

PODNIKÁME NA MATEŘSKÉ



Manuál, který vám pomůže
nastartovat či zlepšit vaše podnikání



OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA
ADAPTABILITA



Evropský sociální fond, Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti
Baby Office - coworkingové centrum s miniškolkou na podporu sladování rodinného a pracovního života
Reg. č.: CZ.2.17/2.1.00/35203

Dostává se vám do rukou materiál, který je výsledkem 2 leté práce projektu Baby Office. Pečlivě jsme mapovali potřeby žen, začínajících podnikatelek a problémů, s jakými se potýkají.

Podnikání žen podléhalo dlouhou dobu stereotypnímu vnímání. Podnikání bylo považováno za cosi převážně mužského, podnikatelky byly označovány za výjimečné ženy, které se dokázaly prosadit v mužském světě. V posledních letech se toto vnímání podstatně změnilo. Stále více žen se pouští do vlastního podnikání kvůli potřebě flexibilní práce i díky podpoře nejrozličnějších projektů jako je i Baby Office.

Český trh práce je stále genderově nevyvážený. Ženy berou menší plat na stejných pozicích jako muži. To je způsobeno především velkou mírou konzervativnosti české společnosti. Žena je vnímána jako ochránkyně rodinného krbu, tedy ta, která se stará o domácnost a děti.

Mateřská a rodičovská dovolená je ideální čas, kdy si podnikání vyzkoušet nanečisto. Zamyslet se nad svým životem, zhodnotit silné a slabé stránky a začít dělat to, co nás baví a naplňuje. Největší brzdou pro ženy v jejich rozletu je především nedostatek sebevědomí a obavy z toho, že podnikání je administrativně i jinak velmi náročné. Právě na tyto klíčové oblasti jsme se zaměřili.

Náš manuál má sloužit rodičům, kteří zvažují podnikání jako alternativní formu práce. Obsahuje ucelený přehled kroků, které je potřeba udělat před tím, než se člověk pustí na cestu podnikání.

Vycházíme z toho, že ne každý může nebo chce podnikat. Postupně, krok za krokem vede začínající podnikatelky k vysněnému cíli nebo k poznání, že podnikání není úplně to pravé, co chcete v životě dělat. Pak vám naše publikace pomůže uvědomit si svoje priority a můžete se s čistým štítem pustit do hledání ideálního zaměstnání.

Mateřství samo o sobě plně naplňuje jen 20 % žen. Ke spokojenému životu matky je nutné vyjít ze sociální izolace a stereotypu, udržovat kontakt se starým životem a zažívat pocity seberealizace.



Obsah

Desatero k úspěchu	4
1. Sebepoznání	15
2. Time management	23
3. Stress management	28
4. Work Life Balance	32
5. Sebe prezentace	36
6. Marketing	39
7. Komunikace, obchod	46
8. Vedení lidí	49
9. Finance	52
10. Zdravá firma	55
Inspirativní ženy podnikatelky	62

Desatero k úspěchu

10x10 praktických rad prověřených praxí.



SEBEPOZNÁNÍ

1

- 1** Zamyslete se nad tím, co v životě chcete.
- 2** Definujte si své životní hodnoty.
- 3** Zhodnoťte své schopnosti, dovednosti a znalosti.
- 4** Udělejte si osobní SWOT analýzu.
- 5** Myslete pozitivně.
- 6** Čtěte, studujte, vzdělávejte se.
- 7** Sebe postavte na první místo.
- 8** Žijte přítomným okamžikem.
- 9** Koncentrujte se na to, co umíte nejlépe.
- 10** Dobíjejte pravidelně baterky.

TIME MANAGEMENT 2

- 1 Při všem, co děláte, mějte na paměti především svoje vize.**
- 2 Plánujte. Dlouhodobě i krátkodobě.**
- 3 Nesnažte se dělat věci dokonale, ale dostatečně.**
- 4 Začínajte den s nejobtížnějším úkolem.**
- 5 Plánujte pouze 60% aktivit.**
- 6 Nedovoľte si rozptylování.**
- 7 Pracujte v ucelených předem definovaných intervalech.**
- 8 Naučte se říkat ne.**
- 9 Udržujte rovnováhu.**
- 10 Smiřte se s tím, že vždy budete mít víc příležitostí než času.**

STRESS MANAGEMENT 3

- 1 Naučte se rozpoznávat stres.**
- 2 Předcházejte stresu.**
- 3 Organizujte si svůj čas.**
- 4 Hledejte podporu u druhých.**
- 5 Mluvte s lidmi.**
- 6 Myslete pozitivně.**
- 7 Naučte se relaxační techniky.**
- 8 Žijte zdravě.**
- 9 Přijímejte své pocity včetně těch negativních.**
- 10 Nevyčítejte si, když se přese všechno dostanete do stresu.**

SEBE- PREZENTACE

4

- 1** Uvědomte si, že vaše sebeprezentace začíná ve vašem nitru.
- 2** Věřte sama sobě.
- 3** Nesnažte se kopírovat své úspěšné známé.
- 4** Vytvořte si vlastní jedinečný styl.
- 5** Začněte si budovat svou osobní značku.
- 6** Na veřejná vystoupení se připravujte.
- 7** Mluvte osobně, používejte příběhy.
- 8** Využívejte všech příležitostí, kdy vystoupit na veřejnosti.
- 9** Soustřeďte se na to, co se vám při prezentaci povedlo.
- 10** Staňte se tváří svého podnikání.

WORK-LIFE BALANCE

5

- 1** Uvědomte si své životní priority (viz. Sebepoznání)
- 2** Naučte se delegovat úkoly a povinnosti.
- 3** Nebojte si říct o pomoc.
- 4** Pouze pokud budete vy sama šťastná a spokojená, bude takové i vaše dítě.
- 5** Nelpěte na tradičním rozdělení rolí žen a mužů.
- 6** Nešetřete na věcech, které vám pomohou udržet domácnost v chodu (pomoc s úklidem, hlídání dětí).
- 7** Uvědomte si, že mateřství vás kvalifikovalo na náročnou pracovní pozici, tak neztrácejte sebevědomí!
- 8** Sdílejte zkušenosti s těmi, kterým se to podařilo.
- 9** Využívejte flexibilních úvazků a práce z domova.
- 10** Vzdělávejte se a rozšiřujte si kvalifikaci, neztrácejte pracovní tempo.

MARKETING

6

- 1 Vytvořte si marketingový plán.**
- 2 Dokonale poznejte a definujte svůj PRODUKT (Product).**
- 3 Obezřetně zvolte MÍSTO (Place), kde svůj produkt nabízíte.**
- 4 Strategicky určete CENU (Price), za kterou prodáváte.**
- 5 Věnujte maximální pozornost PROPAGACI (Promotion).**
- 6 Poznejte dokonale svého ZÁKAZNÍKA.**
- 7 Poznejte dokonale svou KONKURENCI.**
- 8 Budujte svou ZNAČKU.**
- 9 Myslete na své DOBRÉ JMÉNO.**
- 10 Pravidelně aktualizujte svou marketingovou STRATEGII.**

KOMUNIKACE OBCHOD

7

- 1** Snažte se nejprve pochopit, až poté být pochopen.
- 2** Buďte dobrým posluchačem, neskákejte do řeči.
- 3** Najděte v hovoru něco, co máte společného.
- 4** Úsměv a vyvážený oční kontakt dělá divy.
- 5** Přizpůsobte se partnerovi.
- 6** Zjistěte jaké má partner/zákazník potřeby a pomozte mu je naplnit.
- 7** Ved'te si seznam kontaktů (s poznámkami z osobních setkání, z e-mailů, z telefonátů, z vizitek a pod.).
- 8** Cíle schůzky naznačte v pravý čas.
- 9** Mluvte v užitečných. Ale jen v těch, které chce klient slyšet.
- 10** NEPRODÁVEJTE! Řešte problémy vašeho zákazníka!

VEDENÍ LIDÍ

8

- 1 Mějte jasnou vizi budoucnosti.**
- 2 Udělejte ze spolupracovníků spolupodnikatele. Vytvářejte týmového ducha.**
- 3 Praktikuje u pracovníků situační vedení.**
- 4 Odhadněte správně aktuální situaci.**
- 5 Snažte se, aby vaše jednání bylo předvídatelné.**
- 6 Budujte ovzduší důvěry a porozumění.**
- 7 Komunikujte pozitivně a otevřeně.**
- 8 Buďte dosažitelní.**
- 9 Vytrvale odměňujte a chvalte.**
- 10 Nezapomeňte na humor.**

FINANCE

9

- 1 Vytvořte si finanční plán.**
- 2 Zvolte financování vašeho podniku podle svých možností.**
- 3 Pravidelně kontrolujte realitu se svým finančním plánem.**
- 4 Mějte vždy k dispozici finanční rezervy.**
- 5 Při svém finančním plánování nezapomínejte na svůj plat.**
- 6 Najděte si spolehlivou účetní.**
- 7 Hlídejte si své cash-flow.**
- 8 Platte své závazky včas. Dobré jméno máte jen jedno.**
- 9 Pravidelně urgujte platby od odběratelů.**
- 10 Když se nedaří, nenechte se zdrtit. Každé podnikání v sobě nese vzestupy i pády.**

ZDRAVÁ FIRMA

10

- 1** Uvědomte si, že zdraví vaší firmy souvisí i s vaším zdravím.
- 2** Dbejte na zdravou životosprávu.
- 3** Vyčleňte si minimálně 2 hodiny týdně na pohyb.
- 4** Myslete na kvalitu životního prostředí ve vašem okolí.
- 5** Definujte etický a morální kodex vaší firmy.
- 6** Hlídejte si, jak finanční plán odpovídá realitě.
- 7** Pravidelně kontrolujte své pohledávky a jejich splatnost.
- 8** Platte včas své závazky.
- 9** Pokud se dostanete do problémů, řešte je včas.
- 10** Myslete na zdraví svých zaměstnanců.

SEBEPOZNÁNÍ



„Jste pány své mysli, tvůrci své osobnosti a tvůrci podmínek a prostředí, v nichž žijete, a tedy svého osudu.“

James Allen

Pokud člověk nezná sám sebe a neví, co vlastně chce, lehce se mu může stát, že životem jen tak proplouvá, dělá věci, které je zvyklý dělat, ale postrádá smysl, nadšení a vizi.

Prvním krokem k úspěšnému a spokojenému životu je naučit se znát sám sebe, vnímat svoje nejniternější přání a potřeby, naslouchat sobě a podle toho následně utvářet svůj život.

Čas pro zastavení

Mateřská a rodičovská dovolená je ideální čas, kdy můžete přehodnotit svůj dosavadní život a zamyslet si, co vlastně chcete a nechcete dělat. Je to období velkých změn ve vašem životě, často se stává, že ženy úplně přehodnotí svůj dosavadní život.

Péče o dítě nebo děti je často náročná a vyčerpávající, zvláště pokud se vám narodí první miminko. Vše je nové, vše se musíte učit, jste plná pochybností a zmatků. Ale již po několika týdnech nebo měsících zjistíte, že vám nějaký čas zbývá nebo vám chybí kontakt s dospělými a pocit seberealizace a naplnění.

To je ten pravý čas, kdy máte prostor se nad svým životem zamyslet a vrhnout se do něčeho nového - většinou s plnou podporou společnosti, která očekává, že žena je s dětmi minimálně 2 až 3 roky doma.

Poznejte sama sebe

Znáte se opravdu dobře? Jste spokojená s tím, jak se chováte ke svému okolí? Jste šťastná a spokojená?

Přinášíme řadu nástrojů, jak na tyto otázky odpovědět.

Zkuste nastartovat svoje myšlení, uspořádat si život a začít dělat věci, které vás baví a naplňují.

Dalším krokem je zmapovat své silné a slabé stránky, zjistit své přednosti a předpoklady pro práci, kterou chce dělat.

