdím s Renault Clio v kategorii Rally4. Myslím, že má celoživotní průprava hraje roli v tom, že po necelých dvou letech za volantem jsem se tak vyvinul.

A pomáhají vám závodní zkušenosti i v podnikání?

Určitě. Zatímco motokros je extrémně fyzicky náročný a přirovnává se třeba k běhu na lyžích, rally je hodně o hlavě. Je samozřejmě také fyzicky náročná, ale hlava a psychika dostávají opravdu zabrat. Od prvního do posledního kilometru totiž zpracováváte plno vjemů. Sport mi v životě a podnikání určitě pomáhá.

Můžete nám na závěr přiblížit, v čem jsou závodní auta specifická a jaké jsou náklady na provoz?

Rozdíl oproti běžným vozům není ani tak v motorech. Třeba závodní Fabia má motor 1.6 turbo a asi 300 koní. Můj Renault Clio je 1.3 turbo s maximálkou 180 km/h. Profil tratí nám ani více jet neumožňuje.

Ta pravá hodnota je v ostatních komponentech - sekvenční převodovka, als neboli anti-lag system. Ten se stará o neustále vstříkování benzínu do

motoru, aby se eliminovala prodleva turba a auto bylo neustále v pohybu. Možná jste slyšeli, jak motor závodního auta probublává. To je als. Pak samozřejmě brzdy, podvozek a mnoho dalších komponentů. Závodní auta jsou proti civilním verzím odlišná vlastně ve všech součástkách.

A náklady na provoz jsou astronomické, hlavně v případě Fabie. Ta jezdí na závodní benzín se 103 oktany, kdy litr stojí téměř 200 Kč. Spotřeba je 80 litrů na 100 kilometrů. Za víkend tak projedete klidně 150 000 Kč. K tomu připočtete závodní guma, kterých můžete v nepříznivých podmínkách projet až 12 sad za víkend. Jedna guma vyjde na 12 až 15 tisíc Kč.

Jakube, máte pro čtenáře nějaký vzkaz na závěr?

Budeme rádi, když mrknete na naši prezentaci. Stačí otevřít QR kód zde v rozhovoru a třeba se spolu brzy projedeme po závodní trati.

Díky za rozhovor!

Lukáš Curylo:

Moravskoslezský kraj hří kulturálně-kreativními lidmi, my jim dáváme prostor realizovat své vize

Náměstek hejtmána Moravskoslezského kraje pro kulturu Lukáš Curylo má lví podíl na tom, že zrovna v tomto kraji kultura dlouhodobě vzkvétá. V talk show *Inspirujte se, prosím!* s Martinem Kovalským, která proběhla v rámci fóra Meltingpot, se rozprávěl nejen o úspěšných projektech a dlouhodobé vizi kraje, ale také o své charitativní práci.



Lukáši, začněme zlehka. O politicích často kolují předsudky, že jsou suchaři. O tobě to ale v žádném případě neplatí. Řekneš nám nějaký svůj oblíbený vtíp o politicích?

Nejdříve bych rád zdůraznil, že jsem za podobná neformální setkání moc rád. A vtípů o politicích je opravdu hodně, okamžitě mě jeden napadl. Víte, co politici sází na zahrádce? Plané sliby!

Díky za odlehčený začátek našeho rozhovoru. Kdy ses rozhodl, že se zapojíš do věcí veřejných? Věnoval se politice někdo v tvé rodině?

Nikdo z mých příbuzných politiku nedělal, ani já se vlastně necítím jako politik. Původně jsem učil na gymnáziu, jeden z mých žáků je dokonce současný primátor Ostravy Jan Dohnal. Můj kontakt s veřejnou správou se postupně vyvíjel. Nejprve jsem pracoval na kraji jako úředník, pak jako šéf odboru na magistrátu a v roce 2007 mě život zavál k Charitě.

Při krajských volbách 2008 jsem byl osloven a kandidoval na sedmém, osmém místě. Byl jsem známý právě z charitativního prostředí, i možná proto mě lidé vykroužkovali. Od té doby, tedy čtyři volební období, jsem krajským zastupitelem. Z toho jsem byl dvě období v opozici a od roku 2016 jsem náměstkem pro kulturu. Původně jsem profesí historik, stále se věnuji charitě a ve funkci mám na starost kulturu. Takže to mám opravdu multižánrové.

Jsi dlouholetým ředitelem organizace Charita Česká republika. Můžeš nám o ní a své roli říci více?

Charita Česká republika je obrovskou organizací. Má necelých 10 000 zaměstnanců a rozpočet kolem šesti a půl miliardy. U nás se staráme o více než 200 000 klientů a zároveň působíme ve více než 20 zemích světa. I když jsem na pomyslné špici, jsem jen jeden z mnoha. Věnuji se hlavně advokační i propagační činnosti a zastupuji organizaci na mezinárodních fórech. Bez lidí, kteří dělají tu primární zdravotní a sociální službu, bych neznamenal nic.

Velké poděkování proto patří všem kolegům a desítkám tisíc dobrovolníků, kteří s námi spolupracují. Pomáháme všem od nenarozených dětí, přes matky v tísní až po seniory a umírající. Já jsem spíše tvář Charity a přistupuji ke své roli s velkou pokorou.

Znám několik tvých kolegů a jsem si jistý, že kdyby tady seděli, mluvili by o tobě v superlativech. Můžeš vypíchnout některý z projektů Charity?

Nasadě je naše dlouhodobá aktivní pomoc na Ukrajině, kde působíme přes 20 let. Zavedli jsme v zemi například projekty adopce na dálku nebo pomoc seniorům. Donedávna totiž na Ukrajině vůbec nefungoval sociální systém a dokonce se nevyplácely ani důchody. Často tak jeden až dva lidé, zvláště ti mladí, žijí a starají se o celou vícegenerační rodinu.

Chceme, aby senioři měli důstojné dožití, a proto také podporujeme nadané mladé lidi, aby vystudovali a mohli rodinu uživit. Sociální systém se v zemi začal postupně zavádět a přišla válka. Nyní pomáháme



i ve válečných zónách - již jsme do země dodali asi 500 hořáků včetně bomb na propan butan, přes 800 generátorů a snažíme se dodávat i potravinové balíčky a drogistické zboží.

Díky tomu, že Charita je se 136 členskými státy po OSN druhou největší organizací na světě, máme v zemi trvalé partnery. Až už je to Řeckokatolická charita nebo ta Římskokatolická, které na Ukrajině působí dlouhodobě a znají nás. Situace je těžká i v tom smyslu, že naši kolegové jsou ve válce a několik již dokonce zemřelo. Ukrajina je tak trochu srdcová záležitost.

S tímto projektem působíme i v Česku a pomohli jsme asi půl milionu Ukrajinců. Ať už konzultacemi při hledání zaměstnání a ubytování, překlady nebo zdravotní pomoci zraněným a postiženým.

