

# Czech Cool Trade

For Business Magazine



# PREMIÉRA BYZNYS MAGAZÍNU CZECH COOL TRADE

Před lety jsem si vysnil exkluzivní byznysový magazín o naší firemní komunitě CCT. Je pravdou, že pokud si za svými sny jdete, tak jich docílíte. Je třeba jen vytrvalosti, víry a taky trochu štěstí. Výsledkem je první vydání For Business Magazine Czech Cool Trade, které nyní držíte ve svých rukou.

Naším cílem je zprostředkovat Vám inspirativní rozhovory, spolu s příběhy českých firem a v neposlední řadě Vám poskytnout přínosné informace o službách naší poradenské společnosti pro firemní komunitu CCT.

Vážené čtenářky, vážení čtenáři, věřím, že si každý z Vás zde najde novou inspiraci a energii k rozvíjení svého profesního a osobního života v roce, ve kterém přichází v mnoha oblastech k novým začátkům. Přeji nám všem, abychom z této velké zkoušky vyšli posílení.

Přeji krásné a velmi inspirativní čtení!

  
Mgr. Martin Kovalský, MBA  
jednatel



**PODPORUJEME  
ROZVOJ VAŠÍ FIRMY!**





4 **Martin Kovalský** Příběh jménem Czech Cool Trade



12 **Zdeněk Pohlreich** Jednoduché rady neexistují



18 **Albín Malyrz, Alexandr Malyrz a Peter Kubizna** Krása, která nerezaví

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

22 **Eva Kiedroňová**  
Něžná náruč

26 **Michal Kubal a Libor Stoklásek**  
Svěží vítr, který hodlá rozhýbat  
zkostnatělý investiční trh

32 **Václav Brabec**  
Chcete zažít pořádné nervy? Poříd-  
te si fotbalový klub

44 **Služby**  
Czech Cool Trade

52 **Fotky z akcí firemního klubu**  
Czech Cool Trade

64 **Marek Odehnal**  
Chtějte od svých poradců  
a makléřů víc

70 **Marek Konečný**  
Aby byl člověk v podnikání úspěšný,  
musí mu věnovat čas

74 **David Stružka**  
Vyniknete a budete snadno  
zapamatovatelní

78 **David Hercig**  
Trpělivost na trzích přináší růže

82 **Tým Czech Cool Trade**

88 **Referenční projekty**  
Czech Cool Trade

96 **Peter Urbanec**  
Jsi silnější než si myslíš

98 **Petr Beneš**  
Expanze do zahraničí skrze  
marketplace Amazon

100 **Jan Daneš**  
Hra o budoucnost

104 **Josef Hajkr**  
Tajemství projektů v online světě

109 **Jaroslav Baďura**  
Magazín PATRIOT?  
Svět už nás bere vážně

114 **Firemní členové Czech Cool Trade**



38 **Petr Kašák** Code must flow aneb zrod světa Eluvia



58 **Marcel Lesník** Rock & rollové podnikání



90 **Mudr. Martin Jan Stránský**  
Z neurologa v New Yorku k doktorovi z Mrnic



# PŘÍBĚH JMÉNEM CZECH COOL TRADE ANEB POMÁHAT JINÝM K ÚSPĚCHU

„V byznysu působím přes dvanáct let. Jako absolvent Evropských studií jsem pracoval pro dvě pražské firmy v našem regionu, kde jsem poskytoval ekonomické a dotační poradenství firmám. Problematiku rozvoje firem jsem vnímal jak z pozice regionální politiky, tak z pozice poradenské společnosti. Z toho vznikla myšlenka podpořená žádostmi klientů, abych vytvořil vlastní poradenskou společnost,“ říká Martin Kovalský.

### Za jakých okolností Vaše společnost vznikla?

Společnost vznikla před více než osmi lety. V té době jsem měl zkušenosti z regionální politiky, zajímala mě především podpora podnikání a konkrétně v oblasti dotačních projektů jsem měl dostatek zkušeností. V České republice probíhala hospodářská krize a podněty od mých klientů mě vedly k vypracování analýzy krizových potřeb firem a následně podnikatelského plánu. Projekt CCT se líbil mému kamarádovi Hynkovi Horákovi z Prahy, který měl hodně zkušeností z podnikání a společně jsme založili Czech Cool Trade.

### V čem jste firmám pomáhali?

Pomáhali jsme a doteď pomáháme firmám v rámci podnikového poradenství s důrazem na zprostředkování veškerých dotací a finančních nástrojů, které pro české firmy jsou a pomáhají jim realizovat jejich rozvojové projekty. Jsme odborníci na dotační podporu pro podnikatele. Zajišťujeme celou škálu dotací, a to jak na vzdělávání, mzdy zaměstnanců, stážisty, veškeré investiční dotace, přes vědu a výzkum až po bruselské, potažmo další zahraniční dotace. Velmi přínosné jsou aktuálně například dotace z Vísegrádského fondu. Od začátku také své klienty sdružujeme ve firemním klubu, kde členům poskytujeme další přínosné služby.

### Vy jste vystudovaný ekonom?

Studoval jsem Evropská studia. Součástí tohoto studia je oblast ekonomie a ekonomiky, ale čistě ekonomický obor jsem nestudoval. Absolvoval jsem Slezskou univerzitu, obor Veřejná správa a regionální politika, studoval jsem také v Olomouci na Univerzitě Palackého obor Politologie a evropská

studia a své magisterské studium jsem dokončil v Praze na Metropolitní univerzitě studiem oboru Evropská studia. V roce 2020 jsem své vzdělání doplnil studijním oborem Business a management zakončeným udělením titulu MBA. V rámci studií jsem úspěšně absolvoval mnoho ekonomických předmetů.

### Jsou zkušenosti z politiky výhodou?

Určitě ano. Jako zastupitel města Ostravy a radní městského obvodu Svinov jsem byl denně v kontaktu s majiteli firem a řešil s nimi jejich rozvojové projekty. Mám praxi z Ministerstva pro místní rozvoj ČR a byl jsem také šest let asistent senátora, což mi přineslo mnoho zkušeností s fungováním celého Parlamentu České republiky.

### Co si myslíte o výroku, že dotace pokřívají trh?

Je to otázka spíše na nastavení systému a zacílení dotací. Podpora ekonomiky tady byla vždy implementována různými způsoby, mezi které patří dotace, daňové zvýhodnění, podpora místních samospráv a jiné. Musíme si uvědomit, že právě soukromý sektor tvoří národní bohatství a je třeba jej podporovat k udržení konkurenceschopnosti. Mnoho soukromých firem přebírá funkce státu. Jako příklad mohou označit nedostatek školek, domovů pro seniory, sociálních podniků. To znamená, že stát má určité nástroje, a když je dobře používá, k čemuž slouží národní nebo evropské dotace, tak je to v pořádku. Na druhé straně musí být dotační prostředky využívány efektivně a za jasných pravidel. Nesmí být upřednostněn jeden žadatel nad druhým. Musí se podporovat především projekty pro začínající, malé a rodinné firmy, projekty podporující vyšší

vzdělanost zaměstnanců, ekologické projekty nebo projekty podporující hospodářsky slabší regiony. Když jsou dotace dobře nastaveny a řeší takovou problematiku, kterou stát potřebuje vyřešit a sám by ji řešil velmi složitě nebo s mnohem většími náklady, tak dotace své místo mají a vždy mít budou. Bylo to třeba v období vysoké nezaměstnanosti, kdy stát formou dotací podporoval osoby ohrožené na trhu práce.

### Má slovo dotace u Vašich klientů spíše pozitivní konotaci?

Dá se říct, že je to celou dobu stejné. Přes devadesát procent majitelů chce čerpat dotace k rozvoji jejich firem. Je to třeba jako s vnímáním Evropské unie. Většina informací v médiích jsou spíše negativní. O dotacích by se daly psát stovky krásných článků, protože jsou stovky zrealizovaných skvělých projektů, ale informuje se především o projektech, kde jsou nějaké problémy.

### Působnost Vaší společnosti Czech Cool Trade je ale širší.

Podporujeme rozvoj firem v celé České republice více poradenskými nástroji. Řešíme ekonomické a finanční poradenství pro firmy. Realizují se u nás vzdělávací workshopy a velmi atraktivní MBAstudia. V oblasti dotací pomáháme také s bruselskými a evropskými dotacemi i švýcarskými fondy, což jsou další finanční prostředky, které čeští podnikatelé mohou získat. Žádosti se píšou v angličtině, většina žádostí se administruje v Bruselu. Je to takový soubor všech evropských států a jejich podnikatelů o tuto podporu.

### Jakým firmám pomáháte?

Je to celá škála firem. Pomáháme začínajícím podnikatelům, kde v rámci společenské odpovědnosti naší firmy získávají zdarma poradenství. Mezi naše klienty patří také malé a střední firmy až po firmy s miliardovými obraty. Firmy sídlí v celé České republice, některé na Slovensku a jedna v Berlíně.

### Mohou dotace pomoci i malým firmám?

Ano, jsou to velmi zajímavé dotace. Začínající podnikatelé mohou získat například půl milionu korun k rozvoji svého podniku. Mohou také získat dotace na mzdy zaměstnanců, stážisty, vzdělávání. Tato cílová skupina si zaslouží od státu co největší podporu. Přeci jenom zahájit v této době podnikání není jednoduché a je zapotřebí výborný nápad, odvahy, zkušenosti, vytrvalost a štěstí.

### Co vše firmám poskytujete?

Princip poradenské společnosti je u nás nastavený na dlouhodobé spolupráci. Všichni klienti, od malých, středních podniků po nadnárodní společnosti, zmíním například firmy Moneta Money Bank, Solaris Czech, Mölnlycke Health Care Klinipro, u nás využívají čtyři pilířů poradenských služeb v rámci firemního klubu Czech Cool Trade.

### Jak vám za získání dotace firmy platí?

Poradenských společností je opravdu hodně, i když se trh už za tu dobu, kdy Česká republika čerpá evropské dotace, vytříbil. Jak už jsem zmínil, u nás je to především o dlouhodobé spolupráci, o členství firmy v našem fi-



© Karel Kita

remním klubu Czech Cool Trade, jehož členové mají pak velmi zvýhodněné podmínky ve srovnání s cenami na trhu a získají další poradenské služby. Jedná se tedy většinou o symbolickou částku za zpracování žádosti a pak odměna, která se vztahuje na schválení žádosti a administraci, tak je vázaná na úspěšný projekt. Zajišťujeme celý dotační cyklus od přípravy přes realizaci až po archivaci projektů. Naším klientům jsme již získali téměř čtyři miliardy korun z dotačních fondů.

#### Co dalšího členům nabízíte?

Zajišťujeme čtyři pilíře služeb. První zahrnuje aktivní osobní monitoring dotačních příležitostí a poradenské služby CCT. Garantujeme, že člen klubu nemůže o žádnou dotační příležitost k rozvoji své firmy přijít. Druhým pilířem je oblast networkingu, navazování byznys vztahů mezi jednotlivými majiteli firem. Pořádáme mnoho akcí v Praze, Brně a Ostravě. Jedná se o networkingové snídaně, obědy, kávy o třetí, čaje o páté, večere. Dále pořádáme sportovní akce, například tenisové, badmintonové a golfové turnaje. Velmi populární jsou networkingové akce spojené se sportovními událostmi, mezi které patří networking u příležitosti fotbalového nebo hokejového utkání. Jako nový typ akcí pořádáme inspirativní večery pod názvem Inspirujte se, prosím! Svůj inspirativní rozhovor nám již poskytli Václav Brabec, Marcel Lesník, Marek Konečný, Zdeněk Pohreich, Eva Kiedroňová, Jan Daneš, Martin Jan Stránský, Peter Urbanec a Kamil Kůs. Úspěšné podnikání je v této době velmi závislé na

vybudovaných obchodních vztazích a my je pomáháme vytvářet.

#### Co je tím třetím pilířem?

Obchodní a marketingová podpora. Propojujeme členy mezi sebou, hledáme možnosti nové spolupráce. Členové tak získávají nové klienty a obchodní partnery. Zajišťujeme také pro členy ověřené doporučení na produkty a služby, které aktuálně poptávají. Velmi přínosná je také marketingová podpora. Točíme krátká videa, tvoříme a sdílíme příspěvky na sociálních sítích. Posledním pilířem je poradenství a služby CCT s efektivními poradenskými nástroji a produkty pro naše členy. Vyzdvihl bych Zaměstnanecký investiční program pro klíčové zaměstnance nebo MBA studium.

#### Kolik máte členů?

V tuto chvíli máme přes 300 firemních členů – jsme v České republice unikátní, protože u nás je členem firma, ne jednotlivec. Je to tak, že v poslední době se k nám přidávají další významné společnosti. Aktuálně v průměru k nám týdně přibývají tři nové členové. Nárůst je rapidní a jsme za to velmi rádi. V rámci celé naší komunity aktuálně působí 776 majitelů a top manažerů.

#### Kde jste nejsilnější?

Nejsilnější jsme v Moravskoslezském kraji, v Ostravě, Svinově máme zákla-

dnou. Máme tady nejvíce firemních členů. Pak následuje Praha a Brno.

#### Co chystáte v nejbližší budoucnosti?

Chceme stále posilovat naše čtyři pilíře služeb. Zjišťujeme od našich členů zpětnou vazbu a zavádíme další služby, které vedou k rozvoji firem našich členů. Rozšiřujeme naše zastoupení do dalších regionů. V letošním roce máme již potvrzené zastoupení CCT také v Olomouci a Českých Budějovicích. Cílem je mít své zástupce ve všech krajích a také tam pořádat pravidelné firemní networkingové akce.

#### Propojujete firmy mezi sebou, zajišťujete také hlídání kvality?

Ano, součástí firemní komunity jsou nastaveny jasné hodnoty, které musí firmy v komunitě CCT splňovat. Firemní členství v komunitě Czech Cool Trade tak potvrzuje firmám jejich profesionalitu, garanci kvality, společenskou a podnikatelskou odpovědnost!

#### Kde se může zájemce o členství dozvědět více?

Zájemce může navštívit naše webové stránky [www.cct.cz](http://www.cct.cz), kde najde více informací a kontakty. Každý člen našeho týmu se se zájemcem rád sejde, třeba u nás ve Svinově u výborné kávy.



Kvalita od roku 2005.



**Kvalitní kancelářské židle s nadčasovým designem pro Vaše pohodlné sezení.**

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

Navštivte nás na naší prodejně:  
Lepařova 8, Opava



Jsmo poradenská společnost Czech Cool Trade. Firemním členům CCT poskytujeme služby aktivního monitoringu a realizace dotací, finančních nástrojů, efektivní obchodní a marketingovou podporu. V neposlední řadě vytváříme prostor pro budování byznys vztahů na exkluzivních networkingových akcích. Firemním členům CCT se nám již podařilo získat dotační podporu **3 721 mil. Kč** a zprostředkovat přes **639 mil. Kč** v realizovaných zakázkách.

Firemní členství vaší společnosti v komunitě Czech Cool Trade potvrzuje vaši profesionalitu, garanci kvality, společenskou a podnikatelskou odpovědnost!

Komunita Czech Cool Trade nyní zahrnuje přes **303 firem**, z toho **792 majitelů a top manažerů**.

## PORADENSTVÍ A SLUŽBY CCT

Odborné poradenské služby v rámci podnikání poskytují specialisté z projektového týmu. Kromě konzultací zdarma získáte možnost využít zvýhodněného studia MBA či zapojení se do zaměstnaneckého benefitního programu pro Vaše zaměstnance.

Součástí služeb CCT je také financování firem skrze zvýhodněné účelové i neúčelové úvěry nebo audit firemních pojistných smluv. Nezapomínáme také na začínající podnikatele, kterým poskytujeme komplexní služby pro zahájení podnikání.

## DOTACE PRO PODNIKATELE

Budete mít svého projektového manažera, který vám aktivně bude 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.

## NETWORKING A BYZNYS VZTAH

Budujeme obchodní vztahy mezi členy. Pravidelně se konají networkingové akce v Praze, Brně a Ostravě. 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 snídane, obědy, kávy o třetí, čaj 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, Marcel Lesník a další byznys inspirativní osobnosti.

## OBCHODNÍ A MARKETINGOVÁ PODPORA

Obchodní podporu formou vyhledávání a propojování vás se zájemci o vaše služby/produkty. Zajistíme vám také propojení na ověřené dodavatele. V rámci marketingové podpory u vás natočíme krátké prezentační video. Budeme vám vytvářet obsah s doporučením a sdílet vaše vybrané příspěvky na všech sociálních sítích. Prezentovat vás také budeme na webových stránkách CCT.



FEMONT OPAVA s.r.o. je stavební společnost působící na českém trhu již od roku 1992. Mezi klíčové obory působnosti naší firmy patří výroba a montáž ocelových konstrukcí a hal výrobního, skladového, logistického typu či autosalonů a administrativních objektů. Společně se snažíme o získávání a řízení nejen menších zakázek, ale také velkých projektů jak na území ČR, tak na Slovensku. Pro tyto účely disponujeme vlastními výrobními prostory, ve kterých se odehrává výroba ocelových konstrukcí, klempířských prvků, tvarového pálení, lakování a dalších podpůrných procesů.

Mezi zásadní realizace v uplynulém roce 2020 patří například skladová hala společnosti WERA REALITY s.r.o. v Krnově. Zde jsme během pouhých 8 měsíců poskytli investorovi komplexní dodávku všech částí tohoto projektu, který se v areálu firmy rozprostírá na 669 m<sup>2</sup>.

Ještě rychlejší jsme byli v případě další generální dodávky, a sice výrobní haly pro společnost Pars nova a.s. v Šumperku. Zde jsme byli schopni zrealizovat dílo na zastavěné ploše čítající celkem 963 m<sup>2</sup> dokonce během 7 měsíců.

Vizí našeho podniku je soustavně zlepšovat naše výrobky a služby a nadále zůstat dynamicky se rozvíjející stavební firmou, která pomáhá našim zákazníkům uskutečnit jejich plány a přání.

Obyvatelům opavského regionu nabízíme možnost uplatnit se v řadě profesí, o kterých pravidelně informujeme na našich webových stránkách.

**Ing. Jiří Hos**  
jednatel společnosti

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

# Jednoduché rady neexistují.

Říká Zdeněk Pohlreich, enfant terrible české gastronomie. A taky známý šéfkuchař, podnikatel, lektor, herec, autor kuchařek a moderátor kuchařských pořadů na televizi Prima. Jeho vtipné a upřímné hlášky z show *Ano, šéfe!* zlidověly a patří ke koloritu českého kulinářství. Jaký vlastně je, co mu pomohlo dostat se na výsluní a kdo jej bude následovat?

**Zdeňku, žil jste v Nizozemí a Austrálii, odkud jste se vracel zpět do České republiky jako šéfkuchař.**

**Co vás k návratu vedlo?**

Do Čech jsem se vrátil v roce 1994 a bylo to pro mě strašně frustrující. Z Austrálie jsem odjížděl nerad, ale z rodinných důvodů to prostě dopadlo právě tak. Nastoupil jsem jako kuchař do pražského hotelu Renaissance, to víte, potřeboval jsem peníze na složenky jako každý. Bylo to ale hrozné. Všechno tam řídil zahraniční management. Jedinou výjimkou byl InterContinental. Velmi mi pomohla právě znalost

angličtiny. V podstatě jsem se vrátil a pracoval pro cizince, akorát za zlomek peněz, které jsem měl v Austrálii.

**Měl jste v roce 1994 už tušení, čeho dosáhnete? Že budete slavným kuchařem, mít pořad v televizi, úžasné restaurace, získávat Michelinské hvězdy, vlastnit vydavatelství, produkční firmu...?**

V té době asi ještě úplně ne. Vždycky jsem se ale moc rád díval na televizní pořady o vaření. Věděl jsem, že tomu by předcházela spousta práce a dřiny. Že

dělám něco dobře, to mi došlo až někdy v roce 1998. V tu dobu jsem dostal nabídku na šéfkuchaře znovuotevřeného hotelu Alcron. To bylo krásné období. Pořád mi byla ale práce v televizi na hony vzdálená. Později jsem odtud odešel a strávil dalších skoro sedm let v korporátních hotelech Marriott, odkud jsem ale utekl. Říkal jsem si, že se jednoho krásného dne jistota platy a práce v korporátním podniku změní tím, že se objeví někdo jiný a nadějný, kdo bude chtít dělat stejnou práci za menší peníze, a se mnou se rozloučí. Tehdy se naskytla nabídka Imperialu a šlo to už ráz na ráz.



**Přepis rozhovoru v rámci CCT akce  
Inspirujte se, prosím z roku 2019**

📷 Tomáš Beran

### Jak jste se tedy dostal do televize?

Říká se, že za to může Ivan Vodochodský, kterému utekly nějaké kamerové zkoušky na něco úplně jiného. V tu dobu už existovaly televizní show jako My rádi jíme, na Primě začínala Prima vařečka a najednou se objevil někdo, kdo oslovil mě. Když přišla nabídka na natáčení, řešili jsme s mým obchodním partnerem, co a jak a zda to nepoloží náš byznys. Tou dobou jsem už měl deset let šéfování za sebou, takže nadávat lidem jsem uměl. V Ano, šéfe bylo výhodou, že pořad neměl scénář. Měl dramaturgickou osnovu, ale nikdo mi nic nediktoval. Když se na to dnes podívám zpět, tak to byla velká sranda. Některé díly byly i smutné, ale jednalo se o reality show a takový je hospodský svět, kde se prolínají všechny možné osudy. Měl jsem výhodu, pořad mi dal příležitost zůstat sám sebou. Kritiku jsem neřešil a neřeším. Jsem malinko umíněný, mám svou vlastní představu, jak by měly věci vypadat a podle toho se pak snažím je prosadit. Sprostý jsem normálně a pravda je, že to chvíli řešila i Rada pro rozhlasové a televizní vysílání.

### Je nějaká šance, že byste se vrátil a my vás mohli vidět ve formátu Hell's Kitchen?

To byste se musel zeptat českých televizních stanic. Formáty, které by se líbily mě, jsou poměrně drahé a u nás existuje mediální kutilství, kdy chtějí udělat světové formáty za české peníze, a to není úplně možné. Hell's Kitchen je skvělé, to mě bavilo, ale ještě předtím, než to dělal Gordon Ramsay. Bavila mě i verze s Marco Pierrem Whitem. Byl to první světový celebrity chef a to mi přišlo skvělé.

### Pojďte zavzpomínat - jaké byly vaše začátky podnikání?

Podnikám díky náhodě. Můj bývalý kolega z Marriottu za mnou přišel a chtěl poradit ohledně svého kuchyňského projektu. S představou postavit se na vlastní nohy jsem si sám pohrával dlouho, ale vždy mi k tomu něco chybělo. Ať už to byly peníze, koncept nebo šance... On se chystal otevřít hotel Imperial. Měl jej dostat do pronájmu a já jsem mu nabídl, že budeme outsourcovat stravování. Pro nás to mělo velkou výhodu v tom, že jsme nepotřebovali téměř žádný kapitál. Šel jsem za svým kamarádem Lukášem, který byl food and beverage manager v Marriottu. Investor nám dal asi čtyři miliony navíc. To bylo klíčové, jsme tam dodnes. Gastronomie je umění nemožného, otevřít jsme dokázali přes nepředstavitelné překážky.

### Jaké překážky to byly?

Bylo jich více. Z korporátního světa jsme si přinesli skvělou schopnost dělat zbytečnosti. Když jsme z korporátu odcházeli, došlo nám, že starost o hosty už vlastně nikoho nezajímá, a tak jsme to převzali. Jediné, co nás zajímalo, bylo, aby byl náš šéf šťastný. To byl náš pracovní cíl během celého dne. Platili jsme za to svými vlastními penězi, na konci prvního roku jsme byli na pokraji bankrotu, a to jen proto, že jsme měli špatně nastavené ceny. Chtěli jsme být levní. Snažili jsme se dívat, co dělají ostatní, nakonec jsme ale vše nacenili podle nás. A pak tedy vše nabralo správný směr, ale bylo to velmi náročné. Když jsem do podnikání šel, věděl jsem, že je to jednosměrná jízdenka. Odešel jsem z práce, kde mě skvěle platili a kde jsem měl v podstatě ministerský plat, přesto jsem chtěl raději svou věc.

### Jak odpočíváte a odkud čerpáte energii?

Mám ten luxus, že nemám striktní pracovní dobu a jsem spíše vizionář. Už nejsem ten, kdo by den po dni hlídal, jak je co uvařené. Máme na to lidi. Myslím si, že podnikat je skvělé až v momentě, kdy si můžete dovolit zaměstnance. Jinak je to kruté. Člověk se k tomu ale musí dopracovat. Mám jednoduché rituály. Vstávám v pět hodin ráno, jdu ven se psem, pak nakrmím všechna zvířata, která máme v domě, uvařím si kávu. Dvakrát týdně si jdu někam zacvičit. Žiji krásný život. Když si chci někam zajet, tak tam jedu, a je fakt, že naše firma má stále dost dobrých lidí, kteří tu práci dělají tak, jak bych si přál. Výhrady mám jen zřídka. Čas od času mám nápad, že bychom měli něco dělat jinak, chytřeji, moderněji. Vždycky se ale nějak dohodneme. Hraji golf a jsem rád, že se jeho výsledky píšou číslicemi a nekreslí se, jinak by bylo vidět, jak hraji.

### Jste z pohledu práva rodinná firma. Máte za sebe případného nástupce?

Dělám maximum pro to, aby se to povedlo. Našemu mladému je teď dvacet let a v tuhle chvíli ještě neumím říct, jestli jím bude on. Neustále mu říkám: „Make! Máš tady před sebou reálnou šanci, že se budeš mít dobře a budeš soběstačný.“ Člověk nemusí na nikoho čekat, nikomu se zodpovídat. Podle mě je vlastní byznys pro chlapa to nejvíc, co může v životě dokázat. Na svých přednáškách všem říkám, že tato práce je skvělá, pokud to člověk dělá dobře a má to rád. Ale pokud to člověk dělá jen průměrně, je to dřina, která k ničemu nevede. To, na co se mě ptáte, zatím neumím říct. Udělalo by mi to radost, ale zatím to je ve hvězdách.



### Co vás inspiruje?

Existuje taková věta, která říká, že kuchař, který necestuje, sedí jenom doma na zadku a prohazuje přílohy. Myslím si, že na tom něco je. Dnešní doba je taková, že internet nám umožňuje cestovat za nulové peníze. Když na jednom konci zeměkoule dá kuchař něco na talíř, můžeme na to u nás kliknout a hned vidíme, jak to ten člověk dělá. Což je dobré, ale pro mě je velmi důležité to prožít. Máme takový zvyk, že se sebereme, tři šéfkuchaři z našich restaurací, a jedeme takzvaně kalibrovat chuť. Myslím, že je zapotřebí vidět kus světa. Jazyk je sval, který je třeba trénovat. Stejně tak chuť. Čím víc toho ochutnáte, tím lepší ji budete mít do budoucna. Jeden z největších handicapů českých kuchařů je, že neví svoje jídlo. Při výběru destinace se vždy snažíme, aby měla daná res-

taurace vztah k tomu, co děláme. Ani jedna z našich restaurací není ultra fine dining. Imperial je běžná kavárna, dennodenní, Next door je francouzské bistro, Divinis je trošku fajnovější, budiž, ale mě úplně upřímně přestalo zajímat to, co se odehrává v restauracích levelu Michelinových hvězd. Nechodím tam. Myslím si, že dnešní špičková gastronomie, která je prezentovaná podniky jako je NOMA v Kodani, El Bulli ve Španělsku, Osteria Francescana v Itálii a tak dále, je pro mě zhruba stejně srozumitelná jako dnešní politika. Už nevím, kdo je padouch a kdo je hrdina. Netuším, co je dobře a co je špatně. Dnešní špičková gastronomie, která je prezentovaná třeba v Praze – La Degustation Bohême nebo o něco se pokouší v Olomouci mladý Forejt, nic proti nim nemám, ale myslím si, že už je to jen o špičkové technice a jak je člověk šikovný. Já mám raději restau-

race, kde se vaří od srdce. Nepotřebuji mít nažehlený ubrus a číšníka, který po cestě ke mně udělá deset piruet. Podle mě nejlepší gastronomické projekty vznikají v době, kdy si kluci z takzvaně michelinských restaurací projdou tou samou cestou, kterou jsem si prošel já. Cestu, kterou platí někdo jiný, a oni se naučí řemeslo za cizí peníze. Neříkám, že jednou za čas nezajdu do michelinské restaurace, ale nebaví mě tam sedět čtyři hodiny a nechat si přinést jednu ředkvičku na dlažební kostce.

**Je pro podnikání důležité být vlkem, nebo beránkem? Co byste doporučili?**

Myslím si, že když je člověk tvrdší, je to výhoda. Nikdy jsem po nikom nechtěl, aby dělal nemožné. Chtěl jsem vždy po lidech to, co bych zvládl já sám. Mám pocit, že v některých okamžicích umím být tvrdý i sám k sobě, tak jsem měl vždy za to, že mám šanci to těm lidem nějakým způsobem předat. Časem člověk zjistí, že ne každá bitva za to stojí a posedlost detaily úplně nepomáhá. Naučí se, kde povolit, ale moje životní zkušenost je taková, že je jednodušší povolovat než přitvrzovat.