Jestliže uvažujete o podnikání, je dobré se zamyslet nad tím, co od toho očekáváte, proč se do něj chcete pouštět a zda máte potřebné schopnosti a jste ochotná osvojovat si potřebné dovednosti a znalosti.

Pracovní list

Máte problém uvědomit si, co v životě chcete?

Začněte s tím, že sepíšete, co si myslíte, že se od vás očekává?

Co očekáváte vy sama od sebe?

Co z výše uvedeného je to, co skutečně chcete?

Co se od vás neočekává, ale co byste chtěla vy sama?

Víte přesně, co od života očekáváte?

Napište stručně svoji vizi, kde byste chtěla být za rok.

Jak si představujete svůj život za 5 let?

Kde byste chtěla být za 10 let?

Pracovní list

Na čem vám v životě nejvíce záleží?

Napište 10 životních hodnot, které jsou pro vás nejdůležitější.

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.

Je dobré si uvědomit, jaké máte životní hodnoty. Je to soubor toho, co je pro vás v životě důležité, pro co stojí za to žít, čeho stojí za to se držet a rozvíjet. Uvědomit si své životní hodnoty je významné pro sebevědomí a úspěšný a spokojený život. Všichni je vidíme trochu jinak a i v průběhu života se naše priority mění.

V České republice lidé, muži i ženy, nad 20 let, v pořadí žebříčku hodnot uvádějí na prvním místě shodně „mít stálého partnera“. Potřeba dosáhnout úspěchu v zaměstnání a co nejvyššího vzdělání s věkem klesá. Naopak „mít děti“ pro obě pohlaví nabývá na významu od 30. roku výše.

Pracovní list

Vaše předpoklady k úspěchu

Společnost Ernst & Young si nechala vypracovat průzkum, který proběhl mezi 657 nejúspěšnějšími podnikateli z celého světa a vyplývá z něj, že za tři nejdůležitější vlastnosti podnikatelé pokládají vizi, vášeň a zaujetí pro věc.

Další důležité vlastnosti jsou: pracovitost, podnikavost, solidnost, odvaha, vytrvalost, trpělivost
cílevědomost

Popište, jak jste na tom s výše uvedenými vlastnostmi vy? Které vlastnosti máte a považujete je za důležité? Které vlastnosti vám chybí?

[illegible]

Pracovní list

Osobní SWOT analýza

SILNÉ STRÁNKY (STRENGTH)

Jaké jsou vaše dovednosti a znalosti? Jaké máte významné kontakty? V čem vynikáte? Dokážete snadno navazovat vztahy? Jste spíše individualistka nebo týmová hráčka? **Co považuje za vaše silné stránky okolí?**

SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESS)

Jakým činnostem se vyhýbáte? Jaké jsou vaše zlovyky? Jste zodpovědná? Chodíte včas? Co vám brání dosahovat svých cílů? Dokážete se ovládat? Dokážete se ohradit? **Co považuje za vaše slabé stránky okolí?**

PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES)

Sledujete trendy ve vašem oboru? Jste aktivní na profesních sítích? Snažíte se navazovat nové obchodní vztahy? Existuje ve vašem oboru díra na trhu? Máte v něčem konkurenční výhodu?

HROZBY (THREATS)

Hrozbou mohou být vaše slabé stránky, pokud s nimi nebudete správně zacházet. Jak se to může stát? Jakým překážkám čelíte ve svém životě?

A navíc pár otázek k zamyšlení ohledně vašeho odhodlání podnikat

Vy a podnikání

- ☐ Víte s jistotou, že CHCETE PODNIKAT
- ☐ Rádi byste podnikali, láká vás ta myšlenka, ale NEJSTE SI JISTÍ
- ☐ Podnikat chcete, protože NEMŮŽETE SEHNAT PRÁCI, která by vám umožňovala sladit práci a rodinu

Co vás od podnikání zrazuje

- ☐ Peníze na rozjezd
- ☐ Riziko neúspěchu
- ☐ Nízké sebevědomí
- ☐ Nejistota
- ☐ Nic

Jak moc je pro vás důležité (označte na škále 1-10, 1- nejméně důležité, 10 - nejvíce důležité)

Peníze	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Svoboda	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seberealizace	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Potřeba něco dokázat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Petr Vítek, jeden ze zakladatelů pražského, ostravského a brněnského Hubu označil za potenciálně úspěšný start-up ten, který obsahuje koktejl namíchaný z následujících ingrediencí:

1. EMOCE - Zakladatelé jdou do podnikání s nadšením, svému nápadu věří, dokáží strhnout ostatní.
2. PŘESAHA - Jde o službu, která je inovativní, nová, potřebná, mezera na trhu nebo jinak pojatý stávající segment trhu.
3. Zakladatelé mají potřebné DOVEDNOSTI (talent).
4. Zakladatelé dokáží vybudovat fungující TÝM.

A pak samozřejmě spoustu dřiny, odhodlání a vytrvalosti!

TIME MANAGEMENT



„Není pravda, že máme málo času, pravdou ale je, že ho hodně promarníme.“

Seneca

Jak začít naplňovat své vize?

Žijeme v době, kdy je běžné nestíhat, nemít čas... Máme příliš mnoho příležitostí, klademe na sebe příliš mnoho požadavků a úměrně tomu máme příliš málo času.

Jak z toho ven? Odpověď je překvapivě jednoduchá. Den má jen 24 hodin, minimálně 7 hodin spotřebuje spánek, další 2 hodiny jídlo, hygiena a další biologické a kulturní nezbytnosti. Se zbytkem času se musíme naučit efektivně hospodařit.

Jak na to, nám může pomoci několik jednoduchých návyků. Time management se tváří jako hotová věda, ale není to nic složitého. Jde o to, dosahovat vytyčených cílů a omezovat ty činnosti, které vás od nich odvádějí.

Co je time management

Time management by nám měl pomoci odpovědět na základní otázky:

- Jak zvládat všechny povinnosti tak, aby si člověk nepřipadal jako štvaná zvěř?
- Jak zvýšit efektivitu práce při vynaložení stejné energie?
- Jak mít situaci vždy pod kontrolou?
- Jak reagovat, když se přese všechnu snahu nedaří dodržovat časový plán?

Jak to často vypadá v realitě?

Práce je roztržena do množství krátkých úseků, člověk je neustále vytrhován nároky jiných lidí, je nucen řešit operativní problémy. Nemá dostatek času na strategické plánování, valí před sebou úkoly bez zastavení, pracuje dlouho do noci i o víkendech. Chce stihnout všechno a dostává se do časové smyčky, slibuje věci, které nemůže splnit proto, že nemá dostatek času na zhodnocení. Má tendenci pracovat na více úkolech najednou, zapomíná delegovat, soustředí se na nepodstatné detaily.

Poznáváte se? **Zkuste to změnit!** Nepůjde to snadno, protože naše návyky jsou silně zakořeněné a jakákoliv změna v sobě nese potřebu vystoupit ze své komfortní zóny a začít dělat věci jinak, ale první krok jste už udělali!

Zkuste aplikovat Paretovo pravidlo

**Soustřeďte se na 20% činností,
které vám přinesou 80 % výsledků.**

Mít vše hotovo - Getting Things Done (GTD)

Metod pro zlepšení organizace práce a šetření časem je mnoho, zde vám představíme metodu GTD (Getting Things Done) amerického konzultanta v oblasti produktivity práce, Davida Allena. Metoda je založená na předpokladu, že když se mozek zbaví zátěže spojené se zapamatováním nejrůznějších úkolů, schůzek, závazků a dalších organizačních věcí (záležitostí), může se plně věnovat vlastnímu plnění úkolů, které tím pádem může dělat lépe a rychleji. Spočívá ve vytváření seznamu úkolů a systému rozhodování, kdy daný úkol udělat.

V systému GTD se nerozlišuje mezi pracovními a soukromými úkoly, tím pádem je to ideální nástroj pro zaměstnané matky, které často řeší zároveň děti, domácnost, zaměstnání nebo podnikání a další aktivity.

Základem je, sepsat si všechny věci, které od nás vyžadují jakoukoliv akci (ZÁLEŽITOSTI). U každé činnosti se musíme vždy ptát: Jaký je další krok? V grafické podobě to ukazuje diagram na následující straně.

Je záležitost REALIZOVATELNÁ? Pokud NE, pak máme 3 možnosti:

- 1 Vyhodnotíme ji jako nedůležitou a můžeme ji VYHODIT - do koše nebo pomocí klávesy delete.
- 2 Vyhodnotíme záležitost jako nedůležitou v tomto okamžiku, ale v budoucnosti se k ní chceme vrátit, tedy ji můžeme ODLOŽIT.
- 3 Záležitost obsahuje INFORMACI, která se nám může hodit, budeme ji tedy ARCHIVOVAT. To představuje dobrý systém pro archivaci.

Je to REALIZOVATELNÉ? Odpověď je ANO:

V zásadě dělíme realizovatelné záležitosti na Projekty a Úkoly, které vyžadují DALŠÍ KROK.

- 1 UDĚLEJTE TO. Jestliže že daný krok zabere méně než dvě minuty, měli by jste je provést v okamžiku, kdy jste jej zformulovali.
- 2 DELEGUJTE TO. Bude-li daná akce trvat déle než dvě minuty, položte si otázku: Jsem ten pravý člověk, který to má udělat? Zní-li odpověď ne, delegujte akci na příslušnou osobu.
- 3 ODLOŽTE TO. Bude-li akce trvat déle než dvě minuty a musíte ji provést vy, odložte ji. Na delší úkoly je potřeba vyhradit si souvislý čas, který by vám mohl narušit harmonogram toho dne. Zapišete si do na později a zaznamenat do jednoho či více seznamů dalších kroků.

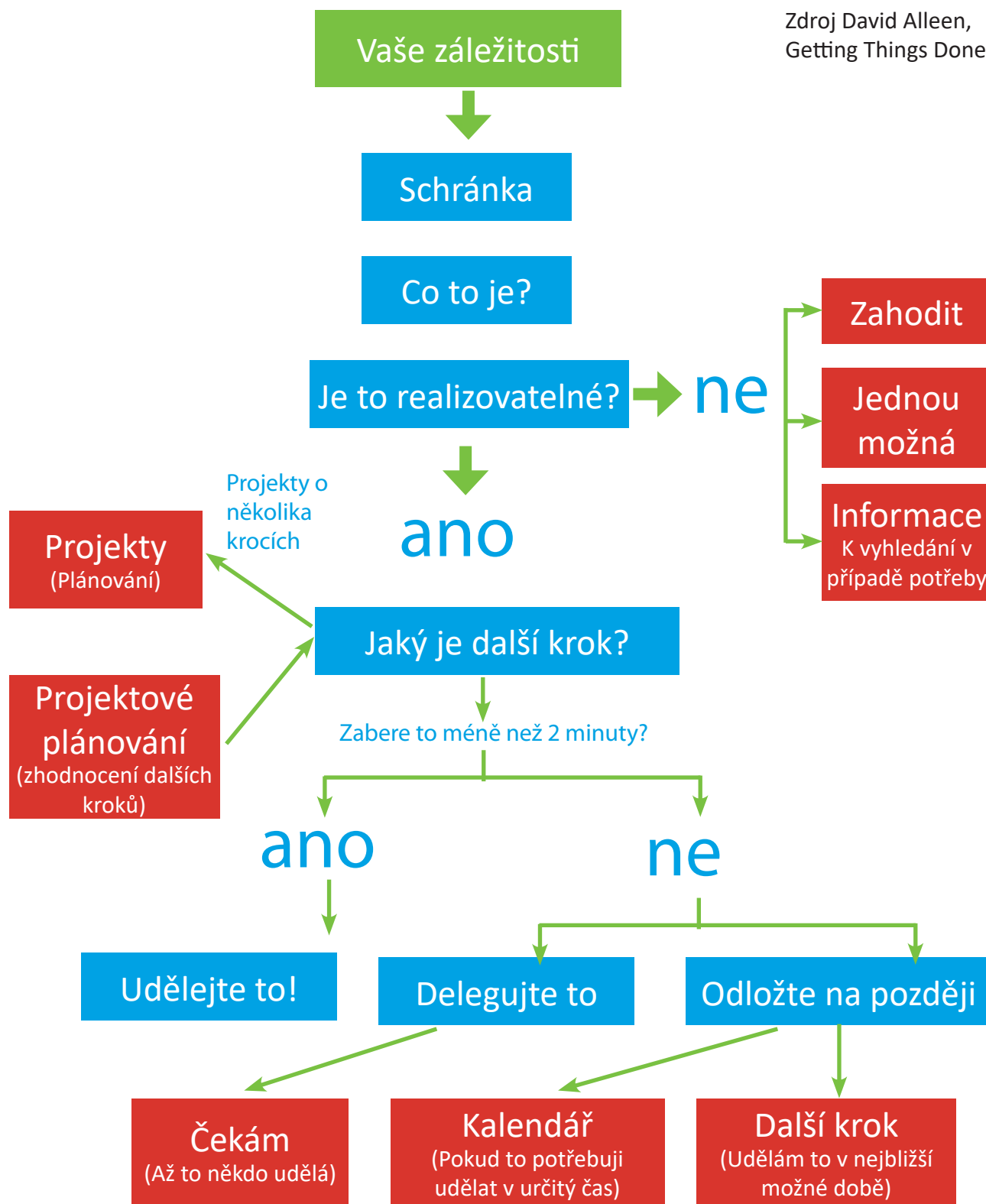
Nástroje pro GTD

<http://www.toodledo.com/>

<http://www.trgtd.com.au/>

Pokud nemáte rádi on-line aplikace, stačí vám obyčejný diář a list papíru, kam si budete psát své záležitosti.

Zdroj David Allene,
Getting Things Done



Pracovní list

Jací jsou vaši největší žrouti času

Jestliže se vás daný časožrout týká, zaškrtněte políčko a vedle napište možné řešení.

- ☐ telefonické hovory
 - ☐ čtení mailů
 - ☐ neplánované porady a setkání
 - ☐ špatný odhad priorit
 - ☐ špatný odhad času, který vám úkoly zaberou
 - ☐ nepořádek ve vašich věcech
 - ☐ nepořádek u zadavatele úkolů (klient, nadřízený)
 - ☐ nedelegování úkolů
 - ☐ snaha o okamžité plnění úkolů
 - ☐ perfekcionismus
 - ☐ nerozhodnost
 - ☐ neschopnost říci ne
 - ☐ nepřesné informace
 - ☐ nesoustředěnost
 - ☐ únava, nemoc
-
-

STRESS MANAGEMENT



„Stres není něco, co se nám děje. Je to naše reakce na to, co se děje. A reakce je otázkou volby.“

Maureen Killoran

Stres zásadně ovlivňuje naše psychické i fyzické zdraví. Pociťujeme ho jako břímě, zátěž tlak nebo tíseň. Vyvolává emoční a výkonové změny. Stres může způsobovat například přepracování, nedostatek spánku, nenadálá životní událost, krize v partnerství apod.

Co se děje při stresu s naším tělem?

Alarmová fáze

V první fázi stresu tělo rozpoznává nebezpečí a připravuje se na řešení nebezpečné situace. Odpovídá na STRESOR - v případě stresu z práce má stresor mentální charakter, jindy může být fyzický nebo vnější. Tělo začne produkovat hormony a rozhoduje se, zda bojovat nebo utéci. Dochází k reakci, kdy tělo produkuje adrenalin, který je nutný pro zvládnutí stresové reakce, a kortizol, který vyvolává procesy, při nichž se hroutí buňky a tkáně. V optimálním případě má tělo dostatek adaptivní energie a se stresem se vypořádá. Pokud je ale tělo vystaveno stresu dlouhodobě nebo je stres příliš silný, naruší se tělesná rovnováha a tělo se přesune do fáze rezistence.

Fáze rezistence

V této fázi se tělo na stres adaptuje a snaží se vyrovnat se stresory, jimž je vystaveno. Hladiny hormonů se mohou vrátit opět do normálu a tělo reguluje i adaptivní energii, kterou potřebuje na boj se stresem. Pokud se tělu nepodaří úplně vypořádat se stresem, přechází do fáze vyčerpání. Když je tělo vystaveno stresu delší dobu, může dojít k narušení vnitřní rovnováhy a zvyšuje se riziko onemocnění. Tělo je schopno určitou míru rezistence zvládnout, ale s klesající adaptivní energií tato schopnost slábne. Nastupuje vyčerpání.

Fáze vyčerpání

K této fázi dochází, pokud situace trvá delší dobu. Tělo ztrácí adaptační schopnost v důsledku vyčerpání energetických rezerv. Vyčerpání vede k únavě a výskytu onemocnění.

Jak na stres?

Zamyslete se nad vaší současnou situací pomocí pracovního listu na další straně. Snažte stresové situace poznat, pojmenovat a pak se od nich postupně odpoutat.

Dlouhodobý stres může vést až k syndromu vyhoření. To je stav celkového psychického i fyzického vyčerpání a projevuje se velkou únavou, apatií, pochybnostmi o smyslu života, o své práci i o sobě. SYNDROM VYHOŘENÍ nepřichází náhle, upozorňuje na něj řada symptomů, které není radno podceňovat.

Pracovní list

Poznej svého nepřítele

Jaké jsou vaše největší stresory?

Jak se na vás stres projevuje?

Jak řešíte stresové situace?

Jak často jste stresu vystavená?

Co můžete udělat, abyste se vyhnula stresorům?

Pokud situace, které u vás stres vyvolávají, nemají rychlé a jednoduché řešení, je potřeba se naučit se stresem zacházet, nejlépe na úrovni těla. Velmi pomáhá správná životospráva, pravidlená strava a cvičení. Naučte se také správně dýchat a v okamžicích napětí se soustředte na svůj dech.

Jste od přírody pesimista? Nevadí! Naordinujte si pozitivní myšlení! Radost ze života se dá naučit!

Naučte se stres předvídat. Stresovou situaci si představujte předem, rozhodněte se, jak v dané situaci chcete jednat, a pak se svého rozhodnutí držte. Nevychýtejte si, když se vám nepovede vaše rozhodnutí dodržet.

WORK-LIFE BALANCE



„Nepřemýšlejte o rovnováze mezi prací a soukromím. Přemýšlejte o životní rovnováze.“

Jak sladit práci a rodinu a ještě si najít čas sama pro sebe může být leckdy téměř neřešitelný problém. Zvláště pokud jsou děti malé, je tato výzva téměř nerealizovatelná.

Pojem Work-life Balance se poprvé začal používat v 70. letech 20. století, tento pojem neznamena pouze sladění rodinného a pracovního života, ale soulad osobních potřeb s pracovní částí dne. Osobní potřeby se během průběhu života mění.

Nastupující generace „Y“ již nechce trávit v práci celý den jako jejich rodiče, ale chce se věnovat svým zájmům, studiu, přátelům, rodičům, rodině apod. Průkopníky WLB jsou i významní podnikatelé jako např. Richard Branson, majitel značky Virgin nebo Tony Hsieh, CEO firmy Zappos. Jejich filosofií je koncept „šťěstí v práci“ – princip, který ctí člověka a jeho potřeby – žít harmonický, smysluplný a pokojný (pracovní) život. Podnikání, které je kromě obchodního důvtipu a umu prodchnuto také radostí a hlubším smyslem, mívá lepší výsledky a nabíjí a obohacuje nejen zaměstnance, ale i zaměstnavatele, obchodní partnery a zákazníky.

Sladováním práce a rodiny se dnes zabývají především ženy, muži ho většinou příliš neřeší, protože se to od nich neočekává.

- Pohled na muže a ženy změnila průmyslová revoluce, kdy začali muži odcházet za prací do měst a továren a ženy začaly být spolu s dětmi mimo hlavní dění. Do té doby dělali muži i ženy to, co bylo doma potřeba, včetně péče o děti.
- V současnosti je v ČR na rodičovské dovolené 98 % žen a jen 2 % mužů

Tipy a triky pro home office

- 1 Pokud to jde, pracujte bez dítěte (když spí apod.)
- 2 Nesmíte se zabývat tím, co je doma potřeba udělat – kupte si paravan a pracovnu oddělte
- 3 Klidně se oblékněte, jako když jdete do práce
- 4 Nejezte u PC

Tipy a triky pro úsporu času

- 1 plánujte si i volný čas
- 2 upustěte od aktivit, které pouze vysávají čas a energii – stanovte si priority a vypusťte neproduktivní schůzky
- 3 zvažte své pochůzky a povinnosti – mnohé povinnosti lze delegovat nebo zařizovat online
- 4 zůstaňte v pohybu – pokud se vám nedaří se soustředit, zkuste si jít zaběhat či se rozptýlit jiným pohybem

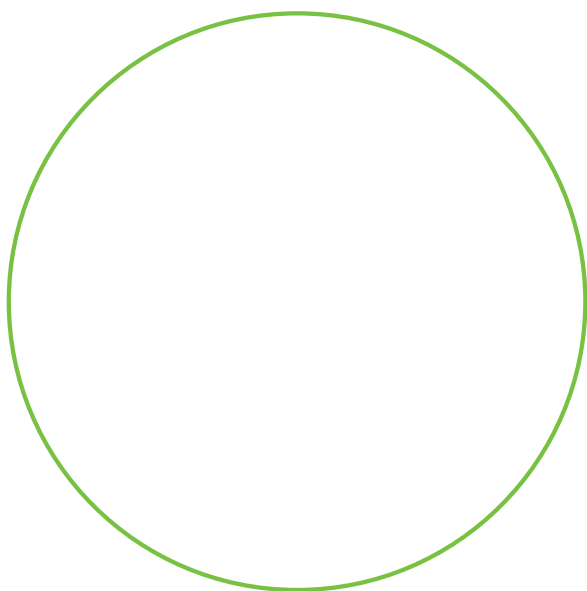
Pracovní list

Koláč života

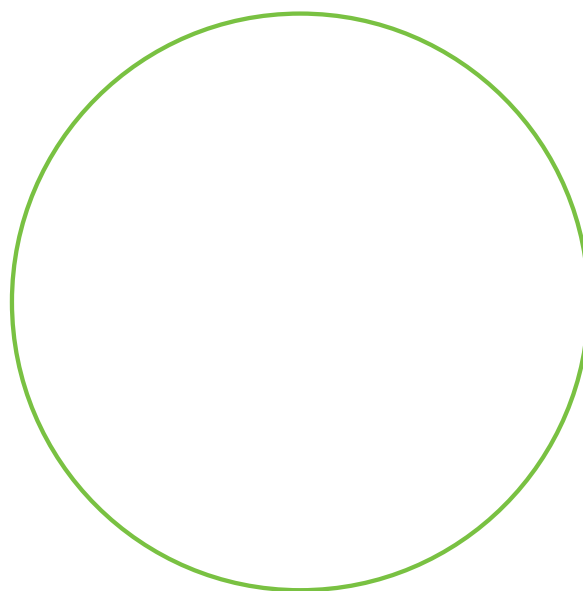
Nakreslete si současný stav svého života. Zakreslete, kolik prostoru ve vašem životě zaujímají děti, partner, práce, koníčky, odpočinek, zábava a další.

Do druhého kruhu nakreslete ideální stav. Upravte, uberte, přidejte položky tak, aby výsledek ukazoval, jak chcete, aby váš život vypadal.

SOUČASNÝ:



IDEÁLNÍ (ale realistický):



Co se významně změní?

.....

Čeho bude méně a čeho naopak více?

.....

V jakém časovém horizontu to je reálné?

.....

Pracovní list

Snímek týdne

Zamyslete se, jaké aktivity máte během svého typického týdne a v tabulce zaškrtněte, jaké byste jim přiřadil/a charakteristiky.

AKTIVITA	Aktivita je pro mě (znamená pro mě):					
	radost	smysl	zaujetí	povinnost/ zátěž	koníček	zábava

Jak vnímáte svoje aktivity, jejichž charakteristika převažuje? Které je naopak málo?

SEBEPREZENTACE



*„Vaše podnikání bude takové,
jaká jste vy sama.“*

Sebe prezentaci můžeme chápat jako umění prodat sama sebe. Tato schopnost vychází z emoční inteligence, kterou je možné se naučit. Sebe prezentace začíná uvnitř, pokud chceme dobře působit navenek, musíme se v první řadě dobře cítit, být spokojení sami se sebou. To ovšem předpokládá, že se úplně ztotožňujeme s tím, co říkáme.

Sebevědomí

Mnoho úspěšných žen přiznává, že největší překážkou na cestě za svými cíli, bylo pro ně překonání nízkého sebevědomí. S problémem nízkého sebevědomí se potýkají hlavně ženy, muži bývají mnohem sebejistější.

Jak vytvořit poutavou prezentaci

Každá správně realizovaná prezentace by měla vzbudit důvěru u posluchačů. Jelikož právě oni vám musí uvěřit, že o daném tématu či produktu víte opravdu mnoho, díky tomu poté mohou klást větší váhu vašim doporučením, a do budoucna se jimi řídit.

- Základním stavebním kamenem každé úspěšné prezentace je pečlivá, a často časově náročná příprava.
- Aby vše správně fungovalo, musíte mít naprosto jasnou představu, o čem prezentujete a ukázat, že tomu také sami věříte.
- Při jakémkoliv prezentování je na nejvíc důležité vystihnout to nejdůležitější a to jasnou a velmi stručnou formou v krátkém úseku času, abychom posluchače neuspali.
- Prezentace musí být pro každého pochopitelná, musí být přesvědčivá, místy až napínavá a zábavná a hlavně stručná.
- Nezapomeňte, že i naprosto odborná témata je možné prezentovat posluchačům přijatelnější formou.
- Dále nesmíte opomenout promyslet si, pro jakou cílovou skupinu je daná prezentace určena a tomu dále přizpůsobit svůj vzhled, doprovodné pomůcky (datový projektor, tabule, flipchart, video apod.) a samozřejmě formu přednesu.
- Je dobré se pokusit dát všechna data do poutavé vizuální podoby, za účelem udělat prezentaci pro posluchače zajímavější.
- Na konci většiny prezentací či přednášek se nechává prostor pro otázky. Zde je opět nutné zdůraznit přípravu. Mylná odpověď na položenou otázku může pokazit dojem z celé prezentace.

Čeho se vyvarovat? Rychlý projev bez přestávek a nedostatečný oční kontakt může odklonit pozornost posluchačů. Snažte se nepoužívat příliš dlouhé věty a slova, a mnoho zdvořilých frází v krátkém úseku. Časté používání pasivních tvarů může být také na škodu. Častá chvála sebe sama také není úplně vhodná.

Jak na trému?

Máte trému při vystupování před lidmi? Zapotí se vám ruce a celá zčervenáte, pokud máte něco říci neznámým lidem? Nevěšte hlavu! Nejste v tom sama! Málokdo se rodí jako skvělý řečník. I ti nejlepší performeři se přiznávají, že jim zpočátku dělalo vystupování nepřekonatelné potíže. A mnoho z nich pociťuje trému před každým vystoupením dodnes. Dokonce je tréma považována za zdravý hnací motor dobré přednášky.

Jak na překonání trémy?

Důkladně se na veřejné vystoupení připravte. Rozmyslete si přesně, co budete říkat. Čím kratší vystoupení, tím důkladnější by měla být příprava. Naučte se z paměti začátek a konec prezentace. Stačí jedna nebo dvě věty.

Jestli máte čas a odvahu, natočte se cvičně na video ať vidíte, jak působíte. Nebudte ovšem k sobě přehnaně kritická při posuzování vaší prezentace.

Po důkladné přípravě vše odevzdejte do rukou osudu. Říkejte si: „Mám skvělou prezentaci. Přednesu ji s energií a nadšením.“ Můžete zvolit i jiné autosugestivní věty. I když budete mít o sobě pochybnosti, nepřipouštějte si je a opakujte svou mantru. Minimálně hodinu před prezentací na ní už vůbec nemyslete.

Mluvte při každé možné příležitosti. Můžete začít tím, že budete pokládat otázky při prezentacích jiných lidí, navštěvujte networkingové akce (vice o networkingu v kapitole Obchod a Komunikace).

Naučte se správně dýchat. Když se soustředíte na vědomé dýchání, vždy vám to navodí pocit klidu a harmonie.

Při samotné prezentaci si najděte posluchače, který se na vás usmívá a je vám viditelně pozitivně nakloněn. Když se přeřeknete, nedokončíte větu nebo zapomenete, co jste chtěla říci, netrapte se tím. Usmějte se a pokračujte dále kde si vzpomenete. Posluchači jsou také jen lidé a drobných nedostatků si možná ani nevšimnou a pokud ano, berou je jako zpřestření. Udržujte s posluchači vizuální kontakt.

Jak budovat svoji osobní značku

Uvědomte si, že vy jste nositelem svého podniku, musíte působit důvěryhodně, pozitivně a tak, že si vás lidé budou spojovat s možným řešením jejich problémů.

MARKETING



„Kdybych měl posledních pět dolarů, tak tři z nich věnuji na reklamu.“

Henry Ford

Marketing je proces hledání zákazníka a uspokojování jeho potřeb.

Segmentace trhu

Nejprve je potřeba odpovědět na základní otázku: KDO JE MŮJ ZÁKAZNÍK?
(Popište svého ideálního zákazníka.)

Abyste dokázali co nejlépe uspokojit potřeby svých zákazníků, potřebujete je rozdělit do homogenních skupin a přizpůsobit jim nabídku i způsob propagace. Tomuto procesu se říká segmentace. U obecných kritérií pro segmentaci uveďte ty, které se týkají vašeho produktu. (Přihlédněte ke svému ideálnímu zákazníkovi, kterého jste popsali výše.)

Demografická (věk, pohlaví, počet a věk dětí apod.) _____

Geografická (regiony, města vs. venkov apod.) _____

Socioekonomická (zaměstnání, příjem apod.) _____

Psychologická (hodnoty, zájmy, postoje apod.) _____

Nákupní chování (frekvence nákupů, loajalita apod.) _____

Do tabulky vyplňte jednotlivé segmenty zákazníků:

Kdo	Popis	Co jim nabízíme	Proč budou kupovat u nás?	Podíl na zisku *

* Jaký podíl na zisku má tento segment

Marketingové cíle

Marketingové cíle musí být reálné a musí být měřitelné. Příklady marketingových cílů: zvýšit zisk o 30%, otevřít kamennou prodejnu, začít nabízet služby ženám 50+ apod.

Napište, jaké jsou vaše nejbližší marketingové cíle:

Název	Popis	Nástroje, jakými cíl dosáhneme	Kolik nás to bude stát?

Marketingový mix

je taktickým nástrojem klasického marketingu. Skládá se ze správně namíchaného koktejlu následujících ingrediencí:

Produkt (Product) – Cena (Price) – Místo (Place) – Propagace (Promotion) = 4P

+ Procesy (Processes) – Lidé (People) – Fyzický důkaz (Physical Evidence) = 7P

Model 7P je důležitý hlavně v oblasti služeb.

Produkt

(Popište detailně svůj product/své produkty. V čem jsou odlišné od toho, co nabízí konkurence.

Proč by si lidé měli kupovat právě vaše produkty/služby.)



Cena

(Za jakou cenu nabízíte svůj produkt? Jak stanovujete svou cenu?)

Nevíte, jak stanovit svou cenu?

O zásadách cenotvorby si přečtěte zde:

<http://www.podnikatel.cz/clanky/prvorepublikove-rady-pravidla-cenotvorby/>

Zkuste kalkulátor hodinové sazby: <http://www.cevelova.cz/hodinova-sazba/>

Tipy na zvýšení prodeje pomocí čarování s cenou si přečtěte zde:

<http://blog.acomware.cz/5-zpusobu-jak-pomoci-spravne-cenotvorby-zvysit-prodeje/>

Místo

(Kde svůj produkt nabízíte? Popište prodejní kanály, kterými svůj produkt nebo službu nabízíte, chcete nabízet.)

Propagace

- Marketing na internetu
 - Search Engine Marketing (SEM) - PPC reklama, kde platíte za klienta přivedeného na váš web
 - E-mailová reklama - pravidelné publikování informačních newsletterů pro vaše klienty
- Klasická reklama (TV spoty, reklama v tištěných periodikách) není pro začínající podnikatele příliš vhodná vzhledem k vysokým nákladům a nejisté účinnosti
- Public relations - mocný nástroj především v internetovém marketingu
- Marketingové materiály - vizitky, letáky a další propagační materiály
- Marketingové akce

Volba propagačních kanálů se odvíjí od produktu nebo služby, které nabízíte.

Lokální vs. globální product

Pokud nabízíte produkt omezený na určité místo, zaměřte se na lokální propagaci. Upoutávky v místě provozu, inzerce v lokálních periodikách, letáky v okolních provozovnách apod.

Rozpočet na marketing

Jak určit správný rozpočet? Často se setkávám s tím, že klienti přijdou a chtějí vědět kolik je budou stát různé dílčí marketingové aktivity, a když se zeptám, jaký mají rozpočet, tak nemají nejmenší představu. Marketing je aktivita, která přivádí zákazníky, pomocí ní přitékají do firmy peníze. Je potřeba jí tudíž věnovat maximální pozornost.

Ideální je stanovit rozpočet % z celkového obrátu firmy. Většina firem dává na marketing kolem 1% celkového rozpočtu. U rozjezdu firmy je situace o něco složitější. Tam není možné vycházet z údajů z minulých let, je tedy potřeba stanovit rozpočet na základě marketingové strategie. Hezké shrnutí, jak stanovit rozpočet na marketing je zde: <https://clipsan.com/blog/6-tipu-pro-planovani-marketingoveho-rozpocetu-na-rok-2015/>

Budování značky

Značka je zpravidla to nejcennější, co v podniku budujete. Myslete na to při svých aktivitách i při jednání s klienty. Značka je to, co prodává.

Proč vy a váš produkt? Co chcete svým klientům sdělit?

Jaké emoce chcete, aby vaše značka vzbuzovala?

Značka se buduje na tom, co o vás lidé říkají, ne na tom, co o sobě říkáte vy. Jakou máte pověst?

SWOT ANALÝZA

Jaké jsou klíčové trendy, příležitosti a hrozby týkající se odvětví, ve kterém podnikáte / chcete podnikat?

SILNÉ STRÁNKY (STRENGTH)

V čem jsme dobří? Co děláte/chystáte se dělat lépe než konkurence?

SLABÉ STRÁNKY (WEAKNESS)

Jakým problémům čelíte? Potýkáte se s nedostatkem financí, vaší omezenou kapacitou, nízkým sebevědomím?

PŘÍLEŽITOSTI (OPPORTUNITIES)

Podívejte se na své silné a slabé stránky. Jaký je v nich potenciál růstu (v silných) nebo zamezení hrozeb (ve slabých)

HROZBY (THREATS)

O jakou výhodu můžete přijít a jak tomu zabránit?

KOMUNIKACE a OBCHOD



*„Nikdy jsem se nenaučil jedinou věc při mluvení.
Naslouchejte!“*

Larry King

Komunikace je základ pracovního a rodinného života. Pokud ovládnete umění komunikace, může se stát vaší nejsilnější zbraní. Vaše schopnost sdělit dobře o co vám jde znamená rozdíl mezi úspěchem a neúspěchem. Komunikace a dialog otevírá svět.

Jak tedy komunikovat správně a efektivně?

- Vzbudte sympatie
- Vytvořte otevřenou a důvěryhodnou atmosféru
- První dojem berte s rezervou
- Nic nepředstírejte
- Aktivně naslouchajte
- Naučte se sumarizovat
- Hovořte jasně, srozumitelně a nepodceňujte „řeč těla“ (pohyby, kývání hlavou, gesta, mimika, hlas, výraz tváře, chůze, pozice a držení těla, oční kontakt, vzhled)

Člověk, který umí dobře a úspěšně komunikovat, zná své téma, své silné a slabé stránky a vhodné výrazy, které neváhá použít. Má jasný hlas, sebeúctu, pokoru, dostatek energie a elánu, správné držení těla a umí dobře naslouchat i sumarizovat. Ví, jak projevit empatii, umí vytvářet vazby a budovat vztahy.

Kvalita komunikace je samozřejmě ovlivněna i příjemcem. Schéma komunikace funguje na ose autor zprávy – vlastní zpráva – prostředek vyjádření – příjemce zprávy – zpětná vazba

Při komunikaci s klienty je důležité především pečlivě naslouchat, říkat pravdu, být stručný a používat zájmeno já. Naopak je nutné vyvarovat se útočení na konkurenci, užívání firemního žargonu a přílišných emocí.

Ideální vlastnosti pro úspěšnou komunikaci jsou připravenost, schopnost improvizace, srozumitelnost, energie, pozitivní pohled na svět, zdravé sebevědomí, nadšení pro věc, pružné přizpůsobení se situaci a empatie.

Pokud nekomunikujeme správně, vystavujeme se nebezpečí promarněného času, nedostatečných výsledků, sporů, rozpadu vztahů, ztráty důvěry, nedorozumění i zhoršení obchodů.

Nesnažte se prodávat! Řešte problémy svých klientů!

Databáze kontaktů

Vytváření sítě kontaktů je základním pilířem dobrého obchodníka. Ved'te si seznam kontaktů lidí, se kterými se setkáváte. Dobré je poznamenávat si i osobní poznámku ke každému kontaktu. Např. paní, která má na starosti nákupy ráda pečce apod. Databáze se hodí i do budoucnosti.

Networking

Navazování vztahů na nejrůznějších akcích se říká networking. Spousta lidí má zábrany dát se jen tak s druhým do řeči a hledat společná témata, proto se organizují různé akce, které mají tuto bariéru překonat.

[Tipy na nejlepší networkingové akce v Praze.](#)

LinkedIn

V dnešní době je velký rozruch okolo Sociálních sítí, které lze vnímat jako prostředky, díky kterým můžeme najít nejen nové kontakty pro budoucí spolupráci, ale také nové potenciální zaměstnance. A hlavně toto využití splňuje síť [LinkedIn](#). Pakliže přemýšlíte nad obsazením nové či uvolněné pracovní pozice, nezaměřujte své úsilí pouze na inzerci na pracovních portálech jako je jobs.cz a jim podobné. Vytvořte si kvalitní profil na LinkedIn a zkuste si najít nové kolegy právě na této síti. Nemusí se jednat pouze o kolegy či budoucí partnery, při troše marketingového umu zde můžete ulovit i nové potencionální zákazníky.

Máte-li konečně vyplněný profil, neostýchejte se poprosit své kolegy, přátele a minulé vedoucí o referenci. Stejně jako tomu je u služeb a výrobků, reference jsou často cennější než kdejaký souhrn informací.

Rozšiřujte svá spojení s osobami a skupinami, které Vás inspirují, zajímají a se kterými je výhodné být ve spojení.

LinkedIn není stejný jako Facebook, nemusíte na svůj profil vkládat pouze příspěvky. Zpracovali jste zajímavou prezentaci či nějaký průzkum, případně vedete blogy? Zde máte možnost nahrát všechny materiály do svého profilu. Avšak nezapomeňte, že jste na profesionální síti, takže příspěvky o tom, co vaše ratolest zase vyvedla, nebo to, že už umí číst, si nechte na Facebook. Sem se to nehodí!

Týmová práce

Nejlepších výsledků v obchodě budete dosahovat jako součást týmu.

Jakého vítězného týmu jste byli součástí?

Jaký měl tým pravidla?

Zamyslete se nad tím, s kým byste mohla ve vašem oboru spolupracovat?

Elevator Pitch

Připravte si krátké povídání o vašem projektu (maximálně 2 minuty). Název elevator pitch vznikl ze situace, kdy ve výtahu potkáte investora / klíčového klienta, a musíte ho zaujmout dříve než výtah dojede do 10. patra.

Vedení lidí



*„Žádný podnik nevyroste k velikosti,
pokud nevynalezne způsob, jak měnit
nádeníky v ředitele.“*

Tomáš Baťa

Manažerské dovednosti potřebujete neustále. Ať již v organizaci chodu rodiny, organizaci vlastní práce, při řízení externích spolupracovníků nebo kmenových zaměstnanců firmy.

Je možné se naučit správně vést lidi? Nebo je to věc vrozená? Určitě existují psychické předpoklady, někdo je od přírody lepší organizátor, ale do jisté míry je možné se manažerský dovednostem naučit.

Jako mnoho autorů, tak i Vodáček s Vodáčkou (2006) tvrdí, že manažerská funkce vedení je považována za hlavní náplň činnosti manažerů, jelikož lidé jsou považováni za největší kapitál dobrých firem. V současnosti se klade důraz na kvalitu vedení, neboť ta je základem úspěchu podniku. Smyslem vedení je přesvědčovat a přimět pracovníky, aby dělali věci ochotně, nejlépe s nadšením, za účelem dosažení plánovaných cílů. Přístupů k vedení je interpretováno mnoho. Jelikož manažer svým vlivem působí na své podřízené, dochází tak i k ovlivňování výsledků podnikání. Jeho role je velmi náročná vzhledem k tomu, že na něm záleží osud celého podniku. Manažer musí vytvořit v organizaci takové pracovní podmínky, které vyhovují všem, a svým chováním určuje pracovní klima v podniku. Proto každý manažer musí svou pozornost neustále směřovat ke svému rozvoji (Armstrong, Stephens, 2008).

Klasická teorie - Leadership

Klasická teorie vedení uvádí tři hlavní styly (Kreitner, Kinicky, 1989 in Bělohlávek, Košťan, Šuleř, 2006):

Autoritativní styl, kde moc i rozhodování se soustřeďují v rukou vedoucího. Ten přiděluje lidem přesně definované úkoly, komunikace je jednosměrná shora dolů. Výhodou je dosažení pravidelného a vysokého výkonu pracovníka, u kterého se však potlačuje individuální motivace a iniciativa, což je největší nevýhodou tohoto stylu.

Demokratický styl, kde vedoucí deleguje velkou část své autority, avšak ponechává si svou odpovědnost v konečných rozhodnutích. Práce se přiděluje na základě participativního rozhodování skupiny. Komunikace je zde dvousměrná. Pracovníci se podílejí na rozhodování, takže výhodou tohoto stylu je jejich osobní zaujetí. Nevýhodou je značná časová ztráta vyplývající z demokratického rozhodování.

Styl laissez-faire, kde vedoucí ponechává řízení práce plně na svých pracovnících a jeho autorita je přenechávána skupině, která sama řeší rozdělení a postup práce. Komunikace je převážně horizontální, neboli mezi jednotlivými členy skupiny. Výhodou je, že pracovníci si mohou věci dělat podle svého. Naopak nevýhodou je, že pracovník může bezcílně tápat tehdy, když je nějakého vedoucího třeba.

Specifika ženského leadershipu

O ženě manažerce se přemýšlí velmi stereotypně. Společnost stále rozděluje muže na živitele a manažery a ženy na matky. Ženy se berou jako ty, které vždy preferují rodinu před prací a kariéra je pro ně až na druhém místě. Ženy také společnost považuje za více emotivní a neschopné jednat racionálně.

Takové stereotypy jsou velmi limitující. Pozor: naše vlastní vnitřní bariéry (nemůžu být dobrá i v práci, chci být hlavně dobrá matka) nás často limitují více než vnější bariéry (co si kdo myslí apod.).

Zamyslete se, jak s těmito stereotypy a bariérami nejlépe bojovat a odpovězte na otázky: Jak je kariéra vnímána u mužů a jak u žen? Co ženskou kariéru ohrožuje a limituje? Je pro vás důležitá pracovní seberealizace? Máte svoji kariéru naplánovanou?

Proč být dobrou manažerkou?

- Jen tak můžete úspěšně nastartovat a udržet vaše podnikání nebo být úspěšná na trhu práce
- Budete mít pod kontrolou své sebevědomí, time management, rozhodování i komunikaci
- Budete mít pod kontrolou pracovní i osobní život

Jaká je dobrá manažerka? Jak být dobrou manažerkou?

- Je sebevědomá – uvědomuje si své silné stránky a přednosti, zná svůj potenciál a rezervy a zná dokonale oblast, ve které podniká
- Umí řídit lidi i sebe
- Je asertivní – ovládá zdravé sebeprosazování a respekt vůči jiným
- Vyjadřuje ostatním respekt, ale také ho vyžaduje
- Ovládá komunikaci – verbální i neverbální, krizovou i „face to face“
- Orientuje se v mezilidských vztazích – je lidská, vnímavá a má sociální citění, zajímá se o podřízené a umí komunikovat s lidmi na „všech úrovních“
- Nepochybuje o sobě
- I v krizi vidí příležitost

NECHTE SE INSPIROVAT

Máte ve svém okolí ženy, které jsou podle vás dobré a úspěšné manažerky? Znáte se s nimi osobně? Uvítali byste, kdybyste mohli navázat přátelský vztah s takovou ženou? Pomohlo by vám, kdybyste se mohla obracet na někoho, kdo je o krok před vámi?

V poslední části naší knihy vám přinášíme několik z nich ...

Finance



„Dělejte to, co milujete a peníze budou následovat.“

Marsha Sinetar

Cílem podnikání je dosahování zisku a zvyšování hodnoty podniku.

Finanční minimum

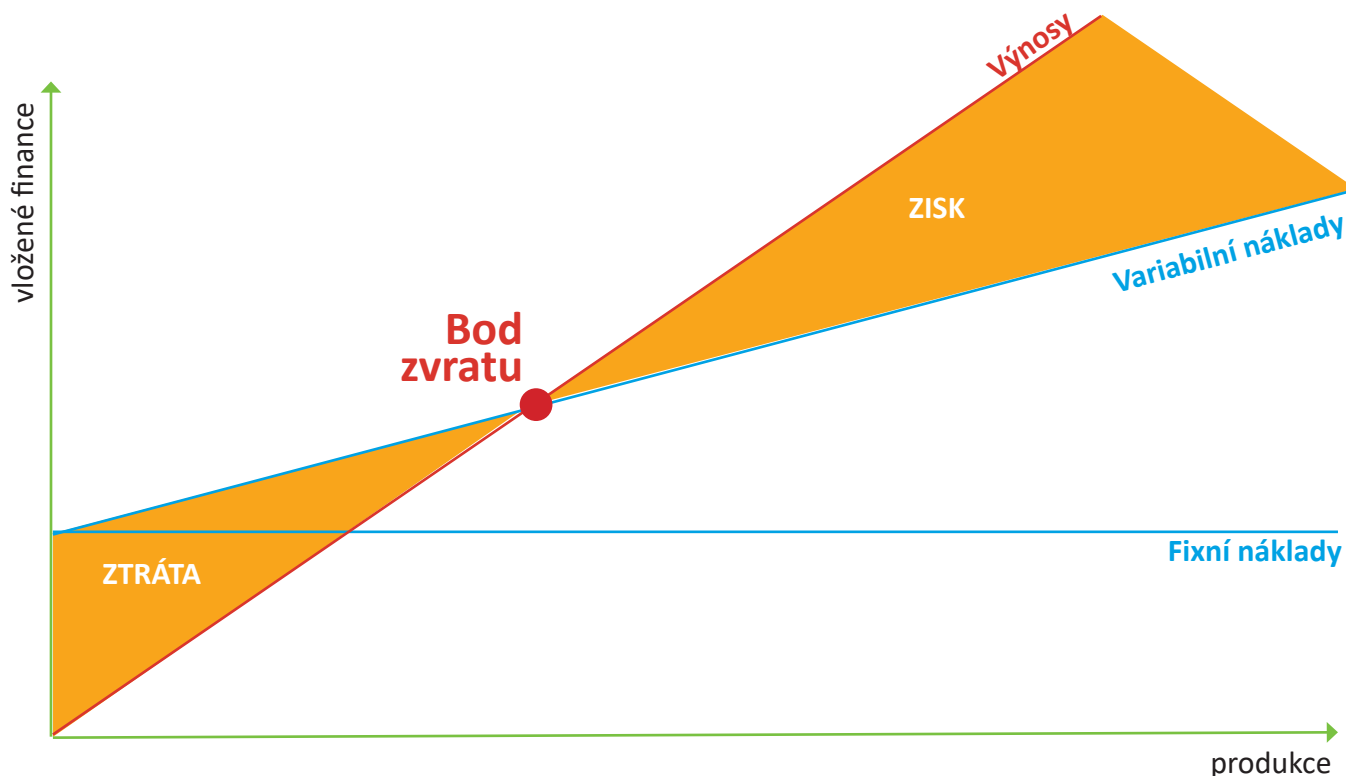
Finance jsou alfou a omegou každého podnikání. Bez finančního plánu se pouští do podnikání jen blázni nebo snílci. I když se úspěch může dostavit, je to krajně rizikové.

Začněte tím, že se zamyslíte nad tím, jaké vstupní investice do vašeho podnikání potřebujete. Snažte se najít minimalistickou variantu. Pokud nemáte s podnikáním zkušenosti, doporučuji najít model s minimálními počátečními investicemi.

Dále se zamyslete nad fixními a variabilními náklady. Fixní náklady jsou ty, které se s počtem prodaných produktů nemění - tedy nájem za kancelář nebo provozovnu, základní mzda zaměstnance, náklady na energie apod. Variabilní náklady rostou podle množství vyráběného zboží, jsou to především náklady na materiál. K bodu zvratu dochází v okamžiku, kdy jsou vaše náklady a výnosy vyrovnané. Tohoto bodu je zpravidla dosahováno 2 roky po začátku podnikání!

Stáhněte si mustr pro finanční plán v excelu a naplánujte své výnosy a náklady pro první 2 roky vašeho podnikání.

<http://www.bplan.cz/financni-plan-vetsi-projekty>



Kde vzít peníze na rozjezd podnikání?

Každé začínající podnikání potřebuje financování, i kdyby se mělo jednat „pouze“ o plat majitele firmy. Kde ale peníze na rozjezd firmy získat?

1. Vlastní úspory. Bez nich to půjde těžko. I kdybyste našli pro své podnikání investora, nikdo nebude dávat své peníze, pokud vy také neponesete svou kůži na trh v podobě vlastního kapitálu.
2. Vaši nejbližší - rodina a přátelé. Tito lidé vás znají, a mělo by být ve vašich silách je přesvědčit, aby vám do začátku podnikání půjčili.
3. Peer2peer půjčky - http://ekonomika.idnes.cz/p2p-lending-se-naplno-rozjizdi-v-cesku-d8u-/ekonomika.aspx?c=A150210_2138278_ekonomika_rny
4. Crowdfunding - u nás je to hithit.com nebo startovac.cz. Ve světě je známý především kickstarter.com a indiegogo.com
5. Mikropůjčky - existuje mnoho organizací a neziskovek, který nabízejí malé půjčky pro malé podnikání. (SOHO loans). Tento způsob je ale rozšířený hlavně v zahraničí.

ZDRAVÁ FIRMA



„Zdraví není vším, ale bez zdraví je všechno ničím.“

Artur Schopenhauer

Zdravé podnikání je takové, které je realizovatelné.

Zdravá firma v 8 bodech

- Funguje na poctivých základech
- Má zdravé cash-flow
- Má reálné cíle
- Nabízí životaschopné služby či produkty
- Má zdravou firemní kulturu a zaměstnanci i klienti jsou spokojeni
- Má dobrou interní i externí komunikaci
- Má silný brand, který neustále posiluje
- Snaží se o zvýšení kvality pracovního prostředí

Dobrá podnikatelka ví, že

- Pověst je největší hodnota v byznysu
- Čas není nekonečný a těch možností, které vyhodnotíte jako reálné, je třeba využít co nejdříve
- Důležité je rozvíjet se a nebát se chyb, když spadnete tak prostě znovu vstaňte
- Bez usilovné práce se úspěch nedostaví
- Je nutné neustále se vzdělávat nejen ve svém oboru
- Je nutné držet se svých vizí a cílů

Business plán

Business plán musí odpovědět na základní otázky:
CO? PROČ? PRO KOHO? JAK? KDO? ZA KOLIK? KDY?

Název projektu

Co?

Manažerské shrnutí

(Napište ty nejdůležitější informace, které se týkají vašeho projektu. Představte si, že někdo bude číst pouze toto shrnutí, takže musíte každopádně zaujmout.)

Jaké je poslání projektu?

(Vymyslete motto - jedna maximálně 2 věty, které vystihují váš záměr)

Jaké jsou důvody, které vás vedou k podnikání?
Proč si myslíte, že budete úspěšní?

Proč?

Kdo jsou vaši klienti?
Vyjděte ze svého marketingového plánu.

Pro koho?

Popište svůj výrobní proces nebo způsob, jakým poskytujete své služby.
Proč si myslíte, že budete úspěšní?

Jak?

Jací jsou klíčoví pracovníci vašeho podniku? Jak budujete svůj tým?
Z čeho budete zaměstnance financovat?

Kdo?

Jaké máte ceny?
Vyjděte ze svého marketingového plánu

Za kolik?

Jaký máte časový harmonogram realizace vašeho podnikání?
Jaké jsou vaše nejbližší kroky?

Kdy?

Jaká je vaše konkurence? V čem se od ní lišíte?

Rizika vašeho projektu

Co se stane, když váš projekt nevyjde? Máte plán B? Popište ho stručně.

Inspirativní ženy - podnikatelky

Podnikání přináší řadu krásných chvil - radost z povedeného díla, ze spokojených a vracejících se klientů, z dobře odvedené i ohodnocené práce. Ale není to procházka růžovým sadem, právě naopak.

Podnikání je náročná cesta. Někdy se může zdát, že už to dál nejde, že by bylo jednodušší to vzdát, než čelit všem těm vnitřním i vnějším tlakům. Prošel si tím snad každý podnikatel i podnikatelka. Žádný úspěch nám nespadne do klína, je potřeba vytrvalosti, síly a jasně definovaného směru.

V podnikání i v rodinném životě se potýkáme všichni s podobnými problémy - nedostatek času, bloky v naší hlavě, nedostatečné znalosti ve všech potřebných oblastech, obtíže při sladění práce a rodiny a dalšími.

Přinášíme vám 8 medailonků žen v různých fázích podnikání, které se dokázaly postavit na vlastní nohy a začít úspěšně podnikat. Mohou být pro vás inspirací.

Hana Krejčí

Hana Krejčí je spoluzakladatelkou projektu Baby Office, nabízejícího podporu ženám, které na mateřské nebo rodičovské dovolené podnikají. V Baby Office mohou maminky využívat sdílenou kancelář, vzdělávat se, budovat či rozvíjet své podnikání a o jejich děti je zatím postaráno v miniškolce. Dále projekt zajišťuje mobilní dětské koutky například na veletrzích a pořádá kurzy osobního rozvoje.

Vedle projektu Baby Office je Hana spolumatelkou internetové agentury Informica, která pomáhá firmám lépe prodávat své produkty na internetu.

Energií překypující Hana má dvě dcery, sedmnáctiletou Janu, pětiletou Annu, a ročního Jakoubka.



Co vás vedlo k tomu, začít podnikat?

Já jsem nikdy nebyla klasickým zaměstnancem. Když jsem se po studiu v rakouském Laa an der Thaya vrátila domů, můj bratr zrovna zakládal grafické studio. Přišlo mi úplně přirozené, že jsem mu začala pomáhat, přitom jsme oba studovali. Pak se postupně přidávaly další podnikatelské aktivity. Když jsem po skončení školy, studovala jsem sociologii a kulturní antropologii, hledala své první zaměstnání v oboru, nikde mě nechtěli. Měla jsem tehdy 2 letou dceru a žádné zkušenosti. Tak jsem už u podnikání vytrvala.

Co vás na Vaší práci nejvíce baví? Co Vám naopak činí největší problémy?

Baví mě objevovat nové věci, nabízet nové produkty hledat nové příležitosti růstu podnikání i osobnosti. Také jsem zjistila, že obchod, který mě dříve děsil, mě vlastně baví. Díky skvělým školením od Martina Čuby jsem se začala dívat na celou věc novými očima a objevila svůj skrytý potenciál

Horší je to s různými administrativními věcmi, drtí mě desítky různých předpisů, se kterými se jako podnikatelka setkávám. Ale zvykla jsem si brát veškeré problémy jako výzvu. Ne že bych je přímo vyhledávala, ale když už přijdou, beru je jako prostředek osobního rozvoje a růstu. To, co nás posouvá kupředu jsou právě neúspěchy a problémy.

Jak se vám daří skloubit práci, partnera a péči o tři děti? Najdete si čas i sama na sebe?

Moje děti mají mezi sebou velký věkový rozestup, takže skoro ani nevnímám, že mám 3. Janička je už samostatná, starám se hlavně o to, abych byla k dispozici, když mě potřebuje. Anička je už také spíš pomocnice – vaříme spolu, uklízíme, staráme se o miminko nebo něco tvoříme. A Jakub je moc hodné miminko. Chodí k nám paní na úklid a podle potřeby slečna na hlídání Jakoubka. Také hodně využívám Baby Office. Pracuji ve sdílené kanceláři a Jakoubek je s dětmi nadšený.

Čas jen pro sebe zatím moc nemám, když nepočítám dobu když pracuji, jsem na procházce nebo vařím – což jsou činnosti, které mě baví a naplňují. Partnerský život je také spíše boj o přežití, i když se snažíme najít chvíli pro sebe – třeba když děti usnou předtím než se pustím do práce :-)

Jaké máte plány do budoucnosti?

Mám spoustu nápadů, co bych chtěla dělat. Ale teď je pro mě největší výzva nedělat chvíli nic. Delegovat maximum úkolů na své spolupracovníky, soustředit se na sebe, trochu si odpočinout, nabrat síly.

Ale mohu již teď prozradit, že se chystáme rozšířit nabídku mobilních dětských koutků také do velkých firem a korporací, rozšiřuje se nám portfolio partnerů, kteří nám umožňují realizovat koutky na akcích pro veřejnost. S novými posilami do týmu připravujeme široké portfolio kurzů a vzdělávání a zcela nově i volnočasové aktivity pro dospělé i rodiče s dětmi. Také se chci intenzivněji věnovat marketingu nové generace – tedy takovému, který je založený na předávání osobní zkušenosti s produktem.

Co byste doporučila ženám, které uvažují o podnikání?

Myslím, že pokud člověk začne podnikat, tak vlastně nemá co ztratit. Vždy je potřeba zůstat v kontaktu sám se sebou, se svými pocity, se svou podstatou. Snažit se oddělit, co jsou oprávněné obavy, a co je zbytečný strach, který nám brání v růstu. Svůj strach je potřeba přijmout, smířit se s ním a postupně ho rozpustit.

Všem začínajícím podnikatelkám přeji hodně sil, vytrvalosti a především podporu širší rodiny, která bývá rozhodujícím faktorem, zda je žena v podnikání úspěšná.

Webové stránky:

www.babyoffice.cz

www.informica.cz

Hana Šemíková

Hana Šemíková provozuje od roku 2010 malé domácí pekařství Simply good. Začala s prodejem přes internet a dodávkami do kaváren, od listopadu 2013 si můžete její koláče koupit i ve vlastní kamenné prodejně v pražském Karlíně. Základní filozofií Hany je nabízet poctivé výrobky v domácí kvalitě, a to jak tradiční české, tak i různé druhy zahraničního pečiva.



Co vás vedlo k tomu, začít podnikat?

Po mateřské dovolené mi moje stávající práce projekt manažera v incentivní a konferenční turistice postupně přestala dávat smysl. S malým dítětem se ale nové zaměstnání hledalo špatně, takže jsem začala uvažovat o podnikání jako východisku z této situace. Navíc jsem v prvních letech po rodičovské dovolené pracovala z domova a zvykla jsem si na vlastní režim a určitou svobodu. V té době jsem také dospěla k přesvědčení, že člověk by měl v životě dělat to, co ho baví. A můj největší koníček vždycky bylo pečení a vaření. Takže jsem po nějaké době dospěla k tomu, že si otevřu vlastní pekařství.

Co vás na Vaší práci nejvíce baví? Co Vám naopak činí největší problémy?

Baví mě, že člověk něco tvoří a vidí za sebou konkrétní výsledky své práce. Taky kreativita, kterou mi tahle práce umožňuje, a svoboda, kterou mi obecně vlastní podnikání poskytuje. Nejméně ráda se věnuji účetním záležitostem, a to i přesto, že jsem vystudovala Vysokou školu ekonomickou. Velký problém jsem taky dlouho měla s tím, že se mi práce mých zaměstnanců nezdála často úplně dokonalá podle mých představ. Postupně jsem ale pochopila, že ta dokonalost všeho, co vyjde z naší pekárny, není tak důležitá jako to, abych se z toho vlastního podnikání nezbláznila. Paradoxně když jsem slevila ze svých požadavků na dokonalost, začalo všechno fungovat mnohem lépe a hladčeji.

Jak se vám daří skloubit práci, partnera a péči o tři děti? Najdete si čas i sama na sebe?

První čtyři roky jsem musela na volný čas pro sebe úplně rezignovat, protože péče o syna a podnikání mi zabíralo veškerý můj čas. Naštěstí s hlídáním pomáhaly obě babičky, chůva i bývalý partner, se kterým máme velmi dobrý vztah, i když spolu už dlouho nežijeme. Postupně se mi podařilo chodit firmy trochu přeorganizovat a přechodně i docela zvolnit své pracovní tempo. V té době jsem zvládala i během dne vyšetřit minimálně hodinu až dvě pro sebe. Momentálně jsem sice opět v období, kdy nevím, co dřív, ale věřím, že se mi podaří to opět dostat pod kontrolu a trochu víc odpočívat. Vím, že v životě je nejdůležitější si udržovat rovnováhu, a i když se mi to ne vždy daří, rozhodně to mám neustále na paměti a snažím se k tomu svůj život v rámci možností směřovat.

Jaké máte plány do budoucnosti?

Aktuálně je pro mě nejdůležitější právě dostat svůj pracovní a soukromý život trochu víc do rovnováhy a víc odpočívat, protože moje podnikání je náročné nejen časově a psychicky, ale i fyzicky. A já už po těch pěti letech cítím, že musím zvolnit. V mých plánech do budoucna figuruje i otevření vlastní kavárny, ale na to potřebuji nejdřív načerpat trochu sil a energie. Výhledově bych se chtěla věnovat i určité formě psychoterapie a poradenství, protože to je oblast, která je mi taky hodně blízká.

Co byste doporučila ženám, které uvažují o podnikání?

Aby daly na své pocity a svou intuici. Aby se do podnikání pustily až tehdy, když budou mít neochvějnou víru samy v sebe a svoje plány. Aby nemyslely jenom na svůj osobní prospěch a nechtěly mít všechno hned a dokonalé. Aby se nenechaly odradit krizemi, které jsou přirozenou součástí života i podnikání.

Webové / FB stránky:
www.simplygood.cz

Ivana Karhanová

Založila PR agenturu, která se specializuje na media relation ve zpravodajských médiích a obsahový marketing. Po narození první dcery otevřela rodinnou kavárnu a restauraci s dětskou hernou, kde se o děti starají chůvy, aby si rodiče mohli od svých dětí trochu odpočínout, přitom ale s nimi být stále nablízku a bavit se, jíst, pít nebo pracovat.



Co vás vedlo k tomu, začít podnikat?

Já jsem vlastně nikdy nebyla zaměstnaná klasickým způsobem. Vždy jsem pracovala na živnostenský list a vždy můj zdroj příjmů tvořilo souběžně několik aktivit či projektů. Založení firmy vyplynulo ze situace. Pracovala jsem ve zpravodajské televizi Z1 jako moderátorka a editorka zpráv. Jenže televizi ze dne na den banka J&T zavřela. Po té, co jsem zmizela z obrazovky, jsem dál překládala odborné finanční texty a realizovala mediální tréninky pro manažery různých firem. Díky kontaktům v médiích a zkušenostem z televize jsem k tomu přidala i PR, tak vznikla agentura Margetroid. Počet klientů překročil únosnou mez a tak jsem postupně rozšiřovala tým. Po narození dcery mi chyběl prostor pro schůzky s kamarádkami, které také mají děti, nebo místo pro pracovní jednání, když zrovna není nikdo, kdo by mohl hlídat. A tak vznikla kavárna Králík v rádiu. Navíc spousta restaurací má naprosto nevyhovující dětská menu.

Co vás na Vaší práci nejvíce baví? Co Vám naopak činí největší problémy?

Baví mě vymýšlet nové projekty, dávat do pohybu správným směrem věci, které se předtím nedávaly. Vymýšlet, jak u klientů zlepšit jejich byznys, jak jim přivést nové klienty. To, co mě nebaví dělat nebo na to nemám čas, deleguji na svůj tým. Každý z nás je dobrý v něčem jiném, víme to o sobě a tak fungujeme na principu souhry. Jak v agentuře, tak v kavárně. Já si jen hlídám, abychom se drželi dané strategie a směřovali k cíli - tím je spokojený klient agentury a spokojení návštěvníci kavárny.

Jak se vám daří skloubit práci, partnera a péči o dvě děti? Najdete si čas i sama na sebe?

Nezbytnou a nutnou podmínkou je podpora mého muže. A naše vzájemná tolerance a ochota vyjít si vstříc. Oba totiž podnikáme a oba se věnujeme běhu na dlouhé tratě, takže je třeba to sladit i s tréninky. Myslím, že je to hlavně o prioritách. Kolem druhé hodiny chodím domů. Co se nestihne do té doby, vydrží do večera nebo do druhého dne nebo to udělá někdo jiný. Spousta věcí se musí obejít beze mě a funguje to. Prostě musí.

Jaké máte plány do budoucnosti?

Žádné, protože takto neuvažuju :-). Všechny plány, které jsem kdysi dávno měla, nevyšly, a naopak dělám vše, co jsem si říkala, že nikdy dělat nechci. Beru zkrátka příležitosti tak, jak chodí kolem mě.

Co byste doporučila ženám, které uvažují o podnikání?

Že to musí zkusit. A nebát se překážek, je potřeba je jen přelézt a jít dál. Mokrát se spálí a mokrát spadnou, ale to k tomu patří. Kdo řeší obavy, bude se pořád jen bát. Kdo hledá řešení, tak ho najde. Třeba právě ve vlastním podnikání.

Webové / FB stránky:

www.margetroid.cz

FB Králík v Rádiu

a web bude www.kralikvradiu.cz, ale zatím není funkční

Blanka Grossová

Blanka Grossová je zakladatelkou české značky těhotenského oblečení VICTORIA GRACE. Na trhu je se svými šaty už dva roky, vidět jste ji mohli mimo jiné v Sama doma na ČT nebo na Prague Fashion Week. Tento rok kolekci šatů rozšířila i o další sortiment jako jsou tuniky, trička a legíny. V dohledné době se chystá se svým krásným elegantním oblečením i na zahraniční trh.



Co vás vedlo k tomu, začít podnikat?

Mám dvě holčičky a během těhotenství jsem jen obtížně hledala nějaké hezké oblečení, které by mi nepřidávalo kila navíc. Přibrala jsem téměř 20 kg a nejlépe mi bylo v šatech. Nikde netlačí, pokud jsou z kvalitního materiálu a mají dobrý střih, tak rostou s bříškem. Sehnat ale kvalitní a hezké šaty nebylo snadné. Kamarádka jednou situaci s těhotenskými šaty nazvala dírou na trhu. Od toho okamžiku jsem nemohla pořádně spát, podnikatelský nápad byl na světě. Mé prvotní nadšení vydrželo a výsledkem je značka Victoria Grace.

Jaká byla vaše původní profese?

Profesně jsem se od roku 2001 věnovala náboru zaměstnanců v oblasti IT. V práci jsem se dostala k velmi zajímavým projektům - připravovala a vedla jsem například assessment centra, hledali jsme IT specialisty z celého světa. S oděvním průmyslem jsem neměla vůbec nic společného. Svou profesi jsem měla vždy velmi ráda, baví mě lidé a práce s nimi. Příchod dětí však mnohé změnil. Po prvním dětátku jsem měla tu úžasnou příležitost se k práci na částečný úvazek vrátit. Na rodičovské jsem byla 14 měsíců, pak jsem na tři roky vplula do pracovního světa na tři dny v týdnu. Když přišlo druhé těhotenství, nedokázala jsem si už představit, jak to budu se dvěma dětmi zvládat.

Jak se projekt vyvíjel a co pro Vás bylo nejobtížnější?

Nápad přišel v polovině mého druhého těhotenství. V té době jsem pracovala, studovala a měla doma čtyř letou slečnu. Neměla jsem volnou kapacitu na to, abych rozjela realizaci nápadu ihned. Po dobu osmi měsíců jsem o celé věci snila a přemýšlela o tom, jak šaty a web bude vypadat. Když se miminko narodilo, dala jsem si tři měsíce prázdnin a v září před třemi lety se dala do práce. Původně jsem chtěla mít jednu dvě švadlenky a materiál jsem chtěla kupovat v maloobchodu. Záhy jsem zjistila, že tudy cesta nevede. Švadlenka by byla, ale s materiálem to byla bída. Hledala jsem tedy přímo českého výrobce materiálu. Měla jsem štěstí a našla ho. Firma mi vyrábí materiál ve velkém, šaty i šijí, ale ve velkých kolekcích.

V současné době považuji za nejobtížnější skloubit plánování výrobního procesu a prodejního plánu. Je stále oříškem vymyslet výrobu tak, abych měla dostatek zboží skladem a zároveň byla schopná pokrýt veškeré náklady. Řada prodejních akcí je totiž výběrová, nemáte tedy jistotu, že se na ně dostanete. Je to pro mě všechno nové, ale učím se za pochodu.

Jak se vám daří skloubit práci, partnera a péči o děti? Najdete si čas i sama na sebe?

První dva roky byly mnohem volnější, práce byla spíš ve vlnách a měla nárazovější charakter. Poslední rok práce přibývá a v současné době už je to v podstatě plný úvazek. Během dne popo-
pitelně řeším řadu věcí kolem dětí, k práci se pak můžu vrátit i večer. Čas na sebe se mi v poslední době hledá hůře, o to více si ho cením a užívám.

Co považujete za největší úspěch Victoria Grace?

Za největší úspěch považuji to, že se šaty líbí a že si je ženy kupují. Mám mnoho zákaznic, které se vrací a kupují si další modely. Je neuvěřitelný pocit, když slyším zákaznice šaty chválit. Často říkájí, že v nich znovu nachází svou krásu a cítí se v nich nádherné. Za úspěch považuji i to, že se šaty ocitly na stránkách časopisů i v televizi. Velkým úspěchem bylo také 3. místo ve Středočeském kraji v soutěži podnikatelských nápadů Rozjezd roku 2015.