Lukáši, zrovna vedle nás probíhá Colours of Ostrava, asi největší festival v České republice. Jaká je vize Moravskoslezského kraje v oblasti kultury a památkové péče?

Máme v kraji spoustu schopných kulturně-kreativních lidí, kteří neustále přicházejí s projekty. Pojem kulturně-kreativní užívám záměrně, protože tito lidé mají opravdu dobré kreativní nápady. Možná se poprvé zhrzoíte, kdo to všechno zaplatí a koho to bude zajímat, ale většinou se nám podaří najít společný zájem a cestu, aby tyto projekty vznikly a vznikaly.

Vzpomínám, když jsem byl ve funkci náměstka sotva 14 dní a kolega přišel s projektem Otevřeného chrámu. V tu chvíli jsem si říkal, že takový nápad nemůže uspět. Dnes je to náš největší projekt, který ročně navštíví přes 220 000 návštěvníků. Nebo když za

mnou před lety přišel ředitel festivalu Beats for Love Kamil Rudolf, že by tehdy malou akci rád povýšil na top evropský festival. Zapracovali jsme na tom a dnes jsou Beats for Love jeden z největších festivalů ve střední Evropě. Podobné se dá vlastně říct o Colours of Ostrava, který začínal jako festival Dolnoholský buben za Ostravou.

Naším cílem je podporovat nejen živé umění, ale také kulturní infrastrukturu, třeba zámky a hrady, které byly v žalostném stavu. Proto jsme začali vyhlašovat dotační tituly, které motivují majitelé, ať už je to církev, obce, soukromníci nebo firmy, aby do památek investovali. K tomu přispívají různé evropské projekty, u kterých pomáháme s kofinancováním. Výsledkem je spousta opravených a veřejnosti zpřístupněných památek. Turisté z jiných krajů se často diví, kolik máme památek a zajímavých objektů. Na území Moravskoslezského kraje je například nejvíce dřevěných kostelíků v celé republice, to málokdo ví.

Naší vizí také je, aby vznikaly skutečně špičková kulturně-kreativní centra. Jedním z počínů je třeba vznik Muzea nákladních automobilů Tatra v Kopřivnici, které vyhrálo první cenu v Národní soutěži muzeí Gloria musaealis. Již dříve jsme ve stejné soutěži získali druhé místo za nové Muzeum Těšínska v Českém Těšíně, které je velmi atraktivní pro všechny generace, od malých dětí po seniory.

Nyní nás čeká velký projekt tzv. Černé kostky, nově známé spíše jako Centrum digitalizace, vědy a inovací. Pokud vše půjde dobře, příští rok na jaře zahájíme stavbu tohoto úctyhodného projektu, který se může vyšplhat až na dvě a půl miliardy korun. Největší krajská investice za poslední roky je tak spojená s kulturou, což znamená, že to s ní myslíme opravdu vážně.

Je důležité zmínit, že se nejedná „pouze“ o knihovnu, ale o krajské kulturní centrum, inkubátor vědy a inovací. V budově budou mít svá centra univerzity, střední školy a také Národní památkový ústav. Bude tam multifunkční sál a špičkové technologie včetně rozšířené i virtuální reality. Chceme, ať se tam scházejí kulturně-kreativní lidé a vytvářejí nové projekty a vize pro náš kraj.

Kdy můžeme očekávat otevření?

V roce 2027. Příští rok zahájíme náročnou stavbu; budova bude mít devět poschodí a dvě velká podzemní poschodí. Dva a půl až tři roky budeme stavět a dalšího půl roku až rok potrvá zavádění technologií. Uvést do provozu hardware bude na celém procesu to nejtěžší, univerzity si již dnes lámou hlavu nad tím, jak vše zprovoznit a zpřístupnit veřejnosti. Koupit přístroj a naučit se jej užívat v maximální míře jsou dvě velmi rozdílné věci.

Takže finance už jsou zajištěny?

Projekt prošel všemi připomínkovými koly, takže nic nebrání tomu, abychom obdrželi přibližně 1,6 miliardy z evropských prostředků.

Jaké to je být náměstkem v kraji, kde se kultura tak daří?

Je to krásný pocit. Když se scházíme s kolegy z jiných krajů, často vytáhnou jeden velký festival nebo úspěch. Já ale říkám, že nemůžu zmínit jeden festival, naopak bych mohl vyjmenovávat akce od ledna do prosince. Moc si to užívám, protože navíc většinu pořadatelů znám.

Dokonce jsem zavedl schůzky pořadatelů těch největších festivalů. Cílem je nejen sdílet termíny, ale také

využít synergické efekty areálů a zabránit kolizím umělců. Občas se stane, že jsou v regionu dva, tři festivaly najednou, proto se snažíme vytvářet prostředí pro spolupráci.

Jak Moravskoslezský kraj podporuje třeba Colours of Ostrava?

Primárně je to finanční spoluúčastí, kterou se u všech festivalů snažíme navyšovat. U Colours to letos bylo kolem tří milionů korun. Klíčovou roli jsme sehráli i v době covidu, kdy se festivaly nekonaly a byly tak bez příjmů. Díky podpoře kraje i města se podařilo zaplatit festivalové týmy, aby se nerozpadly. Kdyby se tak stalo, pravděpodobně už by se znovu nedaly dohromady. Je to vlastně finanční i morální podpora.

Zároveň naše festivaly propagujeme ve vlastních materiálech, na tiskových konferencích nebo na setkáních s partnery v zahraničí.

A kdy si, Lukáši, na Colours zahraješ? Víš totiž, že hraješ v rockové kapele.

Hráli jsme na Štěrkovně, na Ladné Čeladné nebo na festivalu Holba Rock na grilu v Opavě. Takže až Zlata Holušová usoudí, že jsme dostatečně dobří, a bude nás na Colours chtít, mile rádi přijedeme.

Lukáši, moc díky za rozhovor a za všechnu práci, kterou pro náš kraj děláš.



„Železo bez uhlí nevyrobíte,“ říká Michal Pravdík ze společnosti RPS Ostrava a.s.

David Mitáš

Společnost RPS Ostrava a.s. podniká v oblasti energetiky, nerostných surovin a environmentálních technologií. Tohoto dynamického odvětví se přímo dotýká probíhající celosvětová energetická transformace a nejrůznější ekologické snahy mající kořeny v Green Dealu a přijaté legislativě Evropské unie. Pánové Michal Pravdík, obchodní ředitel a člen představenstva RPS Ostrava a.s., a Petr Dočkal, ředitel společnosti, si přesto nezoufají. Byť by oba uvítali při své práci menší přítomnost nepředvídaných vlivů, které v rychlém sledu míchají jejich kartami, oba svorně tvrdí, že ani v těžkých chvílích je nepřestala jejich práce bavit. Jak spolu souvisí těžba uhlí, válka na Ukrajině, přechod na spalování biomasy, tuhých alternativních paliv nebo třeba větrné elektrárny?