**Máte na závěr nějakou radu pro podnikatele?**

Budte k sobě tvrdí, naučte se řemeslo, ve kterém chcete podnikat, ať už je to cokoliv, a nikdy se nevzdávejte. Myslím si, že existují mraky frází. Když chcete svítit, musíte sami hořet. Je potřeba totální nasazení. Nesmějí vás zajímat módní klíšé typu vybalancovat rodinu a podnikatelskou činnost. Je to jednosměrka a člověk se nesmí nechat odradit. Musíte do toho jít na plné pecky. Není to jednoduché, ale jednoduché rady neexistují. Je třeba tomu dát daleko více, než jste si mysleli, že bude zapotřebí.



## Jak pomáháme s obchodem V DOBĚ COVIDU NEJEN ČESKÝM FIRMÁM



**Pomáháme firmám ke vstupu na Amazon a další marketplace. Proč?**

Jsme přesvědčeni, že „**zlaté české ručičky**“ z ČR stále nevyzimely. A také víme, že u nás neustále vznikají nové firmy s unikátními nápady a produkty, které si zaslouží být **prodávány globálně**.

Co se kvality týče, české výrobky mohou kvalitou předčít ty zahraniční.

**Amazon** je lídrem e-commerce nejen v USA, ale i **v Evropě**, kde tuto platformu využívá **1,1 milionu prodejců**.

Z důvodů neustálých protipandemických opatření se všeobecně u nás odbyt snižuje a vstupem na Amazon můžeme odbyt naopak můžeme podpořit. Většina prodejců se postupně přesune do on-line prodejních kanálů.

Z dlouhodobého hlediska je pak možné dosáhnout **stabilního růstu** prodeje a viditelnosti značek, nehlédě na posílení kreditu firmy i u nás. U některých značek tvoří prodeje přes síť Amazon větší obrat než v samotné ČR.

**Amazon je výbornou službou** v poměru cena/výkon a nabízí možnost, za mnohem nižších nákladů než klasický český e-shop, komukoliv prodávat **až do 7 zemí v Evropě**. Konkrétně se v současnosti jedná o Německo, Anglii, Španělsko, Francii, Itálii, Švédsko a Holandsko. Možno ovšem přes Amazon **expandovat i do USA, Kanady nebo Mexika. Od března je i v Polsku**.

Tento výčet samozřejmě není konečný. Německý Amazon využívají pro své nákupy i zákazníci z německy mluvících zemí, jako jsou Rakousko nebo Švýcarsko. **Nově je na Amazonu k dispozici i česká jazyková mutace**, a existuje velká pravděpodobnost,

že se časem otevře i samostatný Marketplace v ČR.

V praxi to znamená, že za měsíční poplatek cca 40€ můžete prodávat například do Německa nebo Francie. Globálně rostoucí firmy pak tuto platformu mohou použít i pro expanzi například do Austrálie, Japonska, Indie, Číny nebo Saudské Arábie.

Amazon lze ovšem chápat i jako **marketingový kanál**, který produkty i značku aktivně zviditelňuje, čímž může pomoci s budováním zahraniční distribuční sítě. Je tedy vhodný i pro B2B klienty.

V poslední době je Amazon velmi aktivní **v ochraně značek**. Je tedy možné svou značku zaregistrovat, což přináší nespočet výhod, jako je například vlastní marketplace **amazon.xx/značka**, kde zákazník najde pouze produkty jedné značky a je možné také doplňovat prémiový obsah.

Součástí našich konzultací není pouze provedení založením jednotlivých účtů, **nabízíme především řešení na klíč**. Po úvodní představě, kde všude prodávat výrobky, připravíme analýzu místní konkurence, navrhne optimálního dopravce a v neposlední řadě i nabídneme řešení účetnictví a daňovou povinnost v jednotlivých státech.

Pracujeme ovšem i s jinými mezinárodními prodejními kanály, například s eBay, který sice neroste tak rychle, jako Amazon, ovšem pro určité druhy zboží, či prodejce, může být zajímavější.

Záleží na konkrétních produktech a značkách. Milerádi Vám **připravíme nejvhodnější řešení přesně na míru**.

e(luvia)

**Odstartujeme  
i Váš softwarový  
projekt**

www.eluvia.com

### Amazon na klíč, klíč k Amazonu

- první konzultace zcela zdarma a nezávazně
- českým firmám nebo prodejcům českých produktů nabízíme 50% slevu na úvodní balík služeb na podporu v době pandemie
- v případě zájmu analýza stávající konkurence a doporučení vhodné země
- veškeré poradenství – není nutná znalost angličtiny nebo němčiny
- komplexní řešení na klíč – můžete prodávat již za dva týdny
- registrace Vaší značky na Amazonu cca do 1 měsíce
- outsourcing – možnost využití pravidelné správy fungování na Amazonu, za nižší náklady než vyčlenění zaměstnance a jeho zaškolení
- doporučení vhodného dopravce
- překlady do dílčích jazyků, EAN kódy, doporučení daňového poradce a účetní se zkušenostmi s Amazonem a zahraničními trhy
- poradíme jak získat certifikace CE a ROHS
- v rámci podpory prodeje nabízíme možnost vystavení produktů na našich partnerských účtech na Amazonu

+420 770 125 441  
petras@net-wings.eu

Navrátilova 224, 616 00 Brno-Žabovřesky  
www.net-wings.eu

netwings  
Make IT online!

# Kráska, která nerezaví

Věděli jste, že v Třinci-Oldřichovicích sídlí firma, která dosahuje ročního obrátu 150 milionů korun, již 27 let dodává na trhy ve dvanácti zemích nerezové bazény a má za sebou už bezmála 600 úspěšně dokončených projektů?



**560** Dokončených projektů

**12** Zemí, kde se vykoupete v našich bazénech

**90** Dnů, za které průměrně realizujeme projekt

Stačí se podívat na fotografie velkých městských bazénů, luxusních bazénů v TOP hotelích i na menší realizace, které za sebou firma AKVAHELP má, a řeknete si, že tohle musí mít „na svědomí“ minimálně mezinárodní korporace. Jenže opak je pravdou, AKVAHELP je nevelká rodinná firma s pěti desítkami zaměstnanců, která si prošla poctivým postupným růstem, založeným na špičkovém řemesle a také na precizních službách.

„Všechno začalo v Tříneckých železárnách, kde se kdysi vedení podniku zlobilo, že zaměstnanci neradi jezdí na naše rekreační střediska. Bylo to mimo jiné proto, že tam nebyly bazény. A tak vzniklo uvnitř fabriky oddělení, které se tím začalo zabývat,“ říká zakladatel firmy AKVAHELP a jednatel Albín Malyrz. Byl u toho, když se ještě před rokem

1989 stavěl velký bazén pro třínecké koupaliště. I když AKVAHELP vznikl až poté, právě stavba tohoto bazénu určila cestu, kterou se Albín Malyrz se svou ženou Alenou, nyní už i synem Alexandrem a společníkem Petrem Kubiznou budou ubírat. První zaměstnanci přišli do AKVAHELPU právě ze zmíněného oddělení či „bazénové divize“ Tříneckých železáren.

#### Jaké byly začátky?

Albín Malyrz si vzpomene na velký veřejný bazén v Českých Budějovicích. „Byla také šestimetrová skokanská věž, kde jsme dělali nerezovou vložku,“ zasní se pan jednatel nad vzpomínkou, kterou už dávno překryly další stovky úspěšných realizací. Uvažoval s kolegy

někdy o jiném materiálu než je nerez? „Nikdy, nerez je věrný. Když k nám někdo přišel na veletrhu, že si pořídil vedle levnější plastový bazén, byl u nás za pár let znovu s tím, že chce nerez, který mu vydrží,“ říká Albín Malyrz.

Nebylo jednoduché v dobách, kdy levný plast válcoval trh, podnikat s kvalitním, ale o mnoho dražším nerezem. „Zpočátku byly ty cenové rozdíly ohromné. Stačilo nám vyrobit a dodat jeden nerezový bazén a firma měla na tři měsíce pokryté mzdové náklady. To nás ale bylo ve firmě samozřejmě mnohem méně,“ vzpomíná společník firmy, vedoucí oddělení obchodu Peter Kubizna.

A byl někdy na stole nápad dělat z nerez ne jen bazény, ale i další věci? „Sem tam jsme dělali i jiné věci, například pro



tehdejší Novou huť kyslíkové potrubí z nerez, ale to bylo spíše v začátcích, později už ne.“

Když má v paměti zapátrat, kdy malá třinecká firma dostala svou první velkou a důležitou zakázku, vzpomene si hned. „Rozhodně Bešeňová. Konkurence tehdy nespala, ale zrovna toto jí uniklo a my jsme se tak dozvěděli, že se právě v Bešeňové něco chystá. Na místě jsme natrefili na tehdejšího majitele, který byl z Gruzie a neměl ani ponětí o tom, že jsme už dříve podávali nabídku na vnitřní bazény, které tam postavil někdo jiný. Když se dozvěděl, kolik zakázka nakonec stála a o kolik by ušetřil s námi, tak přišel na to, že ho okradli vlastní zaměstnanci. Celkově jsme tam nakonec vytvořili šest venkovních bazénů. Další takovou velkou zakázkou byly Trenčianské Teplice, které nás pak posunuly úplně někam jinam,“ říká Peter Kubizna.

#### **Jak s prvními úspěchy rostl AKVAHELP?**

„Rozšiřovali jsme neustále. V začátcích jsme měli asi dvacet zaměstnanců. Později, někdy v době, kdy jsme měli obrát padesát milionů, jsme měli řádově kolem stovky zaměstnanců. Dnes máme obrát 150 milionů i víc a pracuje u nás padesát lidí. Tehdy nás bylo tedy více, ale zkušenosti našich montérů nebyly tam, kde jsou dnes. Aquapark dnes dělají tři lidé a nezáleží na tom, jak je velký. Zjistili jsme totiž, že i když na projektu pracovalo lidí více, tak to trvalo stejně dlouho, ale zakázka byla daleko dražší,“ říká Peter Kubizna. Spolu s náročnějšími zakázkami a vylepšováním i požadavky na stále modernější bazény rostla i potřeba strojového vybavení. „Vše, co teď v našich výrobních halách máme, se koupilo za posledních osm až devět let, možná i méně. Jako třeba unikátní hydraulické stoly, které nám pomáhají k tomu, aby stěny bazénu mohl stavět pouze jeden člověk,“ popisuje obchodní manažer Peter Kubizna.

#### **Jaká byla úplně první zakázka, kterou považují majitelé firmy za první zásadní, už víme. A ta, na kterou jsou nejvíce pyšní?**

„V bazénářství je takovým pomyslným vrcholem postavit olympijský bazén, homologovaný pro mezinárodní závody. Ten my máme v Polsku, konkrétně ve městě Opole a řekli bychom, že to je asi to nejvíc, čeho můžeme jako firma dosáhnout. Jsme ale pyšní také na zmíněné České Budějovice a nesmíme zapomenout na Litomyšl, kde náš bazén získal ocenění stavby roku. Oceňovaný je také bazén v Omnia hotelu v Jánských Lázních, který získal hned několik cen,“ říká Peter Kubizna. Zhruba osmdesát procent produkce firmy AKVAHELP dnes tvoří velké veřejné bazény, zbytek jsou hotelové a soukromé bazény. „Soukromé zakázky se poměrně složitě realizují. Chybí tam koordinace, která je běžná na větších veřejných zakázkách – pravidelné kontroly, stavební dozor, kooperace firem. Maximálně objasňujeme náležitosti dodávaného bazénu

a i přes to se investorům, nebo jejich zástupcům nedaří ukořitovat ostatní profese celkové výstavby domů v potřebných termínech. Soukromá realizace, která se dělá uvnitř, trvá mnohdy i několik let a za takovou dobu lze postavit hned několik veřejných bazénů,“ říká syn jednatele Alexandr Malýz.

#### **A pokud jde o zakázky, kde jich AKVAHELP realizuje nejvíce?**

„Je to jednoznačně Polsko, působíme tam už dvanáct let. Právě tamní velké a povedené stavby nás posunuly i dále do zahraničí, ale právě Polsko patří k našim nejčastějším zákazníkům,“ říká Peter Kubizna. A proč právě Polsko? „Je to obrovský trh a nám se v něm podařilo zachytit nástup nerez. V té době tam byly také obrovské dotace z Evropské unie - ty šly do segmentu rozvoje turismu, který trval několik let a my jsme toho využili k řadě velkých a krásných staveb.“

Peter Kubizna říká, že v úspěchu v Polsku hrála určitě roli i blízkost Třince a vztahy. „Mluvíme se zákazníky polsky,

máme i podobnou mentalitu. Už nám jich pár řeklo, že s lidmi z Prahy se nemohou a nechtějí domluvit - nikoli kvůli jazykové bariéře, ale kvůli nastavení těch lidí,“ říká jednatel Albín Malýz. Dodává však, že bez mezinárodních certifikací TÜV, zavedenému systému řízení jakosti ISO 9001 a dalších potřebných náležitostí by se AKVAHELP doma ani v zahraničí neprosadil. „To je první a nejzásadnější věc, abychom se mohli soutěžit o veřejnou zakázku vůbec zúčastnit.“

#### **Jak moc jsou pro úspěšnou firmu v segmentu dodávek nerezových bazénů důležité reference?**

„V soukromém sektoru je to asi denně, kdy nám někdo volá, že chce bazén, jako má souseď. Také hotely si mezi sebou dávají vědět a hodně dají na doporučení. Velkou práci odvede také portfolio architektů, se kterými jsme spolupracovali,“ říká Peter Kubizna.

„Naší velkou výhodou je i to, že jsme schopni pro hotely a privátní firmy dodat bazén jako celek. Kromě výroby samotného tělesa dodáváme i zá-

zemí – technologie pro úpravu vody, rozvaděče, atd. Konkurence často dodává pouze nerezovou část a na to okolo si najímá subdodavatele. Tím stoupá cena a snižuje se flexibilita. Konkurenční firmy často ani neposkytují pozáruční servis. Dá se říct, že to nás zásadně odlišuje od všech firem. Většinou firmy dodávají jen určitou část produktu,“ vysvětluje Alexandr Malýz.

Pandemie nadělala a ještě nadělá celé řadě firem velké problémy. AKVAHELP bere současnou situaci jako další příležitost. „Veřejné zakázky se díky složité době nyní často odkládají a posouvají, a proto se chceme v následujícím půlroce soustředit hlavně na soukromé realizace. Většina lidí také neví, co bude, jestli se vůbec dostanou k moři nebo si zaplavou ve veřejných bazénech a tím pádem se pouští do stavění bazénů u svých rodinných domů,“ říká Petr Kubizna.

„Pracujeme také hodně na vlastním vývoji. Chceme vylepšit prvky, které zatím na evropské trhy nedorazily, ale my už je máme v hlavě,“ uzavírá Alexandr Malýz.





## Něžná náruč Evy Kiedroňové

Knihu Něžná náruč rodičů najdete v knihovně většiny čerstvých maminek. Její autorka Eva Kiedroňová tak ovlivnila životy mnohých - od těch nejmenších až po jejich rodiče a prarodiče. Stojí rovněž za vznikem vyhledávaných center Baby Kenny club. Přinášíme vám rozhovor o tom, jak se z podnikání ve výši desítek milionů korun obratu stane poslání a vášně.

### **Evi, zavzpomínejte s námi na své první nesmělé podnikatelské krůčky...**

Malé děti a jejich zdravý vývoj mě zajímal od mala. Už v první třídě jsem si postavila hlavu a chtěla pracovat v jeslích. Dobře jsem se učila a rodiče si přáli, abych byla lékařkou, ale já si prosadila jiný sen. Pocházím z výborného rodinného zázemí a mám tři sestry. Táta nás všechny čtyři přihlásil už jako malé do plavání. Plavat jsem tak začala v první třídě a prošla jsem si tam šíleným stresem, protože jsem se vody bála. Přesto se ze mě stal opravdu dobrý plavec a později i vodní záchranářka. Kdy mi bylo jedenáct let, dočetla jsem se v časopise Vlasta článek od Igora Burisoviče Čajkovského a zdejšího docenta Miloslava Hocha z Karlovy univerzity o jejich aktivitě plavání kojenců. Pocítila jsem mrázek, téma se mnou rezonovalo. Shodou okolností se v témže roce narodila moje nejmladší sestra Pavlína. Chtěla jsem s ní začít plavat, což však nešlo, protože měla vrozenou vadu ledvin. Táta mě konejšil, že až budu dospělá, bude plavání běžnou záležitostí pro každé dítě. Já mezitím šla na zdravotnickou školu, vystudovala obor dětská sestra a měla chuť začít pracovat na kojeneckém oddělení. Nástupní praxi jsem však získala na oddělení novorozenců, které na mě působilo studeně. Za tuto zkušenost jsem tak dodnes velice šťastná, protože právě zde jsem získala všechny informace o nejmenších dětech, kterým se nakonec věnuji nejvíce. V tomto věku vše začíná.

### **Co vám tato zkušenost přinesla?**

Prošla jsem si tady starým systémem péče o miminka, stejně jako přechodem na dnešní rooming-in. Když jsem v roce 1985 očekávala narození své první dcery, okamžitě mě zajímalo, kde se pořádá plavání s kojenci... A zjistila jsem, že nikde. Otec mi tehdy poradil samostudium potřebné literatury, a to jsem udělala. S dcerou jsem poté začala plavat hned od prvního dne po narození v dětské vaničce přímo v porodnici. Byl to krásný zážitek pro nás obě. Došlo ke krásnému propojení. Přála jsem si dopřát tuto zkušenost všem. Většina mých přátel byla na moje poznatky velice zvědavá, a tak jsem do půl roku měla značnou klientelu.

### **Tak se tedy začal psát příběh vašeho podnikání?**

Ano, bylo to právě tehdy, v roce 1985. Tenkrát nebyly žádné živnostenské listy, proto jsem se požádala o povolení Komunistickou stranu Československa, jedinou organizaci, která mohla mé aktivity posvětit. Komunisty to zaujalo, protože nápad byl v souladu s naší ústavou – rodina základ společnosti. Navíc můj systém byl inspirovaný po vzoru Ruska, takže tomu dali zelenou. Pronajali mi prostory bazénu, kde byla i sauna a pára, to vše pro naše výhradní využití. Každý den jsem tam byla od šesti ráno i s malou Haničkou. Ušila jsem si šátek a šátkovala jsem, i v tomto jsem byla napřed. Tříkrát týdně – pondělí, středy a pátky jsem s ní trávila čas tam. Vše jsem připravila, vyčistila, napustila vodu... Lidé přicházeli okolo půl deváté a já jsem tam byla v podstatě až do večera.

Platilo se pouze za vstupné, moje práce honorovaná nebyla. Už tenkrát jsem měla vizi mít po celém Česku centra, kam by lidé mohli přijít a mít garanci stejné služby.

### **Jak dlouhá byla vaše cesta směrem k první franšíze?**

Vše šlo rychle. Pronajatý bazén jsem přestávala zvládat sama. Chtěla jsem také více času věnovat Haničce. Mezi maminkami jsem si tedy vytipovala šikovné ženy, kterým byl nápad sympatický a chtěly mi v něm pomáhat, a ty jsem zaučila. Když k nám přišla v roce 1989 natáčet reportáž Česká televize, došlo k ohromnému boomu. Denně jsme dostávaly stovky dopisů. Každý chtěl zavést plavání pro kojence i ve svém městě. Postupně jsem se do toho tedy pustila, pořád zadarmo. Zlom přišel, když nám po revoluci oznámil ředitel bazénu konec neplacené spolupráce. Bylo to hrozné. Nebyla jsem průbojná, a přitom jsem se musela naučit podnikat. Dostudovala jsem si také sama fyzioterapii. Došlo mi, že problémy dospělých lze eliminovat v raném dětství.

### **Kdy získaly vaše zkušenosti podobu první publikace?**

Má prvotina měla podobu útlé knížečky s názvem Jak se rodí vodníčci. Vydalo ji nakladatelství Salvo na prahu revoluce a knížka měla sto stran. Moje pojetí bylo komplexní. Knížka zahrnovala vhodnou manipulaci s dětmi, otužování, cvičení, první pomoc a stala se okamžitě bestsellerem. Ihned se rozprodalo dvacet

**Přepis rozhovoru v rámci CCT akce  
Inspirujte se, prosím z roku 2019**



tisíc kusů, ale pak zasáhla do mých aktivit právě revoluce. Na dotisk jsem neměla peníze. K další knize jsem se dopracovala v roce 2005. Má název Něžná náruč rodičů a je o tom, jak správně manipulovat s dítětem tak, aby to bylo v souladu s jeho potřebami a psychomotorickým vývojem. Prodal se jí už na 110 tisíc kusů a zájem o ni neustává. V roce 2010 přišla na knižní trh kniha Rozvíjej se děťátko věnovaná psychomotorickému vývoji dětí formou her. V ní se rodiče dočtou, jak správně nastartovat tělíčko svých dětí, aby pak do budoucna neměly jejich ratolesti zdravotní problémy. Rok poté jsem napsala knihu Jak se rodí vodníčci, která je už věnovaná výhradně plavání a to v domácích podmínkách, aby bylo plavání malých dětí dostupné pro všechny rodiče.

#### Když se podíváme na vaše podnikání řečí čísel, kolik máte zaměstnanců a center?

V současné době máme okolo čtyřiceti až čtyřiceti pěti zaměstnanců. Center máme sedm plus jednu kancelář, e-shop a jedno nové centrum, které teď čeká na otevření. V plánu je realizace vzdělávacího centra nejen pro rodiče, ale také pro odborníky, kteří by se tam měli vzdělávat. V roce 1991 jsem získala akreditaci Ministerstva školství ČR a od té doby vzdělávám instruktory,

a to nejen v plavání, ale také v oblasti cvičení a psychomotorického vývoje dětí. Proškolila jsem více než 1 500 lidí a mám velkou radost, že se tato služba stala běžnou. Po celé České republice je okolo sedmi set klubů, do kterých je zapojeno tři až čtyři tisíce lidí. Někteří z nich už byli proškoleni mými žáky.

#### Jaké těžkosti jste musela překonávat?

Jsem maminka tří dětí a vedle pocitů tlaku na sebe jsem vnímala, že mi kladou klacky pod nohy hygienické stanice. Nedůvěru cítím dodnes také ze strany pediatriů. Přitom u nás v centrech je to skoro jako na novorozeneckém oddělení - všude je čisto, vše je pečlivě myto, dezinfikováno. Máme studenou a teplou zónu, rozdělenou i podle věku dětí. Pak také jsem zažila těžkosti ze strany některých zaměstnanců, protože jsem jednoduše nemohla být všude... Stalo se, že mi odcházely kvalitně proškolené instruktorky třeba se sto padesáti klienty. Neměla jsem jiné zkušenosti z managementu než tyto z běžného života a pak ty, které jsem vyčetla z knih. Hodně mě posunulo, když jsem se naučila diverzifikovat své příjmy a výdaje. Proto dnes není pouze jedno centrum a proto mám v nabídce více aktivit - vzdělávání, samostatný e-shop, vydávání knih, internetové kurzy... Vys-

tudovala jsem MBA, v jehož rámci mi hodně prospěla setkání s dalšími podnikateli a vzájemná výměna zkušeností.

#### Jaké sny se vám podařilo si splnit?

V Třinci v Oldřichovicích pořádáme zážitkové pobyty pro rodiče s dětmi, konference, workshopy, symposia. Dalším projektem, který mě těší, jsou online kurzy pro učitele i instruktory, a třetí projekt, který jsem si přála zrealizovat, má podobu vyšší odborné školy, již má na starost kolegyně. Od roku 1991 jsme akreditované pracoviště ministerstva školství a vzdělávacího lékaře, psychology, neurology formou rekvalifikačních kurzů. Rekvalifikujeme lidi z patnácti zemí. Úzce spolupracujeme se Slovenskem i s Polskem a chci tuto smysluplnou práci rozšířit ještě dál do světa.

#### Podělíte se s námi na závěr o nějakou vaši životní zásadu?

Líbí se mi myšlenka z židovského Talmudu, která říká, že moudrý je ten, kdo se učí ze všech situací a od všech lidí. Toho se držím. Pak taky dám na radu táty, který říkal, ať vše dělám od srdce, s láskou a poctivě. Že úspěch se pak zákonitě dostaví.



info@cryptology.cz

nebo volejte na  
+420 777 089 835

## Garantovaná investice do těžby krypta

8% ročně  
na 1 rok

10% ročně  
na 2 roky

Vše zajištěno smlouvou, u větších částek směnkou



Dovedte nám nového klienta a **získejte 500 Kč na mobil** nebo jako **jednorázovou slevu na vaše vyúčtování**



## NEOMEZENÉ VOLÁNÍ & SMS S RYCHLOSTÍ AŽ 350 Mbit/s

+1,5 GB dat 330 Kč měsíčně	+14 GB dat 530 Kč měsíčně	+20 GB dat 650 Kč měsíčně
-------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

## DATOVÉ SIM



20 Mbps max rychlost 650 Kč měsíčně	+neomezená data rychlost až 350 Mbit/s 750 Kč měsíčně
--	--

Naše TOP prodávané produkty!

A photograph of three men in business suits looking at a laptop screen. The man on the left is pointing at the screen. The man in the middle has his hands clasped. The man on the right is wearing glasses and looking at the screen. The background is dark with some faint circular patterns.

## „Svěží vítr, který hodlá rozhýbat zkostnatělý investiční trh“

Moderní přístup ke správě klientského kapitálu, alternativní metody investování, neprobádané vody přístupů k investičním nástrojům a snaha oživit zkostnatělý trh investic. O tom všem jsme si povídali s členy Michalem Kubalem a Ing. Liborem Stokláskem, MBA. Oba jsou analytici moderní a cílevědomé brněnské investiční kanceláře Imperial Finance.



#### Jaká jiskra zažehla Imperial? Co bylo impulsem ke vzniku investiční kanceláře?

Na začátku byla skupina poradců nespokojených s portfoliem investičních instrumentů, které jim zprostředkovatelské sítě byly schopné nabídnout. Ať už se bavíme o rozloženém vstupním poplatku u pravidelné investice, kde klient vidí první zisk až po dvou letech, správcovském poplatku, který se dokáže dostat i na 2 % ročně, nebo o zpravidla minimální nabídce FKI fondů a obstojných dluhopisů. Po skoro ročním hledání vhodného kompromisu se zakladatelé rozhodli převzít iniciativu a založili alternativní fond Imperial Invest Funds. V kooperaci se zakladatelem Imperial Trade Capital vznikl společný brand Imperial Finance. Všechny nás od začátku pojila vize spokojeného klienta, který se za své stabilní portfolio nebude muset stydět.

#### V čem by měl klient u brněnské investiční kanceláře Imperial hledat oporu a výhody?

#### Co přináší a s čím jde s kůží na trh?

Naší vizí a cílem je zmodernizovat investiční trh a nastolit zde novodobé standardy tuzemských investičních nástrojů a správy kapitálu. Dostat do naší země to, co už v západním světě běžně funguje. Česká republika je „prehistorický“ střípek Evropy, kde převládá výdělečnost firmy nad ziskovostí clientského portfolia. Rádi bychom na českém poli investic vytvořili nový benchmark profesionální služby a ukázali se jako silný konkurent velkým korporacím. Cílem je pomalu zlepšovat zaběhlé a zkostnatělé přístupy v oboru správy clientského kapitálu.

#### Jak to myslíte? Co by banky a velké fondy mohly změnit? Kde vnímáte prsto k inovacím?

Největší problém a střet zájmů mezi investory a správcem je často skrytá poplatková struktura, nesmyslně vysoké vstupní a výstupní náklady. Dále pak správcovské náklady v podobě ma-

nagement fee. Všechny velké bankovní domy a investiční instituce ukazují, že jsou schopny si na sebe vydělat, a přesto mnohdy výkonnost fondů a aktivně spravovaného majetku nepokryje roční míru inflace. Kdo je vinen? Nadměrná poplatková zátěž nebo neschopnost portfolio managementu? Mnohdy obojí.

#### V čem vnímáte z hlediska aktuálního nastavení poplatků u investičních produktů největší problém?

Absurdní nákladovost klasických podílových fondů můžeme rozebrat do podrobnosti. Nejprve investor vstřebává vstupní poplatky. Vstupní poplatek je náklad prodejní sítě za zprostředkování investice. Ten se zpravidla pohybuje ve škále od 2 % do 5 % z objemu investovaných vkladů nebo objemu budoucích investovaných vkladů při měsíčním spoření, tehdy se vstupní poplatek vypočítává jako procenta z cílové částky. Zde dochází k prvnímu střetu zájmu mezi poradcem a klientem. Ačkoliv si

můžeme sebevíc myslet, že náš poradce jedná v našem zájmu, často vidina rychlé odměny může zastínit odbornou mysl. Nehledě na to, že samotné zprostředkovatele už nemusí zajímat, jestli klient v konečném důsledku na investičním produktu vydělá, nebo ne. Poplatky za správu, depozitáře, výkonnost a jiné těžko transparentní náklady už klient bere jako samozřejmost a je nucen tyto penále odevzdaně akceptovat. V neposlední řadě figuruje v současném systému výstupní poplatky. Účtuje se při zpětném výběru majetku investice z fondů a často je podmíněně doporučeným investičním horizontem. Klient potřebuje zpět své zdroje k pokrytí nenadálých situací a mnohdy je za to penalizován. To není v pořádku, to bychom rádi změnili.

