

SVOU VLASTNÍ CESTOU

CO DOKÁŽE ÚSPĚCH



2.

SVOU VLASTNÍ CESTOU

Co dokáže úspěch

Vyšlo také v tištěné verzi



Kateřina Černá

SVOU VLASTNÍ CESTOU - Co dokáže úspěch – e-kniha

Copyright © EEZY Publishing, s. r. o.

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.

Kateřina Āern

SVOU VLASTN CESTOU Co dokáže úspěch

Tato kniha ani zdn její st nesmějí být kopírovány, rozmnožovány
ani jinak šířeny bez písemného souhlasu vydavatele.



HELAS
PODNIKATELSK PLATFORMA

 Kateřina Āern, 2022

Fotografie  Michaela Dzurna, Anna Koniaeva

 EEZY Publishing, s. r. o.

 AGENTURA HELAS, s. r. o.

Vydalo nakladatelství EEZY Publishing, s. r. o.,
Vyšehrad Garden, Na Pankráci 322/26, 140 00 Praha 4
www.eezy.cz

ISBN tištn verze 978-80-908638-6-6

ISBN e-knihy 978-80-908638-10-2 (1. zveřejnn, 2023) (epub)

ISBN e-knihy 978-80-908638-11-9 (1. zveřejnn, 2023) (mobi)

ISBN e-knihy 978-80-908638-09-6 (1. zveřejnn, 2023) (ePDF)

SVOU VLASTNÍ CESTOU

CO DOKÁŽE
ÚSPĚCH

Pokora, pracovitost, vnitřní síla a odpovědnost. To je kombinace vlastností těch, kteří svými myšlenkami a úsilím dokázali roztočit kola českého byznysu. Setkala jsem se s mnoha lidmi, co podnikají od porevolučních let a často museli obětovat svůj čas pro rodinu a ukrajet ze svého spánku, ale i s majiteli firem, které stojí na jejich zkušenostech z nadnárodních společností, nebo jsou druhou generací, co vyrostla zároveň s firmou rodičů. A ať už měl jejich byznys raketový start, nebo svou firmu budovali delší dobu, základem je, že museli pracovat více než ostatní, více se snažit, dokázali jít za svým snem a riskovat neúspěch. A já bych přála nám všem, abychom stále věřili svým snům a nenechali se ničím odradit od jejich naplnění.

Kateřina Černá



Život si tvoříme našimi nejskrytějšími myšlenkami. Tím, co se děje pod povrchem. A naše myšlenky jsou přirozeně ovlivňovány tím, co zrovna prožíváme sami v sobě, co se děje v blízkém okolí, ale i v tom velkém vesmíru, jehož jsme součástí a který velmi těžce můžeme ovlivnit. Ráda bych nám všem popřála, abychom měli svou vnitřní kotvu a myšlenky vždy nakonec nějak pozitivně poskládané tak, aby se nám podařilo překonat ty chvíle, které nejsou příjemné. I o tom je tato kniha. O tom, jak překonávat situace, které jsou těžké a na první pohled bezvýchodné. Někdy nám úspěch a rychlé životní tempo mohou připravit nejedno překvapení. A smysluplné radostné vnitřní vztahy jsou pak tou základní hybnou silou, která pomůže tomu velkému celku, jehož jsme součástí, k rovnováze.

Helena Kohoutová





Úspěch je zaklínadlem našich životů. Všichni po něm touží, všichni o něm sní, ale není všem dopřáno ho prožít. Dosažení úspěchu je podmíněno tvrdou prací, to platí i ve sportu, a zejména v podnikání. Jedním z předpokladů, jak dosáhnout úspěchu, je vůle zvítězit, nevzdávat se, jít dál i přes obtíže. Tomáš Baťa několikrát zkrachoval, nikdy se nevzdal, vždy se zvedl ze dna a zamířil opět výš. O úspěchu se totiž nerozhoduje, když jsme na vrcholu, ale když jsme na dně, to je zkouška naší vůle a odhodlání. Jak poznáme úspěch? Obvykle nijak, to ti ostatní nám to řeknou. Když na sobě začneme pozorovat známky úspěchu, je nejvyšší čas pověsit si nad stůl citát Tomáše Bati: „Jsou lidé, které nepřemohl ani neúspěch, ani nepřátelé, ale kteří podlehli úspěchu. Jedině stálá sebekontrola buduje charakter. Lidí se nebojme, ale sebe.“

