

15/2011 | 9. ročník

*synergia myšlienok*

**progressLetter**®

www.eprogress.sk



[téma čísla]

## Trendy pre rok 2012

---

Čo pravdepodobne zmení svet biznisu v budúcom roku?

[trendy & stratégie] - [marketingová komunikácia] - [inšpirácie & seriály] - [nápady nad zlato]

# Vianočný netbook ASUS

iba za 1 €



Money S3  
Professional

1€



Ku každému Money S3 Professional,  
alebo nákupu licencií Money S3  
v hodnote nad 400 € bez DPH.

# Editoriál



**Vážení čitateľa a priaznivci,** ani sa mi nechce veriť, že už opäť stojíme zoči-voči ďalšiemu pomyslenému medzníku života, akým bezpo-

chyby koniec kalendárneho roka je. Zase rozmýšľame nad novými plánmi a iniciatívami, ktoré sa budeme snažiť naplniť. V mori informácií, ktoré okolo nás čoraz búrlivejšie víria, nás tá o blížiacom sa konci roka zdanlivo vždy prekvapí. Zrekapitulujeme čo sa udialo a čo sa malo udiť za tento rok a s väčším alebo menším uspokojením začneme pripravovať nový ročník. V našom prípade už desiaty. Neuveriteľné!

Nie je ľahké dnes, keď internet dokáže poskytovať on-line všetky druhy možných aj nemožných

informácií, slúžiť čitateľom ako kvalitný informačný zdroj. My sme vsadili na „synergiu myšlienok“,

2012. Ich inšpiráciou môžu byť aj vaše nápady a námety. Stačí nám ich doručiť.

## PF 2012

### Ďakujeme Vám za doterajšiu priazeň

ktoré môžu a majú byť pre vás, manažérov, nástrojov a inšpiráciou ako sa zlepšovať a rásť. Sme povďační za všetky vaše návrhy a nápady, ktoré od Vás dostávame. Posúvajú nás ďalej a my chceme ísť ďalej. Musíme sa však aj my výraznejšie prispôbiť novej informačnej dobe a systému práce s informáciami. Preto od nového, desiateho ročníka pripravujeme pre Vás niektoré novinky a zmeny, s ktorými sa prihlásime od januára

Prajem Vám v mene našej redakcie ProgressLetter úspešný dobeh roku 2011 a plnohodnotný oddych počas sviatkov v jeho závere. No a ako inak, úspešne vykročte v ústrety novým manažérskym a podnikateľským povinnostiam v roku 2012. Želám vám, aby boli radostné, ale hlavne bezbolestné. ■

Marian Hains  
vydavateľ ProgressLetter

synergia myšlienok  
**progressLetter®**

Manažérsky časopis - tlačná edícia  
Prvé číslo vyšlo v septembri 2003  
[www.eprogress.sk](http://www.eprogress.sk)

Vydavateľ a redakcia:  
VELDAN, spol. s r. o.  
Študentská 28, 917 01 Trnava  
tel./fax: 033/533 2386  
e-mail: [veldan@veldan.sk](mailto:veldan@veldan.sk), [www.veldan.sk](http://www.veldan.sk)

Editor: Marian Hains, [hains@veldan.sk](mailto:hains@veldan.sk)  
Šéfredaktor: Pavel Vitek, [vitek@veldan.sk](mailto:vitek@veldan.sk)  
Zástupca šéfredaktora:

Tomáš Jaroš, [jaros@veldan.sk](mailto:jaros@veldan.sk)

Vedúci vydania:

Vladimír Dobrovič, [dobrovic@veldan.sk](mailto:dobrovic@veldan.sk)

Sekretariát:

Bibiana Voleková, [volekova@veldan.sk](mailto:volekova@veldan.sk)

Tím konzultantov:

Artur Bobovnický, [office@imp-consulting.sk](mailto:office@imp-consulting.sk)  
Ľudmila Hurajová, [hurajova@clipcentrum.sk](mailto:hurajova@clipcentrum.sk)  
Peter Minárik, [minarip@compass.sk](mailto:minarip@compass.sk)  
Mojmír Kališ, [m.kalis@emka.sk](mailto:m.kalis@emka.sk)

Inzercia a predplatné:

Bibiana Voleková, [volekova@veldan.sk](mailto:volekova@veldan.sk)  
Predplatné: 10 Eur+DPH (e-verzia),  
20 Eur+DPH (tlačná verzia).