Vaše společnost má tři divize a na trhu je už více než 25 let. Můžete nám poodkrýt, čím se RPS Ostrava a.s. zabývá?

Michal Pravdík: RPS Ostrava vznikla v roce 1997 jako obchodní společnost. Dnešní RPS Ostrava však tvoří jiní lidé než tehdy. Když v roce 2001 do společnosti vstoupili Zbyněk Kunčík, předseda představenstva, a Petr Dospiva, člen představenstva, začali ji transformovat do firmy inženýrsko-realizační, tehdy zejména se orientující na zakázky spojené s hornictvím a úpravu nerostných surovin. Tedy byla naším hlavním klientem společnost OKD. Já jsem do firmy vstoupil v roce 2005 a přinesl s sebou orientaci i na oblast energetiky neboli zařízení pro skladování, manipulaci a transport sypkých hmot, zejména pro elektrárny, teplárny, koksovny, kamenolomy a obecně průmyslové aplikace. V roce 2006 jsme začali

spolupracovat s jihoafrickou společností DRA věnující se úpravě nerostných surovin, jako je uhlí, nikl, zlato, stříbro, platina a další komodity. Pro ni jsme vytvářeli realizační dokumentaci a byli přítomni jako supervizoři při výstavbě a uvádění zařízení do provozu. Naše společnost se takto postupně rozrostla na 20 zaměstnanců. V té době vstoupil do společnosti i současný ředitel Petr Dočkal. V roce 2012 jsme zřídili provozovnu výroby a montáží a začali i přímo zakázky realizovat. Těmto realizačním zakázkám na klíč se věnujeme dodnes. V roce 2018 jsme založili třetí, environmentální divizi. Po mnohaleté spolupráci jsme koupili licenci na světově unikátní stroj, který zpracovává biologicky rozložitelný odpad - aerobní fermentor EWA. Ten za pracovní cyklus 96 hodin zpracuje a hygienizuje biologický rozložitelný odpad do té míry, že jej lze použít jako palivo nebo kompost. Zákazníkům

v rámci této divize nabízíme také ekologizaci jejich zařízení – instalaci odsávání, filtraci, snížení prašnosti pomocí systému lokálního skrápění či plošného postřiku. Realizujeme tak ekologizaci provozů celkově. V současné době začínáme rozjíždět i byznys s větrnými elektrárnami.

Když se poohlédnete, jaké těžkosti jste museli překonat?

Michal Pravdík: V době covidu jsme prošli velkou ekonomickou krizí. Naši zákazníci tehdy ze dne na den přestali vypisovat výběrová řízení a realizovat investice většího rozsahu. Zaznamenali jsme vysoké ekonomické ztráty. Zvládli jsme to však, situaci ustáli, a dnes máme opět obrát i hospodářský výsledek dle stanoveného finančního plánu. Sáhli jsme si na dno a zjistili jsme, že nás naši zaměstnanci a kolegové v těžkých

chvilkách podrží. Táhli jsme za jeden provaz a v tom jsme jako společnost silní. Vynaložené úsilí a restrukturalizace spolu se změnou pravidel v chodu naší společnosti nás posunuly dál.

Petr Dočkal: I po covidu se řada investorů bojí investovat. Jsou opatrní. Přispívá k tomu i válka mezi Ukrajinou a Ruskem. Embargo na řadu surovin z Ruska naše podnikání ztěžuje.

To zní jako nelehké výzvy. Jaký nešvar je typický pro vaše odvětví?

Michal Pravdík: Trápí nás obecný trend v našem oboru, kdy o realizaci zakázky rozhoduje především cena. Někdy nejsme schopni za cenu, kterou po nás zákazník požaduje, nabídnout kvalitní práci, za kterou bychom

si stáli a dali za ni takřkajíc ruku do ohně. Do některých výběrových řízení proto vůbec nejdeme. Máme však také zákazníky, u kterých jsme si schopni si naši vyšší cenovou nabídku obhájit, protože ví, že námi dodané zařízení bude fungovat bez problémů nebo reklamací.

Petr Dočkal: Mnoho zajímavých projektů v zahraničí pro nás nedopadlo kvůli tomu, že banky nám pro export nebyly ochotny poskytnout krytí kvůli tomu, že tyto projekty nejsou zelené. Nemohli jsme tak plně realizovat své know-how.

Michal Pravdík: S našimi realizovanými zakázkami byste se potkali na Slovensku, v Polsku či Maďarsku. Akviziční činnost jsme zaměřili i na Kazachstán, Mongolsko a Vietnam. Tyto země mají bohaté surovinové zásoby, takže tam umíme nabídnout i svá řešení na zpracování nerostných

surovin. Investují zde do tepelných elektráren na fosilní paliva. Mnohým firmám zde ale chybí zmíněné finanční zázemí nezbytné pro realizaci zakázek.

Kde můžeme vidět váš otisk v rámci České republiky?

Michal Pravdík: Z úspěšných velkých projektů mohu jmenovat například elektrárnu Hodonín pro společnost ČEZ, kde jsme realizovali přechod ze spalování uhlí na spalování biomasy pro kotel FK1. První úspěšná fáze pro kotel FK2 proběhla již v roce 2008, tedy před dlouhými patnácti lety. Pro společnost ČEZ se jedná o další počín v rámci koncepce čisté energie zítřka. Pro společnost Eurovia řešíme rekonstrukci třídírny v lomu Jakubčovice, kde se jedná o unikátní přestavbu bez omezení provozu. Z dalších zakázek významného rozsá-





www.rpsostrava.cz

hu jsme byli osloveni pro rekultivaci skládky v Ostravě-Heřmanicích. Zde bylo historicky uloženo hodně uhlí a kamene, který je po zpracování vhodný pro stavbu silnic a dálnic. Proto jsme zde postavili velkou úpravnu, která obě komodity zpracovává. Pro společnost Liberty Ostrava jsme snižovali fugitivní emise na aglomerační skládce.

Petr Dočkal: Asi bych jen doplnil, že pro společnost OKD jsme také realizovali unikátní míchací linku na uhlí, která umožňuje pro koncové zákazníky namíchat palivo přesně podle jejich požadavků.

Portfolio vašich zakázek je široké. Jaké profese u vás najdete své uplatnění a jak hledáte nové talenty?

Michal Pravdík: RPS Ostrava a.s. je malý podnik, máme do 50 zaměstnanců a podle divízi se naše společnost dělí na několik provozoven. Zaměstnáváme konstruktéry, projektanty a projektové manažery, kteří vymýšlejí a realizují jednotlivé zakázky. Dále pak u nás najdete středisko výroby a montáží, které sídlí v naší provozovně v Ostravě-Petřkovících. S lidskými zdroji bojujeme. Oslovovat nové talenty nám pomáhají sociální sítě, zejména LinkedIn. Projektanti a konstruktéři musí pro práci u nás mít absolvovanou technickou střední nebo vysokou školu v oboru strojírenství. Ostatní profese si najímáme u partnerských firem. U dělnických profesí zaměstnáváme svářeče, zámečníky a obráběče. Šanci dáváme mladým lidem hned po školách. Někteří studenti u nás mají už v průběhu studia brigády nebo praxe a z nich pak někteří u nás rovněž zůstávají.