Každý se dopracuje k úspěchu jinou cestou. Vždy však musí být poctivá, v souladu s mravními hodnotami současného světa, s etikou podnikání a se společenskou odpovědností. Tahle kniha přináší portréty těch, kterým se to podařilo. Můžeme je obdivovat, vážit si jich, cenit si jejich práce, ale to je málo, měli bychom se jimi nechat inspirovat. Jejich příklad nechť vyzařuje étos naší doby – pracujme na maximum svých schopností, motivujme sebe i své spolupracovníky k vyšším cílům, nevzdávejme se při prvních obtížích, nečekejme na lepší podmínky, neodkládejme důležitá rozhodnutí, usilujme o nemožné. Profily těch úspěšných nám pomohou.

Ladislav Špaček

SVOU VLASTNÍ CESTOU



*Přál bych si,
aby se mé
dcery
nenechaly
odradit
od svých snů.*

JINDŘICH ULLRICH

STAČÍ POUŽÍVAT ZDRAVÝ SELSKÝ ROZUM

Jindřich Ullrich je hrdým tátou čtyř úžasných dcer a majitelem jedné z největších českých marketingových společností ppm factum, a. s. Obchod má v krvi od klukovských let a nikdy ani na chvíli nepochyboval o tom, jaké bude jeho profesní zaměření. Svou firmu založil s kamarádem ještě jako student vysoké školy. Dnes jeho společnost zajišťuje služby od merchandisingu přes retail audit, promotion, skladování, logistiku, výzkum trhu až po eventovou a reklamní činnost. Má zastoupení v Česku, na Slovensku a v Maďarsku. Pro mezinárodní projekty je členem sítě EFMP, tudíž dokáže klientům nabídnout pokrytí ve více než dvaceti státech Evropy.

V roce 2018 získali ocenění Český lídr kraj Praha.

Jindřich Ullrich vyrostl na severní Moravě a už před revolucí měl jako kluk podnikavého ducha a chtěl obchodovat. Měl to v sobě a nezastavila jej ani doba, která podnikání nepřála. Prodával už za socialismu téměř všechno, co jej napadlo. Ať už to byly vstupenky na burzu na Černé louce v Ostravě, nebo přeprodávání různých věcí, které nakoupil. A jak sám říká, vůbec netušil, kde se v něm takové obchodnické geny vzaly. Oba rodiče pracovali celý život na dráze a byli spokojení v pozici zaměstnanců. Ty správné obrátky vše nabralo v průběhu Jindřichova studia na vysoké škole v porevolučních letech asi deset let po maturitě. Při studiu začal budovat firmu, která se slibně rozvíjela, a dařilo se mu získávat zajímavé klienty, proto studia zanechal a začal se byznysu věnovat naplno, i když jej od toho rodiče a známí odrazovali. Pro studium měl sice předpoklady a navštěvoval v Ostravě Vysokou školu báňskou a také Ekonomickou fakultu v Praze na Zemědělské univerzitě, ale s jeho pracovním nasazením ve firmě se to nedalo skloubit.

Na co byla vaše firma zaměřená?

Běžnému člověku se to špatně vysvětluje. Moje maminka se mě například často ptala, co to vlastně dělám. Prvním základem firmy bylo, že jsem zjišťoval ceny produktů pro mezinárodní firmy na českém trhu v různých městech. Například kolik stojí balíček kávy Tchibo v Albertu v Ostravě anebo v Tesco v Brně. Tenkrát jsem tu službu uměl nabídnout a velmi rychle se mi podařilo získat velké klienty.

A jak jste tenkrát na ten prvotní nápad přišel?

Byl jsem zaměstnán v mezinárodní firmě a začínal jsem jako obchodní zástupce značky Nivea, což je dodneška moje srdcovka. To byl úplný začátek, a jak jsem ve firmě rostl, nakonec jsem byl zodpovědný za mezinárodní řetězce, které se na trhu začaly etablovat. Jim a jejím dodavatelům chyběla na začátku základní data, kolik kde co stojí, jak je zboží

vystaveno, kolik jej mají na regále atd. Takže mě napadlo, že taková data potřebuje většina velkých firem, a tak jsem v té době vyvinul, dalo by se dnešním slovníkem říct, „start up“. Měli jsme vizi ohledně produktu a služeb, která nebyla na trhu dostupná. V tehdejší době jsme přinesli digitalizaci do stoprocentně analogických procesů a ukázali klientům, že data není nutné jen shromažďovat, ale i v reálném čase vyhodnocovat pro zvýšení růstu, efektivity a náskoku před konkurencí.