Grafika: MMP spol. s r. o., Trnava  
Tlač: AD TEAM, s.r.o., Trnava  
Rozširuje: VELDAN, spol. s r. o.,  
Registračné číslo MK SR: EV 81/08.  
ISSN 1338-3191

Autorské práva sú vyhradené a vykonáva ich vydavateľ. Kopírovanie a šírenie je povolené len s uvedením zdroja a so súhlasom vydavateľa. Za správnosť textu sú zodpovední autori. Niektoré inzeráty neprešli jazykovou korektúrou. Nevyžiadané rukopisy a fotografie nevraciam.

### Partneri ProgressLetter



## Obsah

ProgressLetter 15/2011

|   |    |
|---|----|
| Trendy pre rok 2012 .....   | 4  |
| Z odbornej konferencie Slovensko a zahraničné investície .....        | 6  |
| Deti a golf – hra a radosť.....                                       | 8  |
| Platiť za triedenie sa vyplatí .....                                  | 9  |
| Mýtus: Muži sú lepší manažéri ako ženy .....                          | 10 |
| Sociálne médiá - skutočný fenomén alebo len veľa kriku pre nič? ..... | 12 |
| Publikovanie súčasnosti na rázcestí .....                             | 14 |
| Virtuálny pomocník v praxi .....                                      | 16 |
| Dizajnom si plní svoj sen.....  | 17 |
| Sexifóry - Afohryzmy - Aforizmy ...                                   | 17 |
| Koncoročné manažérske reflexie ..                                     | 18 |
| Energia vždy v zálohe .....   | 19 |
| A vy s kým adventujete? .....   | 22 |
| Premena návštevníkov na kupujúcich .....                              | 22 |

# Trendy pre rok 2012

## Čo pravdepodobne zmení svet biznisu v budúcom roku?

**Ako byť zákaznícky atraktívny? Čo sledovať, aby sme sa nevzdávali od svojich zákazníkov? Aké asi bude ich správanie v najbližších mesiacoch? Marketéri na celom svete hľadajú odpovede na tieto otázky, aby ich marketingové programy dokázali prilákať pozornosť zákazníkov a investícia do marketingu sa vyplatila.**

Každoročne sa na stránkach Progress-Letter venujeme stručnej predikcii toho, čo sa udeje vo svete biznisu a najmä marketingu počas budúceho roka, a na čo by sa teda marketéri mali pripraviť. Aj napriek silnej globalizácii, ktorej súčasťou sa stalo aj Slovensko, sa nie všetky trendy musia u nás prejaviť, a niektoré možno k nám dorazia s odstupom dvoch-troch rokov.

### **E-commerce stále na vzostupe**

Najmä kvôli zhoršujúcej sa ekonomickej situácii sa spotrebiteľia vyspelého sveta stále viac orientujú

na nákup tovarov a služieb na internete, z čoho pramení nižšia cena a väčší výber. S tým súvisí aj on-line aktivita obchodníkov, ktorí rôznymi cestami propagujú svoje tovary a služby – každoročný nárast o 10 a viac percent obratu, ale aj investícií do on-line reklamy je dôkazom preskupovania síl do oblasti elektronického obchodovania. Len v USA sa tento rok investuje viac ako 30 mld. USD do niektorej z foriem internetovej reklamy – s čím súvisí aj znižovanie výdavkov na reklamu v tzv. klasických médiách.

