

Maruška optimistka a hledačka příležitostí

2

Hned ráno po probuzení si Maruška na sebe natáhla tepláky a tričko a vyběhla na tradiční kolečko do místního parku. Běhávala dvakrát týdně vždy v úterý a ve čtvrtek se svojí kamarádkou. Nějak si na ten pravidelný pohyb zvykla a často ji při tom napadaly skvělé myšlenky, co a jak v podnikání zlepšit nebo jakou atraktivní nabídku pro zákazníky vytvořit. Toto ráno bylo mimořádně krásné a teplé a Maruška si to užívala, jako by se právě narodila. I když Maruška bytostně nesnášela ranní vstávání, samotné běhání jí nevadilo. Po sprše a výborné kávě se vždycky cítila plná energie, která jí vydržela až do pozdního večera. Nejinak tomu bylo i dnes.

Hned jak dorazila do obchodu, začala připravovat pro zákazníky několik stolečků před prodejnou, aby si mohli užít posezení na čerstvém vzduchu stejně jako ona ranní pohyb. Pes pobíhal mezi stolky a chytal ubrousky, které se každou chvíli ve větru odlepily a snažily se někam uletět prozkoumat terén.

Maruška spíáchala s chystáním posezení, protože čekala návštěvu a chtěla získat trochu času. Včera večer volala Ivetka. Od té doby, co jí zkrachovalo její podnikání, o sobě moc nedávala vědět. Nechala se zaměstnat, ale moc spokojená nebyla. To Maruška docela chápala. Jistota v zaměstnání je dobrá věc a pro spoustu lidí je nepostradatelná. Ale když si člověk jednou zvykne na svobodu, těžko se bez ní pak žije. Proto se docela divila, když před časem slyšela o Ivetce a jejím zaměstnání. Ale tak nějak tušila, že to pro ni bude jen „dočasný rekonvalescenční pobyt“ a že se navždy myšlenky na podnikání nevzdá. „Uvidíme, s čím nás Ivetka dneska překvapí, třeba má za lubem nějaké další podnikání“, pomyslela si Maruška.



V poslední době si všimla velmi zvláštního úkazu. Čím déle podnikala, tím častěji se za ní zastavovali její přátelé, známí a také rodina a občas se jim společně podařilo přijít na zajímavé nápady, jak se uživit i bez zaměstnání a začít podnikat. Jako by u toho malého stolečku v zadní části obchůdku vládl nějaký podnikatelský duch nebo přenosná podnikatelská horečka. Maruška každému z přátel vždycky připravila nějakou jahodovou dobrotu, a než odešli, měli v hlavě plán na nové podnikání. Postupně začínala věřit tomu, že nastartování podnikání nezávisí ani tak na skutečných dovednostech a kvalifikaci jako spíše na osobním nastavení, na stavu mysli, kterému se nedá říct jinak než optimizmus. Největším optimistou v životě byla podle Marušky její babička. Vždycky ji připomínala, že když vidí sklenku, ve které je do poloviny voda, může ji vidět jako poloprázdnou nebo poloplnou. Toto její opakované přikázání si Maruška bude pamatovat celý

život. A musí uznat, že jí mockrát pomohlo v jejím podnikání. Ten, kdo vidí vždy vše poloplné je optimista. Kdo vidí poloprázdné, nemá v podnikání co dělat a sám si zavírá všechny otevřené dveře před nosem. Z takové úvahy jasně vyplývá, že výsledkem optimizmu jsou nutně objevené příležitosti. Každý problém generuje nějaké nebo něčí potřeby a tam, kde jsou potřeby, vzniká prostor pro jejich naplnění – a tedy pro podnikatelský plán. Maruška si uvědomila, že optimizmus je vedle selského rozumu druhá nejsilnější kompetence, bez které se člověk nemůže stát svobodným podnikatelem.

„Něco na tom bude,“ řekla si Maruška pro sebe, a jak si tak přemýšlela o optimismu, babičce i Ivetce, najednou ji napadlo vzít list papíru a napsat na něj „Liheň podnikatelských nápadů“. Přišlo ji to náramně vtipné a docela trefné, a tak list papíru s nápísem upevnila na stěnu přesně za stolec, který byl určen pro povídání s jejími přáteli. Dopoledne uteklo jako voda a po obědě dorazila nová paní prodavačka na odpolední směnu. Maruška už dávno musela zaměstnat dvě paní na prodávání, protože by sama tolik úkolů a práce nezvládla. I když to bylo finančně pro Marušku náročnější, měla více prostoru pro zlepšování všeho, co dělala, a bylo to na jejím podnikání a spokojených zákaznících vidět ze všech stran. Paní prodavačky byly milé, a i když se jim Maruška musela na počátku hodně věnovat, aby je naučila všechno s počítačem a inventurami, byla ráda, že je má. Byly to „srdcařky“ a kromě toho, že měly obě rády jahody, měly rády i jejího psa a zákazníky a to bylo pro Marušku nejdůležitější. Řekla si, že všechno ostatní je může naučit, ale s láskou k lidem a zvířatům se člověk musí narodit.

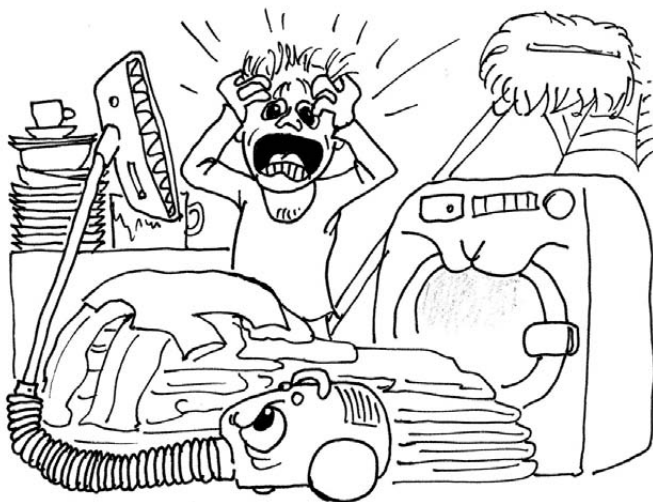
Ivetka a „Vyperte si v práci!“ 3

Když dorazila Ivetka k Marušce, schylovalo se už nejen k večeru, ale i k pořádné bouřce. Maruška to poznala okamžitě podle psa, který v jeden moment zmizel z venkovního sezení, kde běhal mezi hosty, a vlezl si pod stůl v obchodě. Ivetka pomohla Marušce rychle uklidit venkovní sezení, a ještě než dorazila malá letní bouřka, už si obě seděly spokojeně v příjemném chládku u jahodového nealkoholického piva v nádherně orosené skleničce. Ivetka byla nadšená z občůdku i z Marušky, jak se jí vše daří. „Já ti tak závidím, Maruško, mě už přestává bavit jezdit každý den do práce, klepat tam horu faktur do počítače jako nějaká slepice a ještě k tomu dělat, že mě to strašně zajímá. Chtěla bych zase podnikat. Myslím, že už bych některé chyby neudělala. Co ty myslíš? Mohlo by se mi to ještě podařit? Nezbabráám to jako minule?“ zeptala se Ivetka a raději se hned napila, jako by se bála, že jí Maruška její podnikání bude rozmlouvat. „Jasně, že nezbabrááš Ivetko,“ smála se nahlas Maruška. „A podnikatelský nápad pro tebe taky vymyslíme, co bys chtěla dělat nejraději? Zase prodávat?“ „No právě, to je ta nejtěžší otázka, Maruško, o tom už jsem taky mockrát přemýšlela. Chtěla bych být sama sobě vlastní paní, ale nechtěla bych být celý den v obchodě jako ty. To už jsem vyzkoušela a opravdu mě to nebavilo. Ráda bych pracovala víc z domu, lidi mi stačí vidět tak dvakrát denně. Vždyť mě znáš, jsem taková domácí puťka. Když mám starosti nebo se nudím, tak prostě začnu uklízet, prát a žehlit. Moje maminka mi říká, že jsem blázen a že bych potřebovala terapii. Prý bych mohla chodit na terapii k ní domů, a když si dám ty její okna, každý týden budu vyléčená!“ „To bych brala taky takového pacienta, do obchodu i do bytu,“ smála se Maruška. „Ale na druhé straně, když tě tak

poslouchám, proč tu tvoji uklízeční úchylku nevyužít k podnikání? Kolik lidí nenávidí domácí práce, kolik lidí na to nemá čas a kolik lidí – třeba muži – na to ani nemá „buňky“ a hrozí jim při domácích pracích nepracovní úraz. Co kdybys na tom postavila svoji živnost Ivetko?“ „Ty myslíš chodit lidem uklízet domů jako děvčata z Ukrajiny?“