Petr Dočkal: Náš obor je zajímavý, ale pouze málo mladých lidí se rozhodne jít jej studovat. Po škole pak

většina z nich chce získat zkušenosti v zahraničí. Záběr naší firmy RPS Ostrava je široký, proto se každý nový kolega s celým portfolioem našich služeb seznamuje v průběhu až pěti let. Ne každý je tak trpělivý a mnoho mladých lidí chce u nás pouze nasbírat zkušenosti a pak jít zase dál. Mladí lidé také mají mnohdy vysoká očekávání ohledně možné mzdy a nabízených benefitů. Nové zaměstnance přitom potřebujeme proto, abychom se mohli dále rozvíjet a pokrýt více zakázek.

Jak se vás dotýká využití robotizace a umělé inteligence?

Petr Dočkal: Za našimi inovacemi stojí naši zaměstnanci a jejich nápady. Spolupracujeme i s univerzitním sektorem VŠB-TU Ostrava. AI však využíváme v grafice a v IT. Pomáhá nám při tvorbě například produktových listů. AI pro nás umí vytvořit dobré nápady a zajímavé výstupy.

Michal Pravdík: Nejnovější poznatky v RPS Ostrava a.s. aplikujeme směrem k zefektivnění výroby. Zavádíme informační systémy, digitalizujeme a automatizujeme výrobu. Vyjma standardizovaných výrobků jako např. EWA a větrných elektráren je každý náš projekt originál. Bez lidských zdrojů se proto neobejdeme. Snažíme se ale být efektivnější a více konkurenceschopnější. Stejně jako většina lidí, ani my neumíme dohlédnout, co AI a robotizace přinese do budoucna.

Ve vašem oboru hraje prim již zmíněná ekologie. Jak vnímáte její směřování?

Petr Dočkal: Politika EU a světový pohled na dekarbonizaci kvůli klimatickým změnám jsou pro nás jako směrodatné. Tradičním i novým zákazníkům proto nabízíme alternati-

vy k uhlí – biomasu, její zpracování a dopravu. Dále tuhá alternativní paliva – opět od jejich zpracování až po hotový produkt. Chceme nabízet i nadále zelenější cestu tak, abychom byli v harmonii se životním prostředím a snižováním uhlíkové stopy. Celkově uzavírání dolů v ČR tak, že je nebude už možné nikdy otevřít, není z mého pohledu rozumné řešení. Sousední Německo oproti tomu jejich fungování tlumí způsobem, aby je znovu v případě nepředvídané krize mohlo opět otevřít. Tento postup však s sebou nese vyšší náklady, což my, myšleno stát, platit nechceme. Na možné budoucí blackouty proto nejsme takto připraveni.

Michal Pravdík: Green Deal a evropskou komisí schválené zákony, které naše odvětví ovlivňují, jdou pozitivním směrem. V oboru energetiky ale vnímám některé politické snahy jako nedobře slučitelné s možnostmi členských států EU. Přechod na biomasu a ekologické spalování odpadů je jistě pozitivní, ale úplné odstavení tepelných a jaderných elektráren a jejich náhrada ekologickými obnovitelnými zdroji dle mého úsudku nepokryje spotřebu energetické energie, kterou máme a budeme mít. Trend náhrady původních zdrojů by měl být postupný a v souladu se schválenou energetickou koncepcí. Válka na Ukrajině poukázala na naši závislost na zdrojích z Ruska. Vlastní zdroje a nezávislost na nových mocnostech by měly být dle mě pro tyto aktivity určující. Také platí, že železo bez uhlí a koksu zkrátka nevyrobíte. Na to však stávající politika EU nemyslí.



📷 Milan Baránek

Mé slovo a možnost plnit si sny pro mě mají větší hodnotu než peníze

Pokora a intuice dovedly Petra Konečného k mnoha úspěchům. Když se na chvíli z jeho života vytratily, přišel pád. Přes všechny výzvy se mu však podařilo vybudovat úspěšnou firmu, postavit první golfové hřiště v Ostravě a zanechat trvalý odkaz.

Fascinující životní příběh Petra Konečného si můžete přečíst také na straně 80 v přepisu jeho stand-up vystoupení na Inspirujte se, prosím! z května 2023.



www.golfparklhotka.cz

Petře, ve svém stand-upu mluvíte o několika osudových okamžicích, které formovaly váš život. Věříte v osud?

Věřím, že každý z nás má určité životní okamžiky dány. Já vyrůstal pouze s prarodiči, rodiče se od nás odstěhovali, když mi byli čtyři roky. Prarodiče byli ze Sudet, proto chodili do německých škol a o těch českých moc nevěděli. Od malička jsem se tak spoléhal na sebe. Záleží jen na nás, jak se postavíme k tomu, co nám život nadělil.

Jak to myslíte?

Mohl jsem si stěžovat na těžké dětství, protože jsem vyrůstal bez rodičů. Ale tak bych se nikdy v životě neposunul. Pokud se budete stále přehrabovat ve starých ranách, zůstanou otevřené. Musíte jít

kupředu a všechno se časem zahojí. Mé dětství mě naopak velmi posílilo.

Máte nějaký příklad?

Třeba úkoly jsem si vždy dělal okamžitě po příchodu domů. Věděl jsem, že pak půjdu ven a už je neudělám. Nebude se mi chtít a nikdo mě k tomu nedonutí.

Zůstalo vám to dodnes?

Ano. Hned jak přijdu z práce, dodělám faktury, odpovím na mailly a až pak si udělám pohodu. Před víkendem to samé. V pátek dodělám resty, abych v sobotu nemyslel na to, že v neděli budu muset pracovat. Když jsem v dětství jednou za čas neudělal úkol v pátek, celý víkend jsem si hrál a když jsem v neděli zjistil, že mě ještě čeká úkol, radši jsem

se v pondělí vymluvil na zapomenutý sešit. Proto své úkoly dělám okamžitě.

Jak jste se dostal k podnikání?

Se ženou jsme měli nulovou podporu, o všechno jsme se museli postarat sami. Žena vychovávala děti a já musel zabezpečit rodinu. Pracoval jsem v elektrárně na kolotoč a do toho rozvážel pečivo. Chodil jsem z práce do práce.

Ale ono je důležité si uvědomit, co od života chcete. A já chtěl být samostatný a zodpovídat sám sobě za všechno dobré i špatné. Chtěl jsem mít volnost a rozhodovat o svém životě.