### **Zľavové portály spomalia rast**

Portály hromadného nakupovania ponúkajúce výrazné zľavy od poskytovateľov služieb a predajcov tovaru v súčasnosti ešte stále rastú enormným spôsobom. Trh je však už presýtený, najmä kvôli stagnujúcemu až klesajúcemu počtu samotných predajcov ochotných poskytovať zľavy na svoje produkty. Prvá vlna konsolidácie už prebehla na konci tohtoročného leta, v prvých mesiacoch nového roka môžeme očakávať ďalšiu vlnu zlučovania a zatvárania menej významných zľavových portálov.

Záujem o zľavy sa prenáša aj do bežných kamenných obchodov, ktoré na to reagujú otvorením tzv. outlet obchodov s výraznými zľavami na staré kolekcie.

### **Direct marketing je budúcnosť**

Presne zamerané reklamné informácie, či v tlačenej alebo elektronickej podobe, sú budúcnosťou marketingu. Celá prvá dekáda 21. storočia bola charakteristická posunom od tradičných masmédií k personalizovaným reklamným správam, na čom vlastne vyrástol Google so svojím programom AdWords. Ústup od masmédií k individuálnej marketingovej komunikácii pokračuje aj naďalej, najmä v oblasti e-mail marketingu. Zlé meno tomuto typu komunikácie robia najmä spameri rozposielajúci e-maily bez predchádzajúcej autorizácie, na čo však pamätá sprísňujúca sa legislatíva.

Direct marketing prostredníctvom tlačených katalógov je upadajúci trend s klesajúcou mierou odozvy (Response Rate). Vydavateľstvá a zásielkové obchody smerujú všetky svoje nové aktivity do elektronickej komunikácie cez internet, a do m-Commerce, tj. komunikácie prostredníctvom mobilných zariadení.



## Sociálne siete v rozmachu

Facebook zažíva exponenciálny rast reklamných výdavkov inzerentov. Svoju šancu skúšajú ďalšie siete, napr. Google+ či Tlalip do Microsoftu. Prvenstvo Facebooku sa zdá neotrasiteľné, ale s príchodom prvej výraznejšej technologickej novinky vo svete sociálnych sietí sa môže dominancia rýchlo presunúť. V hre sú najmä obrovské potenciálne reklamné príjmy z personalizovanej inzercie zobrazovanej v rámci siete. Ďalší rozmach inzertných príjmov sa očakáva aj z reklám zobrazovaných v rámci mobilných aplikácií, ktoré sa stávajú preferovaným kanálom prístupu k sociálnej sieti.



## BRIC doplňuje MAVINS

Hlavný ekonóm spoločnosti Goldman-Sachs prišiel v roku 2001 so štúdiou, v ktorej označil za motory budúceho rozvoja svetového hospodárstva štyri krajiny: Brazíliu, Rusko, Indiu a Čínu. Ich iniciály tvoria termín BRIC. Posledné roky však zamiešali svetovým hospodárstvom. Síce krajiny BRIC stále majú obrovský potenciál pre ďalší ekonomický rozvoj, vyvojili sa však nové krajiny so svetlou budúcnosťou. Skratka MAVINS označuje Mexiko, Argentínu, Vietnam, Indonéziu, Nigériu a Juhoafrickú republiku (South Africa). Krajiny MAVINS a BRIC sú horúcimi kandidátmi na udržanie rastovej tendencie svetového hospodárstva, spolu s ďalšími, ako Chile, Katar či Južná Kórea.

## Rast regiónu ASEAN

Presun výrobných kapacít tovarov z USA či Európy do Číny postupne stráca na dychu. Dôvodom je stále nízka kvalita produkcie a rastúce mzdové náklady. Čiastočne to čínske hospodárstvo vyrovnáva presunom výroby z pobrežných oblastí,

ako napríklad Shenzhen, viac do vnútrozemia. Problémom je aj napriek nižšej cene za prácu jej nízka produktivita, nedostatočná infraštruktúra hlbšie vo vnútrozemí a potreba dodatočnej dopravy produkcie do prístavov, čo predlžuje a predražuje pôvodné logistické náklady.

