

[stalo se]

Šťavnatě sousto: Vítkovice

O vliv v akciové společnosti Vítkovice, která loni ohlásila konsolidovaný čistý zisk 1,1 miliardy korun, soupeří dva významní čeští byznysmeni. Šéf představenstva a většinový majitel Jan Světlík



Jan Světlík

s kolegy oohlasoval na konci června během valné hromady navýšení základního kapitálu Vítkovic. Tvrdil, že zvýšením jmění nad 300 milionů korun bude mít strojírenský kolos větší šanci ve velkých tendrech. Proti tomu protestovala skupina Karla Komárka, které patří menší část akcií Vítkovic. Kdyby plán prošel, znamenalo by to podle odpůrců posílení Světlíkova vlivu, a naopak ztrátu pozic menšinových akcionářů. Komárek přitom usiluje o silnější postavení ve strojírenské firmě. Jeho KKCG Industry požádala soud, aby vydal předběžné opatření, ten vyhověl a rozhodnutí valné hromady zablokoval. Mluvíci skupiny KKCG Dan Plovajko označuje pokus o navýšení kapitálu za snahu poškodit stávající minoritní akcionáře. „Proti návrhu byla naprosto většina z nich, nebyl to jen postoj KKCG Industry,“ říká. Skupina kolem Jana Světlíka se proti předběžnému opatření odvolala, ovšem spor se může táhnout i několik let. Podle předsedy představenstva vznikly žalobou společnosti Vítkovice zatím nevyčíslené škody. „Budeme požadovat patřičnou náhradu,“ vzkázal Světlík.

Vyhrocenému střetu předcházely spekulace o tom, jak velký podíl ve Vítkovicích vlastně drží ropný magnát Komárek prostřednictvím svých firem. Těsně před valnou hromadou překvapil prohlášením, že vlastní 10% akcií. -rk-

JAK PODNIKATELÉ TÁBOŘILI

ROMAN SMĚLY



Kamil Váček, zřejmě jediný český sériový podnikatel, na podnikatelském bootcampu živě vysvětluje, co to znamená budovat retailovou síť pro nového operátora U-fon

Ano, i podnikatelé jezdí na tábory. Samozřejmě ne na skautské či pionýrské, ale na podnikatelské. Obvykle také ne pod stan, ale do hotelu, obvykle ne na dva týdny, ale jenom na dva dny a obvykle ne na „obyčejný tábor“, ale na bootcamp. Jeden takový, ze kterého přinášíme reportáž, pořádá pravidelně na různá témata sdružení Tuesday Business Network.

Jak prodávat, komu prodávat, kdy prodávat, jak sestavit obchodní tým, jakým způsobem předat obchodní dovednosti dalším? Desítky otázek, na které odpovídali zkušení koučové a o kterých diskutovali podnikatelé mezi sebou.

Jednou z osobností, která účastníky naprosto nadchla, byl i Kamil Váček. Za posledních 12 let vytvořil celkem asi 25 projektů, které postupně prodal. Jeho zatím nejúspěšnějším projektem se stala firma GSM Partner, za kterou v roce 2001 dostal 75 milionů. Je tak zřejmě jediným sériovým podnikatelem v Česku.

Na bootcampu naprosto otevřeně vysvětloval, co to znamená budovat pro Mobilkom, potažmo pro Pentu, maloobchodní síť po celé České republice. Podle Kamila Váčka je při hledání vhodných prodejců U-fona naprosto klíčová lokace prodejny. Hned za ní následují motivační programy. Ovšem nejen pro majitele prodejen, ale také pro vlastní prodáváče v prodejnách.

Váček se netajil tím, že z hlediska zájmu o zákazníka a aktivity prodáváčů máme svět ještě v čem dohánět. Aby byli prodáváči alespoň trochu aktivnější a U-fona prodávali, bylo třeba i pro ně vytvořit systém odměn, který by je

k prodejmům a aktivitě motivoval víc. Z hlediska psychologie je u nich potřeba prorazit určitou bariéru nedůvěry. K tomu mají napomoci i zpočátku až neadekvátní finanční pobídky.

Dalším z koučů, který zaujal, byl Jan Hasman z poradenské firmy Mercuri International. Vnesl do někdy chaotického světa obchodu trochu řádu. Rozdělil totiž obchodní případy na několik typických situací. Podle toho, jaký obchodník je na straně jedné a jaký zákazník na straně druhé. Každá situace totiž vyžaduje konkrétní typ obchodníka, ale i konkrétní typ zákazníka.

Mezi obchodníky tak figurovaly typy jako „Rambo“, který je způsobem práce lovec, ale nedokáže udržovat již nastavené vztahy. Naopak jiné typy obchodníků zase nejsou vhodné k „lovu“, ale naopak pro „udržování ohně“. Pak přicházejí i různé formy zákazníků – od těch, kteří nechtějí o obchodních nabídkách ani slyšet, až po ty, kteří z internetu vědí všechno, dávno si vybrali a chtějí po obchodníkovi pouze to, aby jim prodal jejich výrobek či službu a dál nezdržoval.

Pravidelně zvanou osobností podnikatelského bootcampu od Tuesday Business Network je i takzvaný „žlověk z Marsu“. Je to někdo z oboru, o kterém účastníci často potápně ani nevědí, že existuje, a on jim k němu má co říct. Tentokrát se jim stal Adam Dvořák – stříhač Snowboardáků a dalších českých hitů, producent a distributor filmů. Bootcampu nechyběly ani workshopy, kde si podnikatelé ve skupinkách zkusili obchodní vyjednávání, zda má jejich firma skutečně zákaznický přístup apod. **BIZ**