A jaké byly vaše konkrétní začátky?

Po revoluci jsem začal prodávat spořiče vody a vyzkoušel si tak, jaké

je to podnikat. V roce 92 jsem jako první začal ze Šumavy do Ostravy vozit suché omítkové směsi. V roce 95 vznikl OMLUX a začali jsme prodávat stavební materiál. V roce 97 jsme certifikovali vlastní zateplovací systémy a firmy od nás začali nakupovat. Nakonec lidé z těch stejných firem začali dělat pro mě a OMLUX začal zateplovat paneláky na splátky. To bylo naše gró než přišel v roce 2000 velký třesk.

Co se stalo?

Ve zkratce jsem do firmy na pozici ředitele nabral člověka, kterému jsem věřil. Odjel jsem do Prahy budovat pobočku, zatímco on vedl firmu v Ostravě. Po několika měsících jsem se vrátil a zjistil, že je vše jinak. To, co vedl na papíru jako zisk, byla ve skutečnosti obrovská ztráta. V Praze jsem se promenádoval

v obleku, myslel jsem si, jaký nejsem velký podnikatel, a mezitím jsem o všechno přišel. Hodně mě to zasáhlo. Poučil jsem se z toho a musel jsem se posunout dále. Každopádně od té doby už jsem na sebe oblek nikdy nevezl.

Jak jste se z toho dostal?

Prací. Zůstal jsem podnikat v Praze, kde všem bylo jedno kdo a odkud jste. Prostě jsem dostal zakázku a když jsem jí udělal v daném termínu a kvalitě, vzali si mě na další. Takto jsem splatil dluhy a v roce 2004 jsme v Praze dostali obrovskou zakázku na 40 000 m² anhydritových podlah.

Projektový manažer se tehdy divil, že celou zakázku zvládne OMLUX sám. Prý to jedna firma nemá šanci udělat. Ale já měl kolem sebe super kluky a zvládli jsme to. Do roku 2007 - 2010

jsme byli největší firma na anhydritové podlahy v republice. Dělalí jsme ročně cca 200 000 m² podlah.

Jaký byl další vývoj?

Do Ostravy jsem se se vrátil v roce 2004 a soustředil se jen na podlahy a zateplování. V tom jsme byli opravdu dobří. Když vystoupaly nároky na podlahy nesmyslně vysoko a stavební firmy chtěly za málo peněz co nejvíce muziky, skončil jsem v roce 2011 i s podlahami a vůbec s velkými stavebními firmami.

Vy se hodně řídíte intuicí, že ano?

Pro mě je selský rozum základ úspěchu. Samozřejmě, že potřebujete i vědomosti, ale hlavně selský rozum a logiku. Například si vezměte frázi „většina lidí si myslí“. Okamžitě mě



napadne, že to je tím pádem blbě. Úspěšných lidí je menšina a řídit se tím, co si myslí většina, není podle mě dobře. Jinak by byli přece úspěšní, ne?

Také nemám rád, když lidé demagogicky oponují, aniž by měli protinázor. Pokud neznáte správnou odpověď, jak můžete vědět, že ta má je špatná. Když mi oponujete, musíte mít argument.

Své lidi vybízím, ať za mnou chodí s nápady na zlepšení. Možná je několikrát odmítnu, ale pokud přijdou s něčím, co firmu posune, já je poslechnu. A hlavně si vážím, že za mnou přijdou s názorem.

Jaký máte vztah se zaměstnanci?

Vážím si jich. Vždy jsem si uvědomoval, že sebelepší nápad je vám k ničemu, pokud jej nemáte s kým zrealizovat. Bez lidí, kteří na stavbách pracují rukama, bych nikdy nic nedokázal. Jsou i živnostníci, kteří se mnou dělají roky. Bez nich bych se neobešel.

Myslíte si, že bez pokory nelze podnikat?

Pokora je důležitá. Pokud si začnete říkat „A víte, kdo já jsem?“, lidé za vámi nepůjdou. Svých lidí si musíte vážít a dávat jim to najevo. Je to o výchově a pak o přístupu každého z nás. V okamžiku, kdy máte hodně zdrojů a vyrůstáte v blahobytu, musíte k pokoře být vědomě vedeni, jinak nemáte v podnikání šanci. Nebudete na tu odpovědnost připraveni.

Má situace byla specifická. Já neměl žádné zdroje, ani výchovu. I tu pokoru jsem v Praze ztratil. Proto jsem rychle padal dolů, ale pomohli mi lidé kolem mě. Právě ti, kterým jsem předtím

dokazoval, že si jich vážím. Nehodili mě přes palubu.

K podnikání potřebujete hlavně vůli a touhu po vítězství. Potřebujete mít cíl a jít za ním tvrdou prací. Ale není to zadarmo. Pro to, co dnes mám, jsem musel obětovat spoustu pohodlí a času s rodinou.

Jaké byly vaše sny?

Můj životní sen bylo mít sportovní areál. Dokonce jsem jednu dobu vlastnil fotbalový klub v Hošťálkovicích, ale když jsem zjistil jak to chodí v nižších ligách, tak jsem s ním skončil. Nyní vlastním Golf Park Lhotka, takže můj sen se splnil.

Také jsem vždy chtěl mít rodinný dům kousek od místa, kde jsem vyrůstal. Jenže když jsem našel pozemek ve Lhotce, majitel mi byl ochoten prodat pouze kompletní parcelu o 35 000 m². No a k tomu dalších 35 000 m² od jiného vlastníka. Jakmile jsem oba pozemky koupil, tak jsme s architektem udělali projekt pro čtyřicet rodinných domů. První jsme postavili můj dům, vedle jsme postavili sídlo OMLUX a pak začali stavět další domy.

Zmínil jste Golf Park. Jak jste se dostal ke golfu?

O golfu jsem vůbec nic nevěděl až do roku 2011, kdy mě jeden bankéř pozval na akci, na které jsme si golf mohli vyzkoušet. Nejprve jsem jej odmítl s tím, co tam budu dělat. Nakonec jsem se zúčastnil a zatímco ostatní nováčci odpálili sotva jeden míček, já odpaloval všechny bez problému. Trenér nevěřil, že poprvé v životě držím golfovou hůl. Protože mi to tak šlo, přirozeně jsem golfu propadl.

Začal jsem na jaře 2011 a na pod-

zim už jsem hrál první turnaj na Karlštejně. Když jsem zjistil, že v Ostravě, třetím největším městě republiky, není driving, rozhodl jsem se ho postavit sám. A kde lépe než tam, kde bydlím. V roce 2013 jsme zkolaudovali náš dům ve Lhotce, o rok později jsme začali stavět Golf Park a v roce 2015 jsme jej otevřeli.

A začali jste nabízet tréninky pro děti zdarma. Proč?