Objednávateľia zo západu sa postupne presúvajú do krajín s lacnejšou pracovnou silou – cieľom sú najmä krajiny ASEAN, Združenia štátov juhovýchodnej Ázie. Celá oblasť má až 600 miliónov obyvateľov, čo poskytuje dostatočný potenciál ako lacnej výrobné sily, tak aj potenciálneho odbytku pre produkty. Najčastejšie uvažovanými cieľmi na presun výroby sú Kambodža, Vietnam, Filipíny a Malajzia. Všetky tieto krajiny sú už v súčasnosti veľkými výrobcami tovarov, ale nová ázijská vlna presunu výrobných kapacít už uvažuje o presune výroby s vyššou pridanou hodnotou, než je tradičná výroba textilu a obuvi.

## Zmena paradigmy marketingu

Súčasnosť núti marketingových pracovníkov meniť zaužívané metódy budovania a udržiavania vzťahov so zákazníkmi. Aby boli špičkoví marketingoví pracovníci schopní lepšie pripravovať stratégie, potrebujú väčší rozsah právomocí, ktoré nebudú zahrňovať len marketing, ale aj produktovú, distribučnú a cenovú stratégiu. A nie sú to jediné zmeny, ktoré marketérov čakajú.

Top manažment rôznych spoločností má striktné požiadavky od akejkoľvek investície – jej návratnosť. Teda návratnosť investícií do marketingu sa stane kľúčovou metrikou hodnotenia marketingových pracovníkov, ktorí však bez väčšej kontroly nad ďalšími oblasťami (výroba, cena,

distribúcia) nie sú schopní prijať túto zodpovednosť.

Ďalšími výzvami pre novodobých marketérov je nachádzanie relevantných informačných zdrojov v súčasnej záplave informácií, širšia akceptácia sociálnych médií a lepšia práca s nimi. Kvôli starnutiu obyvateľstva či zmenám v ekonomickej situácii rôznych vrstiev sa mení aj spoločnosť, či už ide o rast čínskej a indickej strednej triedy, rastúci význam hispánskej komunity v USA, či výrazné presadzovanie sa moslimov vo svete. Rápidne zmeny vo svete technológií radikálne ovplyvňujú aj komunikačné kanály marketingu: marketéri sa musia prispôbiť vo svojich stratégiách nárastu používania tabletov a rôznych mobilných zariadení.

Technológie a sociálne siete dominujú marketingu, svetová ekonomika prežíva divokú jazdu a jedinou istotou je neustála zmena. Marketéri tak musia ešte ostrožitejšie sledovať trendy a rozhodovať sa pre správne investície marketingových peňazí, aby ich spoločnosti a značky mohli prežiť ďalší rok v turbulentnom svete. ■



Tomáš Jaroš  
zástupca šéfredaktora  
jaros@veldan.sk



# Zmení sa rezort hospodárstva na ministerstvo podnikateľov?

## Bude zo Slovenska malý Singapur v Európe?

Určité vízie smerovania zahraničných investícií na Slovensku odkryl, na odbornej konferencii Slovensko a zahraničné investície, Juraj Miškov, minister hospodárstva. Mottom ministra je zmeniť rezort hospodárstva na ministerstvo podnikateľského prostredia.

Slovensko by sa malo stať malým Singapurom v strednej a východnej Európe. Ministerstvo chce pre podnikateľov na Slovensku vytvoriť také podmienky, ktoré budú aspoň z polovice pre podnikateľov tak výhodné ako v Singapure, či vo Švajčiarsku, ktoré sú na špici v oblasti podnikateľských slobôd.