Vyvinuli jsme jednoduchý software a jezdili pak po obchodech po celé republice a zapisovali všechny dostupné údaje. Toto jsme nabízeli nadnárodním firmám. Za všech stran od svých kamarádů i kolegů jsem slyšel, že je to hloupost a nikdo to nebude potřebovat. Díky bohu neměli pravdu. Náš úplně první klient byl Hartmann Rico – výrobce dámských hygienických potřeb. Dodneška si pamatuji, když jsem v obchodě opisoval ceny jejich výrobků, tak jsem byl udiven množstvím druhů – s křídélky, bez křidélek, tři kapičky, jedna kapička, a byl jsem v šoku, kolik těch druhů dámských hygienických potřeb je. Takže to byl dost humorný začátek. Se získáním takto velkého klienta jsem získal i skvělé reference a velmi brzy se mi dařilo prodávat službu dalším zákazníkům. Potom přišly letákové akce a zákazníci potřebovali vědět, co nabízí konkurence, takže jsme opět vyvinuli jednoduchý software pro srovnávání cen. A pro tuto službu jsem měl jako prvního významného klienta amerického výrobce papírových kapesníčků. Když jsem to prezentoval jejich holandskému generálnímu řediteli, tak tu jedinou prezentaci v šanonu vzal a řekl rovnou – je to super, beru, pošlete mi fakturu. Já jsem ani nevěděl, jakou říct cenu, a tak jsem vyhrknul nějakou super cenu a bylo to. To byl rok 2000 a mě bylo 28 let.

Nezůstal jste ale jen u toho. Pustil jste se do výroby luxusních pralinek.

To byla pro mě velká lekce. Jednoho dne nás oslovil kamarád, který pracoval v nadnárodní společnosti s cukrovinkami. Přišel s nápadem vyrábět vlastní značku luxusních cukrovinek. Žádná česká značka pro luxusní čokoládu,

dorty, zákusky nebo pralinky tehdy tady nebyla. A my jsme přišli se značkou Mon Chocolatier, získali výborného cukráře a začali vyrábět. Dodávali jsme na prestižní akce a módní přehlídky, prodávali do luxusních obchodů v Pařížské a jiných značkových butiků. Otvírali jsme postupně jeden obchod za druhým. Vyráběli jsme fantastické pralinky, dezerty, dorty, vyhlášené vánoční cukroví a libovali si, jak to dobře jede. Jenže jsme dali 100% důvěru šéfcukráři a ten nás bohužel podvedl. A to ve velkém. Nebylo to jen pár kilo čokolády. Najednou jsme zjistili, že nám chybí tuna mouky, půl tuny čokolády atd. A my jsme nakupovali z celého světa jen to nejlepší, nejkvalitnější a tím pádem nejdražší. To je přesně ten případ, kdy si člověk myslí, že mu jde všechno, na co sáhne, že je všechno super, a pak si uvědomí, že to tak není. Ale s odstupem času můžu říct, že to vnímám i jako svoji chybu. Neházím to všechno na toho člověka, který zneužil naší důvěru, ale cítím v tom i svůj podíl viny. Měl jsem se zajímat o kalkulace, lépe kontrolovat inventury, komunikovat s klienty. Prostě na vše pořádně dohlížet, jako u ostatních firem. Měli jsme v té době několik obchodů, vozový park, zařízení na míru, vybavenou výrobu. Byla to opravdu velká ztráta a proteklo nám mezi prsty mnoho milionů. Mohl to být konec našeho podnikání. Naštěstí kontinuálně běžel byznys v naší první firmě, a to nám pomohlo překonat takzvaný „fuckup“ – situaci, pro kterou se tento výraz používá v byznysovém světě. Od té doby se plně věnujeme ppm factum.

Jste tátou čtyř dcer. Co byste jim rád předal do života?

Chtěl bych, aby se nenechaly odradit od svých snů. Protože pokud budou opravdu něco chtít a budou se snažit, můžou to dokázat. Také chci být svým dětem vzorem a předat jim něco ze svých zásad. Žádná velká moudra a rady nemám. Stačí používat zdravý, selský rozum. Vlastně jedno motto mám: Jen slabý se vzdá při prvním nezdaru. To si pamatuji už asi od osmi let ze skautu.

*Úspěch je pro
mne
kombinace
svobody
a nezávislosti.*



Byl jste jako dítě rebel?

To ani ne. Byl jsem pohodové dítě a rodiče o mojí pubertě údajně ani nevěděli. Já jsem byl odmalička skaut, a to mě velmi formovalo. Za minulého režimu jsme byli jako skauti maskovaní v turistickém oddílu. Navenek jsme to nemohli nikde prezentovat a dodnes jsem moc vděčný rodičům, že mi to umožnili. V dětství nebyla moje maminka příliš úzkostlivá a neřešila, jestli jsem se umazal nebo si rozbil koleno. Ale vždy jsem měl pocit láskyplného a bezpečného domova, který rodiče uměli vytvořit. Dnes se snažím tento přístup mít i já ke svým dětem. Podnikání mi všichni v mém okolí rozmlouvali s tím, že mám dobré zaměstnání, služební auto, parádní plat. Nemohli tomu tenkrát uvěřit, že chci odejít, a já jsem jim vysvětloval, že nechci žít ve zlaté kleci a rád bych vybudoval a dokázal něco sám. Rodičům vděčím za jejich výchovu a volnost, kterou mi v dětství dávali. A možná proto je svoboda pro mě jednou z nejdůležitějších hodnot v mém životě. Řídím úspěšnou firmu v mezinárodním prostředí a zároveň jsem skaut, a to se ve mně pere. Na jednu stranu chci pod stan, s dětmi do lesa, v kotlíku si uvařit oběd. Ale na druhou stranu se rád vyspím v super hotelu a zajdu si do dobré restaurace. Umím si vychutnat i užít všechny tyto polohy, takže klidně přespíme v chatce nebo ve stanu, ale zároveň si pak dopřejeme pětihvězdičkový luxusní hotel. A obojí máme se ženou rádi.

Jak si vybíráte spolupracovníky?

Máme ve firmě velmi loajální a dlouholeté spolupracovníky a od začátku mám také společníka. Jsme spolu už více než dvacet let a nikdy jsme se nepohádali, i když jsme velmi rozdílní. A pokud jde o to, když si vybíráme ty nejbližší kolegy, jsem vždy u toho. Nedávno jsem sám vybral novou kolegyni a většinou v takových případech dávám na intuici. Přijal jsem osmadvacetiletou mladou ženu, která mě

velmi příjemně manažersky překvapila a dnes má pod sebou sto lidí. Vnáší do byznysu jiný, neotřelý, nestandardní přístup a je úspěšná.

Řekl jste, že váš společník je úplně jiný než vy. V čem se tedy doplňujete?

Já jsem empatický, spontánní a společenský. Mám rád lidi, společnost, rád naslouchám. On je uvážlivější, opatrnější, uzavřenější a co se týče firmy, i spořivější. A tahle kombinace nám funguje už téměř čtvrtstoletí.

A jaké máte společné vize do budoucna?

Uvažovali jsme už o prodeji firmy a měli všechno připravené, byli jsme téměř před podpisem se zájemci a k tomu se váže vtipná historka. Seděli jsme spolu s Pavlem v kanceláři a najednou jsem se ho zeptal: „Ty to chceš prodat?“ A on na to říká: „Ne.“ A já na to: „Já taky ne.“ My jsme si totiž spolu předtím vůbec v klidu nesedli a neprobrali, co bude, až firmu prodáme. A tak jsme zájemcům zavolali, zaplatili jsme penále a firmu jsme neprodali. A jsme moc rádi, firma stále roste a pro nás je to pořád naše dítě.

Co pro vás znamená úspěch?

Paradoxně dnes úspěch nevnímám jen z pohledu finančních výkazů, počtu zaměstnanců, klientů, realizovaných zakázek atd., ale zažívám jej především prostřednictvím svého volného času, který můžu věnovat své rodině, zálibám, koníčkům. Zním mnoho majitelů a majitelů úspěšných firem, kteří jsou ale „přikovaní“ ke své firmě a věnují tomu téměř veškerý svůj čas. Jsem moc rád, že už to tak nemám. Úspěch je tedy pro mne kombinace svobody a nezávislosti.

Vy se ale také věnujete filantropii.

Ano, řídíme se ženou Nadační fond Domáci anděl, kde hlavně podporujeme děti se svalovou dystrofií, ženy samoživitelky a teď jsme velmi aktivní v pomoci Ukrajině. Vybíráme si konkrétní příběhy. Oslovují nás ty opravdové

lidské příběhy, nejen finanční pomoc. Nejstarší dcera uspořádala jako kurátorka zajímavou výstavu, kterou nazvala Válka očima ukrajinských dětí a poté i vernisáž – Výstava příběhů sexuálního násilí. Je velmi šikovná a talentovaná. Jsem na ni hrdý.

Jak rád trávíte čas, jaké jsou vaše koníčky?

Nejraději trávím svůj volný čas se svými dětmi a svou ženou. Velmi rádi cestujeme a poznáváme kulturu a gastronomii navštívených zemí. S nejmladšími dcerami moc rád sportuji, stanuji a kempuji. Jsou skvělé, spontánní a bezprostřední a zažíváme u toho spoustu legrace.

Mým koníčkem je práce se dřevem, nejvíce se odreaguji při vyřezávání indiánského totemu. To jsem v sedmém nebi. *(usmívá se)*

Odmalička jsem sběratel a mám velkou sbírku cukrů a ubrousků, což může být v mém věku docela úsměvné, ale mne uklidňuje třídění a prohlížení mé sbírky. *(směje se)* Toto spíše dětské hobby vyvažuji chlapskou zálibou, a to je jízda na pořádné motorce Harley Davidson. Ze sportu nejraději hraju ping-pong, tenis a plavu. Jsem vášnivý čtenář a rád chodím do knihkupectví a knihovny. Mám rád vůni papíru a pořád preferuji klasickou knihu. Taky se rád zajímám o novodobou historii a potěšilo mne, že má druhorozená dcera si jako svůj obor na Karlově univerzitě vybrala právě soudobé dějiny. Je to naše společné oblíbené téma. Její názory nezatížené minulostí mne inspirují a obohacují. Je také velmi šikovná, má skvělý smysl pro humor a jsem na ni taky velmi hrdý.

Co byste rád ještě stihl?

Chci ještě dále studovat, vzdělávat se. Taky bych moc rád založil skautský oddíl v místě bydliště a osobní výzvou je zvládnout triatlonový závod. A se svou milovanou ženou bych chtěl procestovat svět.

Jindřich Ullrich

ppm factum a. s.

EKONOMICKÝ PROFIL FIRMY

IČO	27883299
Sídlo firmy	K Vypichu 1087, 252 19 Rudná
Poslední známý obrat (tis. Kč)	829 000
Kategorie počtu zaměstnanců	100-199
Dosažené ekonomické hodnocení (Index Cribis)	c1
Negativní informace (semafor Cribis)	žádné
Počet subjektů v ekonomicky propojené skupině	10
Negativní informace v rámci ekonomicky propojené skupiny	žádné významné

Pan Jindřich Ullrich vlastní se svým společníkem prosperující středně velkou firmu zabývající se službami z oblasti marketingu. Firma patří mezi největší hráče ve svém oboru. Pan Ullrich působí i v řadě dalších komerčních společností, ale i neziskových organizací.

FOP – fyzická osoba podnikatel

Data z aplikace Cribis společnosti CRIF-Czech Credit Bureau

Index: 10stupeňové hodnocení (a1, a2, b1, b2, c1, c2, c3, d1, d2, e), kde stupně a1–b2 charakterizují výborně hospodařící firmu, stupně c1–c3 dobře až průměrně hospodařící firmu a stupně d1–e rizikovou společnost až na hranici bankrotu nebo v likvidaci.



*Obchod je
v něčem
podobný
sportu.
Sportovec
také nevyhraje
každý závod
a z prohry se
umí poučit.*

TAMARA ŠIN- DELÁŘOVÁ

ZŮSTAT NORMÁLNÍ A NOHAMA NA ZEMI

Tamara Šindelářová do světa managementu a obchodu vstupuje již přes pětadvacet let a pomáhá lidem v těchto oborech profesně růst prostřednictvím unikátních vzdělávacích metod. Skvělé základy získala na Institut Universitaire Kurt Bosch a francouzské Ecole Supérieure de Commerce et Management Tours. Díky dlouholetému spojení s konzultační společností Palatinum, která působí v oblasti performance management, se jí daří profesně posouvat stovky lidí. Tamara je také součástí expertního týmu Podnikatelské platformy Helas – Budujeme hrdé Česko jako odbornice na oblast vzdělávání a osobního rozvoje.

Tamara Šindelářová je žena, která vás dokáže překvapit v mnoha směrech. Drobná, pečlivě upravená blondýnka v elegantních šatech rozhodně nepůsobí jako typická máma tří malých dětí. Vyzařuje z ní profesionalita, nadhled a klid. Díky své obchodní, manažerské a konzultační praxi měla možnost poznat silné i slabé stránky mnoha lidí, jejich zažité vzorce chování i návyky a stala se dobrým průvodcem i rádčem na jejich cestě k úspěchu. Velkou odměnou pro ni je, že obchodníci, manažeři a sales manažeři se ve své profesní kariéře dokážou dlouhodobě udržet na špici. Tamara je navíc opravdovým příkladem ženy, která našla způsob, jak skloubit svůj vlastní profesní život s tím soukromým. Na cestě k úspěchu si uvědomila, že je důležité dělat, co nás baví, v čem je člověk dobrý, vidí v tom smysl, s lidmi, které má rád, a že je důležité zůstat normální a nohama na zemi.

Jaká byla vaše cesta do oblasti, ve které dnes podnikáte?

V byznysu se pohybuji přibližně pětadvacet let. Celý svůj profesní život se věnuji obchodu, řízení obchodu na různých pozicích. Jedenáct let jsem pracovala ve velké korporaci a odsud jsem přestoupila do Palatina. Bylo to v době před první mateřskou, kdy ještě nebylo úplně běžné mít děti a zároveň pracovat některé dny z domova při flexibilní pracovní době. Současnost je taková, že mám tři děti a spolupodílím se na řízení celé společnosti Palatinum. To je jedna z věcí, která mě naplňuje a baví, že dokážu skloubit práci i rodinu dohromady.

Našla jste si svou unikátní cestu...

Myslím, že má přidaná hodnota je v kombinaci několika věcí, které se vzájemně doplňují. Pohybuji se v oboru, který jsem vystudovala, a baví mě kontakt se zákazníky, pečovat o ně, tvořit s nimi řešení, která jim pomáhají. Umím naučit řemeslo obchodu a managementu všechny, kteří chtějí být v těchto oblastech dlouhodobě úspěšní. Propojuji teorii s praxí

a zaměřuji se na klíčové věci, které pak v praxi u zákazníků fungují. Navíc mám o zákazníky opravdový zájem a jsem pyšná, že jsou úspěšní a já jsem v pozadí.

Pokud byste měla krátce charakterizovat samu sebe, jaké vlastnosti vám pomohly k tomu, že jste se stala ve svém oboru úspěšnou?

Upřímně, to je spíš otázka na lidi, kteří jsou se mnou profesně v kontaktu a asi budou v charakteristice mnohem preciznější. Myslím, že na mě oceňují spolehlivost, poctivost, schopnost dotahovat věci do konce, komunikativnost, nadhled. Jsem dřič, umím se soustředit na podstatné a беру věci s humorem. Důležitá je v mé profesi také pokora a vděčnost. Jsem vděčná, že mě v profesní kariéře provázely a provázejí velké osobnosti a obrovské vzory, které mi věří a daly mi šanci. I když v některých případech to mohlo vypadat na začátku jako sebevražedná mise.

Co máte na své práci nejraději?

Jak jsem zmiňovala – je to kombinace toho, že můžu pracovat v oboru, který má obrovskou přidanou hodnotu, a zároveň práci skloubit s péčí o rodinu. Velkou pomocí, abych to zvládala, je pro mě moje rodina, blízké okolí a kolegové v Palatinu. Pracovně je to parta lidí, kteří věří, že vzdělání dělá svět lepším místem pro život. Důležitá je pro nás atmosféra, ve které spolupracujeme jako tým a stavíme na silných hodnotách. Baví nás vyvíjet nové produkty a vidět hmatatelné výsledky. Odměnou je, že nás zákazníci vnímají jako odborníky, profíky a zároveň lidi, co dávají své práci něco navíc než jen to, k čemu se smluvně zavázali. Spolupodílíme se na jejich úspěchu, na jejich dlouhodobé a úspěšné kariéře. A to je moc hezký pocit.

Specializací vaší společnosti Palatinum je rozvoj obchodu a managementu. Proč je práce na školení obchodních týmů dnes ještě důležitější než v minulosti?

Dnešní doba je dynamická, rychlá, změnová, přináší nové situace, na které je potřeba flexibilně reagovat, jinak vám utečou příležitosti a konkurence bude brzy před vámi. To, co platilo před rokem či dvěma, dnes již neplatí, je důležité vymýšlet způsoby, jak věci dělat jinak a neustrnout.

Přizpůsobení se novým situacím je klíčem k úspěchu. V dnešní době více než kdy předtím roste význam komplexního prodeje u klientů, kteří potřebují řešení šitá na míru. Je důležité během jednání vnímat u klientů, co potřebují, a pomoci jim specifikovat svá očekávání. Obchodní týmy, které procházejí našimi tréninky, učíme dobře naslouchat a pokládat vhodné otázky tak, aby byly přínosem a inspirací pro klienty. Na základě dobrého průzkumu pak hledají zajímavou kombinaci řešení, které je pro klienta tou nejvýhodnější cestou. Je to taková kreativní skládanka, která vyžaduje velmi seniorní obchodní dovednosti. Na stranu druhou u jednoduchého komoditního prodeje je zase naopak obrovský tlak na cenu, proto pomáháme týmům zaměřit se na to, jak nejlepší cenu vyjednat.

V čem jste unikátní?

Určitě je to ve využívání rozvojové metody učení, kterou nikdo jiný na českém trhu nemá. Vytvořili jsme unikátní manažerský program založený na metodě učení, kterou používá Universita v Oxfordu – Oxfordské koučování pro manažery a Solution Selling pro zkušené obchodníky. Metoda, kterou používáme při práci, není encyklopedicky zaměřená. V programu se účastníci učí vyhledávat informace, nezávisle přemýšlet a prezentovat svůj názor – jak písemně, tak ústně. Účastníci se setkávají na pravidelných tutoriálech, které jsou vždy dva dny v kvartálu. Výhodou tutoriálů je vyloženě osobní přístup tutora. Ten má na setkání maximálně deset účastníků. Během roku účastníci píšou esej na téma z jejich oboru, které si vybrali, a tím je zajištěna jejich osobní motivace. Práce nad esejí jim přináší užitek a aplikují ji do své praxe již během programu. Čas mezi



tutoriály věnují samostudiu a učí se své závěry ověřovat minimálně u dvou zdrojů. Během období mezi tutoriály je účastníkům k dispozici kouč, který s nimi pracuje, aby je podpořil. Probíhá to tak, že každý měsíc se setkávají a účastník programu má možnost si utřídit myšlenky s koučem. Během programu si účastníci rozvíjí klíčové hodnoty pro jejich život, jako je například spolehlivost, zodpovědnost či proaktivita. V závěru období obhajují výsledek své práce. Závěrečná obhajoba se také drží principu, že logická argumentace, vyváženost a originalita jsou důležitější než encyklopedické znalosti.

Jak tato metoda funguje?

Nejdůležitější je, že manažery a obchodníky tento způsob učení baví. Jde o individuální rozvoj, který vychází z praxe. Díky tomu pak zvládnou vyřešit situace, které je dlouho blokovaly, a uvolní tak energii do firmy. Což se odrazí pozitivně například ve výnosech. Další důležitou přidanou hodnotou je, že si vyměňují zkušenosti a na workshopech si vytvoří nové pracovní i mezilidské vztahy. Velmi často jim tutor a kouč uvolní energii, kterou následně vrhnou do práce na pracovních úkolech, a to je pro firmu obrovský přínos. Pomocí ročního koučování lidé změny lépe přijmou za své. Velmi se zvýší jejich angažovanost, schopnost se kvalitně a samostatně rozhodovat. Přináší to samozřejmě i měřitelné výsledky v praxi. Závěrečná obhajoba, která se odehrává za přítomnosti nadřízeného, je přirozeně motivuje zavést prezentované změny do reality. Také vidíme reálný posun hodnot na začátku a na konci programu.

Lze nějak zjistit výsledný efekt po absolvování programu?

Určitě ano, a to jednoduchým dotazníkem před a po rozvoji. Nejčastěji se hodnotí zlepšení v kompetencích nebo změna návyku v daných situacích. U víceletých projektů se dá efektivně měřit výsledný nárůst obrátu. Naše