Česká republika má asi padesát tisíc evidovaných golfistů, z toho aktivně hraje tak třicet tisíc, spíše méně. Ve Švédsku, které má stejný počet obyvatel, hraje golf až tři miliony lidí. Je to tím, že u nás je povinná registrace a všechna hřiště jsou soukromá. Hrát na nich můžete jen se zelenou kartou, bez ní vás na hřiště nepustí. Ve Švédsku je to opačně. Asi 80 % hřišť je veřejných a může si tak zahrát každý bez registrace a zelené karty. I proto má Švédsko tolik úspěšných golfistů.

Proto jsme začali s tréninky pro děti zdarma. Zatímco za všechny ostatní kroužky museli rodiče platit, u nás měli golf zadarmo. A když to děti nebavilo, mohli okamžitě přestat chodit, aniž by rodiče měli pocit, že přicházejí o peníze. Začalo tak hrát spoustu dětí a často se přidali i rodiče. Dnes u nás hraje asi 80 dětí a jsme za to moc rádi. Dokud nezpřístupníme hřiště veřejnosti, golf u nás nebude populární.

To je fascinující. Když mluvíme o Lhotce, nesmíme zapomenout na penzion, který jste nedávno koupil.

Penzion jsem vůbec kupovat nechtěl. Ale dozvěděl jsem se o investorovi, jehož záměr nebyl v zájmu Lhotky a obyvatel. Proto jsem zašel za do-

savními majiteli a přesvědčil je, ať budovu prodají mi, protože jinak na to všichni doplatíme.

Prozradíte nám, co v budově plánujete po rekonstrukci? Restauraci?

Hospodu už ne. Opět zprovozníme penzion a otevřeme také cukrárnu. Letos to bylo 100 let, kdy se v tom domě otevřela první hospoda. My budeme příští rok otvírat další století, nové prostory budou nádherné.

Co vás motivuje realizovat tolik projektů?

Je mi 61 a aktivně budu pracovat do 65. Už jsem to i veřejně prohlásil. Do té doby otevřeme penzion, dále vylepšíme Golf Park a dokončíme Zelený vršek. Tam sám bydlím a všichni lidé, kteří tam žijí, jsou mí sousedé.

Víte, peníze pro mě nemají velkou hodnotu. Více pro mě znamená vlastní slovo a fakt, že si mohu plnit sny. Chci si říct, že můj život měl smysl. Jak jsme se bavili na začátku, každý z nás má nějaký smysl života, poslání. Možná budete muset vyzkoušet hodně věcí než najdete to své, ale stojí to za to. Život je krásný, protože ho žijeme jenom jednou. Nikdo neví, co bude zítra a každý den se váš život může změnit k nepoznání.

Při golfu všem říkám, ať se dívají přesně tam, kam chtějí zahrát. Nikdy ne tam, kam hrát nechtějí. Protože kam upřete svou pozornost, tam to zahrajete. Pokud tomu nevěříte, nikdy to nedokážete. Všechno, co v životě děláme, je o hlavě.

Petře, moc děkuji za rozhovor!



Certifikace podnikatelské kvality Czech Cool Trade

Členům firemní komunity CCT udělujete Certifikáty podnikatelské kvality. Můžete nám je více přiblížit?

Ano, loni jsme udělili první Czech Cool Trade Certifikáty podnikatelské kvality. Máme z toho velkou radost, protože je to další benefit pro členy naší firemní komunity. Každá společnost využívající poradenských služeb CCT v rámci firemní komunity musí splňovat podmínky certifikace. Ty dle nastavené metodiky zajišťuje odborný tým CCT.

Jak audit probíhá a jaká kritéria musí firma splnit?

Jako auditní společnost kontrolujeme z databází a veřejných zdrojů splnění námi stanovených kritérií. Zároveň čerpáme z vlastních zkušeností a zkušeností ostatních členů firemní komunity s danou firmou. Jde o tato kritéria: kritérium morálního a etického působení na podnikatelském trhu, kritérium vysoké kvality poskytovaných služeb a produktů, kritérium ekonomické stability a platební morálky, kritérium kvalitní firemní kultury a kritérium společenské odpovědnosti.

Jak kritéria kontrolujete?

Veškerá uvedená kritéria musí firma splňovat při zahájení poskytování služeb CCT a při začlenění se do firemní komunity CCT. Kritéria jsou po celou dobu kontrolována projektovým týmem CCT a zároveň ostatními členy firemní komunity. V případě nedodržení stanovených kritérií bude firma vyzvána k nápravě. Bude-li nedodržení zmíněných kritérií opakované nebo ve velkém rozsahu, bude poskytování poradenských služeb CCT ukončeno.

Jaké jsou stupně certifikace?

Certifikát podnikatelské kvality s jednou hvězdou získá firma při splnění všech kritérií během zahájení poskytování poradenských služeb CCT. Certifikát podnikatelské kvality se dvěma hvězdami získá člen firemní komunity, u kterého garantujeme kvalitu déle než dva roky. Maximální ohodnocení Certifikát podnikatelské kvality se třemi hvězdami získá člen firemní komunity, který splňuje kritéria certifikace více než pět let.

Co je cílem certifikace?

Cílem Certifikace podnikatelské kvality CCT je zajištění garance vysoké kvality firemních členů CCT. Garance podnikatelské kvality vede k velmi efektivní spolupráci a vzájemné podpoře členů firemní komunity. Certifikace CCT firmám přináší prestižní ocenění jejich podnikatelské kvality vnímané kompletním podnikatelským prostředím České republiky.

O Certifikaci podnikatelské kvality nám více pověděl Martin Kovalský, jednatel CCT.