### Zlepšiť podmienky podnikateľom

V rámci pripravovaných vládnych opatrení, na zlepšenie nášho podnikateľského prostredia, by už na založenie spoločnosti s ručením obmedzeným mali stačiť len dva dni, pričom by postačovalo základné imanie v čiastke jedno euro. Na založenie živnosti by stačili tri dni a pod. Aj vzhľadom na zlepšujúce sa podnikateľské prostredie, Slovensko sa stalo cieľovou krajinou pre mnohé významné investície. Zámerom rezortu hospodárstva je, podľa ministra, „podporovať investície do regiónov s vysokou nezamestnanosťou, alebo investície s vyššou pridanou hodnotou, či prvkom výskumu a vývoja.“ Vyzdvihol, v tejto súvislosti, investície nadnárodných automobilových koncernov Volkswagen, Peugeot a Kia, vďaka ktorým Slovenská republika produkuje najviac osobných automobilov v prepočte na jedného obyvateľa vo svete. Medzi naše významné investície sa radia aj podniky pôsobiace v sektore elektronickej výroby a firmy z oblasti informačných technológií.

### Investičné stimuly

Veľa sa v súčasnosti diskutuje o účelnosti pridelovania a následného oprávneného využívania inves-

tičných stimulov pre podnikateľské subjekty. Rezort hospodárstva chce ztransparentniť poskytovanie investičných stimulov, zrýchliť proces celkovej administrácie a podstatne sprísniť výber. Podniky sa musia riadiť trhom a budúcimi objednávkami. „Preto chceme, aby neboli viazané administratívou, aby vedeli, či sú oprávnené získať podporu od štátu, alebo nie. Zároveň sa snažíme vytvoriť, pre najzaostalejšie regióny, prvok automatického čerpania daňovej úľavy, pri splnení zákonných kritérií tak, aby bol proces pre investora istý a rýchly,“ zdôraznil, na odbornej konferencii Slovensko a zahraničné investície, minister J. Miškov. Kritikom tzv. uplácania zahraničných investorov, minister hospodárstva odkázal, že cieľom rezortu je postupný zánik tejto pomoci. Ako však uviedol „žijeme v realnej konkurencii našich susedov a nemôžeme sa stavať do pozície, že naše podnikateľské prostredie je v súčasnosti dostatočnou pozvánkou pre investície zahraničných investorov.“ Priemerná návratnosť investovaných financií je štyri roky. Pri ich schvaľovaní sa dbá o to, aby každá štátna investícia bola návratná. Vládny kabinet aktuálne rozhodol, že deväť investorov môže vo svojich projektoch rátať so štátnou pomocou vo výške 45,8 milióna eur. Celkovo ide o investičné zámery vo výške 221 miliónov eur, pritom sa vytvorí 1674 nových pracovných miest. Značná časť z týchto investícií smeruje do automobilového priemyslu. Investori majú u nás rozpracovaných päťkrát viac projektov než minulý rok. Plány však ohrozuje dlhová kríza.



Juraj Miškov, minister hospodárstva na konferencii Hospodárskych novín: Slovensko a zahraničné investície.

### Minerva 2.0

Osobitnú pozornosť vlády budú mať projekty, ktoré so sebou prinesú aj prvok inovácie, lebo budú obsahovať nejaký prvok výskumu. Podľa J. Miškova, v týchto prípadoch bude rezort ochotný vytvárať osobitné podmienky a bude realizovať pilotné projekty. Pripomenul, že existuje osobitný zákon z dielne Ministerstva školstva SR a aj rezort hospodárstva má vlastné nástroje, ako môže takúto investíciu podporiť. Spolupracuje na nových nástrojoch pod iniciatívou s názvom Minerva 2.0 s úradom splnomocnenca vlády pre znalostnú ekonomiku, s ministerstvami školstva a financií a diskusia prebieha aj so samotnými spoločnosťami.

Vydaním správy expertnej skupiny Wima Koka sa intenzívne rozprúdila debata o tom, ako môže Európa naplniť deklarované ekonomické ciele. Kokova správa kreslí pesimistický obraz toho, čo sa podarilo dosiahnuť. Podľa nej väčšina krajín Európskej únie zaostáva vo väčšine indikátorov vyspelosti poznatkov orientovaných ekonomík. Medzi navrhovanými riešeniami je aj vypracovanie akčných plánov plnenia lisabonských cieľov každou členskou



krajinou. Slovensko sa do tohto procesu zapája iniciatívou Minerva 2.0, ktorá je zameraná na mobilizáciu inovácií v národnej ekonomike a rozvoj vedecko-vzdelávacích aktivít. Jej cieľom je urobiť zo Slovenska jednu z najvyspelejších, najmodernejších a najprosperujúcejších spoločností na svete.

### Zahraničné investície

Generálny riaditeľ Slovenskej agentúry pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO), Róbert Šimončič, na konferencii upozornil na kľúčové faktory, ktoré sú dôležité pre rozširovanie zahraničných investícií a najmä pre pritiažnutie nových investícií. Pripomenul mimo iného výhodnosť centrálny polohy Slovenska. Rastie východný trh, čo má vplyv na rastúci záujem západnej Európy aj zámoria o Slovensko ležiace v strede nášho sveta. Ďalším významným predpokladom prílevu zahraničných investícií je kvalitná pracovná sila a rast produktivity práce. Predpokladá to realizáciu programov na ďalšie vzdelávanie uchádzačov o zamestnanie. Podľa vyjadrenia R. Šimončiča, na Slovensku rastie produktivita práce a v adaptácii na nové technológie sme na 5. mieste na svete. Upozornil však,

že ešte stále existujú veľké regionálne rozdiely, ktoré sa hlavne vďaka pokračujúcej výstavbe diaľnic postupne odstraňujú. Takže aj vzdialenejšie regióny lákajú čoraz viac zahraničných investorov. Z pohľadu predaja označil za veľmi dôležitý pozitívny faktor zavedenie eura na Slovensku. V súvislosti s kritikou investičných stimulov pre zahraničných investorov R. Šimončič poznamenal, že len polovica z nich prichádza na Slovensko preto, lebo uprednostňuje štátne finančné stimuly. Vyzdvihol pritom dôležitosť potenciálu rozširovania investícií na Slovensku už etablovanými investormi. **Pri rozhodovaní malých a stredne veľkých firiem podľa generálneho riaditeľa SARIO rozhoduje lokálne prostredie, čiže podmienky na podnikanie v danom mieste.**

### Na Slovensko mieri stovka investorov

V hre je až dvadsaťtisíc nových pracovných miest. Má ich vytvoriť takmer stovka investorov, ktorí už začali rokovania so zástupcami slovenskej vlády. Ide najmä o firmy, ktoré podnikajú v automobilovom a elektrotechnickom biznise, vyhlásil na odbornej konferencii Hospodárskych novín generálny

riaditeľ SARIO R. Šimončič. Boj o investorov sa vyostruje. Záujem majú, podľa neho, aj veľkí investori z Nemecka či zo Spojených štátov. Všetky projekty sú však v štádiu rozpracovania. Podľa riaditeľa korporátneho a investičného bankovníctva UniCredit Bank Slovakia, Miroslava Štokendla, v roku 2012 prilákame približne toľko investorov, koľko sme dokázali v roku 2009. Ten bol krízou najviac poznačený a na Slovensko prišlo len osem firiem. Napriek tomu, že noví investori ešte nie sú potvrdení, 1600 ľudí si prácu už určite nájde. A to aj v takých lokalitách ako Lučenec, Klenovec či Námestovo. Na rokovaniach vlády totiž dostalo zelenú deväť investorov, ktorým vláda pomôže takmer 46 miliónmi eur. Sú medzi nimi i významné spoločnosti, ako Johnson Controls či Matador Continental Rubber.

### Pomôžu aj banky

**S miernym optimizmom sa do budúcnosti pozerajú aj bankári. Podľa Jozefa Bartu, generálneho riaditeľa UniCredit Bank Slovakia, sú spoľahlivým, stabilným partnerom a podnikatelia sa môžu na nich s dôverou obrátiť pri financovaní zahraničných investícií.** ■

Vladimír Dobrovič

Ako v predaji nezažiť „hluchý“ január



Bezpochyby sú koniec a začiatok roku vnímané v biznise ako „hluché“ obdobie. (Samozrejme, nerátam sem sortiment spadajúci do darčkovej kategórie.) Prečo je tomu tak? Pretože to väčšina obchodníkov jednoducho má tak naplánované. Nie je to však správne – dôsledkom je výrazný pokles tržieb. A to možno len preto, že sa obchodník dopredu vzdáva.

V niektorých firmách sa koncom roku investuje, v iných nie. V každej firme však musia uvažovať o budúcnosti a plánovať výdaje. Robia to aj vaši klienti. Preto ak nie je možné váš produkt koncom roku priamo zobchodovať, dohodnite sa so zákazníkom na najbližšom možnom termíne - na január. Proste si váš obchod dohodnite vopred. Ak plánujete koncoročné návštevy klientov, zaradte tento bod do vášho programu.

Ešte lepšie by bolo, ak by ste zákazníka motivovali ku kúpe v januári výhodnejšími podmienkami - výnimočnou zľavou, dlhšou splatnosťou alebo nejakou službou navyše. Ale dohodnite to už v decembri! Zákazník sa na to bude môcť pripraviť a vy môžete začať rok s celkom dobrými číslami. Zatiaľ čo konkurencia bude čakať, až sa rok rozbehne... ■



Martin Mišík  
[www.akopredavat.sk](http://www.akopredavat.sk)

## Deti a golf – hra a radosť

Golfové ihrisko môže byť dejiskom vrcholných športových výkonov, môže byť ideálnym miestom pre dohadovanie biznisu, no a rovnako tak môže byť aj miestom čistej radosti z hry, súťaže a pekných priateľstiev.



Najväčšie predpoklady spoznať čistú podstatu golfu majú prirodzene deti. Práve detská hravosť a súťaživosť vedú malých golfistov k snahe zdokonaľovať sa a byť lepší. Okrem športových zručností získavajú deti na golfovom ihrisku veľmi silné impulzy aj pre svoj osobnostný rast. Vzhľadom na charakter golfu ako hry džentlmenov možno bez okolkov povedať, že podporuje rozvoj takých vlastností, akými sú čestnosť a vytrvalosť, rovnako tak schopnosť koncentrácie. Ak sa to všetko podá správnu formou, pre deti sú chvíle v golfovom areáli nezabudnuteľnými zážitkami. Práve na týchto základoch sa v golfovom rezorte BLACK STORK vo Veľkej Lomnici rozhodli založiť letnú prázdninovú golfovú školu spojenú s golfovým táborom. Počas doterajších piatich rokov fungovania tohto úžasného projektu absolvovali jednotlivé turnusy už dohromady stovky spokojných detí. Pod vedením profesionálnych trénerov z BESTVINA GOLF ACADEMY urobili svoje prvé kroky na grínoch, odpálili prvé lopťičky, spoznali čaro hry, o ktorej dovtedy mnohí len počuli. To všetko príjemnou a zábavnou formou, takže sa dokázali tešiť na každú novú hodinu s trénerom. Aj preto je golfová škola nielen o golfe. Načerpávajú sily do nových lekcí chodievajú najmenší golfisti aj do gurmánskej hotelovej reštaurácie, no pravidelne tiež do hotelového

wellness. Šantenie v bazénoch, v detskom kútiku, turnaj v stolnom tenise či hra na golfovom simulátore, to všetko dokáže popri samotnej výučbe golfu vyplniť deťom čas tak, že dni ubiehajú účastníkom projektu neuveriteľne rýchlo.

Deti sa do golfovej školy a golfového tábora pod Tatrami vracajú pravidelne. Počas 5-tich ročníkov sa v golfe zdokonalili dokonca tak, že v roku 2011 museli organizátori kvôli tomu vytvoriť aj špeciálny golfový kemp pre pokročilých malých golfistov. A to je pre BLACK STORK zrejme tým najlepším dôkazom o dobre nastúpenej ceste.

### PGA Golf Course

Golfový rezort Black Stork vo Veľkej Lomnici sa koncom októbra zaradil do rodiny ihrísk so značkou „PGA Golf Course“, ktorú má len 19 ihrísk v 8 krajinách na 2 kontinentoch a je pečiatkou kvality. Pre ihrisko Black Stork je to nielen obrovská prestíž, ale aj dlhodobý záväzok a pomoc špičkových konzultantov pri ďalšom zvyšovaní kvality ihriska a zároveň prezentáciou ihriska cez PGA vo svete.

Rezort však bude naďalej otvorený pre všetkých golfistov od začiatníkov po špičkových hráčov bez ohľadu na ich výkonnosť, či príjmovú skupinu. ■

(red.)

# Zelený marketing



## Platiť za triedenie sa vyplatí

V malej českej obci Tišnov začali s odvážnym experimentom: platia svojim obyvateľom za to, že separujú a recyklujú odpad zo svojich domácností. V zisku majú byť občania aj obec.



Každých štrnásť dní prechádza zberné vozidlo ulicami obce Tišnov a zbiera od obyvateľov vrecia s druhotnými surovinami, ktoré by bez tejto aktivity zostali v bežnom komunálnom odpade, alebo by boli spálené v domácnostiach. Novinkou je použitie čiarových kódov, ktorými obyvatelia prihlásení do systému zberu druhotných surovín označujú nimi odovzdané vrecia. Takto vytriedené a na zberný dvor zvezené suroviny sa kontrolujú, či skutočne obsahujú iba nápojové kartóny a plasty, na ktoré sa zatiaľ vzťahuje environmentálna aktivita obce. Pokiaľ obsah vyhovuje požiadavkám obce, zoskenujú pracovníci zberného dvora čiarový kód, ktorý zatiaľ používa dvestosedem rodín, zapojených v programe.

Využitie čiarového kódu zabraňuje zneužívaniu systému, keď napríklad obyvatelia vkladali do vriec kusy železa, aby bol ich výnos vyšší, alebo v nich niekoľko krát našli pracovníci recyklačnej firmy mŕtve domáce zvieratá.

Inovatívna obec počíta s ročným ziskom v rádovo stovkách tisíc českých korún, ktoré sa budú prerozdeľovať obyvateľom podľa toho,

koľko druhotných surovín vyzbierali. Reálne ide o zníženie ročného poplatku za zber a likvidáciu odpadov jednému členovi rodiny o štyri koruny za každý kilogram odovzdaného odpadu.

Unikátny je projekt aj v tom, že okrem využitia technológie čiarového kódu uľahčuje účasť v programe tým, že obec sama zabezpečuje zvoz odpadov, čo si v iných obciach zabezpečujú obyvatelia sami. Nevýhodou pre ďalšie rozširovanie systému, napr. pre obyvateľov panelákov, je to, že nemajú dostatok priestoru na skladovanie vriec s odpadkami.

Vedenie obce predpokladá skoré rozšírenie systému aj na ďalšie materiály, u ktorých je potenciál pre druhotné využitie a finančný efekt, ktorý robí projekt zaujímavý pre všetkých účastníkov.

V Českej republike sa ročne vytriedi iba 20 percent komunálneho odpadu, zatiaľ čo v Nemecku, Rakúsku, Belgicku či Holandsku je to až 50 percent. