

Vlastní cestou

Proč manažeři opouštějí významné posty
a zakládají svoje firmy



ONDŘEJ ŠVIHÁLEK
iCom Vision



JANA BUDÍKOVÁ
JBC Jana Budíková Consulting



BARBORA STEJSKALOVÁ
Human Garden



LUBOR ŽALMAN



VLADIMÍR KOČÍ
RU4



JANA BRŮŽKOVÁ
Brůžková & Partners



MANAŽEŘI STARTUJÍ VLASTNÍ BYZNYS

NOVÝ ZAČÁTEK

Stát v čele velké nadnárodní firmy nebo její klíčové sekce. Pro mnohé nedostižný sen. Pro řadu lidí, kterým se splnil, to však není konečná meta. Stala se pro ně odrazovým můstkem k vlastnímu byznysu. Přinášíme několik nejzajímavějších příběhů takových proměn z České republiky.

LUBOR ŽALMAN = Raiffeisenbank. Tato rovnice v Česku platila dlouhých devět let. K poslednímu prosinci loňského roku však zdánlivě nekonečný příběh skončil a dlouholetý generální ředitel páté největší banky v Česku s pověstí skvělého manažera podtrženou výbornými výsledky se vydal na cestu vlastního podnikání.



SPLNĚNÝ SEN. Pro bývalého generálního ředitele České Raiffeisenbank Lubora Žalmana je chystaný start vlastního byznysu splněním snu a výsledek obdivu podnikatelského ducha.

na chodníku před bankou než najatým ředitelem té banky. Bude mi sedmačtyřicet let, a řečeno s mým oblíbeným autorem Jimem Collinsem, vybudovat firmu, která není jen good, ale je great, trvá dvacet až pětadvacet let. Mám nejvyšší čas. A přestože devět let strávených v Raiffeisenbank bylo bezkonkurenčně nejlepšími roky mé kariéry, nyní na-

kouče investorů Petera Leedse. Dalšími důvody jsou podle Inc.com například možnost přicházet znovu do přímého styku s klienty, příležitosti dělat věci rychleji, než je možné ve velké korporaci, nebo třeba naplnit své sny a touhy.

Zajímavý důvod zmiňuje Vladimír Kočí, spolujednatel recruiterské společnosti R4U. Podle něj se doba změnila. Dřív si zaměstnanci v korporacích na vánočních či novoročních oslavách připomínali, kolik toho za uplynulý rok dokázali, co všechno dali do pohybu, a vzpomínali, kde byla firma před rokem a kde je teď. Živelná léta růstu jsou ale pryč. Když lidé z velkých firem přemýšlejí, co udělali za poslední rok nebo dva, tak vidí neustále jenom porady nebo konferenční hovory s nadřízenými, kterým vysvětlují, proč nespĺnili plány, myslí si Vladimír Kočí. Stále více lidí z velkých korporací je tedy frustrováno a přemýšlí o vlastním podnikání. Má to samozřejmě i druhou stranu mince. Lidé z korporací už nepřijdou do styku s živelným růstem a projekty, takže se jim nemusí dostat potřebných zkušeností pro vlastní podnikání.

Příběhů, které vyprávějí o tom, jak úspěšný, vysoce postavený manažer velké firmy svou pozici opustil a vrhl se do ne zcela jistých vod vlastního byznysu, jsou v Česku desítky. Pět nejzajímavějších vám přinášíme.

JANA BUDÍKOVÁ: OD KÁVY KE STRATEGICKÉMU PORADENSTVÍ

Do vlastního byznysu nakročila Jana Budíková z pozice generální ředitelky společnosti Tchibo pro Česko a Slovensko, v jejímž čele získala v roce 2009 prestižní cenu Zaměstnavatel roku. „Potřebovala jsem se

Jakého, to zatím neprozrazuje. Ne že by to chtěl tajit, zkrátka ještě netuší, do čeho se přesně pustí. Jak Profitu vysvětlil, o tom, že zahájí novou kariéru, začal uvažovat před dvěma lety a naivně si tehdy myslel, že na tom bude po večerech pracovat. „Zjistil jsem však, že není možné přepnout, když řídíte banku. Začínám opravdu od nuly a sám jsem zvědavý, jaký bude život bez známé značky a velké nadnárodní firmy za zády,“ vysvětluje Lubor Žalman.

Jedním dechem ale dodává, že rozjetí vlastního byznysu je pro něj splněním dávného snu. „Celý život jsem obdivoval podnikatelského ducha a často jsem citoval americké přísloví o tom, že je lepší být majitelem stánku

stal čas doprovodit svá slova činy. Nikdy bych si neodpustil, kdybych to nezkusil,“ dodává Lubor Žalman.

Byť je příběh bývalého šéfa Raiffeisenbank asi nejznámější, rozhodně není ojedinělý. V Česku jich podle všeho stále přibývá, i když statistiky k dispozici nejsou. Důvodů, proč opustit skvělé místo na top pozici ve velké firmě, může být celá řada. Jedním z deseti nejčastějších, které vyjmenovává podnikatelský a byznys portál Inc.com a na kterém se shoduje i většina námi oslovených manažerů, je pocit hrdosti z vytvoření něčeho vlastního. „Být úspěšný díky vlastnímu vedení, vlastním schopnostem, nápadům a úsilí, to je pocit, kterému se nic jiného nevyrovná,“ cituje portál



ZDROJ INSPIRACE. Jana Budíková pomáhá manažerům se strategickým plánováním. I šéfové firem podle ní potřebují inspirovat a nabíjet pozitivní energii.

naplno realizovat," vysvětluje svůj motiv pro změnu profesní dráhy.