www.cct.cz/sluzby



Firemní komunita

<beat>app, s.r.o.
1. HP SERVIS s.r.o.
3ADVOKÁTI s.r.o.
3group s.r.o.
4WARD s.r.o.
5Promotion s.r.o.
A.F. servis, s.r.o.
A&H Resorts s.r.o.
ABSOLUTUM s.r.o.
Absolutum Wellness Hotel
AC Sparta Praha fotbal, a.s.
advertia digital s.r.o.
Agentura Direction s.r.o.
AJKA - SOLUTION s.r.o.
Akademie FC Baník Ostrava z. s.
AKORD & POKLAD, s.r.o.
AKVAHELP METAL spol. s r.o.
Alf servis, s.r.o.
Algolmperial services s.r.o.
Alkhouse s.r.o.
American Liberator s.r.o.
ANTEE s.r.o.
Asistentka CZ, s.r.o.
Asociace rodinných firem, z.s.
Atekim group s.r.o.
Ateliér HAMAKA
Autoservis Simon
B of B cars s.r.o.
B.O.CHANCE OSTRAVA
SPORTCLUB, z.s.
Baby club Kenny, s. r. o.
Bc. Libor Mattuš
BEYOND Production s.r.o.
Beyond Psychedelics, z. ú.
Bezlepík s.r.o.
Bezpersonalky.cz
BEZVA LIDI z.s.
BO! reality a finance s.r.o.
Bohemia Gallery
BOLDI DANCE s.r.o.
BON 5 s.r.o.
BOTY HORKY s.r.o.
Brand Gifts, a.s.
BrightCon s.r.o.
Budweiser Gastro s.r.o.
BUGGY fitness s.r.o.
BUSYMAN
bV24 s.r.o.
Café Louvre
CareGivers Company s.r.o.
Centrum rehabilitační péče s.r.o.
Cloud4medical s.r.o.
Colour Production, spol. s r.o.
COVITAR s.r.o.
Crest Communications Ostrava s.r.o.
CYRRUS CORPORATE SOLUTIONS, s.r.o.
Český badmintonový svaz, z.s.
Dagmar Pyšová - Studio krása a zdraví
DART STUDIOS s.r.o.
David Mitáš
David RIEDICH s.r.o.
DigiDay Czech s.r.o.
Divadlo Mír
Dobry tabák s.r.o.
Domácnost v plusu s.r.o.
DTO CZ, s.r.o.
E-MOTION park s.r.o.
edgy.digital s.r.o.
Ekolusk s.r.o.
elieva s.r.o.
Enea sport s.r.o.
EP Events and Production s.r.o.
European Institut of Business Studies s. r. o.
SC FAJNE
FANSHOP FC Baník Ostrava s.r.o.
FC Baník Ostrava, a.s.
FEMONT OPAVA s.r.o.
FIGHTING CLUB OSTRAVA, z.s.
FILMAGIX s.r.o.
Finanční svoboda, s.r.o.
FLAME System s.r.o.
Fletonex s.r.o.
FLOMAT s.r.o.
Fly Away s.r.o.
FM PROLES CZ s.r.o.
Focus People s.r.o.
FUTURE TALES MANAGEMENT s.r.o.
FUTURETO
FuturNET, s.r.o.
Garnet Peers s.r.o.
GASTRO CLASSIC, spol. s r.o.
Genesis Invest s.r.o.
Golf Brothers, s.r.o.
Golf Park Lhotka
Golf pro všechny.cz
Grow in Harmony
H R U Š K A , spol. s r.o.

Hana Kádner Hacklová
Havířovský sociální podnik, s.r.o.
Headwork s.r.o.
HEDURIO s.r.o.
HEIPARK Tošovice
HERMÍNA spol. s r.o. - RESTAURANT MICHAL
HMF Commerce s.r.o.
HOROVO BUSINESS s.r.o.
Hotel & Garden U Holubů
HYUNDAI LXM motors s.r.o.
ICT-GROUP s.r.o.
ImCerny
Individual for you s.r.o.
Individual.Fitness s.r.o.
Ing. arch. Cyril Vltavský
Ing. Lucie Jandíková
Ing. Martin Limanovský
Ing. Miroslav Vlach
Ing. Veronika Horáková, PhD.
INITED Solutions s.r.o.
Institut vzdělávání
Evy Kiedroňové, z. s.
ITEuro, a.s.
Jan Laibl
Jan Řezníček
JiriVana.NET s.r.o.
Jiří Janča
JKMP Trade s.r.o.
JMP - Stavební stroje s.r.o.
KAMIT - SYSTEM s.r.o.
KAPKA PLUS s.r.o.
Každý Prodává, s.r.o.
KLEINWÄCHTER holding s.r.o.
Kožuch.online, s.r.o.
Kreativní studio Mitty
Kreuziger&Sobotik, s.r.o.
KRMÍM KVALITNĚ s.r.o.
Kryštof Klíma
Ledum Kamara, s.r.o.
Lékaři bez hranic - Médecins Sans Frontières in Czech Republic, o.p.s.
Levandulové údolí
Limanovský s. r. o.
LIVE4K media s.r.o.
Loklok, s.r.o.
LongevityForum.eu z. s.
Luskeeto
MAF-OVA s.r.o.
Mallne Style s.r.o.

Czech Cool Trade

MAMUT - THERM PRO s.r.o.
MAMUT - THERM s.r.o.
mapcorporation s.r.o.
marvin hookah lounge s.r.o.
marvin smoke s.r.o.
Mateřská škola Paprsek s.r.o.
MATTES plus s.r.o.
meetvitruvio, s.r.o.
MELTINGPOT z. s.
Menlo Electric S.A.
Mergon Czech s.r.o.
Michal Matulík - MION Films
Michal Nedbal
MILORD, s.r.o.
Miloš Kádner
MINT reality s.r.o.
MONETA Money Bank, a.s.
Moonment s.r.o.
MP Coffee s.r.o.
MPA ProjektStav s.r.o.
Mujrevizak.cz s.r.o.
Multi Elektro
MySenses s.r.o.
Nadační fond Kulíšek nedonošeným dětem
Nadační fond MY TREES
NAFRANISRAMKA5
Nano4people s.r.o.
OKR Mastermind
OMLUX, spol. s r.o.
Ondřej Vácha
OSTRAVA BADMINTON KLUB z.s.
OSTRAVA SQUASH KLUB z.s.
Ostravská sportovní z.s.
Outdoor & Colours s.r.o.
P21, z. s.
PALIVOS s.r.o.
PARA HOCKEY OSTRAVA z. s.
PARA HOCKEY OSTRAVA z. s.
Parite PRO s.r.o.
PARTEA profi s.r.o.
Patrik Bogdalík - Big Cars
PEGASUS Service s.r.o.
PEKÁRNA HRUŠKA, spol. s r.o.
PERFECT TRAINING s.r.o.
Peter Urbanec
PETILO, z.s.
Petra Hanzelová
PH poradce servis s.r.o.
PH úklidy s.r.o.

POLAR televize Ostrava, s.r.o.
PREZZA s.r.o.
PROCORTEX s.r.o.
PrPom, s. r. o.
PŘEDVÝBĚR.CZ s.r.o.
Příběh Rajske
Qvamp - informační systém pro eventy
R36.cz, s.r.o.
R3STAV s.r.o.
Radek Srb - poskytování služeb BOZP
Radek Srb - poskytování služeb v požární ochraně
Real Estate Academy s.r.o.
Reborn Food s.r.o.
REDROAD s.r.o.
Rentor motorsport s.r.o.
Reprezza.cz
Restaurace Imrvére
Restaurace Klíka
RH-ARCH s.r.o.
RIANO Europe, s.r.o.
Ridera Sport a.s.
RJ Investment, s.r.o.
RNDr. Petr Šubert
Rokudis s.r.o.
RP Team s.r.o.
RPS Ostrava a.s.
SATUM CZECH s.r.o.
Saves help, spolek
Securing s.r.o.
SeePOINT s.r.o.
Shockmarket s.r.o.
Shopsys s.r.o.
Simon Závěšický
Skalka family park s.r.o.
SlajIT - Hello World, s.r.o.
SLEZSKOMORAVSKÉ KOMINICTVÍ s.r.o.
Slezský fotbalový klub Opava a.s.
Slůně-svět jazyků, s.r.o.
SM-DATA, a.s.
SMS Finance, a.s.
SNABYTEK COMPANY s.r.o.
Socionika consulting s.r.o.
SOLBIEN a.s.
Speed Fox s.r.o.
Splněné dětské přání, o. s.
Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o.