#### Proč je investoři akceptují a nehledají alternativy? Jsou nějaké?

Jsou. Klasickým lákadlem, které investoři hledají jako alternativu ke svým

smíšeným portfoliím, je nemovitostní trh. Tam je to především o povaze aktiv. Střadatelé dnes chtějí v portfoliu i investici, na kterou si mohou sáhnout. Navíc jsou nemovitosti skvělým diverzifikačním nástrojem a jako jeden z mála nástrojů umí využít inflaci ve svůj prospěch. Hodně v oblibě je nyní měnový a kryptoměnový trh. Zajímavým trendem se také ukazují investice do sběratelských automobilů. Když má člověk k ruce odborníky, kteří daným klenotům rozumí, má to určitě smysl. Pravdou je, že trhy se vyvíjejí mnohem rychleji než instituce, které se na nich snaží profitovat. Cokoliv, co se pak ale odchyluje od dané šablony, může být veřejně hanobené. Na to je potřeba se připravit.

#### Kde se na kapitálovém trhu cítíte doma? Kde se skýtá jádro vašeho podnikání?

Ačkoliv se primárně zaměřujeme na alternativní investice, se kterými se trh

u nás teprve seznamuje, jsme schopni našim klientům zajistit také komplexní správu portfolia. Zaobíráme se i tradičními investičními nástroji jako jsou akcie, dluhopisy, nemovitosti a různorodými projekty, např. dotačními a developerskými projekty. Přijde-li klient s požadavkem, který aktuálně nenabízíme, umíme ho spojit s lidmi, kteří mají pro splnění jeho přání adekvátní vzdělání a profesionální zázemí.

#### Proč by alternativní trhy a metody investování měly být součástí moderního investičního portfolia?

Aktuální globální investiční prostředí pomohla formovat nejen nepolevující pandemie koronaviru, která v roce 2020 zastihla investory naprosto nepřipravené, ale i dynamický rozkvět digitálních technologií a významné změny v přístupu k národním politikám. Plány centrálních bank udržovat úrokové sazby dlouhodobě na nule, fiskální kompenzační stimuly

„Největší problém,  
je často skrytá  
poplatková struktura.“

v podobě zadlužování vlád a historické rekordní úrovni na akciových trzích bezpodmínečně nahrávají rostoucímu segmentu alternativních investičních instrumentů.

#### Co si představit pod pojmy alternativní trh a alternativní investiční nástroje?

Alternativní investice v podobě nových forem investování pomáhají k diverzifikaci a větší kontrole portfolia hlavně z důvodu nezávislosti na klasických investičních formách, jako jsou akcie, dluhopisy, komodity nebo nemovitosti. Nejznámější likvidní alternativní investicí je měnový trh. Kromě měnového trhu sem můžeme zařadit i nově dominující svět kryptoměn a obchodování burzovně obchodovaných fondů. Mezi širokou veřejností jsou běžně známé méně likvidní formy investování v podobě investování do drahých vín, aut, sběratelských předmětů a výstavby developerských projektů.

#### Zmínili jste rekordní úroveň akciových trhů? Jaká je nyní situace? Často se opět mluví o přehřáté bublině...

Nejširší americký index S&P 500 se během tohoto měsíce vyšplhal nad úroveň 4 130 bodů, čímž si tento hlavní americký benchmark připsal od březnových minim minulého roku přes 90 %. To je opravdu zcela něco jedinečného. Růst je poháněn bezprecedentními americkými stimulačními opatřeními a očekáváním, že sílící tempo vakcinace proti nákaze covid-19 podpoří ekonomický růst. Představitelé americké centrální banky signalizují, že úrokové sazby zůstanou minimálně do roku 2023 poblíž nuly a zároveň slibují udržovat tempo nákupů dluhopisů v objemu 120 mld. dolarů měsíčně, dokud nebude vidět znatelný pokrok směrem k dosažení cílů v oblasti zaměstnanosti a inflace. V minulém týdnu Mezinárodní měnový

fond zlepšil odhad letošního růstu světové ekonomiky na 6 %, přičemž nová prognóza odráží dodatečná stimulační opatření v některých velkých ekonomikách a předpokládané zotavení hospodářské aktivity v důsledku očkování proti koronaviru. Akciové trhy na tyto podpůrné intervence reagovaly velmi silně a veškeré očekávání pozitivního růstu a oživení přetavily do masivního růstu cen. Seběmenší korekce se okamžitě vykoupí zpět a v podstatě nenacházíme aktivum, které by nyní trpělo v útlumu. Můžeme se bavit, zdali má po roční 90% rally smysl otevřít nové akciové pozice, nebo hledat výnosy na alternativních trzích.

#### Proč je podle vás nyní více než jindy nutné hledat výnosy mimo akciové a dluhopisové trhy? Aktuálním tématem je i akcelerující inflace. Má nyní smysl se jí snažit překonat na tradičních trzích?

Nízké zhodnocení na státních dluhopisech, které nemůže obstát v boji s inflací, a nulové úroky na bankovních produktech přelévají zájem investorů k alternativním příležitostem. Zvýšené riziko při držení korporátních dluhopisů a vyhledávání podhodnocených titulů na rekordních úrovních akciových trhů není vůbec nutné podstupovat. Ať už se rozhodnete pro kteroukoliv z alternativ, vždy by měla být hodnota vaší investice vyšší než inflace a ideálně přinést zajímavý výnos, čehož se v aktuálních podmínkách u běžných instrumentů bude dosahovat velmi ztěžka.

#### Rovná se i zde vyšší výnos vyššímu riziku?

Ne nutně. Alternativní trhy kromě rozložení rizika mohou totiž nabízet velmi zajímavé zhodnocení, jež je spojeno s naprosto odlišnými formami rizika. U obchodování měnových párů na mezibankovním trhu měn, kde je na-

příklad vysoká míra volatility často vnímána jako forma určitého rizika, je možné tento aspekt využít u automatických obchodních strategií. Automaticky řízené strategie, které obchodují bez emocí a nálad investora, mohou této kolísavosti využívat a uzavírat obchody v desítkách sekund s přesně definovaným objemem kapitálu a rizika. Samotný trh není rizikový, vždy jde o to, jak je nastavena investiční strategie. Tradiční „makléřina“ pomalu vymírá a ke slovu se dostává automatizace. Je to vidět napříč všemi trhy a investiční sektor není výjimkou. Téměř 99 % obchodování na Wall Street už probíhá přes nějaký druh automatického obchodování. Je to vidět na volatilitě trhu, která každým rokem roste. Tři desetinné propady indexů, které mohly zažehnout u obchodníka paniku před deseti lety, už jsou dnes běžným intradenním pohybem. Krev teče až při 3% a 4% propadech. Je to způsobeno do značné míry algoritmy, které na webu sbírají informace a snaží se velmi rychle ochránit své portfolio. Unavený makléř s klientem na telefonu přestává být v kurzu.

#### To zní jako hudba budoucnosti. Jaká máte cíle vy? Kam směřujete?

Své cíle rádi specifikujeme podle toho, jak jsou reálné a potřebné pro nás v daném časovém horizontu. Z pohledu českého legislativního rámce narážíme na mantinely, které jsme už nyní přerostli, to můžeme směle říct. Vnímáme to jako výzvu a příležitost, protože český trh nás baví. Aktivně proto realizujeme kroky pro získání mezinárodní investiční licence a mapujeme možnosti spolupráce přímo se subjekty, které na tomto poli již působí. Vzhledem k probíhajícímu jednáním však nechceme být více konkurenční.

„Trhy se vyvíjejí mnohem rychleji než instituce, které se na nich snaží profitovat.“

# Chcete zažít pořádné nervy?

## Pořidte si fotbalový klub

Má za sebou mnoho let ve vrcholném byznysu, ale když hraje Baník, nervózně v rukou mne svůj růženec. Když ekonom a veleúspěšný podnikatel Václav Brabec v roce 2016 koupil potápějící se ostravský klub, netušil jak moc jej fotbal vtáhne. Kromě Baníku jsme polemizovali také o lidských vztazích a jejich zásadní roli v úspěchu každého podnikání.



Přepis rozhovoru v rámci CCT akce  
Inspirujte se, prosím z roku 2019

**Václave, vlastníte hned několik úspěšných firem a k tomu ještě fotbalový klub Baník Ostrava. Jak to vše zvládáte?**

Jsem perfekcionista a chci mít ve všem pořádek. Sám nejsem spokojen, když na něco zapomenou nebo něco zanedbám. Nedávno jsem počítal, kolik firem vlastním, a došel jsem k číslu třicet pět. Pět z nich jsou mateřské společnosti, které drží podíl v ostatních firmách. Daří se mi to vše zvládat hlavně díky lidem. Ať už jsme začali společně podnikat nebo se jedná o zaměstnance, kteří ty firmy vedou, vždy jsem měl štěstí na lidi. Přiznávám, že v žádné z firem už nejsem v řídicí pozici, dokonce ani v Baníku. Je to asi rok, co se mi podařilo sehnat člověka, Michala Běláka, který to v Baníku provozně řídí. Samozřejmě se mnou vše konzultuje. Podobnou pozici odpovědného ředitele, kterému plně důvěřuji, mám v každé firmě. Jsou to všechno lidé na svých místech. Zároveň žádnou firmu nevlastním sám. Mí společníci jsou většinou kamarádi, se kterými se pravidelně radím. Stykáme se i mimo byznys a s některými jezdím i na společné dovolené. Konkrétně CIDEM Hranice, moji mateřskou firmu, spoluvlastním se spolužáky z vysoké školy.

**Jaký je váš pracovní den? Máte nějaké ranní rituály?**

Konkrétní rituály nemám, ale je pro mě velmi důležité mít klidné ráno. Důkazem je i to, že za 3 roky, co vlastním Baník, jsem v Ostravě spal jen jednou. I na začátku, který byl doopravdy hektický, jsem spal doma v Kroměříži, i když to znamenalo vyjet z domu po šesté ráno a vrátit se až kolem jedenácté večer. Je pro mě důležité usínat a probouzet se vedle své ženy. Jsme spolu třicet let a jsem na ní tak navyký, že když zrovna není doma, spí se mi opravdu špatně. V Ostravě vlastně ani nemám svou kancelář. Mám jednu

v Kroměříži, ve které ale trávím tak hodinu týdně.

**Ani před zápasy Baníku nemáte žádný rituál nebo třeba talisman, na který nedáte dopustit?**

Smlouvu o koupi Baníku jsem podepsal téměř na den přesně na mé padesáté narozeniny. Neměl jsem vůbec představu, jak vás může fotbal pohltnout. Na začátku jsem se naopak velmi divil, když jsme jeli třeba do Plzně a já viděl pana majitele Šádka a jeho generálního manažera, jak zápasy prožívají. Oba v rukou pevně drželi růžence a vůbec se s nimi nedalo mluvit. A to Plzeň posledních deset let vyhrává, co se dá. V té době bych tomu nevěřil, ale dnes jsem na tom úplně stejně. Taky mám růžence po kapsách a dokonce své „vítězné“ hodinky a oblečení.

**Takže jste pronikl do komunity majitelů fotbalových klubů. Navázal jste s některými z nich bližší vztah?**

Známe se samozřejmě se všemi, ale ne se všemi úplně vycházím. V drtivé většině jsou to ale rozumní chlapi. Mám své oblíbence, se kterými si opravdu rozumíme, ale i tak jejich klubům nefandím. Prostředí je to soutěživé a když se loučíme před vzájemným zápasem, přejeme si štěstí až od příštího zápasu. Když jejich klub prohraje a pomůže to bodově Baníku, mám radost.

**Jak probíhala vaše akvizice Baníku?**

Asi rok před koupí mě kontaktoval můj známý. Potkali jsme v Praze na kafe a on mě pozval na fotbal. Nabídl mi, jestli bych s ním do Baníku vstoupil jako partner. Fotbal jsem měl vždy rád, ale byznys dělám zásadně s lidmi, které znám velmi dobře. Proto jsem ho

odmítl. Pořád jsem na to ale myslel, na Baník dále chodil a nakonec jsem na to kývnul. Vůbec jsem ale netušil, co kupuji. Kdybych věděl, v jakém stavu Baník je, určitě bych do toho nešel. Byla to vlastně shoda náhod, že Baník tehdejší situaci přežil. Já byl zdravý, rodina mi tolerovala velké pracovní nasazení a navíc jsem měl dostatek zkušeností z byznysu ohledně insolventů, pohledávek a hlavně lidí. Ať už se jedná o zaměstnance nebo partnery, vše stojí na tom, jak umíte s lidmi vycházet. To nejtěžší období jsme přečkali a dnes vím, že je Baník stabilní. Taky jsem si



dlouho zvykal na fotbalové prostředí. Je to úplně jiné než v klasickém podnikání, které mám zažité.

**Jaký je podle vás rozdíl mezi tradičním byznysem a tím fotbalovým?**

Nesrovnatelný. Ten pravý byznys to je v anglické Premier League nebo německé Bundeslize, v České republice možná v případě Viktorie Plzeň. Ostatní majitelé do klubů nao-

pak investují. Ať už soukromí podnikatelé, nebo města jako Opava a Karviná. Já Baník za byznys nepovažuji. Třeba mládež je závislá na dotacích od ministerstev, kraje a města, přitom je pro rozvoj klubu daleko důležitější než A mužstvo. Na rozdíl od některých klubů do mládeže hodně investujeme a výhledově chceme, aby v A mužstvu pravidelně hrálo několik námi vychovaných hráčů. Věřím, že se bude za tři až pět let o naší akademii mluvit jako o absolutní špičce v republice. Moravskoslezský kraj má 1,2 milionů obyvatel a fotbal zde má tradici. To je

pro Baník skvělé zázemí. Doufám, že se u nás brzy zjeví další skvělí hráči, jako byli třeba Milan Baroš nebo Marek Jankulovski, kteří si v Baníku udělali jméno a jejichž prodej přinesl velké peníze. V takovém případě má akademie i velký finanční potenciál.

**Zmínil jste Marka Jankulovského. Jak jste se spolu dohodli na spolupráci a co přesně znamená jeho role sportovního ředitele?**

Když jsem přišel do Baníku, nikoho z tehdejšího vedení jsem neznal. Následujícího půl roku jsme byli bez sportovního ředitele, protože jsem význam té pozice úplně nechápal a tak nikoho ani nehledal. Z lidí, kteří byli v Baníku, když jsem jej přebíral, už u nás téměř nikdo nepůsobí. Už předchozí majitel pan Šafarčík v roce 2012 koupil Baník ve velmi špatném stavu a lidé, kteří za něco stáli, postupně odcházeli. Nakonec tam skončili jen opravdoví srdcaři nebo ti, kteří se jinde neuplatnili. Všichni mi říkali, že potřebujeme lidi se zkušenostmi, ale zároveň Baníkovce. Po půl roce jsem se seznámil s Markem Jankulovským, který se teprve rozmýšlel co dále po své slavné kariéře. Byli jsme spolu několikrát na kávu a on říkal, že by rád zůstal v Ostravě a taky, že si nedokáže představit pracovat pro jiný klub než Baník. Minulý rok jsem na pozici výkonného ředitele přivedl Michala Běláka a ten mi vysloveně řekl, že chce Marka Jankulovského jako sportovního ředitele. Ptal jsem se ho, jestli na to není brzy, protože Marek nemá zkušenosti v oblasti financí a vedení klubu a lidí. Michal mě ale přesvědčil a byl to správný krok. Marek sice nedělá papíry, ale mluví s hráči, má právo veta ohledně příchodu a odchodu hráčů a drží si velký respekt v kabině. Funguje to skvěle.

**Mohl by se někdy vrátit další Baníkovec Pavel Vrba?**

Když se Pavel Vrba vracel ze svého angažmá v ruské Machačkale, prohlásil, že by v Česku mohl trénovat pouze dva kluby, a to Viktorii Plzeň a Baník Ostrava. Já zrovna v té době přemýšlel o změně trenéra, tak jsem ho schválně oslovil. On čekal na další nabídku z Ruska, která ale nepřišla, a nakonec dal přednost Plzni. Myslím, že se Pavel

Vrba do Baníku jednou vrátí, ale v blízké budoucnosti to nebude.

**Za svůj profesní život jsem spolupracoval s různými managementy Baníku a musím říct, že současné vedení jsou profesionálové. Lidé jako Martin Rak, Iveta Palochová, Richard Šíma a další dělají klubu dobré jméno. Jak to vidíte vy?**

Děkuji za pochvalu a souhlasím s vámi, že se profesionalita posouvá dopředu. Bez schopného managementu by klub nebyl ničím. Zároveň ale vím, že je stále na čem pracovat.

**Daří se Baníku sehnat zajímavé sponzory, kteří by sehráli zásadní roli třeba i ve financování posíl do kádru?**

Jsem vystudovaný ekonom a při vyplňování různých dokumentů do kolonky „povolání“ vždy napíšu právě slovo ekonom. Finance tedy stále považují za svou hlavní odbornost. Víte, ekonomika Baníku má podstatně horší startovací čáru, než kdyby klub ležel třeba kousek od Prahy. I taková Mladá Boleslav, která nemá moc fanoušků, dlouhou fotbalovou tradici a vlastně ani mládež, je na tom podstatně lépe, protože od Škodovky dostává ročně 40 milionů korun. Po příchodu do Baníku jsem se tedy okamžitě zajímal o příjmovou stránku a můžu vám říct, že to bylo horší než v dobách Jankulovského nebo Baroše. Své partnery máme, ale bojujeme o každý milion. Naštěstí je Baník fenomén a reprezentant celého kraje. Byl jsem příjemně překvapen, když jsem doma v Kroměříži zažil sraz chacharů právě z Kroměříže a Přerova, kteří vyřvávali „Baník“ po celém náměstí. Dříve jsem to tak nevnímal, ale Baník má celorepublikově opravdu velmi silné PR.

**Jaké jsou vaše sny do budoucna? Máte ještě v oblasti byznysu, fotbalu nebo i osobní rovině něco, co byste si rád splnil?**

Nikdy jsem nebyl náročný člověk, takže většinu snů jsem si už splnil. Nejdůležitější je zdraví celé rodiny. Mám odrostlé děti a těším se na vnoučata. Když budou spokojené moje dcery a manželka, budu spokojený i já. Chtěl bych taky, aby se mi dále dařilo v byznysu, protože rád vydělávám peníze. Je to koníček, ve kterém se poji příjemně s užitečným.

**Jak byste v několika větách vyjádřil, kdo je Václav Brabec?**

Jsem živelný podnikatel, který začínal od píky. Kde se daly vydělat nějaké peníze, tam jsem byl. Do všeho jdu napřímo a byznys, včetně Baníku, dělám srdcem. Vždy mi to vycházelo a mohu to doporučit všem podnikatelům. Když jsem si říkal, že ve čtyřiceti letech skončím s prací a půjdu do důchodu. Ale ve třiceti pěti jsem koupil bývalý františkánský klášter v Kroměříži, ve kterém je dnes hotel a restaurace. V tu chvíli jsem svůj důchod posunul na čtyřicet pět. Při mé povaze mě zastaví až zdraví, protože sám si dost určitě nikdy neřeknu. Nevím, co jiného bych dělal.

**Mým posledním dotazem je, kdy se Jarkoví Nohavicovi splní jeho sen a my uvidíme vítězství Baníku nad Barcelonou?**

Člověk má mít sny, ale taky je důležité být při zemi. Moc bych si to přál a hlavně fanoušci by si to zasloužili. Budu ale vděčný za účast v evropských pohárech a jakýkoliv zahraniční klub, se kterým se v pohárech potkáme.



**DVEŘE  
ZÁRUBNĚ  
KUCHYNĚ  
NÁBYTEK  
VŠE NA MÍRU**

**Cementová 183, Ostrava - Hrabová  
tel.: +420 596 735 368 [www.bodvere.cz](http://www.bodvere.cz)**

## Poznejte své lidi a posunete svou firmu



**SOCION CZ s.r.o. učí firmy a jejich leadery, jak vést a přirozeně motivovat své lidi. Jak pracovat s tím nejcennějším kapitálem ve firmě, co máme - s lidmi. Jak rozlišit naučenou dovednost od silné stránky a přinést tak firmě čas a peníze?**

**Podívejte se na Jaromíra Jágra, ten má silné stránky potřebné k hokeji. Proto vyniká. Hokej hraje ale mnoho dalších, průměrných hokejistů. Jágra nemusíte motivovat, tím vás tolik nestojí a přitom přináší hodně.**

**K práci a identifikaci lidí používáme socioniku, propracovanou typologii osobnosti. Je předatelná, naučitelná pro vedoucí či majitele firmy. Díky socionice přesně víme, s kým máme tu čest, co daný člověk potřebuje ke své práci dostávat a co ho motivuje či naopak dostává do úzkých.**

**Mezi naše klienty patří firmy jako je Mall.cz, Bidli, Partners a samozřejmě také malé firmy či startupy.**

**S lidmi pracujeme osobně (popřípadě online) a nepoužíváme dotazníky, které výsledek často zkrslují.**

**Více na webu nebo u Lucie Cieslarové na tel 608 504 881.**

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



externí vedení účetnictví



**ABC.ENTERPRISE, a.s.**

Lelkova 797/18  
721 00 Ostrava - Svinov  
T: 556 205 963  
E: [abc@abc-enterprise.cz](mailto:abc@abc-enterprise.cz)

## Komplexní účetní služby pro Vaše podnikání

**POSKYTOVANÉ SLUŽBY:**

- vedení účetnictví a účetní poradenství
- mzdové účetnictví
- ekonomické a finanční poradenství
- účetní a personální poradenství
- daňové poradenství
- podnikatelské poradenství

**PROČ VYUŽÍT NAŠICH SLUŽEB:**

- získáte čas na svůj hlavní předmět podnikání
- snížíte provozní a personální náklady
- zbavíte se odpovědnosti
- informace se stanou diskrétními

[www.abc-enterprise.cz](http://www.abc-enterprise.cz)

# Code must flow aneb zrod světa Eluvia

Důvod pro kompletní rebranding může být tak prostý jako lehce kostrbaté jméno. Tým SparkTECHu se rozhodl vytvořit novou značku poté, co si italský klient špatně zapsal název jejich společnosti. Vznikla z toho Eluvia, svět informačních systémů a cloudových aplikací. Svět, ve kterém jsou nejdůležitější jeho obyvatelé. Tým kolem Petra Kašáka tak rozvíjí příběh moderní IT firmy, která stojí na 3 pilířích: precizně odvedené práci, lidském přístupu ke klientovi a přátelském týmu. S Petrem jsme v rozhovoru probrali současnou podobu Eluvia a nahlédli jsme také do roku 2030.



**„Uvědomujeme si, že SparkTECH na prahu roku 2020 již není SparkTECHem z roku 2010“.** Toto je věta přímo z webu vaší společnosti Eluvia, která se v roce 2020 zrodila z původního SparkTECHu. Co vás po 10 úspěšných letech vedlo k tak riskantnímu kroku, jakým je kompletní rebranding?

Těch důvodů bylo více, ale hlavní byl ten, že se změnou struktury klientů jsme zjistili, že název je pro mnohé těžko zapamatovatelný. A překvapivě pro nás to bylo trnem v oku hlavně zahraničním klientům. Posledním hřebíčkem do rakve značky pak bylo naše jednání s klientem v Miláně, kdy jsme si vyměnili e-maily, abychom si poslali zápisy z jednání, a když od klienta nic nepřišlo, zjistili jsme, že důvodem byla právě chyba v transkripci domény.

**Váš web je plný referencí renomovaných společností, pro které jste vyvíjeli informační systémy a cloudová řešení. Jak byste vysvětlil úplnému laikovi, čím se vaše společnost zabývá?**

Děláme software na zakázku. To znamená, že když přerostete excelovou tabulku, máte dvě možnosti. Pohlédnete se po hotovém softwarovém řešení nebo se obrátíte na nás a my vám postavíme SW dle vašich potřeb. A pak se software přizpůsobuje vašim procesům a ne vy možnostem softwaru. A tuhle službu dělíme na dvě větve.

**Jaké?**

Souvisí to se značkou. Říkáme, že dělíme Eluvii na Eluvia.land a Eluvia.cloud. Land dělá hlavně velké informační systémy, typicky e-commerce, přes které se točí tisíce až miliony transakcí.

K těmto systémům obvykle přijdeme v různé fázi rozpracovanosti nebo životního cyklu. Realizujeme je pak formou kontinuálního vývoje. Cloud pak staví projekty od píky, takříkajíc na zelené louce.

**Význam slova eluvium je zvětralá hornina. Jaká byla vaše cesta k této nové značce? Co pro vás znamená Eluvia?**

(Směje se) Ano, to jsme už nejednou slyšeli. A skutečně eluvium je geologický pojem. Cesta k Eluvii měla mnoho kroků a hlavně to vymýšlení názvu bylo peklo. Ukázalo se totiž, že když přejmenováváte něco, co 10 let budujete, nic vám není dost dobré. Měli jsme pár objektivních kritérií, ale vždy jsme se na něčem zasekli. Vymysleli jsme určitě stovky názvů. Máme od té doby ve vlastnictví tolik domén, že můžeme chrlit technologické projekty do konce života (směje se).

No a nakonec nám pomohl claim, který jsme vymysleli dříve než název. Code must flow. A od toho flow jsme se přes latinu dostali k Eluvii. Znamená to totiž zároveň v určitém tvaru například povodeň. Ale v konečném důsledku je to samozřejmě fantazijní jméno.

**A co pro vás tedy znamená Eluvia a co má znamenat pro vaše klienty?**

Z pohledu příběhu značky je to svět. Svět s dvěma vrstvami jak jsem je popsal před chvílí. Ale pro mě osobně je to hlavně banda skvělých kolegů. A tým je pro mě středobod fungování jakéhokoliv businessu. A pro klienty? Tam jsme nejradši, když mají právě ten pocit flow. Tedy, že software, který společně s námi vyvíjí nebo udržují, není jen osina v zadku, ale něco, co plyne bez jakýchkoliv starostí na jejich straně.

**Zaměstnanci vaší společnosti se sami označují jako Eluviané. Z příspěvků na sítích a z fotek to mnohdy vypadá, že nejste primárně kolegové, ale spíše skupina kamarádů. Jsou to samé deskové a únikové hry, vnitrofiremní kroužky, výlety a podobně. Je pro Vás přátelská firemní kultura zásadní? Byl to u vás přirozený vývoj tímto směrem?**

Předně jsem moc rád, že to říkáte. Pokud takto Eluvia působí i na nezúčastněnou osobu, je to moc fajn. A ano, je to zásadní. Když jsme tvořili marketingovou strategii, tak z workshopů a dotazníků vyšlo, že tým je jedním z pilířů Eluvie (vedle precizně odvedené práce a lidského přístupu ke klientovi).

A my nechceme, aby to bylo jen klišé, protože zvláště v náborových textech vám tohle bude tvrdit každý. Takže pokud to číší i z prezentace na sociálních sítích, jsem za to moc rád.

Když totiž věnujete úsilí, čas a prostředky do budování týmu nezištně, tak byt to není primární prodejní argument, promítne se vám to i do spokojenosti klienta. Představte si, že s vámi komunikuje někdo, kdo si chce jen odsedět svojí „osmičku“ a jít domů.

Navíc třeba nechce moc komunikovat s kolegy, protože si myslí, že jsou to blbci a o šéfovi si myslí totéž. Možná by v označení ještě přitvrdil. Takový člověk udělá to nejnutejnější a klient pak dostane na všech frontách pouze to základní - v komunikaci, ve výsledném produktu, v následném servisu. A oproti tomu postavte někoho, kdo je v práci rád, v pondělí se těší, že si pokeká s kolegy, a na výsledku celého týmu mu záleží. Takový člověk je pak milejší na klienta a svou práci odvede dobře nejen pro něj, ale i pro ostatní v týmu, protože nechce, aby někdo z kolegů musel řešit reklamace, opravy a podobné těžkosti.



**V poslední době plníte vaše webové stránky originálním obsahem a blogovými příspěvky. Vnímáte tvorbu vlastního obsahu jako důležitou součást podnikání? Je to pro vás cesta, jak vzdělávat, získávat nové zákazníky nebo jen „zlidštit“ firmu?**

Obsah je pro nás obecně bolavým palcem. Máme spoustu témat, která chceme říct a předat, ale pořád je tu zákazník, který má přednost. A tak tvorbu obsahu odkládáme, byť se tomu snažíme dát určitý řád.

Troufám si tvrdit, že v našem oboru je vlastní obsah a osvěta, kterou přináší, klíčová. Pro spoustu potenciálních klientů je oblast našeho podnikání pořád virtuální, neuchopitelná nebo minimálně těžko srozumitelná. A tomu se snažíme předcházet. Zatím se to nejvíce promítá hlavně do osobního jednání na schůzkách. Tam vysvětlujeme, s potenciálním klientem ladíme jeho představu, zadání projektu a v podstatě ho učíme. A postupně tohle chceme dát na papír. Těch témat je mnoho.

#### **Můžete některé z témat namátkou popsat blíže?**

Určitě. Kolega Jakub má krásný příklad pro důležitost analýzy. My totiž každému klientovi říkáme, že než se začne s vývojem, je třeba udělat analýzu. Ale laik má představu, že popis stylu „chci aplikaci typu Facebook, jen jinou v tom a tom“, je dostačující. Není. Kolega na to vždy odpoví, že bez analýzy je tvorba softwarového projektu totéž, jako byste stavěli dům bez projektové dokumentace. Víte, že chcete tři pokoje, dvě koupelny a kuchyň, ale stavitel nezná podrobnosti. Chcete ty místnosti vystavět nad sebe do věže? Jaké bude vnitřní vybavení? Jak položit rozvody, aby do budoucna byla budova přestavitelná? Když s vámi diskutuje odbor-

ník, vytáhne z vás díky svým zkušenostem všechny potřebné informace. Ale především je přepíše do formy, ke které když přijde jakýkoliv realizátor, ví přesně, co má dělat a jak. A samozřejmě za jak dlouho a za kolik peněz.