Nyní působí jako poradce pro tvorbu firemní strategie. Jinými slovy, pomáhá firmám s identifikováním nových příležitostí, s řízením změn, zefektivněním marketingu, obchodu i organizační struktury a procesů. „Mohu skloubit strategické myšlení s mou vnitřní potřebou inspirovat a nabíjet lidi pozitivní energií, měnit věci k lepšímu, budovat. Mám ráda výsledky, manažerské výzvy a adrenalin z nelehkých úkolů. Strategické poradenství mi také umožňuje nadále působit i na mezinárodním hřišti – tedy pracovat na projektech napříč evropskými zeměmi,“ říká. Tato témata také přednáší. Ve zbyvajícím čase publikuje, vystupuje jako řečnicka na konferencích, předává zkušenosti mladé generaci jako vyučující a vedoucí seminárních prací na Vysoké škole ekonomické v rámci Honors Academia.

I když se někdy zdá, že všechno už bylo vynalezeno a na trhu není možné s ničím novým prorazit, manažeři rozjíždějící vlastní byznys dokazují, že je stále co objevovat. „Nové příležitosti se pořád vynořují, jen klienti jsou opatrnější ve svých investicích do inovací. V současnosti vidím největší potenciál a dynamiku v oblasti internetu, mobilních komunikací, sociálních sítí. Další příležitosti jsou v oblasti špičkového zákaznického servisu. Mou rolí je klientovi pomoci vznikající příležitosti inovativně uchopit jak po stránce strategické, tak komunikační,“ zmiňuje Jana Budíková.

V nové roli pro ni bylo nejtěžší zvyknout si na to, že některé věci nemohou jít tak rychle, jak by si představovala. „Nejprve je potřeba zasít semínka, a než z nich vyrostou květiny, chvíli trvá – v mém případě než se firma,

respektive její šéf, rozhodne využít mé poradenské služby. U mého typu podnikání jde vlastně o nekončící proces akvizice nových zakázek a opečování existujících či bývalých klientů,“ vysvětluje Jana Budíková. Právě zajišťování nových zakázek představuje při podnikání na volné noze jednu z největších výzev. Zatímco u firmy s rozsáhlým zázemím se mu věnuje celé obchodní oddělení s podporou marketingové sekce a dalších částí společnosti, Jana Budíková byla u svého nového byznysu od začátku odkázána na vlastní kreativitu.

A také na špičkové know-how, které si přinesla ze svého předchozího působení ve velkých, nadnárodních firmách. „Měla jsem příležitost učit se od těch nejlepších lídrů. Získala jsem mezinárodní nadhled, když jsem řídila významný německý trh nebo když jsem byla zodpovědná za rozvoj obchodu a marketingu východoevropského regionu. Pochopila jsem důležitost etiky v podnikání, uvědomila jsem si nutnost dosáhnout win-win řešení pro obě strany a fakt, že důvěryhodnost se buduje pomalu a těžce, ovšem velmi rychle se ztrácí,“ říká Jana Budíková. Za důležité považuje také to, že se naučila za vším vidět spotřebitele, respektive zákazníka a jeho potřeby. Klíčové je podle ní také zvládnout umění správného nastavení priorit a motivovat a nadchnout lidi kolem sebe.

Vlastní byznys jí pomohl najít nový rozměr profesionálního uplatnění. „Mohu si vybrat, kterým projektům se budu věnovat, se kterými lidmi se chci scházet a kterým směrem se chci ubírat. Teprve na vlastní noze jsem pochopila, co to znamená tvůrčí svoboda. Navíc jsem poznala řadu inspirativních lidí, které bych při standardním manažerském přetření neměla čas potkat. Mám daleko

více času na sebevzdělávání a osobní rozvoj i na předávání svých zkušeností mladším,“ uzavírá Jana Budíková.

JANA BRŮŽKOVÁ: POTŘEBOVALA JSEM SKUTEČNOU ODPOVĚDNOST

Mezi podnikateli lze občas zaslechnout názor, že kdyby měli zakládat vlastní byznys v současné době, dali by z různých důvodů přednost práci pro fungující firmu. Jana Brůžková, původně headhunterka pracující pro nadnárodní společnost, se rozhodla jít proti této skepsi. Podnikat začala během roku 2012, kdy založila společnost Brůžková & Partners.

„Mám ráda odpovědnost. Potřebuji mít pocit, že si o věcech rozhodnu sama i s tím, že na sebe беру následky takového rozhodnutí. Když jste zaměstnanec, vaše kompetence sahají od A do B a to, co je nad tím, není vaše zodpovědnost,“ odpovídá Jana Brůžková na dotaz, proč se rozhodla založit vlastní headhunterskou společnost Brůžková & Partners. A dodává, že další hnací silou byla možnost vybudovat silnou a kvalitní značku, která by na trhu byla cenným partnerem v oblasti hledání nového lidského potenciálu.

Odpovědnost vnímá Jana Brůžková jako tvůrčí svobodu, tedy možnost přistupovat k službě, kterou nabízí, více flexibilně a bez zbytečně svazujících vnitřních regulí. Při hledání vrcholových manažerů respektuje přísná kritéria, na nichž je tato služba postavená, zároveň ji chce ale transformovat



SÁZKA NA RYCHLOST. Klasické výběrové řízení se třemi koly je podle Jany Brůžkové přežitek. Firmám proto šije na míru rychlejší postupy.