start.jobs a.s.
STARTUP MEDIA, s.r.o.
Statek Domašín, a. s.
Stavby COMPLET s.r.o.
Stavby Střechy Komíny s.r.o.
STAVBY TIETZ s.r.o.
STROB STAV, s.r.o.
Studio CMYK Ostrava, s.r.o.
Sunextra s.r.o.
Szturc interierey s.r.o.
Školící středisko Club s.r.o.
Školička na farmě
Štramberk Spa Resort
Šumbarknet s.r.o.
Tábory v Beskydech, z.s.
TELEPACE s.r.o.
Tělovýchovná jednota Ostrava
TOMTON s.r.o.
TonerPartner.cz
TopCNC s.r.o.
TP Optometry s.r.o.
Trusts & Wealth protection Estate
Bořanovice s.r.o.
Tři věže s.r.o.
TV Noe
U Holubů, s.r.o.
Účetnictví Romana Kaiserová
Uklidator.cz, s.r.o.
Unamisteel s.r.o.
UNljobs.cz s.r.o.
UNIKOV Steel spol. s r.o.
V4 Tax, s.r.o.
VACLAVINEK s.r.o.
VEGALL Pharma s.r.o.
Vehementa office center s.r.o.
Vinice Srb, spol. s r.o.
Virtuální realita s.r.o.
Virtuální realita, s.r.o.
VÍTKOVICE ARÉNA, a.s.
VY & Partneři s.r.o.
Welcome to the Jungle
Westlogic s.r.o.
Z + M Partner, spol. s r.o.
ZaseBrand s.r.o.
Zdeněk Wetter
ZUUM Group s.r.o.
Žabiny s.r.o.



Jsme poradenská společnost Czech Cool Trade. Poskytujeme poradenské služby aktivního monitoringu a realizace dotací, finančních nástrojů, benefitních programů, efektivní obchodní a marketingovou podporu. V neposlední řadě vytváříme prostor pro budování byznys vztahů na exkluzivních networkingových akcích. Pro firemní členy CCT se nám podařilo získat dotační podporu 4,9 mld. Kč a zprostředkovat přes 882 mil. Kč v realizovaných zakázkách.

U všech členů firemní komunity CCT garantuje jejich profesionalitu, kvalitu, společenskou a podnikatelskou odpovědnost! Důkazem toho je prestižní certifikace podnikatelské kvality. Komunita Czech Cool Trade nyní zahrnuje přes 380 firem, z toho více než 1300 majitelů a top manažerů. Do firemní komunity CCT patří například: Shopsys s.r.o., Menlo Electric S.A., FEMONT OPAVA s.r.o., Mergon Czech s.r.o., OMLUX, spol. s r.o., MONETA Money Bank, a.s., VÍTKOVICE ARÉNA, a.s., BrightCon s.r.o., B of B cars s.r.o., SATUM CZECH s.r.o., Ridera Sport a.s., HEDURIO s.r.o., FC Baník Ostrava, a.s., AC Sparta Praha a.s., MAMUT - THERM PRO s.r.o., R3STAV s.r.o., RPS Ostrava a.s., DTO CZ, s.r.o., UNIKOV Steel spol. s r.o., HYUNDAI LXM motors s.r.o. AKVAHELP METAL spol. s r.o., a mnoho dalších.

1 Obchodní a marketingová podpora

Obchodní podpora formou vyhledávání a propojování vás se zájemci o vaše služby/produkty. Zajistíme vám také propojení na ověřené dodavatele nebo prezentaci vašich nabídek spolupráce. V rámci marketingové podpory vám vytvoříme obsah s doporučením a budeme sdílet vaše vybrané příspěvky na všech sociálních sítích. Prezentovat vás budeme i na webových stránkách CCT. Součástí služeb CCT je také financování firem skrze zvýhodněné účelové i neúčelové úvěry.

2 Networking a byznys vztahy

Budujeme obchodní vztahy mezi členy firemní komunity. Pravidelně pořádáme networkingové akce v Praze, Brně, Opavě, Českých Budějovicích, Jihlavě, Pardubicích, Ostravě a Olomouci. Setkání se účastní majitelé firem a zástupci top managementu. Sdílí se know-how, zahajují se obchodní partnerství a získávají se přínosné informace z odborných témat. Jedná se o networkingové snídaně, obědy, kávy o třetí, čaje o páté a večere. Pořádáme také sportovní eventy jako tenisové, badmintonové a golfové turnaje. Populární jsou inspirativní večery, na kterých již vystupoval Zdeněk Pohlreich, Václav Brabec, Eva Kiedroňová, Zlata Holušová a další byznys inspirativní osobnosti.

3 Dotace pro podnikatele

Máte svého projektového manažera, který vám bude aktivně vyhledávat dotační příležitosti, a nemůže se stát, že o nějakou přijdete. V případě zájmu vám zajistíme celý projektový management při realizaci dotačního projektu, který podpoří rozvoj vaší společnosti. Procházíme s vámi dotační tituly z pohledu formálních náležitostí, věcných podmínek, finančních podmínek a časových nároků.

4 Event a benefitní programy

Pro naše klienty připravujeme a realizujeme firemní eventy dle přání klienta. Pro majitele a top manažery firem realizujeme praktické studia MBA. Pro vaše klíčové zaměstnance přinášíme exkluzivní benefitní investiční program ZIP.

PODPORUJEME ROZVOJ VAŠÍ FIRMY!

JIŽ 10 LET



HLEDÁME NOVÉ TALENTY!

ROZVOJOVÝ KEMP PARAHOKEJE

**PŘIJĎTE SI VYZKOUŠET PARAHOKEJ
S PROFESIONÁLY A PŘIDEJTE SE
K NÁM DO TÝMU!**

**VEŠKERÉ VYBAVENÍ
ZAPŮJČÍME.**

OZVI SE NA

TALENT@PARAHOKEY.CZ

PARAHOKEY.CZ

HLEDÁME NOVÉ PARTNERY PRO TALENTY PARAHOKEJE.

**REALIZUJEME ROZVOJOVÉ KEMPY PARAHOKEJE A POMÁHÁME TAK
ZAPOJENÍ OSOB S TĚLESNÝM POSTIŽENÍM DO AKTIVNÍHO ŽIVOTA.**

PARA HOCKEY OSTRAVA Z.S.

INFO@PARAHOKEY.CZ

f PARAHOKEYCZ

@ PARAHOKEY.CZ