Co byste doporučila ženám, které uvažují o podnikání?

Podnikání je radost, nikdy nekončící tvůrčí proces, neustálý tok myšlenek v hlavě a adrenalin. Také je to vzor pro děti - malá dcerka si hraje s panenkami na zákaznice a prodává jim šaty. Ta větší, když vidí na ulici těhotnou ženu, tak za ní utíká s letákem a líčí jí, jak úžasné šaty maminka dělá. Mé doporučení je rozhodně se nebát a skočit do vody! Stojí to za to.

Webové / FB stránky:
www.victoriagrace.cz

Marta Plecítá

38 let, vystudovala mezinárodní obchod na VŠE. Na rodičovské dovolené založila firmu Veselá Nohavice, která vyrábí a prodává dětské oblečení šité v České republice.

Má dva syny, Matouše (7 let) a Mikuláše (4 roky). Žije v Praze.



Co vás vedlo k tomu, začít podnikat?

Chuť vyzkoušet si něco nového a využít smysluplně časoprostor, který nabízí rodičovská dovolená. Také potřeba oblékat děti originálně, vkusně, a pokud možno do českého oblečení. Podobnou značku jsem v obchodech neviděla, pustila jsem se tedy do výroby sama.

Co vás na Vaší práci nejvíce baví? Co Vám naopak činí největší problémy?

Nejvíce mě baví svoboda, nezávislost a to, že jsem zodpovědná sama za sebe. Podnikání nabízí spoustu příležitostí k osobnímu růstu, které jsem jako zaměstnanec neměla.

V neposlední řadě je pro mě podstatné, že si mohu organizovat čas podle potřeb rodiny, vyzvedávat děti ze školy a školky, věnovat se jim.

To samé mi nejčastěji činí problém. Čas věnovaný rodině potřebuji vyrovnat s časem věnovaným firmě, a to často nastává večer a v noci.

Jak se vám daří skloubit práci, partnera a péči o dvě děti? Najdete si čas i sama na sebe?

Jde to, ale pořád se učíme. Tím, že pracujeme s manželem ve společné firmě, je pro nás snadné dohodnout se a vyjít si vstříc. Chce to ale disciplínu a dobrý časový plán.

Čas na sebe si postupem let nacházím čím dál víc, ukazuje se to jako životní nutnost, bez které nemohu dlouhodobě fungovat ani pro rodinu, ani pro firmu.

A pokud jde o domácnost – tak ta už několik let strádá, je to taková moje stálá bolest.

Jaké máte plány do budoucnosti?

Pokud jde o Veselou Nohavici, přeji si, abychom se stále zlepšovali. Zejména v zákaznickém servisu, v poskytovaných službách, ale samozřejmě také v šíři nabízeného sortimentu. Přeji si, aby naše firma prosperovala a stále přinášela zákazníkům radost z kvalitního dětského oblečení vyrobeného u nás v České republice.

Co byste doporučila ženám, které uvažují o podnikání?

Aby dobře zvážily, s kým se do podnikání pustí a byly opatrné při domlouvání prvních obchodů. Zpočátku jsem párkrát doplatila na svou důvěřivost.

A do třetice, aby se od začátku inspirovaly u zkušenějších – na seminářích, webinářích, v článcích, knihách – i když si každý hledáme vlastní cestu, tak existuje spousta prošlapaných zkratk.

Webové / FB stránky:

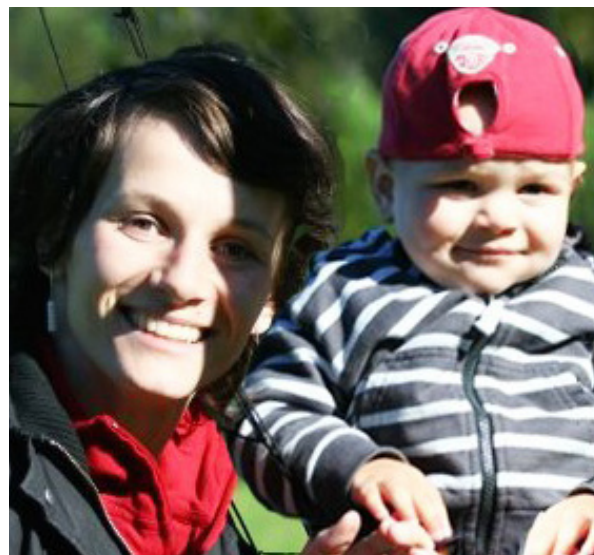
www.veselanohave.cz

www.facebook.com/VeselaNohavice

Petra Šlencová Bílská

Petra je zakladatelkou internetového obchodu a miniškoličky pro batolata Marché Montessori a česko-anglické Montessori školky pro děti ve věku 3-6 let a školy se svobodnou volbou učení pro věk dětí 6-12 let Miracle childhood.

Od ukončení oděvní školy, kde vystudovala módní návrhářství, se ve volném čase věnuje vlastní tvorbě jako módní návrhářka a stylistka. Má 2 syny – Sebastianu (7) a Olivera (4).



Co vás vedlo k tomu, začít podnikat?

Již na škole jsem byla podnikavá holka, která neměla daleko od nápadů k činům. Svou první práci jsem dostala tak, že jsem zvedla telefon a zavolala módní návrhářce Kláře Nademlýnské, zda něčoho nehledá. Hledala, přijela jsem za ní do ateliéru a začala u ní pracovat. Chtěla jsem umět dělat svou profesi opravdu dobře a „náhodou“ jsem si vybrala Kláru, která šla cestou, na které jsem stála. K Montessori mne nasměrovalo nadšení kamarádky. Kouzlo Montessori jsem začala objevovat s narozením prvního syna. Vstoupila jsem na cestu, kde každý krok znamenal obrovský přínos. Pro mne, syna, ale také pro nás jako rodinu. Cesta za alternativou běžné výchovy mne zavedla dál, než jsem kdy vůbec zamýšlela. Už jsem nechtěla čekat, až někomu někde dojde, že to jde i jinak.

Co vás na Vaší práci nejvíce baví? Co Vám naopak činí největší problémy?

Je krásné pozorovat, jak si děti navzájem pomáhají, jsou k sobě milé a pozorné. Jak se osamostatňují a zdokonalují. Jsou to maličké střípky, které mne naplňují a dávají práci, kterou dělám, obrovský smysl.

Někdy je těžké vyrovnat se s nástrahami systému českého školství a přístupu k organizacím, které chtějí dělat věci jinak. Člověk se ale nesmí nechat odradit, musí se prostě zvednout a jít dál.

Jak se vám daří skloubit práci, partnera a péči o děti? Najdete si čas i sama na sebe?

Manžel má pro mou práci velké pochopení a díky své práci produkčního umí podat pomocnou ruku, když je potřeba. Děti jsou součástí mé práce, jsou s námi, budují s námi, žijí vedle nás život, který je pracovní a reálný.

Jaké máte plány do budoucnosti?

Ráda bych změnila svět dětí, nejen svých, protože nikdo jiný nemusí rozumět mým představám o výchově a vzdělávání, natož je naplňovat.

Co byste doporučila ženám, které uvažují o podnikání?

Jděte za svými sny, zůstaňte samy sebou, dejte na své pocity. A když nevíte kudy dál, nebojte se zeptat a přijmout pomoc.

Nám všem přeji velkou podporu rodiny, mnoho síly, trpělivosti a lásky

Webové / FB stránky:

www.miraclechildhood.cz

www.marche.cz

www.petrabilska.cz

Marcela Roflíková

Ing. Marcela Roflíková, MBA, je zakladatelkou Českého mindfulness institutu. Institut je seriózním propagátorem přínosů mindfulness (všímavosti) v České republice a poskytuje programy firmám, školám, sportovním klubům i jednotlivcům. Ve volném čase se zabývá vytrvalostním během, cvičením jogy, stavěním z kostiček Lego se svými dvěma syny - Kubou (13let) a Vendou (3roky). Po téměř 20 letech manažerské práce v mezinárodním businessu a vytrvalého hledání cesty k vyšší efektivitě a především spokojeného a rovnovážného života při současném uplatnění potenciálu jsem objevila svoje poslání. Založením Institutu jsem propojila svoje zkušenosti a dovednosti s hodnotami, které ctím a žiju. Je to můj příspěvek k tomu, aby lidé žili šťastně, byli úspěšní a plně uplatnili svůj potenciál.



Co vás vedlo k tomu, začít podnikat?

O vlastním businessu jsem přemýšlela skoro 10 let. Po první mateřské dovolené jsem pracovala v začínající české firmě, kde jsem byla prvním zaměstnancem. Měla jsem možnost pracovat jak na strategii, vizi a poslání, tak jsem zároveň byla velmi blízko tomu, jak se vlastní firma řídí a jaká je zodpovědnost majitele. Byla jsem tehdy odpovědná za nové projekty a pracovala pod velkým tlakem. Nebudou projekty-propustíme lidi. Přesto mě ta práce nesmírně naplňovala. Když jsem se po 5 letech působení v této firmě vrátila do korporátního světa, zjistila jsem, že mi skutečná zodpovědnost, ale i možnost rozhodovat věci po svém, chybí. Tehdy jsem začala přemýšlet, co by mohl být můj business.

Co vás na Vaší práci nejvíce baví? Co Vám naopak činí největší problémy?

Baví mě komunikovat s lidmi, obohacovat se navzájem. Ještě jsem se nesetkala s člověkem nebo firmou, kterou by mindfulness nezajímala. Naslouchat a sdílet s dětskými i dospělými účastníky kurzů jejich objevování mindfulness je mojí vášní. V interakci s lidmi nebo při studiu mě napadá celá řada nápadů. Udržet focus na strategii a budovat Institut postupně krok za krokem, je to pro mě asi největší výzvou.

Jak se vám daří skloubit práci, rodinu a péči o dítě/děti? Najdete si čas i sama na sebe?

Jsem poměrně hodně organizovaná. V minulosti jsem školila i publikovala v oblasti time managementu IV.generace a to, co jsem školila jsem i sama na sobě aplikovala. Jsem trpělivá a funguju v dlouhodobých cílech. Mám poměrně náročný koníček na čas a to je vytrvalostní běh. Když byly děti malé, zkrátila jsem destinace z maratonu na 10 km, abych stíhala trénovat. Udělat si dobrý plán a jet podle plánu je mi vlastní. Situace, která je pro mě stále výzvou a to nejen organizační, ale i emoční je, když děti onemocní. Díky mindfulness- schopnosti být v přítomnosti, bez posuzování a následného vytváření katastrofických scénářů, to zvládám pokaždé o trochu lépe.

Jaké máte plány do budoucnosti?

Mindfulness je obor, který se ve světě obrovským tempem vyvíjí. Mojí vizí je, aby Český mindfulness Institut přinášel do Čech to nejlepší a abychom nabízeli programy dostupné všem zájemcům. Výhledově uvažuji o pracovní-studijním pobytu v zahraničí. Chci se více než nyní věnovat józe.

Co byste doporučila ženám, které uvažují o podnikání?

Řekla bych, že nejdůležitější je najít si to, pro co máme vášně. Když se nám podaří dělat to, co máme rády, je všechno mnohem snazší.

Webové stránky

www.mindfulness-institut.cz

Podnikáme na mateřské

Přejeme hodně štěstí a
úspěchů

Vydal: Hana Krejčí, Pod Harfou 58, 190 00 Praha 9

editor: Daniela Vašíčková, WLAgency

oppa.babyoffice.cz, kontakt: hana.krejci@babyoffice.cz

Evropský sociální fond, Praha & EU: Investujeme do vaší budoucnosti

Reg. č.: CZ.2.17/2.1.00/35203

Název prioritní osy: Podpora vstupu na trh práce

Název projektu: Baby Office - coworkingové centrum s miniškolkou na podporu sladování rodinného a pracovního života

Skupina aktivit: B. Podpora souladu pracovního a soukromého života



OPERAČNÍ PROGRAM PRAHA
ADAPTABILITA