**Vaše společnost stojí také za eventovou aplikací Eventito, kterou k organizaci networkingových akcí používá také firemní klub CCT. Jak skrze Eventito vnímáte vývoj pandemie koronaviru? Má tato aplikace své místo i v časech, kdy došlo k zásadnímu omezení fyzického setkávání?**

Pandemie je zajímavé téma i v našem oboru, kterého se na první pohled tolik nedotkla.

Na začátku přišla panika a ta zasáhla více samotný vývoj, což u nás bylo umocněné prací pro pár jednotek velkých korporací. Jejich boardy zatáhly za záchrannou brzdu a s vidinou budoucí krize a ohrožení finančních výsledků začaly utlumovat investiční projekty. Vedle toho uživatelé Eventita byli spíše ti šťastní, protože měli nástroj, který jim umožnil fungovat online.

Jak pandemie postupovala, tak si začali klienti uvědomovat, že nic není jisté. Že oznámený čtrnáctidenní lockdown může trvat měsíc, ale také několik měsíců. A v té chvíli došli k tomu, že jakýkoliv offline business je příliš velké riziko a že musí diverzifikovat i do onlinu. Já se domnívám, že by se jim to stejně nevyhnulo, ale neuvěřitelně to akcelovalo odhodlání k přechodu. To, co viděli dlouhou dobu jako problém, nyní před nimi stálo jako brod a oni prostě museli do té vody vstoupit.

A co se týče Eventita, tam jsme zaznamenali snížený zájem nových klientů. Ale zase jsme měli možnost dělat upravenou verzi pro nový pro-

jekt T-Mobilu - Magenta Experience Centrum. To T-Mobile otevřel před koncem minulého roku v pražských Arkádách na Pankráci. Kalendář akcí jim zprostředkovává právě Eventito a pod úpravami je podepsaná Eluvie. Takže se jděte do Magenty podívat, na obrazovkách tam uvidíte jeden z výsledků naší práce (směje se).

**Rok 2020 byl pro Eluvii rokem nového začátku. Pro celý svět to byl rok koronaviru. Kde vidíte vaši společnost, sebe a vlastně celý svět v roce 2030?**

Ani nevíte, jak moc na nás tohle sedí. Jak jsem již zmiňoval, věřím, že mnoho lidí si uvědomilo, že nemůže předvídat, kdy přijde další černá labuť.

A já jsem přesvědčený, že si zároveň uvědomili, že by měli myslet na alternativy standardních procesů a nepodceňovat digitalizaci. A já bych rád na závěr dodal, že se toho není třeba bát. Nevěříte-li mi, stavte se u nás na Eluvii.



**LA FRESCA**  
★★★★

#### **Kvalita a styl, který si zasloužíte**

Hotel La Fresca nabízí svěží a poctivý směr v nabídce ubytovacích služeb, které Vás pohladí na duši a naplní Vaše představy.

- svatby
- školení
- degustace
- studium MBA
- coffee break

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



**BOUČEK**  
HOTEL ★★★★★

**HOTEL A RESTAURACE  
V SRDCI KROMĚŘÍŽE**

Hotel Bouček je umístěn přímo v historickém centru města Kroměříže. Navazuje na tradici oblíbeného hotelu Simon z předválečného období.

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



# Služby

## Czech Cool Trade

## Dotace pro podnikatele

### V čem spočívá přínos pilíře dotačního poradenství?

Díky úzké spolupráci se členy CCT klubu známe jejich aktuální i výhledové podnikatelské záměry, na které následně vyhledáváme vhodné dotační výzvy nebo jiné možnosti financování. Díky tomu můžeme členům garantovat, že jim neunikne žádná možnost financování zrovna jejich podnikatelských záměrů. Nejedná se tak o rozesílání newsletterů, kterým se řada klientů nemá čas věnovat, ale o pravidelnou schůzku, během které si nastíníme aktuální i výhledové záměry. Každý člen má svého projektového manažera, který monitoruje dotační výzvy na národní, lokální, ale také i mezinárodní úrovni. V případě jeho zájmu pak také pomáháme s vypracováním žádosti a souvisejícím projektovým managementem. Přidanou hodnotou pro členy 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.

### Na jaké dotační tituly se můžeme těšit v příštím programovém období?

Příští rok začne nové sedmileté programové období a zájemci se mají nač těšit! Opět budou prostředky 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 pořízení elektromobilů. Aktuální nepříznivá situace přibrzdila podnikatelský růst a já pevně věřím, že v následujícím programovém období bude řada zajímavých dotačních výzev, které opět pomůžou nastartovat podnikání.

### Jaké typy projektů jste realizovali?

Záměry našich klientů jsou velmi pestré, takže se CCT za svou historii věnoval velmi rozmanitým projektům. Některý klient chce rekonstruovat svůj podnikatelský areál, další pak pořídí CNC technologii, jiný má pak zájem školit své zaměstnance... Pomáhali jsme s rozvojem sociálního podniku, modernizací vzdělávací infrastruktury

nebo projekty na pořízení a instalaci fotovoltaiky. Osobně si nejvíce považuji získání podpory na jedinečný záměr Baníku Ostrava, konkrétně záměru dorostenecké fotbalové interligy, díky kterým se mladí hráči mohli porovnat s vrstevníky z předních klubů Česka, Slovenska, Polska i Maďarska. Těší mě zároveň i skutečnost, že se Baníku po odehrání této interligy samy ozývají zvučná fotbalová jména, která mají zájem o vstup do dalšího ročníku.

### Kolik peněz jste zajistili pro své klienty?

Za více než sedmiletou historii CCT se povedlo klientům získat takřka čtyři mld. Kč na rozvoj jejich podnikání. Je radost vidět spokojeného klienta, který se s důvěrou rád vrací.

*O dotacích pro podnikatele nám více pověděl Miroslav Przeczek, vedoucí projektového týmu CCT.*

# Poradenství a služby

## Co služba klientům přináší?

Zaměřujeme se na několik vybraných oblastí směřujících k podpoře podnikání. Naši klienti v rámci této služby využívají například zvýhodněného studia MBA v oboru Business a Management.

Pokud hledají možnosti financování, v rámci této služby jim společně s našimi spolupracovníky zkonzultujeme jejich záměr a navrhne nejuvhodnější formy financování. Následně si vybrat již bude jednoduché. Podmínky poskytnutí financí včetně výše splátek jsou navrženy na míru.

Také jsme vytvořili vlastní benefitní program, který přináší výhody zaměstnancům i zaměstnavatelům.

## O jaký program se jedná a jaký benefit poskytuje?

Každý zaměstnavatel chce mít stabilní a motivovaný tým bez fluktuační klíčových zaměstnanců. Benefit v rámci Zaměstnaneckého investičního programu (ZIP) je zaměstnancům poskytován za věrnost a loajalitu k zaměstnavateli, který jim výměnou investuje finance, na které budou mít zaměstnanci nárok dle jasné 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 forma investice, která je spojena s transparentním nemovitostním fondem, který má ve správě nemovitosti za více než 1,3 miliardy korun, pravidelnými výpisy a vlastním výběrem výše a četnosti investic. Jmenovat mohou také cílený výnos ve výši 5% p.a., diverzifikaci investic či možnost doplňkového krátkodobého zhodnocení volných finančních prostředků.

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

## Vraťme se k studiu MBA. Jak studium 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, které jej bude provázet celým studiem, ve vztahu k jednotlivým předmětům. Jednotlivé seminární práce, které se pojí s bloky studia, tak student využije při zpracování práce závěrečné. Tím se snižuje časová náročnost pro MBA studium a hlavně celé MBA studium dostává jednotný cíl, za kterým student směřuje.

Studium se skládá z 10 prezenčních setkání, která probíhá vždy v pátek



© Luboš Josef Marek

přibližně 1x za měsíc. Výuka tak neprobíhá během letních prázdnin a víkendů.

velmi rychle a klient si může vybírat z konkrétních nabídek.

## Proč studovat MBA ve Vaší skupině?

Zaměřujeme se na malé studijní skupiny o maximálním počtu 12 osob. Je tak zajištěn individuální přístup a možnost zaměření se na vlastní výhody studia. Po celou dobu studia dochází k výměně znalostí, zkušeností a postupů z praxe, které velmi často výslednou práci studenta obohatí. Díky systému studia se tak zvyšuje efektivita a zapojení získaných vědomostí do konkrétní praxe. Jak jsem zmiňoval výše, student může pracovat na vlastním projektu.

## Jaké možnosti financování mohou podnikatelé a firmy využít?

Jedná se o účelové i neúčelové úvěry na pokrytí investic i provozních výdajů. Dle konkrétního záměru klienta jsou mu navrženy podmínky na míru. Je však možné získat také produkty jako kontokorent nebo živnostenskou hypotéku.

## Jak dlouho celý proces trvá?

Od úvodního zjištění záměru k financování, konzultací a kontroly účetních výkazů až po předložení nabídky většinou uplyne velmi krátká doba. Je však důležité zmínit, že k ověření našimi spolupracovníky musí mít klient všechny potřebné dokumenty k dispozici. Pokud je má, vše probíhá

## Pomáháte i nováčkům v podnikání?

Ano, pomáháme i start-upům. První krůčky v podnikání jsou důležité a často rozhodují o tom, jakým směrem se bude podnikání ubírat. Správné nastavení cílů, procesů, financování nebo komunikace je ve start-up poradenství nepostradatelné. Start-upy mají k dispozici vlastního projektového manažera s letitou praxí, který se o nastavení postará a společně zpracují plány, ze kterých mohou start-upy čerpat ještě dlouhé měsíce i roky.

*O poradenství a službách nám více pověděl Pavel Dombek, výkonný ředitel CCT.*

# Obchodní a marketingová podpora

## Kdy lze po vstupu do CCT klubu marketingovou podporu využít?

V rámci poskytovaných služeb naší poradenské společnosti máme jasné definované procesní kroky, tudíž ihned po zahájení spolupráce Vás požádáme o zaslání krátkého sdělení týkající se Vašich podnikatelských aktivit, a to nejlépe s vhodným obrázkem či grafikou. Toto sdělení publikujeme na našich sociálních sítích Facebook, Instagram a LinkedIn, a také na našich webových stránkách v celkovém přehledu členů. Využít můžete také našeho pravidelného měsíčního newsletteru CCT Info, který je všem členům rozesílán. Aktuálně je to přes 700 majitelů či top manažerů v rámci celé České republiky.

## Jak často a pro jaké účely můžeme marketingovou podporu využít?

Vzhledem k tomu, že máme ve firemním klubu cca 300 firem, vychází tato podpora cca jednou za kvartál, nicméně je to především o komunikaci, aktuálnosti a včasném zařazení do našeho marketingového plánu. Účel je pak zejména pro zvýšení povědomí o Vašich podnikatelských aktivitách a navázání tak spolupráce s dalšími členy.

## Jaký je dosah vašich marketingových kanálů?

Dosah se nyní pohybuje v řádu jednotek tisíců zobrazení daných příspěvků,

ovšem toto číslo se nám měsíčně navyšuje zhruba o 15 %.

## Kolika lidem je rozesílán váš newsletter CCT Info?

Aktuálně je to přes 700 majitelů či top manažerů v rámci celé České republiky. Tím, že náš firemní klub se každým měsícem rozrůstá o několik nových členů, je také toto číslo každý měsíc vyšší.

## Jaké formy marketingové podpory jsou v ceně členství v CCT klubu, mimo sociální sítě a newsletter?

Jedna z dalších forem marketingové podpory je také tento magazín, jelikož jsou v něm medailonky našich členů spolu s odkazem na jejich webové stránky a pravidelně také pro členy natáčíme krátká propagační videa. Toto video je následně publikováno na všech našich sociálních sítích, na YouTube kanále či v galerii videí na našich webových stránkách. Video je samozřejmě předáno členům pro jejich vlastní využití.

## Jak obchodní podpora funguje v praxi?

Vzhledem k tomu, že každý člen má svého projektového manažera a s velkou většinou zástupců firem se setkáváme na našich networkingových

akcích, víme, co dané firmy dělají, jaké mají potřeby a vize. Na tomto základě oslovíme vhodné firmy, u kterých vidíme potenciál pro onu spolupráci a oficiálně obě firmy propojíme. V případě úspěšného zahájení spolupráce si však nebereme žádnou provizi, vše je v rámci Vašeho členství.

## Jak často lze obchodní podporu využít?

Jsou členové, kteří ji využívají několikrát do měsíce, a to nejen z důvodu vhodné nabídky, ale také poptávky po určitém typu produktů či službě. V tomto případě poskytujeme ověřené reference a kontakty na firmy, které se v daném odvětví pohybují.

## Jakou roli má v obchodní a marketingové podpoře projektový tým a jakou franšizoví partneři?

V tomto ohledu neděláme žádné rozdíly a všichni v Czech Cool Trade táhneme za jeden provaz s cílem udělat pro Vás maximum. Výhodou je znalost našich členů a jejich aktivit, a to bez rozdílu, zda se jedná o projektový tým či našeho franšizového partnera.

*O obchodní a marketingové podpoře nám více pověděl Tomáš Melecký, obchodní a marketingový ředitel CCT.*



© Luboš Josef Marek

# Networking a byznys vztahy

## Co je cílem této služby?

Hlavním cílem je navazovat a prohlubovat byznys vztahy s dalšími členy CCT. To vše děje na našich pravidelných networkingových akcích.

## Jak byste popsala ten pravý byznys vztah?

Byznys vztah musí být založený na oboustranné podpoře obchodních partnerů. Jde především o doporučení nových odběratelů, využívají navzájem svých služeb, podporují se a vyměňují si zkušenosti. Mnohdy také spolupracují na společných projektech. Samozřejmě neodmyslitelnou součástí je férovost. Pravý byznys vztah se tvoří často několik let.

## Jak probíhá networkingová akce?

Networkingová akce je specifická tím, že všichni, kteří se jí účastní, mají zájem o navazování nových byznys vztahů. Můžete si ji představit jako pravidelné moderované setkání s dalšími členy CCT klubu, kde získáte a prohloubíte byznys vztahy, obchody a doporučení na další služby. V rámci CCT klubu pořádáme networkingové snídaně, obědy, večere, kávy o třetí a čaje o páté. Každé akce se zúčastní 15 až 20 hostů. Ovšem pořádáme také akce sportovního a společenského charakteru.

## Na které sportovní a společenské networkingové akce se můžeme v roce 2021 těšit?

Pravidelně pořádáme Tenisový, Badmintonový, Ringo a Golfový turnaj CCT klubu. Vždy se hraje čtyřhra, aby se mohli zapojit všichni.

Pokud nám to aktuální epidemická situace dovolí, rádi bychom uspořádali VIP networking na Baníku nebo VIP networking na hokeji. Zrovna tyto akce jsou spojené prohlídkou stadionu, šaten hráčů a také fandění při zápase. Mimo jiné pořádáme již šest let COOL ples, degustace výborných vín a prémiových rumů.

## V čem jsou vaše networkingové akce jiné?

S mým mužem (pozn. red. majitel CCT Martin Kovalský) velice dbáme na příjemnou atmosféru spojenou s výborným jídlem a pitím.

## Kterou akci byste vypíchla?

Naším největším networkingem a zároveň společenskou akcí je Inspirujte se, prosím. Potká se kolem osmdesáti hostů z různých oblastí byznysu. Na začátku proběhne krátký networking a pak můj manžel a zároveň majitel CCT Martin Kovalský vede rozhovor s inspirativní osobou z byznysové sféry. Například se Zdeňkem Pohlreichem,

Evou Kiedroňovou, Václavem Brabcem a mnoho dalších.

## Kde se akce pořádají?

Aktuálně akce pořádáme v Praze, Brně a Ostravě.

## Plánujete se rozšířit i do dalších měst či krajů?

V létě již nově plánujeme networkingové akce v Olomouci. V červnu se můžete těšit na první akci v Českých Budějovicích. Samozřejmě naše cíle jsou vyšší a chceme se rozšířit do všech krajů v rámci celé České republiky.

## Komu byste doporučila navštívit vaše networkingové akce?

Určitě majitelům a manažerům firem, kteří chtějí budovat vztahy.

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



# Fotky z akcí firemního klubu CCT







zal. 1991

grafika · reklama · tisk

**KLEINWÄCHTER**

holding s.r.o.

**VYBAĎTE SI**  
s námi ...



letáky  
katalogy | vizitky  
brožury | plakáty  
knihy  
bannery ...

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

# Rock & rollové podnikání Marcela Lesníka

Napadá nás mnoho přívlastků pro rozhovor s Marcelem Lesníkem, ale „nudný“ mezi nimi určitě není. Majitel unikátního Garage Clubu v Ostravě Martinově a frontman Rock & Roll Bandu Marcela Woodmana má za sebou mnoho úspěchů v byznysu i na hudebním poli, ale za podnikatele se nepovažuje. Povídali jsme si o politice, autorských právech, ale také o tom, jaké místo má v jeho srdci Ostrava.

# Rock & roll

**Marceli, je úžasné sedět ve vašem klubu a vítat vás jako hosta. Byl jste už někdy hostem ve vlastním klubu?**

Ne. Dnes je to poprvé.

**Vše je jednou poprvé. Marceli, velmi mě inspirují vaše začátky. Jak jste se dostal k podnikání?**

Na konci komunistické éry jsem pracoval na dole Jan Šverma. Jako horník jsem byl dobře placený, proto si mnozí klepali na čelo, když jsem se v roce 1990 rozhodl, že se postavím na vlastní nohy. Já si ale řekl, že nastává nová doba, tak zkusím taky něco nového. S mým kolegou Jaromírem Weisssem jsme začali vyrábět nábytek. I když ani jeden z nás nebyl vyučený stolař, pronajali jsme si stolárnu a začali podnikat. S nástupem malé privatizace nakoupilo mnoho lidí prázdné provozovny, což byla skvělá příležitost začít vyrábět interiéry. Učili jsme se za pochodu a postupně jsme budovali jak stolařskou, tak zámečnickou i malířskou výrobu. Ve finále jsme měli asi padesát pět zaměstnanců.

**Marceli, pochází vaše přezdívka Woodman právě z té doby? Vznikla tehdy také tvá kapela?**

Vše to přišlo najednou. Už od patnácti let jsme hráli v různých kapelách a revoluci jsme se rozhodli, že uspořádáme Rock & Roll ples. V březnu 1990 jsme si z divadla v Pustkovci půjčili mundúry amerických policistů a od organizace SPUSA, neboli Svazu Přátel USA, jsme sehnali třímetrové americké vlajky. To vše jsme pověsili před hospodu U Mámy v Pustkovci, kde se ples konal. To bylo pozdvižení! Šokovaní komunisté volali na policii, kde jim ale vysvětlili, že už je jiná doba a neděláme nic nepovoleného. S kapelou jsme nacvičili asi třicet písniček a prostě si pro radost zahráli. Lidé přišli oblečení jako

v 50. letech, pobavili se a tím jsme to považovali za ukončené. Ohlas byl ale ohromný, tak jsem si řekl, že vzhledem k té práci a energii, kterou jsme do akce vložili, bychom měli pokračovat dále. Takový byl náš start.

**Dřevo a hned potom showbyznys. To byl teda rychlý start.**

Určitě bych to nenazýval showbyznysem. Vystupovali jsme tak desetkrát do roka, takže to byl spíše koníček. Stejně jako v případě podnikání mi kamarádi říkali, že jsem blázen. Necháпали, že chceme hrát rock and roll, a tvrdili, že padesát let stará muzika nebude nikoho zajímat. Lidé ale hledali povyražení a koncerty tak rychle přibývaly. Příklad bych to ke vzniku rock & rollu v USA v padesátých letech, kdy se válkou postižená generace prostě chtěla zase bavit.

**Co pro vás bylo na začátku nejtěžší? Co vám naopak dodávalo pocit, že to má smysl?**

Měli jsme tah na branku. Nedávali jsme se vpravo ani vlevo a prostě jsme šli dopředu. Když přišla zakázka, podepsali jsme smlouvu a na konci dne vydělali peníze. Dávali jsme do toho veškerou energii. Ani jsme nekalkulovali, kolik měsíčně vyděláme, a všechny peníze jsme točili dále. Po pár letech člověk zjistí, že z tohoto vlaku nejde vystoupit.

**Mluví se hlavně o čtyřech hudebních personách, které zůstaly Ostravě věrné. Je to Marie Rottrová, která nakonec odešla, jste to vy a Jarek Nohavica. Byla to také Věra Špinarová. Co vás v Ostravě udrželo?**

Nikdy jsem neměl ambice žít jinde. Všichni mí kamarádi, kteří začali

kvůli byznysu pracovat v Praze, toho většinou litovali. Neměli tam kamarády, se kterými by šli pokecat na pivo. Ostrava má prostě svůj unikátní genius loci. Můžu zmínit večer, kdy u nás na hotelu spali David Kraus s Jakubem Kohákem. Ten den dorazil i můj kamarád, který žije již třicet let v Austrálii v Melbourne, ale je to Ostravák jak poleno. Po několika pivech jsme s kamarádem Australanem přisedli k těm dvěma. No a v pět hodin ráno nám Kraus povídá, že ještě nikdy nezažil takový večer. Jsme tady velmi upřímní a nebojíme se na cokoli zeptat. Proč by lidé odsud měli odcházet? Tady se prostě člověk cítí dobře. Komu přijde na pohřeb čtyřicet tisíc lidí jako Věře Špinarové? Věra zůstala vždy naše a svou práci dělala srdcem. Stejně jako jí to lidé věří i Jarkovi Nohavicovi nebo Marušce Rottrové, i když ta už je nějakou dobu v Praze. Všichni jsou to prostě Ostraváci.

**Marceli, oba máme zkušenost z ostravské politiky a slíbili jsme si, že se o ní pobavíme pouze okrajově. Jaký je váš pohled na politiku?**

Byl jsem naivní blbec a myslel si, že vstupem do aktivní politiky něco změním. Nastartovat jakoukoliv změnu je nemožné. Když už se vám povede přesvědčit váš vlastní politický klub, přijde na řadu koaliční schůze, na které většinou padne krásná věta: „To by mohlo zničit koalici.“ To znamená, že člověk, který dlouhodobě zastává funkci náměstka, by si musel hledat novou práci. Tak vám začne vysvětlovat, jak vás chápe, ale v tuto chvíli to není správný krok. Uběhnou čtyři roky, pět, šest let a stále se nic neděje. A tak to jde stále doko-la. Paradoxně jsem se vždy domluvil lépe s protivníky než s lidmi ve vlastním klubu. Stálo mě to jeden



© Petr Hlubek

infarkt a když mě vezli chodbou na lehátku a nade mnou blikaly zářivky jako v blběm americkém filmu, sám sebe jsem se zeptal. „Stojí ti to za to?“ Druhý den jsem to utnul. Politika a podnikání jsou dva rozdílné světy. Jeden je svět svobodného člověka, který do všeho jde srdcem a na vlastní odpovědnost. Když něco, jak se říká ostravsky „zdupé“, tak si za to může sám. Zatímco v politice jsou všichni stále happy. Člověk má jen jedno zdraví a i Václav Havel říkal, že s přibývajícím věkem se musíte rozhodnout, zda to má smysl. Já jsem díky infarktu usoudil, že to smysl nemá.

**Jaký je váš názor na úředníky? Asi se shodneme v názoru, že místo, aby nás stát v podnikání podporoval, tak nám hází klacky pod nohy.**

Situace je až absurdní. Minulý rok jsem to schválně počítal a měli jsme celkem dvacet kontrol. Úředníky poznám už od vchodu. Většinou přijdou dvě ženy, které jsem tu předtím nikdy neviděl,

sednou si ke stolu a objednají si jídlo. Vždycky říkám: „Děvčata bacha, je tu EET.“ Je to strašné, ale můžeme si za to sami.

**Pojďme zpět k podnikání. Zajímá mě, jaké jsou vaše největší byznys úspěchy?**

Já nejsem žádný byznysmen, abychom si to ujasnili. Jsem pakoš, který se snaží plnit si sny. Když jsme kupovali Garage, kamarádi mi zase říkali, že nejsem normální. Prý nikdo nebude chodit do Martinova na konečnou. Mezitím se změnila legislativa a dnes si v deset hodin večer nepustíte ani kazeťák na zahradě. My tady ale můžeme pařit tři dny v týdnu a z lokality jsme udělali naši největší výhodu. Navíc odtud každých dvacet minut jezdí tramvaj. Když jsme budovu kupovali, myslel jsem si, že využijeme tak třetinu celého objektu. Během třinácti sezón jsme přistavěli pivovar a hotel. Všechny peníze, které vyděláme, investujeme zpět.

**Co byste řekl třeba synovi svého kamaráda, kdyby za vámi přišel s žádostí o radu jak začít podnikat?**

Řekl bych mu, že je blázen. Raději bych mu doporučil, ať si najde místo u nějaké nadnárodní firmy, protože pracovitých lidí je málo a jsou dobře placeni. Opravdu nevím, jestli bych dnes do podnikání šel.

**Kde čerpáte energii, abyste si mohl plnit sny?**

Je to čím dál tím složitější a těžko se rozhoduju, kam dám svou energii. Když jedeme na koncert, všichni ze spoluhračů se mi smějí, protože usnu naprosto kdekoliv. Kdysi jsem četl, že Jarda Jágr si chodí před každým zápasem na hodinu a půl lehnout, tak jsem to začal praktikovat. Na koncerty jezdíme v pohodlném karavanu a já si prostě lehnu a usnu. Na pódium jdu pak nabitý energií. A když se koncert povede, což se nám naštěstí stále daří, tak vám nejvíc energie dodají lidé pod

pódiem. To pak odcházím vysmátý od ucha k uchu a ani mi nepřijde, že uběhly dvě hodiny.

**Jde vidět, že ke všemu přistupujete profesionálně. Pamatuji se, jak jsem jako mladý kluk byl na vašem plese Rychlé šípy. Vše kolem tématu bylo zpracováno do posledního detailu a úplně mě to vtáhlo do zábavy.**

Letos jsme začali třináctou sezónu a za naši největší devizu považují, že se nám podařilo zaujmout i mladší generace. Vždycky s oblibou říkám, že teď k nám na plesy chodí děti a možná i vnoučata lidí, kteří se u nás poznali. Když ti nejmenší na akcích skáčou a tancují, mám velkou radost. Ještě větší radost ale mám, když za mnou přijde třeba sedmdesátiletý člověk a se slzami v očích mi řekne, že jsme mu připomněli jeho mládí. To jsem úplně nadšený. Rock & roll je prostě čistý žánr.

**Vím, že pravidelně vyjíždíte načerpat inspiraci do zahraničí. Pamatujete si konkrétní zážitek a zemi, která ti dala nejvíce?**

Pamatuji, jak jsem jel do Londýna na hudební workshop a prozkoumat místní kluby. Londýn je totiž muzikantská Mekka. Přijel jsem na místo, kde měl být podle GPS klub, ale nikde nebyl žádný nápis, žádná cedule. Pouze pomalovaná zeď a obyčejné dveře. Vlezl jsem do nich a našel klub poloviční jako naše Garage. Všude visely svazky drátů a rozvaděče. Bylo tam jedno umyvadlo a dva záchody pro tři sta lidí. V Česku by to hasiči zavřeli ještě ten den, ale já zjistil, že tam hráli The Rolling Stones. Když začali hrát místní kapely, spadla mi čelist. Na každém ze dvou pódíí stály jedny bicí, jedny komba a střídaly se na nich čtyři kapely. Za dvacet minut vystoupení do toho dali naprosto všechno. Pokora těch muzikantů byla

neskutečná. Odnosl jsem si, že pokud má ve světě klub historii třeba padesát let, nikdo si vám nedovolí do něj vrtat. U nás si to ale nedovedu vůbec představit. Chybí nám pokora.

**Jaký máte názor na autorská práva? Inklinujete stejně jako Jarek Nohavica k tomu, že bych měl právo si hudbu stáhnout? Nebo byste mě popotahoval, protože mi v autě duní vaše písničky?**

Jarek Nohavica je mistrem show-byznysu a obchodu. Svým názorem, že každý si může stáhnout, co chce, úplně obešel agentury a příživníky. Jarek Nohavica ale třeba taky Richard Krajčo to dělají skvěle. Jiní umělci jsou často velmi naivní a vydělávají možná polovinu toho, co by měli dostat. To, co předvádí Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním (OSA), se celorepublikově týká minimálně lidí. Prosadit zákony, které jim vyhovují, je pro ně otázka několika lobbingských akcí, na kterých získají těch sto jedna hlasů v parlamentu. Platit poplatek OSA za rádio ve firemním autě je naprosto absurdní. Dokonce i zvukaři si vymysleli vlastní organizaci jménem OAZA, což je světová rarita. Vzpomněli si, že ty písně nahrávali oni, a proto by za to měli pravidelně dostávat peníze. Spojili se s OSA a teď jedna parta vybírá všechny peníze. Na konci roku mají valnou hromadu, kde všechny tyto neidentifikovatelné příjmy (rádia, televize, hotely) rozdělí v neznámém poměru. Jsou to miliardy, které si rozdělí za jeden večer. Jarek je velký hráč a může si svůj přístup dovolit. Takto by to mělo vypadat. Všude ve světě jsou zástupci chránící vaše práva umělce, ale u nás to tak nefunguje. Jedna soukromá firma vybírá poplatky a rozhoduje, jak ty peníze dále rozdělí.

**Zažil jste toho v byznysu i v životě hodně. Jak mohou podnikatelé docílit svého snu, jako jste to dokázal vy s klubem Garage?**

Já potřebuji vědět o každém detailu, což při více firmách nejde. Neumím dát důvěru dalším lidem a zároveň jim do toho příliš nekecat. Proto jsem všechno podnikání stáhnul zde do Martinova a krom koncertů už moc nevyjíždím. I cesta do centra Ostravy je pro mě exotický zážitek. Je důležité nebýt megaloman a myslet si, že čím víc toho je, tím je to lepší. Dělejme to, co nás baví, a dělejme to slušně. Naučme se posouvat dále a nebojme se jít do věcí, které na první pohled vypadají jako nespílitelné sny. Ono to totiž jde. Hlavní je si svoje sny udržet, protože bez nich by člověk neměl pro co žít. Jak říká Jack Nicholson, když se v Přeletu nad kukaččím hnízdem snaží vyrvat sprchovací box: „Alespoň jsem to zkusil.“ To je mé životní krédo. Mám taky rád citát mého oblíbeného režiséra Woodyho Allena, který řekl, že peníze jsou lepší než chudoba už jenom z finančních důvodů. To mi přijde trefné. Peníze jsou příjemné, ale není třeba jim obětovat život a zdraví. Následujme své sny.

**To je krásná tečka. Marceli, děkuji vám za inspirativní rozhovor.**

 Imperial

# Rozumíme finančním trhům

Aktuální globální investiční prostředí pomohla formovat nejen nepolevující pandemie koronaviru, která v roce 2020 zastihla investory naprosto nepřipravené, ale i dynamický rozkvět digitálních technologií a významné změny v přístupu k národním politikám. Plány centrálních bank udržovat úrokové sazby dlouhodobě na nule, fiskální kompenzační stimuly v podobě zadlužování vlád a historické rekordní úrovně na akciových trzích bezpodmínečně nahrávají rostoucímu segmentu alternativních investičních instrumentů.

**Rozhovor s našimi specialisty najdete na straně 26.**

[www.imperial-finance.cz](http://www.imperial-finance.cz)



# ” Chtějte od svých poradců a bankéřů víc

*Rozbití tradičního obchodního modelu finančně-poradenských firem a bank. Vybudování vlastní firmy zaměřené pouze na investování. Nejčastější investiční chyby Čechů. Životní hodnoty a bohatství. O tom všem jsme si povídali s naším členem Markem Odehnalem, MBA. Privátním investičním poradcem, který v létě 2020 založil svou vlastní poradenskou společnost ODEHNAL & PARTNEŘI s.r.o.*

## Jak jste se dostal do oboru financí?

### Byl to váš dětský sen?

To určitě ne. Ale už od puberty jsem věděl, že ze mě bude podnikatel. Je to o elementárním způsobu uvažování. Už na střední škole jsem zkoušel Amway, byla to cenná zkušenost už v takto mladém věku. Od svých 22 let, tj. nyní třináctým rokem, podnikám. Nejdřív jsem 3 roky jako šéfredaktor vedl tehdy třetí nejčtenější hudební portál v Česku ([MusicZone.cz](http://MusicZone.cz)).

Toto pak smetla ekonomická krize a i díky nezodpovědnému finančnímu chování v době hojnosti jsem se přes půlroční pobyt na úřadu práce, bez auta a znalosti angličtiny a s nedostudovanou vysokou školou pustil naprosto od píky do finančního poradenství. S podnikatelskou vidinou „ted' nebo nikdy“.

Po 5 letech velmi tvrdé práce pro firmu Allrisk s výsledkem vlastního kmene asi 500 klientů a na nejvyšší možné dosažené pozici ve firmě jsem odešel na volnou nohu. Vše, včetně klientů, jsem nechal za sebou a dobrovolně začal zase od píky. Abych mohl naprosto svobodně naplnit svou vizi toho, jak má vypadat investiční poradenství v Česku. Po zhruba 2,5 letech fungování „na sebe“ jsem loni v létě založil vlastní investičně-poradenskou firmu.

### Jaké s ní máte plány?

Chceme naprosto změnit způsob investování v Česku. Naší misí je všeobecné nahrazení přístupu, kdy vám finanční poradci, bankéři nebo prodejci různých dluhopisů či zlata jen udávají svoje „zboží“ za provizi. Svou vizi naplňujeme díky transparentnímu modelu přímého honoráře od klienta za expertízu, skutečné poradenství a nezávislost přístupu. Jak je běžné například u advokátů a jak je běžné u investičního poradenství

v USA, Velké Británii nebo Švýcarsku. Poradenství jako řemeslo, ne obchod. Svou odbornost stavíme i na maximální specializaci - řešíme s klienty pouze a jen investice. Jen ty jsou naší skutečnou vášní, našim posláním.

V neposlední řadě je to pak i můj osobní investiční příklad. Dnes jsem již úspěšným investorem-rentiérem a nebojím se o toto know-how a zkušenosti podělit s našimi klienty. Je to i důvod, proč jsem si mohl dovést zahodit skvěle vybudovanou kariéru v tradičním poradenském modelu a jít naplňovat svůj sen, jak by v Česku měly investice pro klienty fungovat.

### Co vaši zaměstnanci?

#### Jak máte firmu postavenou?

Tím, že jako firma fungujeme opravdu krátce, je to zatím spíš vize do dalších let. Ale mám o tom zcela jasnou představu. A bylo to koneckonců i téma mé závěrečné práce na MBA studiu, které mám čerstvě za sebou. Hlavní myšlenka je taková, že poradenský tým nejsou samostatní podnikatelé, které vede nějaký team leader a kteří své obchodní výsledky řeší po vlastní ose. Ne.

Moji investiční poradci budou zaměstnanci a jejich role spíš odpovídá roli account managera. Akvizici klientů mám na starosti já a oni se klientům starají o jejich investiční portfolia podle mého pohledu na věc. Jsou tak reprezentanty mojí firmy a já na vše dohlížím a ručím za kvalitu.

Už jen tím, že se firma jmenuje po mě. Je to tak podobný model, jako u té advokátní kanceláře. Dál je v plánu interní analytik finančních trhů a samozřejmě back office. V tomto modelu v Česku fungují, co je mi známo, zatím jen 4 firmy a my jsme jediní, kdo působí primárně na Moravě.

## Takže vaši klienti musí být jen z Moravy? A o jakých částkách se nimi bavíte?

Určitě ne. V dnešní době video meetingů může být klient odkudkoliv. Auž je to provšechny přirozené, scházet se i na dálku. Je to jedno z pozitiv, co nám koronakrize přinesla. Obecně se staráme o dvě skupiny klientů. „Rentiéři“, kteří už mají nějaký majetek a chtějí ho dále především ochránit a bezpečně zhodnocovat s rozumným výnosem. Bavíme o částkách zhruba od 1 milionu korun výš.

S těmito klienty pracuji já osobně. Druhou kategorií jsou tzv. „budoucí rentiéři“. Ti se ke své rentě proinvestují skrze odpovídající měsíční úložky. O ty se budou starat naši investiční poradci a zde se bavíme o úložkách alespoň v řádu vyšších jednotek tisíc měsíčně. Potom to teprve hlavně pro klienty bude dávat smysl. Jak z pohledu výsledku, tak z pohledu přidané hodnoty naší práce.

### Zmínil jste MBA studium. Co vám dalo, jak ho hodnotíte?

Jako velkou školu. Když pomínu nové odborné znalosti, především v předmětech zaměřených na management a strategické a projektové řízení a prohloubení dosavadních znalostí v marketingu, finančním řízení či pracovním právu, tak mně studium rozhodně naučilo větší trpělivosti. Jako podnikatel chci věci přirozeně řešit rychle a vidět brzy výsledky své práce.

Studium ale bylo mnohem těžší a náročnější právě na vytrvalost než jsem čekal. A to přesto, že délka studia nepatřila mezi ty nejdelší možné. Příznávám, že jsem zažil několik chvil, kdy jsem měl černé myšlenky na to nedostudovat. O to větší radost mám z toho, že jsem studium dotáhl do konce.



Jak to v životě bývá, nejhodnotnější věci nejsou snadné a musí se jim hodně obětovat.

Nesmím zapomenout i na skvělou partu spolužáků a vyslovit uznání, jak si vedení ústavu flexibilně poradilo z různými formami hybridní nebo vyložené online výuky, vzhledem k přetrvávající epidemiologické situaci. Abych nezapomněl zmínit i instituci, studoval jsem v Ostravě na European Institute of Business Studies, rovněž člena našeho firemního klubu Czech Cool Trade.

### Hodně akcentujete váš byznys model. V čem je tak unikátní?

Klient si nás platí na přímo. Na začátku spolupráce mu fakturujeme sestavení investičního portfolia a dále pak máme roční odměnu za péči o jeho portfolio. U velkých klientů-rentiéřů převážně až podílem ze zisku. Máte tak jistotu nestrannosti, neplatí nám totiž nikdo jiný „bokem“. Zároveň je z toho naprosto zřejmé, že dlouhodobá spolupráce u nás není jen prázdnou frází.

Když bohatnete vy, i naše odměna roste. Základem toho všeho je specializace. Bez toho nemůžeme nabídnout nejvyšší odbornost. A nemyslím tím jen na úrovni jednotlivého poradce, který nedělá všechno. Ani jako celá

firma. Náš fokus je pouze na investice. Nerozptylujeme se pojištěním ani hypotékami. Je to o jasném směru a vizi.

### Na co by si tedy měli Češi u svých poradců a bankéřů dát pozor? A co naopak vyžadovat?

Kromě modelu odměňování a jasného vymezení toho, za koho „kopou“, pro koho pracují, o kterém už byla řeč, je to odbornost a produkty se kterými pracují. Hodně se mluví o finančních poradcích, ale minimálně stejný problém je i v bankách. Vezměme si privátní bankéře.

Pod pozlátkem krásných prostor na top adrese, kožené sedačky, zlaté karty a lístků na hokej se velmi často skrývá člověk, který nemá o moc vyšší profesní kvalifikaci než bankéř dole na pobočce. Zároveň musí prodávat poplatkově neskutečně předražené a nevykonné fondy dané banky, o které by si fundovaný nezávislý poradce ani neopřel kolo.

Ptejte se na odborné znalosti, certifikace, kurzy. Ptejte se na poplatky. Nejen vstupní, ale především ty průběžné. Kolik mě ročně stojí provoz daného fondu. A především, vždy se v první řadě ptejte, jak je daný člověk/

společnost placen. To je totiž alfa a omega toho, jestli sedí na vaší straně stolu.

### Pojďme nyní k obecnějším tématům. Jaké největší investiční chyby Češi dělají?

V první řadě absolutně nepracují s rizikem. Stále platí, a týká se to i řady podnikatelů/majitelů firem, že pohyby akciových investic nesnesou. Říkají, že jsou konzervativní, ale potom jsou schopni si koupit dluhopis nějaké firmy, kterému sice dočasně nekolísá hodnota, ale když firma zkrachuje, můžou přijít o všechno. Říká se tomu trvalá ztráta kapitálu a u nás toto riziko s klienty nepodstupujeme.

Neinvestujeme do konkrétních akcií, dluhopisů ani nemovitostí. Na všechno (včetně zlata a stříbra) existují indexové ETF fondy, které s minimálními náklady umožňují investovat do toho nejlepšího nasvětě v každém z těchto typů investic. Nehonit se za nevyšším výnosem a nepodstupovat zbytečná rizika, o tom je strategie wealth protection, která je nám i našim klientům nejbližší.

Dále bych zmínil přehnané sázky na vlastní byznys. Ano, růst vlastní firmy bývá často raketový, ale jak vidíme (a ještě bohužel uvidíme) v současné koronakrizi, všechno může nabrat



Je paradoxní, kolik času a energie věnujeme vydělávání peněz a jak málo pak péči o ně.

velmi rychlý spád. Proto by svou rentu neměli podnikatelé stavět pouze na vlastní firmě, ale vedle toho si budovat i druhou nohu v podobě osobního investičního portfolia.

Na závěr určitě zmíním až obsesivní touhu po vlastnictví nemovitosti na pronájem. Sám jich několik pronajímám a zdaleka to v praxi není taková selanka, jak to vypadá na papíře. Při současných cenách bytů to navíc už ani výnosově nedává moc smysl. A když se podíváte na žebříček nejbohatších lidí na světě, nikdo z nich nezbohatl na nemovitostech, ale díky kapitálu. Díky akciím vlastních nebo cizích firem.

Obecně pak Čechům často chybí především dlouhodobý plán a jasná investiční strategie. Když už investují, tak velmi nahodile. Podle toho, co se

kolem nich vyskytne a co jim přijde zajímavé. Paradoxně, na rozdíl od vlastních firem, kde mají zpracovaný Excel a plán úplně na všechno.

#### Máte pro nás nějakou myšlenku, poselství na závěr?

Chtěl bych zdůraznit, abychom nehledali v životě zkratky. Ty prostě neexistují nebo nefungují. Ať už se to týká našich firem nebo osobních životů, všechno chce svůj čas. Lidem dnes extrémně chybí trpělivost. Dvakrát to pak platí v oblasti investování.

Hledají zázračné způsoby jak zbohatnout rychle, neumí přemýšlet dlouhodobě. A zbytečně tak přichází o peníze. Je paradoxní, jak mnoho času a energie věnujeme vydělávání peněz

a jak málo pak péči o ně. Nezjišťujeme si rizika, kolik platíme na poplatcích, s kým tohle téma vlastně řešíme.

Na závěr bych ale rád zdůraznil, že ačkoliv se tady celou dobu bavíme o investicích a bohatství, to pravé bohatství je naše zdraví, naši přátelé, naše rodiny. Naše firmy pak z pohledu toho, jak nás jejich budování naplňuje, ne jak se nám daří hospodářsky. Za peníze si můžeme koupit čas. A toto vřele doporučuju. Ale ne zdraví a štěstí. Bohatství by tak mělo být cestou a prostředkem ke splnění našich cílů, ne cílem samotným.

**TripOn**  
DIGITAL STUDIO

MARKETING JE O ZÍSKÁNÍ POZORNOSTI.  
POKUD JI MÁTE, JE TO SUPR.  
POKUD NE, VOLEJTE KVÍDA NEBO TRIPON.



TEL.: 608 886 555 | INFO@TRIPON.CZ | WWW.TRIPON.CZ  
TRIPON DIGITAL S.R.O. | SKELET - SMART INNOVATION CENTER | 28. ŘÍJNA 3388/111 OSTRAVA



## Aby byl člověk v podnikání úspěšný, musí mu věnovat čas.

Marek Konečný nastartoval své podnikání v bývalém vepříně ve Fryčovicích. V reklamních lavičkách viděl obrovský potenciál propojení komerční sféry se sociální. Dokázal, že pokud člověk něčemu opravdu věří a jde si zatím, uspěje.

Přepis rozhovoru v rámci CCT akce  
Inspirujte se, prosím z roku 2019

📷 Martin Grobař

## Jaké byly vaše podnikatelské začátky, Marku?

Začátek nebyl jednoduchý. Neměl jsem zkušenosti ani peníze, první formy na reklamní lavičky místo ze železa jsem vyráběl ze dřeva. Je pravdou že tím, že jsme neměli peníze, tak chyby co jsme udělali, nás nestály tolik. První lavičky jsem pronajímával ve Fryčovicích a v Brušperku v okolí garáže rodinného domu, kde první lavičky vznikaly. Díky firmě Stross jsme se přesunuli z garáže do bývalého vepřína, kde jsme s podnikáním vlastně začali. Prvním klientem bylo Rádio Čas a hned dalším pojišťovna ČPZP, se kterou spolupracujeme dosud. Po půlročním rozjždění firmy nám přišla zakázka pro Prahu 8, kde jsme nahrazovali lavičky konkurence. Celý zisk jsme investovali do vytvoření vlastní sítě v Ostravě–Porubě a následně v dalších obvodech Ostravy. Nedokážu si představit, že bych pražskou zakázku zvládl sám. Naštěstí mě podrželi rodiče a kamarádi, kteří mi tuto zakázku nejen fyzicky ale i psychicky pomohli zvládnout. Tři měsíce jsme dřeli opravdu jak ve dne, tak v noci. Povedlo se.

## Vaše firma podniká v offline marketingu, jaký lze u něj čekat vývoj do budoucna?

Na politické sféře se připravují věci, které nás mají téměř zlikvidovat. Každá změna přináší nějaké příležitosti. Samotný online marketing má z mého pohledu jedno velké plus, ale i minus. Plusem je měřitelnost dat a mínusem přesytenost a turbulentní změny. U outdooru se dá očekávat pokles, nicméně je však nedílnou součástí marketingového mixu a nikdy nezmizí. Vždy je třeba se zaobírat cílovou skupinou, proto i našim klientům radíme reklamu vhodně kombinovat. Říkáme jim například, že reklamu, která je pouze na billboardech, vidí jen lidé při cestě autem, a na širokou veřejnost přitom nedosáhne. Výzvou pro online marke-

ting je, jak moc složitostí přinese GDPR a k jakým informacím budou zákazníci ochotni online pustit. I přes klesající trend poptávky si myslím, že nezmizíme. Spolupracujeme téměř s každou větší chystanou akcí tady v Ostravě, ať už je sportovní nebo kulturní. Naše složení obratu je takové, že komerce představuje pouze jeho polovinu.

## Jaká je filosofie vaší firmy?

Naším krédem je věta: Firma na splněná přání. Ve svém podnikání přizpůsobujeme firmu lidem, ne naopak. Hledáme jejich silné stránky a podle toho delegujeme činnosti. Snažíme se sestavit tým tak, aby v něm byli všichni spokojení. Rád pracuji s mladými lidmi, kteří ještě nemají zažitě své zvyklosti. Peníze si musí u nás zasloužit. Měříme rovným mětrem. Je jedno, jestli danou práci odvede někdo, kdo je u nás týden, nebo ten, který je tady už tři roky. Mzda je úkolová, u nováčků hodinová. Zadáváme u úkolů pevný termín, který je třeba dodržet. Způsobem který pracovníkovi vyhovuje.

## Jak si vedete v porovnání s konkurencí?

V Ostravě máme téměř monopol, i když to slovo nemám rád. Naše konkurence dělá celorepublikové kampaně, zatímco my děláme všechny lokální. Naše lavičky jsou hnědé oproti modré barvě konkurence, což se tady do města hodí vizuálně lépe, ač je logo Ostravy a Baníku modré. Začali jsme klientovu grafiku na lavičky tisknout na banner, a to proto aby i za půl roku vypadaly stejně jako po instalaci. V době, kdy jsme před 10ti lety přišli na trh, bylo už tehdy přebillboardováno. Lokální firmy provozující síť billboardu mají už ustálenou klientelu a nepotřebují další reklamní zařízení... Naše reklamní PROMOlavičky pronajímáme

opakovaně pojišťovnám, školám, školám, jazykovkám, zkrátka dle sezóny. V létě festivalům a pokud nemáme před Vánoci vyprodáno, uvolníme reklamní prostor např. Dobrému andělu. Firma SeePOINT provozuje vlastní síť reklamních zařízení. Náš model bych vysvětlil tak, že jsme realitní kancelář na vlastní venkovní reklamní plochy. Rozumíme outdooru. Na televizní ani online marketing odborníci nejsme.

## Marku, jaké jsou vaše sny a cíle do budoucna?

Po matce jsem workoholik, moje práce mě baví. Houževnatý jsem po dědovi a pokud večer nepadnu do postele únavou, nestál den za nic. Naším snem do budoucna je přeměna budovy, kterou jsme koupili, v umělecký inkubátor. V její spodní části budou firmy lehkého průmyslu, autoservis atd. Horní část bude věnována umělecké činnosti. Momentálně je ve fázi holostavby, ale věříme, že z ní do budoucna bude prostor, kde se budou moci realizovat umělci z Ostravy. Obecně, mé sny se mění. Ve dvaceti bylo mým životním snem přestat pracovat, až mi bude čtyřicet. Teď už vím, že tento sen si splnit nechci.

## Jaké jsou další plány vaší firmy?

Naše strategie je neustále inovovat a každý rok nabízet další možnosti, jak přímo oslovit své publikum. Náš vývoj je v tomto zcela logický. V prvním roce inovace jsme se potřebovali od laviček a chodců dostat k motoristům. Proto jsme přišli s promohorizonty, což jsou odolné plechové cedule na sloupech veřejného osvětlení podél cest. Po každé kampani je sundáváme, takže si řidiči na tyto reklamní plochy nezvyknou a nová reklama je lépe zaujme. Dále máme bannery ve formátu A0, áčka a kostky. Naší doménou jsou ale věže neboli towery. Promověž je přímou konkurencí billboardů, která se



© Martin Grobař

dá ovšem docela snadno přemístit. Jsou to dvou až šestimetrové reklamní věže, které můžete pokrýt reklamním sdělením ze čtyř stran.

## Mimo klasickou reklamu máte něco za lubem?

Ano chystáme nový projekt. Něco mezi venkovní reklamou a výstavnictvím. Celý projekt se jmenuje je Galerie VENKU a spočívá v tom, že na výstavě je využito 5 + 1 výstavních oboustranných panelů City Gallery, které byly vytvořeny speciálně pro tento typ akcí, venkovních výstav a prezentací. Samotné nosiče splňují základní pod-

mínky manuálu Ostrava 360, a díky tomu můžeme realizovat výstavy v nejlukrativnějších místech, náměstích, promenádách či před obchodními centry. Projekt je hlavně směřován na spolupráci s městy a nekomerčním směrem. V budoucnu ale očekávám propojení také s platícími klienty.

## Co byste doporučil začínajícím podnikatelům?

Ke své radě využiju příběh jednoho kamaráda. Chtěl napsat po svém kouči knihu „Jak být úspěšný v podnikání“. Kouč mu však řekl, že by byla velice krátká a neprodejná, protože by v ní

stálo pouze: Recept na úspěch je makat deset let a úspěch se dostaví. Opravdu. Aby byl člověk v podnikání úspěšný, musí mu věnovat čas. V minulosti jsem si myslel, že podnikat mohou všichni, ale dnes si to nemyslím. Je potřeba, aby na to byl člověk mentálně nastavený. Měl vhodné příležitosti a podmínky. Současně ale podnikání nikdy nebylo lehčí... Možností a příležitostí je mnoho, jen to zkusit.

# Vyniknete a budete snadno zapamatovatelní.

Říká David Stružka, jednatel společnosti Digi-Day. Má k ruce tým 18 šikovných lidí, na který je dle svých slov pyšný a bez nichž by nevzniklo toto unikátní zařízení, známé jako DigiDay. Přináší moderní způsob, jak přenést informace k těm, kdo o ně právě stojí. Je zajímavé, že veškerý software vyvíjel jeho tým složený z IT odborníků, grafiků a marketáků. Nejvíce času a energie investuje jeho společnost do inovací a neustálého zlepšování. K tomu jim pomáhají dnes tolik nezbytná data a feedback od zákazníků. Nedělají kompromisy. DigiDay nabízí pouze perfektní řešení. Říkáte si, že snad přehání? Nikoliv, seznamte se s tím, co dělají.



### **Davide, co vás vedlo k založení vaší společnosti DigiDay?**

Byl za tím zápal a nadšení z digitálních technologií. Chtěli jsme především pomáhat jiným společnostem, ať už soukromým nebo státním, komunikovat obrazem a za pomoci digitálních nosičů. Moderně a způsobem, který vnímáme jako smysluplný a příjemci sdělení vyhledávaný. Vždy se přitom zasazujeme o to, aby byly tyto technologie jednoduché v otázce použití a aby jim ulehčily práci.

### **Co jim konkrétně nabízíte?**

Dodáváme tzv. komplexní digitální signage řešení pro B2B sektor a také pro státní správu. Soustředíme se především na města, obce nebo školy, kterým dodáváme venkovní elektronické úřední desky a elektronické nástěnky. Dále se pak zaměřujeme na výrobní a průmyslové podniky. Naše produkty byste pak rovněž našli v hotelech, restauracích nebo v kamenných prodejnách, třeba s módou a parfémů. Veškerá naše řešení navrhujeme tak, aby byla designově nadčasová, odolná vůči počasí i možnému poškození, funkční, bezobslužná a spolehlivá.

### **Zmínili jste venkovní elektronické úřední desky a elektronické nástěnky, co to je?**

Je to nadčasový nástroj pro moderní a efektivní komunikaci s občany. Tento apel na nepřetržitý přístup občanů k dokumentům a informacím naplňuje víze e-governmentu. Díky námi dodanému interaktivnímu rozhraní LEDWARE, které jsme u nás ve firmě vytvořili a neustále ho inovujeme, zobrazují instituce všechny informace, které směrem k občanům zveřejňovat potřebují. Můžete si tak prohlédnout

a přečíst úřední dokumenty nebo navštívit obecní web. Další funkcí je pozvání na místní kulturní akce, různá společenská setkání nebo výzvy občanům. Naše úřední desky jsou sestavené pro všechny příjemce sdělení - od starostů, starousedlíků, až po turisty a náhodné kolemjdoucí. Digitální úřední desky totiž mohou poskytovat i navigaci k turistickým aktivitám a památkám, mohou zobrazit mapu obce či cyklostezky a nejrůznější vyhlídkové trasy nacházející se v okolí obce či přímo v obci. Provoz desky hlídá 24/7 speciální software. Každé zařízení je vždy na míru konkrétních požadavků a přání, které zákazníci mají. Nabízíme každému klientovi řešení na klíč.

### **Jaké mají možnosti zájemci v oblasti retailu, jako jsou obchody a prodejny?**

Naše interaktivní LED a LCD displeje prezentují přednosti vašich produktů a služeb zákazníkům, a to zcela jedinečným a neotřelým způsobem. Díky umístění přímo v prodejně dokážeme zákazníkovi předat ty správné argumenty, proč nakupovat zrovna u vás. Nebo mu vnuknout nápad, co si právě vybrat z nabídky. Největší výhodou našeho řešení je snadné propojení online marketingu s kamennými prodejny. Displeje pak navíc dokážeme propojit například s věrnostním systémem nebo mobilní aplikací. Nabízíme tak skutečně moderní komunikaci se zákazníky. Zajímavou vychytávkou potom je, že veškeré panely je možné ovládat vzdáleně a navíc z jednoho místa, například z pohodlí kanceláře.

### **Co získají díky zařízení od DigiDay průmyslové a výrobní podniky?**

Především pocítí markantní úsporu času. To, že čas je nutno měřit penězi, zde platí víc, než v kterémkoliv jiném

odvětví. Jejich zaměstnanci získají okamžitý a neustálý přístup ke všem potřebným informacím, které se automaticky pravidelně aktualizují. Od výrobních postupů, přes aktuální přehled o nevyčerpané dovolené, až po rozpis směn. Už se na ně nemusí ptát individuálně svých nadřízených a ti tak mají více času na svou práci. Pomocí infokiosků můžete od zaměstnanců dostat také cennou zpětnou vazbu – prostřednictvím anket, které v systému snadno připravíte i vyhodnotíte. A pak máte například podklady pro personalisty.

### **Jak dlouho už jste na trhu? Máte za sebou nějaký větší milník?**

Máme více než šedesát realizací pro státní správu a školy a více než sto dvacet realizací v soukromém sektoru. Naše řešení uvidíte na různých místech v Česku, na Slovensku, v Polsku ale také například v Německu nebo Rakousku. Mezi naše nejvýznamnější partnery patří Komerční banka, Kofola a Rade-gast nebo například společnost Bau-mit. V současné době aktivně řešíme realizaci interaktivního navigačního systému do OC Forum Nová Karolína, který bude propojen s věrnostním programem OC. Jeho nakupující se už na něj mohou brzy těšit!

### **Co kdybych si chtěla vaše produkty pouze pronajmout, například na veletrh?**

Můžete. Naše LED a LCD digitální panely pronajímáme pro krátkodobé akce a veletrhy. Jsou vhodné pro účelnou prezentaci nebo získávání informací interaktivní formou, jako je dotazník, anketa, kvíz... Použití je opravdu zcela různorodé naše řešení DigiDay vás na veletrhu odlišit od konkurence. Vyniknete a budete snadno zapamatovatelní.

### **Kde Vás mohou potenciální zákazníci najít?**

Online! Na [www.digiday.cz](http://www.digiday.cz) nebo [www.uredni-deska.eu](http://www.uredni-deska.eu), a taky na [www.linke-din.com/company/digidayczech/](http://www.linke-din.com/company/digidayczech/).



# Trpělivost na trzích přináší růže.

# Čas je největší přítel každé investice.



Říká David Hercig ze společnosti CYRRUS, která obchoduje s cennými papíry a investuje za své klienty na burze. Jejím cílem je pomoci získat klientům finanční nezávislost. Tato ryze česká firma působí na trhu již 25 let. Zajímavou devizou společnosti CYRRUS je, že dokáže klientům vytvořit produktové portfolio na míru podle jejich představ, očekávání a potřeb. A právě o tom nám vyprávěl pan Hercig, který působí jako ředitel její pobočky v Ostravě.

### Davide, proč jste se ve svém profesním životě vydal zrovna cestou investování?

Finanční oblasti se věnuji více než 15 let, z toho 6 let jsem v CYRRUS. Dlouhá léta jsem působil jako finanční poradce a zprostředkoval svým klientům pojištění, hypotéky a finanční plány. Byl jsem úspěšný a dařilo se mi velmi dobře. Jenže pak přišel okamžik, kdy jsem došel do stavu, že mi práce přestala dávat smysl a přinášet potěšení. Doslova jsem vyhořel. Když mi někdo zavola, že chce pojistit auto, chtělo se mi zvracet.