„Nemyslím uklízet,“ odpověděla Maruška, „ podívej se jen kolem sebe, když jedeš do práce. Je to největší průmyslová zóna široko daleko. Nedávno jsem poslouchala v televizi regionální zprávy a říkali, že tam pracuje více než 30 % lidí v produktivním věku z našeho města. Co to znamená za příležitost pro tebe?“ Ivetka očividně nevěděla, co to znamená vůbec, natož jaká příležitost by to mohla být, jak usoudila Maruška z výrazu její tváře. „Ty se snad, Ivetko, vůbec nedíváš na televizi. Nedávno jsem tam viděla i pořad o nějaké velké americké firmě, která dělá informační systémy. A tam si lidé chodí do práce třeba i vyprat a zasportovat! A víš proč? Protože na to nemají doma čas! Protože dnes každý tráví tolik času v práci, že si stěží stihne popovídat doma s dětmi, a o víkendu pak dohání všechno, co v týdnu nestihl. Víkend pak padne lidem na domácí práce, místo aby se věnovali sobě, svým partnerům a koníčkům, aby relaxovali a nabíjeli baterky. Představ si, jak by to všem těmto zaměstnaným ženám a mužům pomohlo, kdyby přijeli do práce vyložili balík se špinavým prádlem a se svým jménem někde na vrátnici! Ty bys se svojí dodávkou, co ti zbyla z podnikání, tyto firmy každé ráno objížděla, balíky s prádlem bys posbírala, odvezla do veřejné prádely, kde bys vše během dne vyprala a pěkně vyprané a vyžehlené, naskládané v krabici zase druhý den vracela šťastným majitelům svršků. Co myslíš, byli by ochotní za takovou službu platit?“

Ivetka zírala na Marušku s otevřenou pusou a nebyla schopná slova. „Maruško, to víš, že by byli ochotni za to zaplatit! Víš, kolikrát jsem poslouchala nářky svých spolupracovníků a spolupracovnic na to, že neví, kdy stihnou to anebo zase ono, a že je to hrozné, jak nestíhají vyprat nebo žehlit, některé už si dokonce začaly objednávat i dovážku potravin až do domu, aby ušetřily čas na shánění potravin pro rodinu. Je to takový nějaký trend všude kolem. Lidi chtějí více vydělávat, tak pracují skoro do večera, a pak zase nemají čas na obvyčejné věci, které patří k domácnosti, a tak si za ty peníze zase kupují služby, jako jsou nákupy do domu. Přijde mi to skvělý nápad, jen si to neumím představit logisticky. Jak zařídit, aby se ty věci



nepomíchaly. Abych v tom neměla zmatek a abych věděla, komu co mám vlastně vrátit. A co cena? Kolik budou lidi ochotni zaplatit? A uživí mě to? A jak se o mě vůbec všichni dozví?“

Podle otázek, které měly hlavu a patu, Maruška usoudila, že nápad se Ivetce skutečně zalíbil a že začíná přemýšlet prakticky. „Ivetko, ty jsi moc hrrrr. Nemůžu ti na všechno odpovědět během jednoho nealkoholického piva. Nápad je to dobrý, logistiku a ceny vymyslíme. Potřebujeme na to ale tužku, papír a určitě trochu času. Pracovala jsem kdysi v jedné firmě v nákupním oddělení a tam se dal vystopovat každý výrobek i poté, co se vrátil po letech do firmy na reklamaci. A když to dokázali oni, dokážeme takový systém vymyslet taky. Jak myslíš, že fungují prádelny? Toho bych se nebála. A spočítáme to taky. Všechno má svoji hodnotu a ta se řídí hlavně tím, jak moc po tvém produktu někdo touží nebo jak moc ho potřebuje. Čím více je ho na trhu, tím je levnější, a čím méně ho je, tím více po něm lidé šílí, a proto jsou ochotni za něj i více zaplatit. Podívej se na to prakticky a do příště si nasypej do tabulky všechny výdaje, které budeš muset měsíčně platit – pravidelné, které znáš, i nepravidelné, které si budeš muset odhadnout.

Nezapomeň na svoji mzdu a povinné odvody státu, to už od minulého podnikání znáš, a kdyby ne, zavolej mé mamince, ta to má v malíčku. Tvoje prodejní cena může být třeba za kilo prádla nebo za kus nebo taky jako měsíční paušál. Ale to už je obchodní politika a na takové úvahy je dnes večer ještě moc brzo.

Důležité je, že víme, kdo budou tvoji zákazníci, co je trápí a jaké mají potřeby. Jak jim můžeš svojí službou pomoci zlepšit kvalitu života a vyřešit jejich problémy. Za to budou ochotni zaplatit a my se pokusíme odhadnout, jak často a kolik takové příjmy mohou tvořit.

Mohli bychom také najít nějakého partnera, třeba nějakou čistírnu, která nemá vytížené kapacity, a ta by ti mohla nabídnout lepší ceny za velké objemy prádla, které tam budeš vozit. To by pro tebe znamenalo, že bys mohla vydělávat ještě i na rozdílu mezi běžnou cenou čistírny a tvoují koncovou cenou. Druhá část ceny je za „službu“, odvoz a dovoz, a věřím tomu, že i nějaké opravy by se k tomu mohly nabalit. Stačí najít jen šikovnou švadlenu, která bude ráda za trochu zakázek navíc. A taky příplatky za to, když by si někdo objednal rozvážku hotového zboží rovnou domů.

To už máš zhruba čtyři typy služeb, za které ti zákazníci mohou zaplatit a které bys ve tvém modelu mohla započítat.

Druhá věc je, že víme, co za vybavení k tomu budeš potřebovat a jaké aktivity budeš muset denně stihnout udělat. Z toho ti vypadnou náklady a výdaje – čili kolik tě to bude měsíčně stát.

No a pak už zbývá jen vytvořit komunikační strategii, jak tomu já říkám. Tzn. najít způsob, jak se o tobě ti správní zákazníci dozví, kde se to dozví a kolik tě to bude stát a jak často to budeš muset dělat. To znamená, že musíš nyní hodně přemýšlet o zákaznících – kdo jsou, co poslouchají, na co reagují a co mají naopak na očích.

A nezapomeň, že prvním obchodem to teprve začíná. V takovém obchodním modelu budeš mít hodně vracejících se zákazníků, to znamená, že budeš potřebovat nějaký systém, kde si budeš evidovat všechna jejich jména, informace o nich a jejich objednávky, aby ses z toho nezbláznila a abys vše uhlídala. S tím ti také pomůžu. U nás v bývalé firmě tomu říkali CRM a potřebovali to, aby si všechny tyto informace u zákaznících mohli někam zapisovat a plánovat. Je to jednoduchá aplikace na Internetu, nic složitého, v podstatě takový elektronický diář, kde můžeš napsat všechno, co potřebuješ, a ono to umí informace

a čísla utřídit, vyhledat, připomenout. Na semináři nám říkali, že to CRM je zkratka anglického názvu a znamená to v překladu něco jako řízení vztahů se zákazníky. Není to drahé a ono ti to udělá takovou spolehlivou asistentku, která vše hlídá, upozorňuje, posílá automaticky maily zákazníkům i faktury to umí vystavit. Je jich na Internetu spousta, musíš si jen vybrat jeden, který se ti bude líbit, nebude drahý a bude se dobře používat. Můžeš si to klidně otevřít i v mobilním telefonu, tak se kdykoliv dostaneš ke všem informacím o svém podnikání. Taky jedno CRM v obchodě využívám. Můžeme se zítra na něj podívat. Ukážu ti, že je to jednoduché a každý se s tím může naučit pracovat stejně, jako jsem se to naučila já. No, a že budeš potřebovat web, to je jasné jak facka, dneska podnikatel bez webu jako by nežil.“ Uzavřela Maruška vyčerpávající přednášku.

Maruška si spokojeně vydechla a vítězoslavně se podívala a Ivetku. V ten okamžik pochopila, co přesně myslela celé ty roky její maminka, když jí říkávala, že „čumí jak bacil do lékárny“. Přesně takový výraz měla Ivetka. Při pohledu na ni Marušce docvaklo, že takto to nepůjde. Musí pro Ivetku vymyslet nějaký jednoduchý a logický nástroj, mapu, obrázek, cokoli! Něco, kam jednoduše všechny své myšlenky zapíše a kde je utřídí, aby dávaly smysl a aby s nimi mohla pracovat kdykoliv znovu, zítra, pozítří, za týden či za měsíc. I jedno přísloví říká: „Lépe než darovat rybu je naučit rybu chytat.“ A protože Maruška byla žena činu, okamžitě věděla, jak na to. Přinesla ke stolečku fix a velký papír, který používala na balení krabiček. Papír fixou nadepsala „podnikatelský tahák“ a začala v něm postupně před Ivetkou vytvářet logickou strukturu všeho, o čem s Ivetkou mluvily.