Sám jsem řadu let investoval a bavilo mě sledovat akciové trhy. Ve svém byznysu jsem však kvůli jiné klientele nemohl tuto oblast rozvíjet ani nabízet. Tak jsem jednoho dne skončil a dal si od financí pauzu. Po roce jsem však cítil chuť vrátit se do sféry financí. Věděl jsem však, že nechci už dělat finančního poradce. Dávalo mi smysl jen jedno – být obchodníkem s cennými papíry. Také jsem chtěl něco budovat, nejen nastoupit do rozjetého vlaku a vézt se jako pasažér. Pak jsem zaregistroval, že společnost CYRRUS hledá ředitele pobočky v Ostravě. Tehdy proběhlo krátké setkání s Jirkou Loubalem, které splnilo tyto mé dva cíle, a bylo naprosto jasno. A tak začala moje dráha v CYRRUS.

### Vaše práce působí jako nesmírně náročná. Díky čemu čerpáte novou energii?

Miluji cestování, jízdu na kole a, jako již pár let neaktivní muzikant, taky hudbu. V současné době mne nejvíc baví chvíle se čtyřletou vnučkou. S ní člověk nemá čas přemýšlet, protože se musí velmi intenzivně soustředit, aby díky její temperamentní povaze nedošlo ke škodě na majetku a zdraví, jak jejího, tak ostatních v její blízkosti.

### Je pro vás práce zároveň koníčkem?

Koníčkem ne, spíše závislostí. Na finančních trzích mne baví to, že v jakýchkoliv obdobích (ať už dobrých či špatných) přináší zajímavé příležitosti. Na trzích můžete sledovat emoce, strach, nadšení, propady a spoustu příběhů... Je to jako sám život.

### Mají Češi dostatek informací o investování?

Určitě nikoliv, ač tato oblast souvisí s finanční gramotností. Ta se u nás sice zlepšuje, ale oproti západnímu světu si dovolím říct, že máme co dohánět. Proto je mou povinností i edukace veřejnosti. Chci dát hlavně mladší ge-

neraci jasný vzkaz, že když se investování dělá chytře (neboli když má přesné danou strategii a nespekuluje se), tak dokáže v dlouhodobém horizontu zajistit velmi zajímavý pasivní příjem.

### Může u vás investovat i člověk, který se příliš nevyzná v oblasti finančních trhů, nebo byste vaše služby doporučil pouze ostříleným investorům?

U nás může investovat každý – i začátečník. Výhodou CYRRUS je osobní přístup ke klientovi. Každý náš klient má svého osobního makléře, který se opírá o celý analytický tým a pomáhá klientovi spravovat jeho investiční majetek. Klient se tak může plně věnovat svým aktivitám a nemusí se bát, že jakákoliv informace, která by měla vliv na jeho investice, mu uteče.

### Investování přináší i určitá rizika. Existuje tedy nějaká možnost i pro konzervativnější klienty, kteří chtějí riskovat co nejméně?

Máme investiční řešení téměř pro jakýkoliv typ investora. Naším cílem je investovat chytře a zhodnocovat tak finance dlouhodobě. Proto nabízíme investiční certifiká-

ty. Nástroje, které jsou oblíbené u začínajících, ale i ostřílených investorů. Certifikáty se řídí se předem stanovenými podmínkami a dávají tak investorům jedinečnou možnost – opravdu kompetentně a vědomě rozhodovat o svých financích. A bez zbytečných spekulací. Díky dlouhodobé spolupráci s giganty jako je Goldman Sachs, BNP Paribas či Société Générale dokážeme nabídnout investiční produkt přímo na míru klientovým požadavkům. V současné době je ze strany klientů zájem o garantované investice, například s 12% výnosem ročně a 90% garancí vkladu. V praxi to znamená, že chtějí investovat s minimálním rizikem. Platí u nás jednoduchá zásada, že poslední slovo má vždy klient. Pracujeme tak, aby byl s výsledkem spokojen. Hlavní radou potom každému, kdo investuje, je, aby byl trpělivý. Čas přináší nejen růže, ale také zhodnocení dané investice.

**Závěrem, do čeho vaši klienti aktuálně mohou investovat a v jaké oblasti vidíte aktuálně největší potenciál?**

V současné chvíli mi největší smysl dávají tři sektory – ESG firmy a zelená energie, cyklické akcie či technologie. Osobně nyní nejvíce nabízím produkt Top stocks, který obsahuje Adidas, Adobe, Nestlé a Visa. To jsou společnosti, s kterými přicházíme do kontaktu dnes a denně, ale přitom nabízíme obrovský potenciál. Tento investiční certifikát garantuje návrat 70 % investovaného kapitálu, ať se děje cokoli, a možnost získat výnos až 30 %, i když se podklady (Adidas a tak dále) nezvednou ani o kousek. Dlouhodobým trendem je také digitalizace. Proto aktuálně nabízíme v CYRRUS například investiční certifikát zaměřený na Twitter, který dokáže

téměř zdvojnásobit výnos investora oproti akciím – akcie Twitteru vzrostou o 5 %, investor ale získá téměř 10 %.



## Investujte. CYRRUS

Snídáme cereálie od Nestlé. Oblékáme značku Adidas. Pracujeme se softwarem od Adobe a platíme kartou Visa.

**Investujte do těchto firem s garancí návratu minimálně 70 % investovaného kapitálu, ať se s nimi děje cokoli!**

Tuto a další zajímavé nabídky naleznete v CYRRUS

→ [www.cyrrus.cz](http://www.cyrrus.cz)



## PROČ S ANTEE ?



**KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ V OBLASTI PRÁCE S WEBOVÝMI STRÁNKAMI**



**VÍCE NEŽ 4000 SPOKOJENÝCH ZÁKAZNÍKŮ**



**OSOBNÍ PŘÍSTUP S REGIONÁLNÍM ZASTOUPENÍM PO CELÉ ČR**



**INDIVIDUÁLNÍ MARKETINGOVÉ ŘEŠENÍ PRO ONLINE I OFFLINE PROSTŘEDÍ**



**NA TRHU MÁME SVÉ PEVNÉ MÍSTO VÍCE NEŽ 20 LET**



**NÁŠ VLASTNÍ VÝVOJOVÝ TÝM ZVLÁDNE I NESTANDARDNÍ POŽADAVKY**

## I VÁM RÁDI PODÁME POMOCNOU RUKU



**ZA SPOLEČNOST ANTEE VÁS RÁDA POZNÁM  
ING. LUCIE JANDÍKOVÁ, 736 674 983 NEBO  
LUCIE.JANDIKOVA@ANTEE.CZ**

# Tým Czech Cool Trade



## 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 CCT klubu. 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. Hraje florbal, tenis a začíná s golfem. 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. V rámci relaxace rád čte.



## 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 firemního klubu.

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.



## Mgr. Karolina Kovalská

Ředitelka CCT Club 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. Tomáš Melecký

Obchodní a marketingový ředitel

Ve společnosti Czech Cool Trade působí na pozici obchodního a marketingového ředitele. V rámci kompetencí aktivně řeší propojování členů firemního klubu CCT, a taktéž komunikaci s danými zástupci týkající se marketingových sdělení či dalších možností, jak v maximální míře využít obchodní a marketingovou podporu.

Odborné znalosti a dovednosti získal při studiu Ekonomiky a podnikání na Vysoké škole podnikání a práva v Ostravě. V rámci magisterského studia pak na Obchodní-podnikatelské fakultě v Karviné, spadající pod Slezskou univerzitu v Opavě.

Své praktické zkušenosti získával téměř 10 let v rodinné firmě Vaříme pro Vás, ve které měl na starosti celkovou obchodní a marketingovou strategii, či vedení a realizaci nových projektů.

Již více než 8 let aktivně podporuje charitativní činnosti, je členem spolku „Sára dětem“, který pravidelně organizuje projekty na podporu dětské onkologie. Je spoluzakladatel spolku Idea spot, který se ve městě Bílovec stará o dobročinné aktivity pro místní komunitu. Tomáš je také ambasadorem Rozběháme Česko a zakladatelem iniciativy Rozběháme Bílovec. Od roku 2018 je členem Mediální komise a Redakční rady města Bílovec.

Veškerý svůj volný čas tráví s manželkou Michaelou a dvouletým synem Vojtěchem na procházkách, výletech do přírody či na kolech. Tomáš je juniorským mistrem ČR ve futsale, kterému se i nadále aktivně věnuje. Hraje tenis, badminton či basketbal. Miluje vaření a potrpí si na kvalitní gastronomii. Pravidelně poslouchá inspirativní podcasty a čte knihy s tematikou osobnostního rozvoje.



## Bc. Miroslav Przeczek

Vedoucí projektového týmu

Miroslav působí v Czech Cool Trade na pozici vedoucí projektového týmu a stará se tak o především o pilíř Poradenství, v rámci kterého konzultuje a řeší projekty především investičního charakteru. Za téměř čtyři roky 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 nabyté 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. Patrik Šimíček

Projektový manažer

Ve společnosti Czech Cool Trade působí na pozici projektového manažera. V rámci svých kompetencí se aktivně stará o portfolio členů firemního klubu CCT, kterým zajišťuje zejména dotační poradenství a konzultace v rámci dalších služeb klubu.

Odborné znalosti a dovednosti získal studiem bakalářského a magisterského studia oboru Eurospráva na Ekonomické fakultě Vysoké školy báňské – Technické univerzity Ostrava. Zahraniční zkušenosti získal během stáže v Evropském Parlamentu v Bruselu. Své praktické zkušenosti poté získával 2 roky v brněnské dotační společnosti RENARDS, a.s., ve které působil na pozici projektového manažera.

Většinu svého volného času tráví s rodinou na procházkách, kolech či na výletech do hor. Mezi jeho další zájmy patří sport, a to zejména lední hokej, kterému se věnuje na amatérské úrovni. Dále tenis, fotbal, badminton či florbal.



## Ing. Daniela Vojková, Ph.D.

Projektová manažerka

Ve společnosti Czech Cool Trade působí na pozici projektové manažerky. Stará se o přidělení portfolio členů klubu a zajišťuje poradenskou činnost a realizování projektů.

Vystudovala Vysokou školu báňskou – Technickou univerzitu v Ostravě, kde pracovala deset let jako projektový a finanční manažer v rámci operačních programů ESF, a to konkrétně OP VK, OP VVV a přeshraniční spolupráce INTERREG V-A Slovensko – Česká republika.

Ve volném čase se nejraději věnuje své rodině, mezi její zájmy patří cestování, sport, konkrétně běh, fitness, horská turistika. Jejím srdcovým klubem je Baník Ostrava. Ráda navštěvuje divadla a koncerty, je fanouškem skupiny Wahnout.



## 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 v 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.



## Pavel Bartoš

Ředitel CCT Club Brno a Jihomoravský kraj

Pavel působí ve společnosti Czech Cool Trade jako ředitel CCT klubu pro Brno a okolí. Věnuje se navazování kontaktů s novými klienty a zájemci o členství v klubu z Brna a okolí, stejně jako moderování networkingových akcí v Brně. Vedle práce pro Czech Cool Trade dále působí na pozici projektového manažera developerské společnosti CRTP Invest, která se zabývá výstavbou rezidenčních nemovitostí.

Jako celoživotní sportovec se ve volném čase věnuje překvapivě hlavně sportu. Aktivně se jedná převážně o fitness a tenis. Fotbalu, který hrával závodně, se dnes věnuje pouze pasivně formou odborného komentáře u piva a dobrého jídla s přáteli nebo občasnou návštěvou „stadionu“ v Brně.



## Kristýna Horáková

Ředitelka CCT Club Praha a střední Čechy

Kristýna působí ve společnosti Czech Cool Trade jako ředitelka CCT klubu pro Prahu a střední Čechy. Jejím cílem je zvýšení obchodních příležitostí a růst firem. Věnuje se moderování pravidelných networkingových akcí. Vedle spolupráce pro Czech Cool Trade je zakladatelkou společnosti TOPDeal-business, která se zaměřuje na zastupování firem v obchodní činnosti a pro obchodníky tvoří zázemí pro růst.

Obchodu se věnuje bezmála 7 let a její vizí je zvýšit pozitivní povědomí o obchodu v široké veřejnosti.

Má velkou lásku ke koním a jezdeckví. Mimo jiné má velmi blízko k buddhismu, proto ráda medituje a cvičí jógu.



## Mgr. Monika Linhartová

Ředitelka CCT Club Praha a střední Čechy

Monika je ředitelkou klubu CCT pro Prahu a střední Čechy. Tento klub ji svou atmosférou a službami uchvátí natolik, že se rozhodla pro něj pracovat a nabízet ho i ostatním, kteří o jeho existenci zatím netuší. Díky své komunikativnosti se jí daří lehce navazovat kontakty s novými klienty. Zároveň se stará se o jejich spokojenost. Baví ji organizování a moderování networkingových akcí.

Kromě činnosti pro podnikatelský klub CCT pracuje ve funkci projektového manažera v energetické společnosti, která se zabývá výrobou tepla a teplé užitkové vody s využitím obnovitelných zdrojů energie.

Vystudovala FF UK, obor obecné dějiny středověku. Kromě historie ji baví cestování a poznávání nových míst. V oblasti cestovního ruchu pracovala více jak dvacet let, mimo jiné jako průvodce Prahou a ČR. Kdyby si dnes měla zvolit nové povolání, vybrala by si architekturu, která je jejím velkým koníčkem.

Ve svém volném čase často navštěvuje kina, divadla, muzea a galerie. Ráda vaří a zkouší nové recepty. Ze sportu ji nejvíce učarovala cyklistika a turistika.



## Ing. Bohumil Matyska

Ředitel CCT Club Praha a střední Čechy

Bohumil působí ve společnosti Czech Cool Trade jako ředitel CCT klubu pro Prahu a střední Čechy. Navazuje kontakty s novými klienty klubu a pečuje o jejich spokojenost. Také se věnuje se také moderování networkingových akcí. Vedle práce pro Czech Cool Trade působí ve funkci jednatele v energetické společnosti, která ke své činnosti využívá obnovitelné zdroje energie.

Je absolventem ČVUT, fakulty stavební se specializací na technická zařízení budov. V oboru energetiky a topných zdrojů se pohybuje již zajímavých 35 let. Ve svém volném čase se zajímá o historii a architekturu. Baví ho cestování, při kterém může spojit výše zmíněné zájmy. Důsledkem sledování současné politiky je, dle klasifikace WHO, mírná hypertenze. Proto pro uklidnění poslouchá rokenrol, občas sáhne i po Bachovi a Dvořákovi.



## Tomáš Havelka

Ředitel CCT Club Praha a střední Čechy

Tomáš působí ve společnosti Czech Cool Trade jako ředitel CCT klubu pro Prahu a střední Čechy. Velmi rád navazuje kontakty s novými klienty klubu a pečuje o jejich spokojenost. Věnuje se moderování pravidelných networkingových akcí. Vedle práce pro Czech Cool Trade působí ve funkci jednatele v technologické společnosti zaměřené na automatizaci procesů.

Je technologický nadšenec a v různých oborech podniká od roku 1993. Stál u založení společností zaměřených na velkoobchod a služby, více než deset let vedl vlastní hotel v Brně.

Mezi Tomášovy koníčky patří přístrojové technické potápění, námořní jachting, putování přírodou na koni a poznávání krás České republiky cestováním na motorce.



## Michal Kubín

Ředitel CCT Club Brno a Jihomoravský kraj

Michal působí ve společnosti Czech Cool Trade jako ředitel CCT klubu pro Brno a okolí. Věnuje se navazování kontaktů s novými klienty a zájemci o členství v klubu z Brna a okolí, stejně jako moderování networkingových akcí v Brně. Vedle práce pro Czech Cool Trade buduje svou vlastní poradenskou agenturu zaměřenou na udržitelný rozvoj firem, návrhy byznys modelů a marketingových strategií.

Vystudoval bakalářský titul na Newton College v Brně, obor podnikání a management. Zde zároveň začala jeho láska k marketingu a podnikání. Za svou dosavadní kariéru působil většinu času právě v marketingu a komunikaci, a to jak na straně agentur, tak na straně klientů. Z této oblasti se také rekrutují jeho odborná školení, která pořádá ve spolupráci s agenturami Top Vision a Sova Studio.

Ve volném čase se věnuje zejména osobnímu rozvoji a četbě. Je milovníkem hudby mnoha žánrů, především hard rocku, heavy metalu a punk rocku. Už od středoškolských let ho provázely kapely jako Sepultura, Iron Maiden, Deep Purple a jiné. Tato hudba jej inspirovala k pořízení elektrické kytary, na kterou se jako amatérský nadšenec učí hrát. Nepohrdne ani dobrým filmem či seriálem.



## Vladimír Hrouda

Ředitel CCT Club České Budějovice a Jihočeský kraj

Vladimír působí ve společnosti Czech Cool Trade jako ředitel CCT klubu pro České Budějovice a Jihočeský kraj. Věnuje se navazování kontaktů s novými klienty a zájemci o členství v klubu z Českých Budějovic a okolí, stejně jako moderování networkingových akcí v Českých Budějovicích. Vedle práce pro Czech Cool Trade dále působí mj. na pozici vedoucího obchodního týmu ve společnosti NEO FINANCES, která se zabývá finančním vzděláváním.

Jako celoživotní sportovec sní o tom, že absolvuje celou světovou sérii závodů IRONMAN. Miluje krásy šachové hry a fascinují ho možnosti a potenciál lidského mozku. Ve volném čase se rád zabývá tajemstvím, jak si zvýšit fluidní inteligenci. Lidstvo tento nevyhnutelný pokrok posune o obrovský kus vpřed a sám se díky odhalení tohoto tajemství může stát novým dolarovým miliardářem. A to je obrovská výzva. Není důležité skončit ve hvězdách, ale je důležité ke hvězdám mířit.

# Referenční projekty CCT

V rámci programového období 2014–2020 jsme členům firemního klubu CCT zpracovali a zajistili úspěšnou realizaci mnoha projektů z různých oblastí v celkové výši 3,548 mld. Kč. Jednalo se jak o projekty zaměřené na práci s cílovou skupinou, např. dětské skupiny, ale také o projekty zaměřené na energeticky úsporná opatření v podnikání, pořízení nových strojů a zařízení či o významné zahraniční projekty. Několik z nich uvádíme níže.

## Sluneční zahrada a Sluneční zahrada II

Získaná dotace **11 689 332 Kč**

Dětská skupina sídlící v Ostravě – Svinově vznikla jako denní zařízení pro děti od jednoho roku do šesti let, jehož cílem bylo „navrácení“ dětí zpět do přírody mezi skutečná zvířata a rostliny. Je tak zajištěna nejen odborná péče o děti během dne, ale děti také poznávají přírodu a zvířata jinak, než jejich vrstevníci v běžných školkách.

Součástí projektu bylo nejen vybudování zázemí dětské skupiny, ale také zajištění provozu. Od poloviny roku 2020 byl projekt prodloužen a zajistí tedy péči o děti i na další období.

## Vzdělávání společnosti SOLIDSUN s.r.o.

Získaná dotace **591 793 Kč**

Vzdělávání zaměstnanců a zvyšování jejich znalostí a úrovně dovedností je velmi důležité. Uvědomují si to v mnoha podnicích, jako je například SOLIDSUN s.r.o.. Na základě vzájemné spolupráce vznikl projekt, který podpoří zaměstnance společnosti v tzv. měkkých, odborných i jazykových dovednostech. Vzdelávání zaměstnanců je naplánováno na 24 měsíců, což zaručí průběžné zvyšování kompetencí zaměstnanců a jejich odborný růst.

## Energetické úspory objektu KOSMOS

Získaná dotace **1 419 253 Kč**

Díky projektu došlo ke zlepšení energetického standardu multifunkčního domu v centru Hlučína. Efekt se dostavil ve snížení nákladů na energie takřka o 200 tis. Kč ročně. Multifunkční objekt KOSMOS se tak může pyšnit novou fasádou, novým LED osvětlením nebo zbrusu novou fotovoltaickou elektrárnou.

## Vybudování moderního lingvistického centra v Ostravě

Získaná dotace **15 201 884 Kč**

Prostřednictvím projektu se podařilo zrekonstruovat budovu známé jazykové školy Cloverleaf v Ostravě. Kromě stavebních úprav byly pořízeny také učební pomůcky, které studenti mohou využívat během studia jazykových i pomaturitních kurzů.

## International Para Ice Hockey Development Camps

Získaná dotace **38 000 EUR**

Parahokej si v minulých měsících získal díky práci Jiřího Šindlera a PARA HOCKEY OSTRAVA z. s. v očích veřejnosti své nepřehlédnutelné místo. Realizace mezinárodních kempů a turnajů v rámci parahokeje je ideální příležitostí pro parahokejisty z několika zemí vzájemně poměřit své síly, získat nové zkušenosti, přátele, a navíc také poznat protihráče i jinak než jen ve výstroji na ledě. Jsme rádi, že jsme součástí tohoto projektu.

Projekt je realizován za pomoci Visegrad Fund a zajišťuje dva mezinárodní kempy, na kterých si týmy poměří své síly. Jedná se o skvělou příležitost, jak zkontrolovat formu před blížícím se Mistrovstvím světa v roce 2021, které se bude opět konat v Ostravě.

## V4 - Football Interleague for development of young talent

Získaná dotace **45 700 EUR**

Dalším projektem z oblasti sportu byla mezinárodní mládežnická fotbalová liga za účasti českých i zahraničních týmů. S myšlenkou uspořádání ligy se FC Baník Ostrava stal inovátorem v práci s mládeží. Zaměřil se nejen na fotbalovou stránku, ale také na kulturní a společenský rozvoj mladých fotbalistů.

Společně s Baníkem nezhálíme a již připravujeme pokračování projektu, který v následujících letech podpoří mnohé mladé fotbalisty u nás i v zahraničí.

## Energetické úspory ve skladovém areálu spol. HRUŠKA, spol. s.r.o.

Získaná dotace **3 977 612 Kč**

Projekt společnosti Hruška se zaměřil na instalaci fotovoltaické elektrárny o kapacitě takřka 200 kWp v rámci sídla. Cílem realizace bylo pokrytí především energeticky náročného provozu vlastní pekárny. Pomocí projektu se podařilo snížit výdaje za energie o neuvěřitelných 425 tis. Kč ročně.

## Technologické vybavení společnosti BrightCon s.r.o.

Získaná dotace **666 220 Kč**

Projekt se zaměřil na pořízení CNC routeru, pomocí které brněnská společnost BrightCon s.r.o. zajistila obrábění deskových materiálů, ze kterých vyrábí izolační panely a desky, skládací paravany nebo např. dělicí příčky. Realizací projektu tak došlo k podpoře a rozvoji činnosti žadatele.

## Conversation a legal english

Získaná dotace **44 856 Kč**

Ostravská advokátní společnost 3ADVOKÁTI, v.o.s. dbá na rozvoj jazykových kompetencí svých spolupracovníků. Díky realizaci vzdělávání jazykového kurzu angličtiny získají zaměstnanci nové znalosti a zaměstnavatel příspěvek na vzdělávací aktivity i mzdu. Navíc realizací je naplánována individuálně dle časových možností zaměstnanců.

# Z neurologa v New Yorku k doktorovi z Mrnic

Významného českého neurologa Martina Stránského není potřeba většině lidí dlouze představovat. Jeho pracovní úspěchy v oblasti medicíny jsou lemovány zajímavými články pro laiky i odbornými publikacemi. Fascinuje jej lidský mozek a díky životu v zahraničí umí dobře popsat naši českou mentalitu. Jím získané vědecké poznatky by mohly zajímat všechny z vás, kdo rádi používáte moderní technologie a neumíte se nudit nebo odpočívat.

Přepis rozhovoru v rámci CCT akce  
Inspirujte se, prosím z roku 2019

**Martine, vaše rodina má hluboko sahající významné kořeny. Jaké to je narodit se právě do takové rodiny, navíc v New Yorku?**

Bylo to atypické. Můj dědeček a pradědědeček v podstatě patřili ke spoluzakladatelům Československa. Většina československé elity tehdy skončila v New Yorku. Mým strýcem byl tedy Ferdinand Peroutka, Pavel Tigrid, mým kmotrem byl Karel Steinbach, Jan Masaryk a tak podobně. Všichni se mezi sebou pravidelně scházeli, i se mnou, takže když mi bylo 13 let, znal jsem jména všech ministrů první republiky, i když mi to bylo v tu dobu k ničemu. Všichni byli naprosto výjimeční v tom, že byli patrioti. Byli absolutně přesvědčeni, že k nám přijde do Česka svoboda a tím žili. Vyrstl jsem v naprosto mylné představě, že většina Čechů je jako oni. Poprvé jsem sem přijel v roce 1989 při revoluci. Dostal jsem totiž vízum od Jiřího Rumla, tehdejšího šéfredaktora Lidových novin. Věděli jsme, že se tady něco děje, protože otec pracoval pro Svobodnou Evropu, kde řídil kontrarozvědku. Příjezd by úžasný. Někdo mě popadl za límec, vzal na Václavské náměstí a tam jsem skončil vedle Václava Havla, který u nás byl, když navštívil Ameriku. Dělal jsem mu tlumočníka, protože jsem byl jeden z mála, který uměl jakž takž česky a perfektně anglicky. Před sebou jsem měl asi tři sta mikrofonů a tlumočil jsem revoluci. Cinkalo se klíči, přišla Martina Navrátilová, která brečela, pak přišli další lidé, také brečeli a já si řekl: „Byl jsem u toho.“ Pak přišlo to, co všichni známe. Nešlo o žádnou revoluci, jen se vyměnily posty, kabáty... Teprve teď se učíme mít demokracii. Nás tehdy čekalo to nejtěžší. Sebrali nám náš tehdejší majetek, vzali nám všechno.

**Kdy jste se rozhodl vydat na dráhu medicíny?**

To bylo už když jsem byl malý kluk a žil jsem v Indii. V té době jsem ještě

neměl rozum a zapůsobila na mě veškerá tamní chudoba. Náš nejlepší rodinný kamarád Karel Steinbach byl velice populární lékař. Řekl jsem si, že se stanu také lékařem, budu taky velice populární a budu zachraňovat životy. Tak to nakonec i dopadlo. Mám velké štěstí, protože medicína je nádherná.

**Jste primářem na Yale School of Medicine a jste světově uznávaný neurolog. Součástí vaší práce jsou výzkumy o vlivu nových technologií a sociálních sítí na mozek. Vnímám je jako čím dál agresivnější, mýlím se?**

Nikoliv. Homo Sapiens je na Zemi dvě stě tisíc let a za posledních 20 let jsme vyvinuli něco, na čem jsme závislí a co vůbec nesouvisí s biologií ani s mezilidskými vztahy. Na jednu stranu jsme více informovaní, ale na druhou stranu jsme nikdy nebyli tak osamoceni. Začalo to autem, které nás oddálilo od naší komunity, následovalo letadlo. Postupně i díky internetu a sociálním sítím dochází k deevoluci, kdy přicházíme o určité schopnosti, o empatii, inteligenci, klesá nám IQ. Vliv sítí souvisí také s nárůstem úzkosti a depresí. Naše mládež, které jsme dali telefony, je v devastovaném stavu, co se týče jakékoliv schopnosti něco domyslet, prodebatovat, prodiskutovat, uznat chyby. Je to zásadní posun k horšímu.

**Je tedy vědecky prokázáno, že takto působí sociální sítě na mozek u dětí. Může mít vliv i na nás starší?**

Ano, působí takto na kterýkoliv mozek, ale ten mladý je nejcitlivější, tudíž vzniklé dopady jsou nejhorší. To jsou i důvody, proč Francie zakázala mobilní telefony ve všech školách a Americká pediatrická asociace a Světová zdravotní organizace vydaly stanovisko, že žádné dítě nemá mít v ruce žádnou

obrazovku do té doby, než začne chodit do školy. A poté by takto měly děti fungovat jen hodinu až dvě denně. A pouze pod supervízi. Jinak se totiž nezformují mozkové spoje do širších pavučin a zůstanou omezené. Mozkové spoje se formují na základě pozitivní frustrace, kdy jsme neustále tlačeni dále, do dalších úvah a rozhodnutí, a tím se stává náš mozek moudrý. Mozek dnešních dětí je schopen najít pouze rychlé informace a reagovat jen velice krátce. Zkuste jim říct, aby napsali větu, která má dvacet pět slov. Bohužel to nedovedou. Jsou totiž zvyklí na textování, které je kratší a kratší.

**V kolika letech si tedy myslíte vy, že je adekvátní dítěti pořídit mobilní telefon?**

Ne dříve, než dosáhnou šestnácti let. To není mé doporučení, ale doporučení zdravotníků a zainteresovaných organizací. Opět jsme u nás, poněvadž my, na rozdíl od našich předků, žijeme jako třetí generace v blahobytu. Moji rodiče řešili, jestli půjdou do plynové komory, nebo ne. Mé děti řeší, jestli dostanou nový iPhone. Mozek tomu dá v každém případě stejný citový koeficient. Naší rolí, nás dospělých, je vychovat děti a pak jít stranou. Kdo dnes doma vychovává děti a tráví s nimi čas? Mobilny se dají odbourat, stejně jako kouření. Třeba tím, že nebudou stejně jako cigarety sexy.

**Vrátíme se teď k našemu mozku obecně. Co všechno už o něm vlastně víme?**

Když jsem v neurologii začínal, nevědělo se prakticky nic. Teď mohu prostřednictvím technologií, aniž bych se vás na cokoli zeptal, určit, zda jste homosexuál, nebo heterosexuál, jakou máte oblíbenou barvu, jestli máte sklon k nevěře a tak dále. Dnes už se dělá i neuromarketing. Už se nedělají kampaně s obrovským množstvím lidí,

abychom zjistili, která barva zubní pasty se bude lépe prodávat, zda červená nebo bílá. Teď vezmeme pět lidí na magnetickou rezonanci, dáme jim určitou látku, která rozsvítí jejich centra slasti, a ukážeme jim danou zubní pastu. Podle toho, u které barvy se rozsvítí více center slasti, se pak produkt prodává. Takto to funguje na jedné úrovni a na té druhé to funguje tak, že víme, kde a jak začínají myšlenky a kterou cestou chodí skrze mozek. To je obor, sub specializace, která se jmenuje neurofilosofie. Tam používáme neurologii, abychom odpověděli na filosofické otázky: „Co je to láska? Kde začíná a končí vědomí? Je to jen v naší hlavě nebo to sahá až do Vesmíru? Co se s námi stane po smrti?“ Tohle tedy vše aktivně zkoumáme a je to velmi fascinující, protože odpověď na tyto otázky určí, jací jsme a co to znamená být homo sapiens.

**Máte vy nějakou hypotézu? Co je po smrti? Kde vzniká láska?**

Odpověď na tuto otázku je multidisciplinární, od neurologie až po to, čemu já vůbec nerozumím – kvantovou fyziku, velice pokročilou matematiku a teorii relativity. Na jedné straně, každá částice a atom, které jsou v našem těle, tady byly od začátku vesmíru. Mohou se proměnit na energie, ale nemusí. Pak je tady otázka času, který vlastně neexistuje, je relativní. Funguje v různé rychlosti podle různých podmínek. Tím, že náš mozek funguje strašně rychle, tak se čas v určitých částech mozku může zpomalit nebo se zastavit. Vysvětluje to situace, kdy řídíte vůz a najednou se stane něco hrozného a najedete do stromu. Než do něj vrazíte, přehraje se vám před očima celý život. Čas v této knihovně, v mozku, kde jsou všechny paměti, se odpojil a skutečně jste prožili úplně všechno, co tam je. A to během půl milisekundy. Je to velice relativní. A pak jsme u subatomárních částic, které jsou v jednotlivých atomech, a ty jsou samozřejmě,



pokud tomu někdo věří, spojeny se všemi subatomárními částicemi ve vesmíru. Funguje to přes proces, který se jmenuje entanglement neboli kvantové provázání. To znamená, že pro každou částici, kterou máme v našem těle, je ještě jedna částice někde ve vesmíru. Když cokoliv ovlivní tu první částici, tak ta druhá se začne chovat úplně stejně, bez jakéhokoliv propojení a opačně. Jsou to strašně zajímavé věci, které už víme, a teď se snažíme si říct, proč a co to vlastně znamená. Odpovědí podle mě je, že existuje něco, čemu říkáme univerzální vědomí. Naše tělo a naše bytí je vývar, krok dozadu do určitého biologického formátu. Nejsme schopni to pochopit, stejně tak, jako můj pes není schopen pochopit řeč. Náš mozek je stvořen proto, abychom

dělali jiné věci. Abychom dělali genetiku a byli tady.

**Jak zvládáte time management?**

Mám dvacet zaměstnanců a člověk je jen tak dobrý jako jeho nejlepší zaměstnanec. Fungujeme jako jedna velká rodina s českým srdcem a trochu americkým přístupem. Každý tedy ručí za svou práci a své výsledky. Pokud se něco nepodaří, tak je potřeba to včas říct. Naše aktivity se na jedné straně točí okolo vědy, medicíny a okolo práv pacientů. Na straně druhé vydáváme Přítomnost, kterou založil můj dědeček s Ferdinandem Peroutkou. Tu proslavil zejména

současný prezident Miloš Zeman, když se nechal slyšet, že Ferdinand Peroutka vydal článek „Hitler je gentleman“ právě u nás v Přítomnosti. Naše čtenost kvůli tomu velice stoupla a máme nyní asi třicet pět tisíc nezávislých čtenářů měsíčně. Nic takového Ferdinand Peroutka samozřejmě nevydal.

**Vydal jste knihu, kterou rád doporučuji k přečtení - Deník doktora z Mrnic. Můžete nám říct, jak vznikla?**

Je o malé vesnici, kde už dvacet let bydlím. Má asi tři sta obyvatel a já jsem tady začal dělat místního lékaře, poněvadž za mnou lidé chodili do chaty s uříznutým palcem, abych jim ho zašival v sobotu dvě hodiny. Zašel jsem proto za starostou, který vyhodil kadeřníci z radnice, protože měla jedi-

né umyvadlo na radnici a dal tam mě. Tak jsem začal venkovní praxi. Je při ní důležité mít kontakt s každým. Česko, to je hospoda čtvrté třídy a venkov. Začal jsem si tedy dělat poznámky a později jsem si řekl, že napíšu něco o české společnosti, ale jinak. Tak vznikla tato kniha. Je to tedy černá komedie, která má sloužit k tomu, abychom se lépe poznali. Možná spíše tragikomedie, protože v ní najdete i extrémní případy. Název knihy vznikl díky kamarádovi, který měl na sobě tričko s nápisem Mr. Nice, jenž přečetl soused po česku jako Mrnice. Mám tady spoustu kamarádů, poznal jsem řadu lidí, včetně jednoho producenta z televize, který mi řekl: „Ty ses tady nenarodil, a ačkoli tady bydlíš už třicet let, musím ti říct, že každá vesnice je stejná.“ A já jsem mu odpověděl, že není. A proto jsme vymysleli, že knihu zfilmujeme.

**Závěrem by mě zajímalo, zda existuje nějaká speciální hygiena prospěšná pro mozek?**

Velký vliv má naše celkové zdraví. Mozek si sice bere dvacet procent energie a všeho možného, ale pokud máme vysoký tlak, cholesterol, kouříme a podobně, tak náš mozek to rozhodně odnese. Motor musí být zdravý. Musíme se starat o sebe, jíst zdravě, to všichni známe. Druhou věcí je používat náš mozek pro co nejvíce různých činností. Učit se nový jazyk, hrát na klavír, jít se projít... Třetí věcí je se nudit, nic nedělat. Sedět a jen čekat, co přijde do hlavy. Mozek potřebuje prostor a čas, aby se nudil. Jen se tak posadit na verandu, dívat se ven do ulice nebo na přírodu. Stačí pár minut denně.

**Kamit**  
SYSTEM

# KAMIT SYSTEM s.r.o.

## Váš partner ve světě elektroinstalace!

Poskytujeme komplexní služby v oblasti elektroinstalace a elektromontáží. Od poradenství až po realizaci v oblasti slaboproudu, silnoproudu a chytrých domácností.



### Zabezpečovací a kamerové systémy

Zabezpečení domova či jiného objektu je v dnešní době alfa a omegou. Vytvoříme pro vás bezpečné prostředí. Používáme pouze ty nejlepší bezpečnostní systémy a technologie, které ochrání vaši nemovitost, pozemek či jiný objekt na 100 %.



### Přístup a docházka

Pokud potřebujete mít přehled o tom, kdo, kdy a kam přijde a odejde, jsou tyto systémy vhodné přesně pro váš projekt. Nabízíme systémy založené na čipových kartách, přívěscích až po systémy založené na biometrii.



### Chytré domy a budovy

Nastavit si vytápění, zapnout klimatizaci, ovládat osvětlení a mnoho dalšího! V dnešní době si chytrou domácnost může vybudovat opravdu každý. Zjednodušte si každodenní činnosti, zvyšte bezpečnost domova a snižte energetické náklady.



### Elektroinstalace nízkého napětí

Nabízíme kompletní služby v oblasti elektroinstalací. Automatizované a inteligentní elektroinstalace, průmyslové instalace, výrobu rozvaděčů. Provádíme zkrátka všemožné elektroinstalační práce. Zajistíme bezpečnou a spolehlivou elektroinstalaci bez zbytečných starostí.



### Strukturovaná kabeláž

Rádi vám poradíme i s datovými sítěmi a strukturovanou kabeláží.

**TVOŘÍME OBSAH S RADOSTÍ**

737 060 454 | HOFO.CZ | JSIONLINE.CZ | TVOJEREALITNI.TV | PODCASTROOM.CZ

pro členy CCT klubu zvýhodnění 20% na první zakázku

• VIDEO • STREAMY • PODCASTY • GRAFIKA • KREATIVA

**HOFOMEDIAGROUP**

HOFO | JSIONLINE | PODCAST ROOM | TVOJEREALITNI

+420 776 721 110

INFO@KAMIT.CZ

WWW.KAMIT.CZ

# Jsi silnější než si myslíš.

K naší vnitřní síle nám nejvíce pomůže uvědomění, že jediné, co můžeme 100% ovlivnit, jsme my sami. Důležité je přijmout sílu myšlenky: "Já jsem jedinou příčinou všeho, co se mi v životě děje."

Samozřejmě, že nejsme zodpovědní za vnější vlivy. Jsme ale zodpovědní za to, jak budeme tyto vlivy vnímat a jaké to v nás vyvolá pocity. No a naše pocity jsou tím, za co jsme zodpovědní.

Pojďme se nejprve podívat na to, co nám bere vnitřní sílu a energii. Je to především pochybnost o sobě samém.

## Pocit "nejsm dost dobrý = největší brzda.

Každý z nás někdy zažil pocit, že by mohl být lepší. A právě ten nám bere nejvíce energie a vnitřní síly. Je to největší brzda našeho úspěchu a vnitřní spokojenosti. Dobrá zpráva je, že jsme se s touto brzdou nenarodili. To znamená, že se jí můžeme zbavit.

Tato brzda sídlí v naší hlavě a také v našem srdci. Právě pocit "nejsm dost dobrý", způsobuje žárlivost, závist a pocit, že potřebujeme s někým bojovat.

## Možná Vás napadá otázka, "Co s tím?"

Absolutně největším zdrojem naší energie a vnitřní síly je ujasnění "proč jsme tady". Dám Vám tip: Zeptejte se teď hned sami sebe 3x za sebou "PROČ JSEM TADY?"

1) **Proč jsem tady na tomto světě?** Neptám se na duchovno. Je to pragmatická otázka. Co chceš v životě dokázat? Co se chceš naučit? Co chceš ovládat? Co chceš vlastnit? Co chceš, aby tu po tobě zůstalo?

**Peter Urbanec** je renomovaný trenér soft skills, spíkr, motivátor, konzultant, mentor a především člověk, který má rád lidi. Už více než 25 let pomáhá lidem zvyšovat výkon v osobní i kariéře pomocí svých tréninků. Specializuje se na obchodnické, manažerské a motivační dovednosti. Peter vyniká svou empatií, pokorou a lidskostí.



Peter  
URBANEC

2) **Proč jsem tady, v této práci?** Proč děláš to, co děláš? Je to jen proto, že si neměl jinou možnost? Je to jen pro peníze? Pro emoce? Mimochodem, v práci strávíme největší čas svého aktivního života.

3) **Proč jsem tady, proč čtu tento článek?** Pokud tě za hodinu čeká důležité setkání, zeptej se sám sebe PROČ? Co je tvým cílem na tomto setkání? Pokud tě čeká důležitý rozhovor s tvou partnerkou, dítětem, spolupracovníkům, zeptej se ještě předtím: Proč jsem tady? Co má být cílem tohoto rozhovoru?

Pokud neznáš odpověď na první proč, bude se ti obtížně hledat odpověď na druhé proč. A pokud neznáš odpověď na druhé proč, bude se ti výrazně obtížnější hledat odpověď na třetí proč. V jakékoli situaci, bez ohledu na to, zda je pozitivní nebo negativní.

## Pokud znáš všechna tři PROČ, uvědomíš si, že JSI SILNĚJŠÍ NEŽ SI MYSLÍŠ.

Dokážeš překonávat i ty největší překážky ve svém životě. Uvědomíš si, že to vlastně nejsou překážky. Uvědomíš si, že to jsou situace, které ti pomáhají být silnějším.

Pokud ti to, co jsi si tady přečetl, dává smysl, mám pro tebe víc. Na toto téma jsem napsal totiž celou knihu. Jmenuje se Jednohubky pro duši a více o ní najdeš na [peterurbanec.cz](http://peterurbanec.cz)



- Potřebujete poradit, jak ve vaší firmě zvýšit efektivitu nebo dosáhnout evidentně lepších výsledků?
- Náplní naší činnosti jsou edukační projekty zaměřené na rozvoj a školení šité na míru našim firemním klientům a jednotlivcům.
- Společně s klienty nacházíme konkrétní řešení, která dávají nejen smysl, ale jsou především realizovatelné v praxi a přinášejí reálné výsledky a zvyšování zisku.
- Vyberte si profesionálního partnera a poradce, který vám v každé situaci přináší vždy spolehlivou pomoc a služby.

[peterurbanec.treningy@garnetpeers.com](mailto:peterurbanec.treningy@garnetpeers.com)  
+420 735 019 833 | +421 948 398 577 | +421 948 775 009  
[www.peterurbanec.cz](http://www.peterurbanec.cz) | [www.garnetpeers.com](http://www.garnetpeers.com)  
Naše tréninkové centrum: [www.sanktjohann.sk](http://www.sanktjohann.sk)

GARNET|PEERS\*



## Petr Beneš

Podnikavý nadšenec do startupů, v roce 2017 exitoval projekt PhoneX (aplikace na šifrovanou komunikaci, která v roce 2015 byla ve Forbes CZ nebo v TOP16 na Pioneers Festivalu ve Vídni), velký fanda krypta, golfový nadšenec. Petr velmi rád hledá partnerství v nových projektech, ať finanční nebo technologické. V rámci skupiny NWG dnes má již 8 společností a několik projektů. Je to kreativní businessový člověk, který rád pomáhá a propojuje. Proto je hrdým členem CCT.



in benes-petr

**Žijeme ve zvláštní době, rok 2020 ukazuje, jak důležité je pro firmy a obchodníky využívat internetové platformy, které otvírají nejen možnosti fungování na našem trhu, ale i zahraničním. Máte dlouholeté zkušenosti s takovým fungováním...co byste doporučil nejen těm, kteří podnikat na internetu začínají? Jak vidíte dobu po COVIDu, co se v této oblasti změní?**

**Doba po COVIDu, která tu je, a ještě asi nejspíše další rok minimálně bude, s sebou přináší změny ve spotřebitelském chování – spotřebitelé nemohou nakupovat jinak než online (globálně), navykli si na to, že potraviny si mohou objednat online, agregují objednávky se sousedy nebo svojí rodinou. Dále zkouší, jaké je to nakupovat oblečení, obuv, šperky i jiné věci, které doposud nakupovali ryze v kamenných obchodech. Díky tomu zjistí, že to jde, že ušetří nejen spoustu času, ale také peněz, protože e-shopy jsou zpravidla o 7–15% levnější než kamenné obchody.**

**Mé doporučení: pojd'te prodávat online, a nejen v České republice. A s touto myšlenkou souvisí i druhá změna v rámci spotřebitelů. Kvůli pandemii hodně lidí přestalo nakupovat zbytečné věci – luxusní věci, co nepotřebují – propadl se prodej oblečení, šperků, hodinek a celkově u nás padá kupní síla, protože lidé šetří a očekávají špatné časy. Proto peníze převádí raději do úspor. Třetí změna – práce z domu – homeoffice se stane standardem. Lidé si domů pořídili lepší připojení k internetu či neomezený mobilní internet, a tím přišli na to, že mohou pracovat v klidu z chaty a nemusí trávit čas ve velkoměstech.**



### Co pro prodejce znamená platforma Amazon?

Pro české firmy je to obrovská příležitost, jak se dostat na globální trh. Když to vezmeme jen v rámci německé mutace AMAZON DE, tak jedním e-shopem se dostáváte na market, který je 10x větší než náš, se 17x větší kupní silou, jak v naší republice. V rámci německého Amazonu dostáváte možnost oslovit i trhy jako je Švýcarsko, Rakousko a prozatím i samotné Česko, které zatím stále patří pod německou mutaci.

### Co to vlastně Amazon je?

Amazon je Marketplace – tržiště celosvětového charakteru rozdělené do zón – tak jako například Německo popsané výše. Stejně jako u nás prodává Mall – zastupuje různé prodejce na svém velkém Marketplace. Zboží, které Mall má, není jeho, ale je to vlastně jakoby obchodní zástupce. Velkou výhodou Amazonu je to, že je globálně orientovaný a pro českého prodejce je to možný partner jak vstoupit na zahraniční, aktuálně západní trhy, a to za velmi levných podmínek, ve srovná-

ním s budováním obchodní sítě či zastoupení – tak jako se to dělalo dříve.

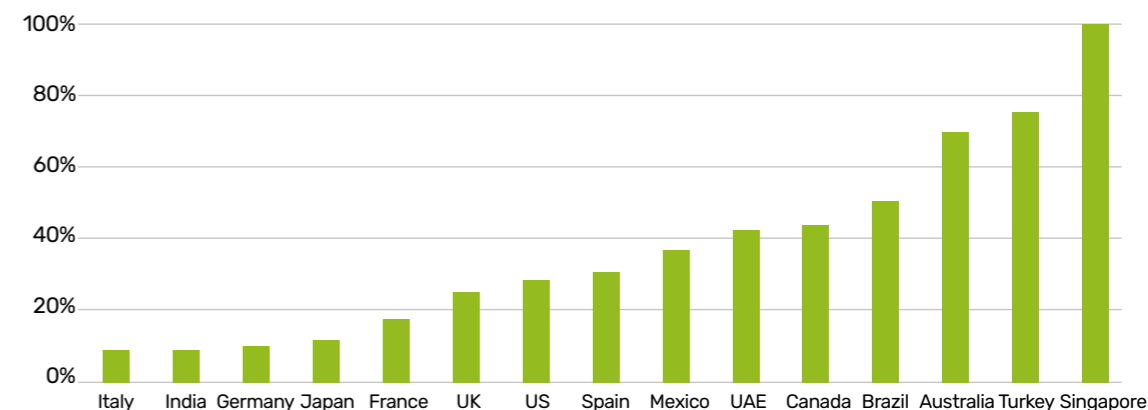
### Co může od Amazonu prodejce očekávat?

Amazon má již vybudovanou značku, kanály, systémy a především návštěvníky, kteří tam chodí nakupovat. V USA je to cca 53% celého on-line trhu což je neuvěřitelný podíl. V Německu je to cca 43% celého on-line trhu. Díky tomu, že Amazon má největší nabídku zboží, tak tam opravdu uživatel najde úplně vše. Dále dochází k goodwill faktoru – klient se nebojí koupit drahé zboží, klidně i za 150.000 Kč on-line, aniž by zboží viděl, protože má velké garance od Amazonu na vrácení zboží nebo reklamace.

### Na co se naopak připravit?

Určitě jít s produktem, který vám funguje v Česku. Který umíte rychle expedovat do zahraničí, nemáte u něj velké množství reklamací a víte, že na západě je o něj zájem. Rozhodně nedoporučuji produkty ala Aliexpress.

## Růst na trzích Amazonu během pandemie



### Vaše společnost ovšem nenabízí „pouze“ expanzi na síť Amazon, čím vším se v současné době zabýváte?

V rámci holdingu NWG (NetWingsGroup) řešíme několik oblastí – jak IT development, grafické práce pro klienty, tak tvorbu systému, nejen pro finanční setktor, v rámci projektu FinProSystem.cz a v neposlední řadě se jako business postavilo moje hobby – těžba kryptoměn pod brandem Cryptology.

### Co si pod pojmem Cryptology můžu představit, jak to vlastně funguje?

Jsme těžaři, tudíž těžíme a nenakupujeme krypto. Těžba je závislá především na správě těžících zařízení tzv. rigů, a ty jsou závislé na elektřině. V tom jsou klíčové parametry efektivnosti a výnosu. Dnes máme v těžbě nainvestováno něco přes 4,5 mio CZK a nabízíme například spolupráci s investory 10% garantovaný roční výnos v rámci realizované investice při délce investice 2 roky. U roční délky je to garantovaných 8% p.a. Jsme schopni i hostovat cizí zařízení nebo nakupovat grafické karty, pokud by těžař již karty vlastnit nechtěl. Na projektu již pracuji od začátku, cca 4 roky, tudíž je opravdu hodně zkušeností a zážitků :)

### Jak se podle Vás bude trh e-commerce vyvíjet v dalším roce/letech? Jak u nás, tak v Evropě...

Určitě dojde k růstu e-commerce nejen v Česku, ale globálně. I čísla za 1. půlrok 2020 jasně ukazují růsty v desítkách procent po celém světě. Druhým faktorem je samozřejmě střet on-line s konkurencí, kde na globálním marketu klient má více možností a porovnání, na což české značky často nejsou zvyklé. Nutnost dodržovat reklamční podmínky, lhůty a především rychlost dodávek zboží. Je fajn, že s růstem českých firem do zahraničí jde ruku v ruce i levnější možnost doručovat zboží třeba do Německa přes Zásilkovnu apod. To jsou věci, které tu dříve nebyly, například posílat balík do Německa, de facto za stejnou cenu jako na Slovensko.

**Dnes máme v těžbě nainvestováno něco přes 4,5 mio CZK a nabízíme například spolupráci s investory 10% garantovaný roční výnos v rámci realizované investice při délce investice 2 roky. U roční délky je to garantovaných 8% p.a.**

### Máte zkušenosti i s různými benefitními programy pro zaměstnance, tam nastává velké zemětřesení, s hromadným přesunem na home office?

Máme poměrně rozsáhlý a automatizovaný systém benefitních programů, který je stavěn především jako partnerský program a také jako zaměstnanecký program pro naše partnery. Aktuálně v programu máme jak tankovací karty, které vám uspoří cca 2,50 – 3 Kč na litru nafty, tak i speciální neveřejné tarify všech operátorů, včetně datových sim. V současné době home office jsou data, ať omezená či neomezená, velmi žádaná. Všechny tyto programy řešíme BEZ ZÁVAZKŮ, a proto jsou tak populární.

### Věnujete se ještě nějaké další oblasti? Kde všude hledáte partnerství?

Vzhledem k tomu, že projektů je opravdu hodně, tak času moc nezbyvá, avšak poslední dobou, s přechodem na automatizované digitalizované systémy, se čas opravdu najít dá. Osobně hodně času poslední dobou věnuji golfu, což je jak sportovní, tak business aktivita. Ohledně partnerství, jsou to určitě především projekty z oblastí IT, crypto, IT security nebo cokoli, co je propojitelného s IT developmentem nebo crypto. Ale rád budu spolupracovat i s jinými projekty, tak jako dříve jsem spolupracoval s Lurity (technologie na face-recognition) nebo projekty na behaviorální analýzy. Nebojte se mne oslovit s nabídkou partnerství.

### Jsme v posledním roce letošního roku, je sice čas bilancovat, ale já bych se spíš podíval do budoucnosti, jak ji vidíte vy, v čem je, dle Vás největší potenciál?

V rámci mých businessů je to především v synergických efektech – snažím se stavět projekty právě z těchto efektů. Když máme možnost stavět systémy a la CRM, vyúčtovací roboty, parsery pro zboží, automatizované těžební stroje s transformací altcoinů do BTC, tak všude vidím možnosti jak do NWG vzít další projekty, které v rámci synergických efektů, nejen peněz, můžeme podpořit a zajistit jim růst. Stále hledám projekty, které propojují on-line/off-line svět. Ať to byla spolupráce s projektem Lurity, můj exitovaný projekt PhoneX (aplikace na šifrovanou komunikaci) nebo nyní FinPro či Cryptology, případně služby kolem Amazon services.

Budu rád, když jakékoliv dotazy budete směřovat na LinkedIn <https://www.linkedin.com/in/benes-petr/>



Přepis rozhovoru v rámci CCT akce  
Inspirujte se, prosím z roku 2019

## Hra o budoucnost s Janem Danešem

Když jde o vaši budoucnost, je třeba riskovat. Honza Daneš to ví moc dobře. Mladý podnikatel měl skvěle našlápnuto v úspěšné firmě, ale rozhodl se následovat vlastní sny. Proto se svým dvojčetem Martinem v pražských Vysočanech vybudovali zábavní centrum světového formátu FUTURENTO, hra o budoucnost.

### **Honzo, z vašeho životopisu jsem vystopoval, že k pořádání eventu jsi se dostal už na vysoké škole. Jaká byla vaše cesta?**

Už od malička jsem vše a všechny organizoval. Dokonce i mého brácha, o pět minut starší dvojče. V prvním ročníku střední školy jsem pořádal akce pro čtvrté ročníky, maturitní akce i různé seznamovávky. Protože jsem si po střední nebyl jistý oborem, šel jsem studovat hned dvě vysoké, a to VŠE a Českou zemědělskou univerzitu. Naopak jsem ale věděl, že chci vycestovat do zahraničí. Nicméně na VŠE bych musel studovat zahraniční vztahy, zatímco na ČZU byl potenciál k vycestování obrovský. Tak jsem strávil rok a půl ve Stuttgartu na University of Hohenheim, kde jsem studoval

reklamu, chování spotřebitele a event marketing. Za tu dobu jsem získal mnoho zkušeností a kontaktů, které mi do budoucna hodně pomohly. Roli v tom hrál také tenis, který jsem hrál od malička, a ve Stuttgartu jsem v něm dokonce reprezentoval univerzitu.

### **Se sportem mám podobnou zkušenost. Věřím, že nás učí si stanovovat a následovat cíle, ale zároveň přijmout porážku. Znáš spoustu úspěšných lidí, kteří v mládí závodně sportovali. Co dal sport vám?**

Díky tenisu jsem objel celou republiku a později i kus Evropy. S bráchou nás k němu přivedl táta, který jej hrál celý život a hrál i s Ivanem Lendlem.

Ze začátku nás do hraní tenisu nutil, ale postupně nás začal bavit. Na střední nás to znovu přešlo a až časem jsme se k hraní zase navrátili. Nakonec jsem tenis a také lyžování asi deset let vyučoval. Nicméně prohrávat neumím dodnes a asi se to nikdy nenaučím.

### **Pojďme zpět k profesnímu životu. Jak se vaše kariéra vyvíjela na škole?**

Už na vysoké jsem pracoval v jedné obchodní společnosti, kde jsem začal dělat eventy a marketing. Moje první zkušenost s velkým projektem byla zároveň prvním selháním. Dostal jsem zadání uspořádat teambuilding pro osm lidí v italském Livignu, kam si jelo vedení firmy zalyžovat.

Na týdenní akci jsem dostal budget asi půl milionu. Byla to luxusní akce a já se rozhodl objednat Hummer limuzínu, která měla všechny účastníky dovézt z Prahy až do Livignu. Nepočítal jsem ale s horskými serpentýnami, kterými limuzína samozřejmě neprojede. Takže místo, aby klienti na místo dojeli v šest odpoledne, úplně opilí se tam dopotáceli okolo čtvrté ráno. I když jsem stanovený rozpočet překročil asi o 200 tisíc, padáka jsem nedostal. Hodně jsem si z této zkušenosti odnesl a došlo mi, jak je důležité si vše dopředu plánovat.

**Honzo, my dva jsme se seznámili, když jste pracoval jako CEO velmi úspěšné společnosti, která zrovna v té době expandovala do Dubaje. Jaká to pro vás byla zkušenost?**

Ano, mé zaměstnání před FUTURENTEM mě neskutečně posunulo dopředu a navíc mě má práce velmi bavila. Projektem jsem doslova žil. Měl jsem na starosti spoustu úkolů a vše jsem se učil za pochodu. Byl jsem přeci jen stále těsně po vysoké škole a bez nějakých větších zkušeností. Hodně mě v té době podržela má rodina.

**Jaké to bylo řídit expanzi do Spojených arabských emirátů?**

Byla to výzva. Před samotnou expanzí jsme si provedli analýzu trhu, abychom vůbec ověřili komerční potenciál. Poté jsme hledali místo k realizaci a partnera v rámci joint venture, což nebyla žádná sranda. Samozřejmě jsme do Dubaje i několikrát letěli. Projekt se spustil před dvěma lety a úspěšně funguje. Držím jim palce.

**Pojďme už k vašemu vlastnímu projektu, kterým je FUTURENTO, hra o budoucnost. Můžete nám ho představit?**

FUTURENTO je zábavní centrum, ve kterém kombinujeme prvky světových parků. Objeli jsme nespočet zábavních parků, únikových her, laser games a prolézaček po celé Evropě a rozhodli jsme se v Praze vytvořit mix toho nejlepšího. Vyvinuli jsme si vlastní laserové i klasické bludiště a máme například bazén s 96 000 plastovými míčky, což je nejvíce v Evropě. Kombinujeme úkoly z únikových her, adrenalinové prvky, prolézačky a mnoho dalšího. Hra trvá asi tři hodiny a hraje se ve vícečlenném týmu. Naši hlavní cílovou skupinou jsou teambuildingy.

**Jak vůbec myšlenka FUTURENTA vznikla?**

Někdy v květnu loňského roku nás oslovila paní majitelka areálu na Vysočanech, který dříve patřil ČKD Kompresory. Už po první prohlídce jsem ihned volal kamarádům a bývalým kolegům, že máme k dispozici prostory a je třeba něco vymyslet. Sedli jsme si v pěti lidech a hlavní myšlenka přišla od mé kolegyně, která dala dohromady celý koncept, příběh a design. Další kolega si pak vzal na starost marketing, videa a grafiku. V tomto okamžiku se mi potvrdilo, jak je v podnikání důležité mít štěstí na schopné lidi.

**Co bylo za načátku nejdůležitější?**

V hlavní hale nad námi v devíti metrech stále visí 30 tunový jeřáb, který jsme první tři měsíce využívali. V těch budovách se 30 let nic nedělo a my se tak museli vypořádat s obrovskými kolosy po ČKD na testování naftových a leteckých motorů. Prostě jsme těch 2 000 čtverečních metrů potřebovali vyklidit. Jelikož nás tlačil čas a chtěli

jsme otevřít v určité fázi, dali jsme si měsíční deadline. Nakonec z toho byly měsíce tři. Dost jsme bojovali s obrovským prostorem a oříškem pro nás bylo i natáhnout kompletní elektroniku. Celá hra je řízena elektronicky na bázi NFC, kdy každý hráč dostane mobilní telefon s aplikací, který jej provází po celou dobu hry. Celkem je ve FUTURENTU 75 kilometrů kabelů.

**A jaká je vaše aktuální situace?**

Máme otevřeno teprve dva a půl měsíce a ohlasy jsou zatím veskrze pozitivní. Věříme, že uspějeme, jinak bychom do projektu vůbec nešli. Rozjezd byl komplikovaný, ale díky spolupráci a týmu jsme vše zvládli. Momentálně jsme všechny peníze dali do rekonstrukce a počátečního rozjezdu, teď musíme postupně budovat povědomí o značce a investovat do marketingu. Jelikož nás oslovují firmy se žádostí o partnerství, řekl bych, že povědomí o značce roste.

**Máte nějakou radu pro ty, kteří přemýšlejí jestli jít do rizika a začít podnikat, nebo zůstat v korporátu?**

Pokud máte sen nebo nápad, musíte si zjistit co nejvíce informací a udělat si analýzu slabých a silných stránek. Je důležité vědět, jestli máte vůbec šanci se uchytit. A taky musíte mít vytrvalost. Když jsme otvírali, jeli jsme v kuse klidně několik dní a když bylo třeba, přespali jsme na zemi v kanceláři. Bez super týmu to doopravdy nejde.

**Honzo, jaký je tvůj podnikatelský sen? Když se tu sejdeme za 10 let, o čem si budeme povídat?**

Momentálně jsme v jedné hale o 2 000 čtverečních metrech, v celém areálu je však dalších pět volných prostor. I když



v tuto chvíli na expandování nemyslím, náš společný sen je využít potenciál areálu a dále rozvíjet FUTURENTO. Jsme stále na začátku, ale tvrdě na našem snu makáme.

**Když mluvíte o společném snu, nelze nezmínit druhou hybnou osobnost FUTURENTA, vašeho o pět minut staršího bratra Martina. Jako dvojčata k sobě máte velmi blízko. Jaké to je stát v čele velkého projektu a řešit klíčové otázky se svou kopií?**

Brácha je zároveň ředitelem Union pojišťovny pro Českou republiku, takže pendluje mezi Českou republikou a Slovenskem. Má svou vybudovanou pozici, takže momentálně není plnou

součástí FUTURENTA. Je s námi pouze jeden den v týdnu, zatímco zbylé dny si vyměníme asi tisíc zpráv. Podnikali jsme spolu už dříve a vyhovuje nám to. Každý má své zkušenosti a navzájem se tak doplňujeme. I když na dovolenou bychom spolu asi nejeli, vztah máme fakt skvělý. U dvojčat je to velmi specifické.

**Máte nějaké motto, kterým se řídíte v podnikání a životě?**

Aktuálně pracuji asi 17 hodin denně, ale jdu si za svým snem a nepolevím. Ať už přijdou sebevětší krize, člověk se z toho nesmí zbláznit. Když svému snu věříte, překonáte vše. A přesně to ve FUTURENTU děláme a jdeme kupředu.

**Honzo, jak jinak zakončit náš rozhovor než pozváním do FUTURENTA?**

Určitě vás všechny rádi přivítáme. Můžete u nás uspořádat teambuilding, oslavu, rozlučku se svobodou nebo třeba školní výlet. Doražte minimálně ve čtyřech, ale klidně i v 60 lidech. Sídlíme hned vedle O2 arény, takže je k nám skvělá dostupnost metrem, autem, autobusem i vlakem. K dispozici máme parkoviště pro 30 aut a otevřeno je 360 dní v roce. Přijďte si zařadit.

**Držím vám pěsti a těším se, že si náš rozhovor nejpozději za deset let zopakujeme.**

# TAJEMSTVÍ PROJEKTŮ V ONLINE SVĚTĚ

Jednoduše, prakticky a smyslupně.

V tomto článku se dozvíte, jak dosáhnout toho, že se pro vás projektové řízení stane užitečným nástrojem pro rychlou a správnou realizaci projektů, změn a inovací. Dozvíte se také, jak pomocí SHINE Project Management Academy® a MOTIV-ACE® dosáhnete toho, že vaši lidé budou nejenom umět, ale také chtít.



„S projekty je to jako s jídlem. Jídlo i projekty jsou pro nás součástí každého dne. Jídlo i projekty však mohou být špatně připravené, můžeme je hltat v nepřiměřeném množství a po obojím nám může být i pěkně špatně.“

Umět řídit projekty je velmi užitečná kompetence pro firmu i jednotlivce. Abyste mohli dobře prodat, musíte mít trvale konkurenceschopný produkt. Ten ale musíte také vyvinout, vyrobit a dodat. A to bez dobré projektové kultury nejde. **Průměrnost je totiž drahá a zaneprázdněnost zbytečná! Skutečně chcete, aby za vámi pořád chodili vaši podřízení a kolegové, abyste za ně řešili věci, které si měli dávno vyřešit sami?** Prozradím vám, co se s tím v projektovém řízení dá dělat.

Náš příběh začíná v březnu roku 2020, kdy začal nucený exodus do online. Všichni jsme se utěšovali, že je to přechodný stav a že se už už vrátíme do „normálního“ stylu práce.

**Na počátku jsme i my v SHINE online považovali za krátkodobou nezbytnost.** Když jsme ale v polovině roku 2020 úspěšně převedli celý obchodní model do online, zjistili jsme, že **online je nejenom „ucházející náhražka“ prezenční formy, ale že je v mnoha ohledech pro projektové řízení lepší než forma prezenční. Jak je to možné?**

Nízká efektivita jednorázových prezenčních akcí je z výzkumu dlouhodobě známá. Pokud 20 lidí absolvuje jednorázový i kvalitní kurz bez další podpory, tak:



- 14 účastníků něco **zkusí**, ale opět se navrátí do starých kolejí.
- 3 účastníci kurzu se ani **nepokusí** něco vyzkoušet.
- pouze 3 účastníci **začnou** nově nabyté informace **používat**.

**Ano, čtete správně. Pokud jediným parametrem je to, jak se jednorázový kurz účastníkům líbil, tak úspěšnost je pouhých 15%. Z každé stokoruny, kterou vynaložíte na vzdělávání, celkem 85 korun vynaložíte zcela zbytečně.**

Zdroj: EPALE - Elektronická platforma pro vzdělávání dospělých v Evropě (EU).

Doporučuji pozornosti i stále platný Kirkpatrickův model hodnocení vzdělávání.

**Pokud správně využijete možností, které online vzdělávání a spolupráce přináší, tak se nové znalosti a dovednosti skutečně dostanou do praxe. Vaše projekty budou dokončovány rychleji a s menším množstvím chyb.**

**Ten úplně nejdůležitější důvod, proč je online tak účinný, je vzájemné postupné učení se jeden od druhého** (tzv. „Social learning“). V online můžete mnohem lépe realizovat model, kdy tréninky neprobíhají jako celodenní jednorázové akce, ale jako série lekcí obvykle s délkou 90 minut. Podobně jako ve škole proběhnou cca 1 - 3 lekce týdně. V mezidobí pak v praxi procvičujete nějaké konkrétní zadání a techniku, která vám byla vysvětlena. A na další lekcí s lektorem i ostatními vaše zkušenosti a vypracované výstupy probere.

**Když jsme v SHINE postupně přešli k formátu s kratšími bloky, zjistili jsme, že se stalo něco úžasného. Z účastníků vznikla třída a výrazně se zlepšilo sdílení účastníků mezi sebou.** Sám jsem se letos zapojil i do několika takto postavených mezinárodních kurzů a výsledek je naprosto neuvěřitelný. Dostaví se něco, co na jednorázových prezenčních akcích málokdy nastává. Lidé lépe sdílí, pomáhají si, vznikají společné zážitky a dokonce emoce. Navíc je zde i princip určitého jemného sociálního tlaku skupiny - je vám hloupé nesplnit domácí úkol.

## Projektové řízení v online Ověřený recept na úspěch

**Projektové řízení je a bude o lidech.** Rozvoj lidí musí mít **jasný plán, řád a rytmus. A to i v krizové době.**

**Účinné online není „mluvící hlava“ s promítaným Power-Pointem. Vše musí být pestré, zábavné a krátké.**

Výborných výsledků lze dosáhnout i při kompletním online. Online vám ale nic neodpustí. Při prezenční formě zkušenému lektorovi stačí fixa, flipchart a dostatek kávy. V online je ale příprava mnohem náročnější.

**Dobry online není jenom samostudium u počítače. Vždy je třeba zapojit zkušeného učitele a mít spolužáky.**

Samostudiem může vzniknout znalost, ale nikoli dovednost. Samostatně lze online bez problémů trénovat, např. ovládání SW aplikací, ale ne projektové řízení. Je to stejné jako při sportu. Bez mentora, průvodce či kouče ustrnete na průměrné úrovni. Bez zpětné vazby nevíte, zda děláte věci skutečně dobře. A také studium „prokrastinujete“, odkládáte. A hlavně zcela odpadá již zmíněný „Social learning“.

V SHINE již od roku 2010 využíváme vlastní originální koncepci **SHINE Project Management Academy®**. Od března 2020 byla tato koncepce zásadně inovována o nové prvky:

**Pestrost, zábavnost a možnost kratší doby jednotlivých online lekcí** díky promyšleným aktivitám **s kombinací více formátů** (videa, online, samostudium, kvízy, sdílená plocha).

**Využíváme několikrát opakovaného cyklu**



- **Samostudium** s využitím microlearningu a kvízu.
- Následuje **online trénink** za účasti lektora (vždy **0,5 dne, nebo 90 minut**).

- Na trénink navazují dva další prvky: **použití znalostí v praxi** v dohodnutém rozsahu a tzv. „**Mastermind – Q&A**“, kdy si lidé navzájem radí a pomáhají v rámci setkávání. Dle našich zkušeností dokonce „**Mastermind – Q&A**“ **funguje v online prostředí lépe než na fyzických setkáních**. Lidé se méně ostýchají a snadno si přes sdílenou plochu ukazují příklady.

**Úspora času díky třídě naruby (Flipped Classroom)**

- **Microlearning jsou krátká videa v délce 3-4 minuty. Sledování zabere málo času** a lidé si je tak mohou pouštět na mobilech, tabletech i počítačích kdykoliv, kdy mají volnou chvíli.

- Zařazení microlearningu umožňuje realizovat tréninkové programy tak, že samostudium probíhá dopředu. Na online setkání věnujeme maximum času procvičování a reálným situacím. Trénink je tak efektivnější a může být i kratší. Videá je možné využít i přímo na online setkání jako modelové situace a také následně k připomenutí a rozšíření témat.

- **TIP: Ukázkové microlearningové video najdete na stránce [www.shine.cz/produkty/projektove-mysleni-microlearning](http://www.shine.cz/produkty/projektove-mysleni-microlearning)**

**Snadný přístup ke studijním materiálům a dokonalý přehled o postupu vpřed**

- **Využíváme** studijního prostředí na portálu **DI-GISKILLS.CZ**.

- **TIP: Zjistěte, proč je online pro projektové řízení výhodné** v článku [www.shine.cz/blog/clanky/317-km-pesky-a-dalsi-vyhody-prechodu-do-online](http://www.shine.cz/blog/clanky/317-km-pesky-a-dalsi-vyhody-prechodu-do-online)

**Využívání sdílené plochy MURAL.CZ pro trénink i reálnou práci na projektech**

- Účastníci mají k dispozici i formou tzv. „**Workspace**“ přehledný návod (kuchařku) jak při inicializaci, plánování a realizaci projektu postupovat.

- Sdílená plocha vytváří nejenom příběh tréninku, ale může být využita rovnou i pro reálné projekty.

„**Workspace**“ **uspoří mnoho času a přenos do praxe je okamžitý.**

**Přehlednost a srozumitelnost díky myšlenkovým mapám**

- Online tréninky se skládají z mnoha menších částí. Myšlenková mapa je ideálním nástrojem pro udržení přehlednosti.
- Účastníci kurzů se tento způsob práce rovnou i naučí.

Všechny tyto zásadní inovace vznikly díky dobře nastavené motivaci lidí. Již od roku 2014 v SHINE využíváme unikátní oceňovací systém **MOTIV-ACE®**. Funguje na principech sebehodnocení v rámci projektových týmů. Ne vedoucí, ale přímo lidé, kteří na projektech pracují, si rozdělují práci. Sami se za ni také oceňují. Tato ocenění jsou zaznamenána a využívána pro spravedlivé vyplacení projektových bonusů.

**Každý člověk má rád, když ho někdo pochválí.** Většina lidí chce dělat dobrou práci. **Lidé ale potřebují znát smysl** toho, co dělají, **chtějí se rozvíjet a potřebují svobodu**, aby mohli věci řešit sami.

Díky takto postaveným jednoduchým principům jsme dokázali zcela přestavět kuchyni, ve které vaříme naše projektová menu.

Seznamte se s našim receptem v článku **Hrajte s trumfy jako SHINE a buďte v zisku za všech okolností**



## Závěr

S dobrou projektovou akademií je to stejné jako s dobrým jídlem. Jenom kvalitní a čerstvé suroviny, pestrost, nepřejídat se a jíst v pravidelných intervalech. Využívat služeb dobrého kuchaře a znalého personálu. Pokud vaši lidé budou umět, podpoří to jejich chtění. Pokud jejich umění navíc okořeníte lepším systémem motivace, budete překvapeni, jak rychle se věci posunou vpřed.

Až COVID odezní, nevracejte se automaticky k již překonaným postupům. Pro projektové řízení je volba jasná a ověřená. Online vítězí na celé čáře. Probíhá zásadní globální revoluce ve vzdělávání. Ta se týká nejenom vás a firmy, ve které působíte, ale i vašich dětí.

## Další informace pro ty, kdo chtějí vědět víc

**ZDARMA** inspirativní webinar na téma projektového řízení v digitální době jsou zveřejňovány přímo na homepage [www.shine.cz](http://www.shine.cz)

**LinkedIn stránka SHINE Consulting s.r.o.** – zde najdete řadu užitečných videí a rad k tématu

Objevte v sobě digitálního a projektového génia a ušetřete 90 minut denně [www.akademie.shine.cz/genialni-projektak-5.0](http://www.akademie.shine.cz/genialni-projektak-5.0)



Autor: Ing. Josef Hajkr, Ph.D., MBA  
Leader SHINE Consulting s.r.o. Praxe v oboru řízení projektů 25 let.  
Věřím, že projekty, změny a inovace lze dělat s radostí.



## Advokátní kancelář, která boří zavedené zvyky

OSOBNÍ PŘÍSTUP

PLNÉ NASAZENÍ

AUTONOMNÍ VEDENÍ PROJEKTŮ



KORPORAČNÍ PRÁVO



NEMOVITOSTI



FINANCE



OBCHODNÍ SMLOUVY



SOUDNÍ SPORY  
A ARBITRÁŽE



SPRÁVA RODINNÉHO  
MAJETKU

 Koželužská 591/21,  
779 00 Olomouc



+420 724 733 257



info@svablegal.cz

svablegal.cz



## Magazín PATRIOT?

Svět už nás  
bere vážně

Letos je to pět let, co začal v Moravskoslezském kraji vycházet tištěný Magazín PATRIOT. Časopis, který hledá příběhy inspirativních osobností z kraje, snaží se o pozitivní pohled na svět, nabízí informace z byznysu, kultury, architektury, módy, špičkové gastronomie.

„Když jsem na podzim roku 2015 rozjížděl zpravodajský web patriotmagazin.cz, o tištěném časopisu jsem vůbec neuvažoval,“ říká šéfredaktor a majitel vydavatelství Magazín PATRIOT Jaroslav Baďura.

### Kdy a proč jste změnil názor?

Potkal jsem se s lidmi z Patriotů MSK, což je skupina skvělých nadšenců, kteří propojují byznys nejenom místních osobností a firem. Setkali jsme se v době, kdy jsme začal přemýšlet o tom, že bych začal kromě webu pracovat i na konceptu časopisu - oni mi řekli, že na to také právě myslí.

### Co bylo dál?

V dubnu 2016 bylo na světě první vydání tištěného Magazínu PATRIOT. Na titulní straně byl zakladatel cukráren Ollies Ivo Gondek, časopis měl pouhých šestnáct stran, byl to vlastně jakýsi pokus, zda o takový magazín budou mít čtenáři vůbec zájem.

### A měli?

Díky základně Patriotů MSK, která sdružuje desítky opravdu zajímavých

a inspirativních lidí i firem, jsme mohli oslovit skutečně zajímavé čtenářské publikum. A to, spolu s narůstajícím kmenem předplatitelů odjinud, si pokračování vyžádalo.

### Jak dobrodružství s vydáváním lokálního lifestyleového magazínu pokračovalo?

Dohodli jsme se, že jej budeme vydávat každé dva měsíce a to se také podařilo. Po čase jsme s kolegy z Patriotů MSK usoudili, že bude dobré, když bude mít magazín jednoho a ne více vydavatelů, takže jsem se dalšího růstu ujal sám. Ale jsme nadále hrdými mediálními partnery Patriotů MSK a také přáteli.

### Docházelo od té doby k nějakým zásadním změnám, pokud jde o magazín?

Jistě, měnili jsme tiskárny, protože jsme hledali opravdu co nejkvalitnější tisk. na-

konec jsme zakotivili o tiskárny PRINTO v Porubě, se kterou už spolupracujeme delší dobu. Přidávali jsme strany, nyní už má náš magazín okolo stovky stran, z nákladu v počtu stovek výtisků jsme se dostali až ke třem tisícům. Na obálce se objevily další osobnosti, třeba architekt David Kotek, fotograf Radim Kolibík, kuchař Radek Kašpárek, jachtař Richard Konkolský, majitel Baníku Václav Brabec, fotbalista Milan Baroš, podnikatel Jan Světlík a mnoho dalších...

### Ale přidání stran nebyla jediná změna.

Tou nezásadnější je přerod z redakčně poměrně pohodlného, ale čtenářsky nepříliš komfortního dvouměsíčníku na měsíčník. Ten nastal letos v lednu. A abych nezapomněl, také jsme loni v říjnu otevřeli další redakci ve Zlíně - tady vychází Magazín PATRIOT s vlastním obsahem, s osobnostmi ze Zlínska, jejich příběhy. I tady už je magazín od ledna měsíčníkem.



#### Proč další redakce?

Jsem přesvědčen o tom, že naše koncepce lokálního lifestyleového magazínu funguje. Nadšení čtenářů, ale i inzerentů to jen potvrzuje. Fungují také synergické efekty - čtenáře z Ostravy zajímá mladá módní návrhářka ze Zlína, naopak na Zlínsku může leckoho bavit čtení o úspěšných Ostravanech. Vždyť jsme sousedé. A funguje to také inzertně - ostravská firma by ráda oslovila klienty či zákazníky od Vsetína, Valašského Meziříčí a Zlína, stejně tak to funguje i naopak.

#### Plánujete další rozšiřování?

Ano, ještě letos bychom rádi otevřeli další redakci v Olomouci.

#### Jak pracujete na tom, aby se o vás čtenáři dozvěděli?

Trvalo několik let, než jsme přesvědčili distributory, aby se o nás začali zajímat. Fakticky to znamenalo, že když si nás chtěl někdo přečíst, musel si na našem webu [www.patriotmagazin.cz](http://www.patriotmagazin.cz) časopis předplatit. Od dubna 2021 jsme konečně v trafikách v Moravskoslezském kraji, na čerpacích stanicích, v prodejnách tabáku GECO ve velkých marketech... A kdo nechce číst papírové vydání, ten si nás může koupit elektronicky na [alza.cz](http://alza.cz).

#### Jak se to čtenáři dozvědí?

Investovali jsme do poměrně rozsáhlé kampaně, kterou v Ostravě tvoří bezmála dvě desítky billboardů, spoty

v Hitrádiu Orion, reklama ve zmíněných prodejnách GECO, reklama na tramvajích, masivní reklama na sociálních sítích. Myslím, že Magazín PATRIOT už nikdo nepřehlédne. Svět kvalitních a profesionálních časopisů už nás bere vážně.

UŽIJTE SI SVŮJ OBLÍBENÝ RELAX V SOUKROMÍ A V POHODLÍ. PÁR TEMP PŘED SNÍDANÍ, PŘES DEN Z VODY SKORO NEVYLEZETE A VEČER SE JEŠTĚ NA CHVÍLI SMOČÍTE, ABY SE VÁM DOBŘE SPALO. V BAZÉNECH AKVAHELP SE MŮŽETE KOUPAT OD RÁNA DO VEČERA.



VÁŠ DRUHÝ DOMOV

ČLEN SKUPINY: REALCARE INVEST

# Sardinie

Ceny od 80.000 EUR  
včetně všech nákladů na koupi

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



WWW.AKVAHELP.CZ

PROJEKCE · STUDIE · ANALÝZY · PORADENSTVÍ · VÝROBA  
MONTÁŽ · ZAŘÍZENÍ · VYBAVENÍ · SERVIS NEREZOVÝCH BAZÉNŮ  
KOMPLEXNÍ DODÁVKY TECHNOLOGIE ÚPRAVY VODY

# FIREMNÍ ČLENOVÉ CZECH COOL TRADE

ABC.ENTERPRISE, a.s.	ABSOLUTUM s.r.o.	Agentura OnlineSales.cz, s.r.o.
All podlahy s.r.o.	Aqua Solutions, s.r.o.	ARP elektro group s. r. o.
Asociace rodinných firem, z. s.	Atekim group s.r.o.	ATREUM advokátní kancelář, s.r.o.
Baby club Kenny, s. r. o.	Becca production s.r.o.	BO dveře, s.r.o.
B of B cars s.r.o.	BOHEMIA WERBUNG s.r.o.	BOLDI DANCE s.r.o.
BO OSTRAVA z.s.	Brand Gifts, a.s.	BrightCon s.r.o.
by.Wendy fashion s.r.o.	CALBUKO s.r.o.	Call on me s.r.o.
CareGivers Company s.r.o.	CENTRUM INDIVIDUÁLNÍCH SPORTŮ OSTRAVA	Centrum rehabilitační péče s.r.o.
Colour Production, spol. s r.o.	COOLNA Z&M s.r.o.	COVITAR s.r.o.
CreatiCom s.r.o.	CYRRUS, a.s.	CZECHCREW s.r.o.
CZECH Digital Media s.r.o.	czech futral s.r.o.	Czechitas z.s.
ČAČKON, s.r.o.	ČECHYMEN a.s.	DaMi development s.r.o.

DigiDay Czech s.r.o.	Dobrý tabák s.r.o.	DTO CZ, s.r.o.
Ekolusk s.r.o.	ENERGO-SPACE consult s.r.o.	MUDr. Michael Entner
EP Events and Production s.r.o.	European Institute of Business Studies s. r. o.	Martin Fabián Rusek
FANSHOP FC Baník Ostrava s.r.o.	FC Baník Ostrava, a.s.	FEMONT OPAVA s.r.o.
Finančníci s.r.o.	Finanční svoboda, s.r.o.	Fusion Collective s.r.o.
Garnet Peers s.r.o.	GASTRO CLASSIC s.r.o.	GDPR Support s.r.o.
Genesis Invest s.r.o.	Golf Brothers, s.r.o.	Havířovský sociální podnik, s.r.o.
HC VÍTKOVICE RIDERA a.s.	HEDURIO Services s.r.o.	HERMÍNA spol. s r.o. RESTAURANT MICHAL
HOFO Media Group s.r.o.	Ing. Zdeněk Holcapfl	Hošek PitStop s.r.o.
H R U Š K A , spol. s r.o.	HUBIO s.r.o.	HYUNDAI LXM motors s.r.o.
CHEESE MEDIA s.r.o.	CHVÁLEK ATELIÉR s.r.o.	Iglou, z.s.
Imperial Invest Funds s.r.o.	Individual.Fitness s.r.o.	Ing. arch. Cyril Vltavský Čtyři.media
Institut vzdělávání Evy Kiedroňové, z. s.	Jakub Veverka	Ing. Lucie Jandíková
Jistebník v pohybu	JK Styl CZ s.r.o.	JUNIOR GOLF, z.s.
Věra Kainrathová	Kaktus reality s.r.o.	KAMIT - SYSTEM s.r.o.

Každý prodává, s.r.o.	Keraservis Group a.s.	KLEINWÄCHTER holding s.r.o.
Petr Kouble	Kozarek Solution s.r.o.	KRMÍM KVALITNĚ s.r.o.
Regina Kubcová Foffová	Kulturní spolek Kavárna Stará pošta, z.s.	LeonTax s.r.o.
LERAM s.r.o.	LESENSKY.CZ s.r.o.	Ing. Martin Limanovský
Limanovský s. r. o.	Lomeo s.r.o.	LOP projekt, s.r.o.
LOP realizace, s.r.o.	MADAMI s.r.o.	Mallne Style s.r.o.
Martina Baierová s.r.o.	Martin Mondek - YES CHIPS s.r.o.	marvin hookah lounge s.r.o.
marvin smoke s.r.o.	Mateřská škola Paprsek s.r.o.	MAT, spol. s.r.o.
MATTES plus s.r.o.	medic armor s.r.o.	MELTINGPOT z. s.
Mergon Czech s.r.o.	Michal Matulík - MION Films	Michal Nedbal
Mika Progres s.r.o.	MONETA Money Bank, a.s.	Moonment s.r.o.
Motopark Ostrava s.r.o.	MyAppln s.r.o.	Nadační fond Kulíšek nedonošeným dětem
Nano4people s.r.o.	NEO FINANCES s.r.o.	NetDirect s.r.o.
NetWings, s.r.o.	Oblastní spolek Českého červeného kříže Karviná	Marek Odehnal
OFFICE PRO professional s.r.o.	OMLUX, spol. s r.o.	David Orlík

Ostravská sportovní z.s.	Martin Otto	PADĚRA, RADA & PARTNEŘI s.r.o. advokátní kancelář
panfitinka.cz s.r.o.	PARA HOCKEY OSTRAVA z. s.	Patrik Bogdalík - Big Cars
Patron dětí, z. ú.	David Pavlica	Sergej Pavljuk
PEGASUS Service s.r.o.	PETILO, z.s.	PH úklidy s.r.o.
Plasmafera s.r.o.	Alexandr Pokrovskij	POL-SKONE CZ s.r.o.
Tomáš Potoček	PREZZA s.r.o.	PrPom, s. r. o.
Půjčovna lešení Ostrava s.r.o.	QUITEC s.r.o.	Rask - PUL, a.s.
RAYNET s.r.o.	RealCare Invest s.r.o.	Real Estate Academy s.r.o.
Rentalit s.r.o.	RESTART Marketing, s.r.o.	Ridera Sport a.s.
RIMGO s.r.o.	ROYAL VISION s.r.o.	RPS Ostrava a.s.
R3STAV s.r.o.	Jakub Samek	Sappex servis s.r.o.
Saves help, spolek	Securing s.r.o.	SeePOINT s.r.o.
Mgr. Romana Sittová	Skalka family park s.r.o.	SlajIT - Hello World, s.r.o.
SLEZSKOMORAVSKÉ KOMINICTVÍ s.r.o.	Slezský fotbalový club Opava a.s.	SNABYTEK COMPANY s.r.o.
SOCION CZ s.r.o.	SOLIDSUN s.r.o.	SparkTECH s.r.o.

Splněné dětské přání, o. s.	Sportovní a rekreační zařízení města Ostravy, s.r.o.	Radek Srb - otec
Radek Srb - syn	start.jobs a.s.	Statek Domašín, a. s.
Stavby COMPLET s.r.o.	Stavby Střechy Komíny s.r.o.	SvarExpert s.r.o.
Martina Šuhajová	ŠVÁB LEGAL, advokátní kancelář s.r.o.	Tábory v Beskydech, z.s
Thor Elektro, s.r.o.	Tomáš Lamplota	TOPTAX innovations a.s.
TOPTAX - účetní a daňová kancelář s.r.o.	Top Vision, s.r.o.	TRY HARD s.r.o.
Tyll corp s.r.o.	U Holubů, s.r.o.	Uklidator.cz, s.r.o.
UNIKOV Steel spol. s r.o.	Unique Czech & Slovak Hotels s.r.o.	UOL a.s.
VEGALL Pharma s.r.o.	VETERINÁRNÍ KLINIKA MVDr. Radomíra Hynara s. r. o.	Vínice Srb, spol. s r.o.
VÍTKOVICE ARÉNA, a.s.	VK oděvy s.r.o.	VLTAVA LABE MEDIA a.s.
Ing. Jiří Vojkovský Fotbalovestadiony.cz	V4 Tax, s.r.o.	wflow.com Czech Republic s.r.o.
Adam Wojnar	Woodman production a.s.	WORKOUT CLUB PARKS s.r.o.
Základní škola a mateřská škola Montessori Ostrava	ZEBRA SYSTEMS, s.r.o.	Zicherka, z.s.
ZUUM Group s.r.o.	3ADVOKÁTI, v.o.s.	3group s.r.o.
4Hospitality media s.r.o.	5Promotion s.r.o.	WORKOUT CLUB PARKS s.r.o.



# Značkové dárky

Při registraci se slevou až 50%

CERRUTI 1881



PLACEMENT.CZ

# Seniorní specialisté PPC reklamy z Ostravy



CERTIFIKOVANÁ  
AGENTURA  
**SKLIK**



Klíčový  
Google Partner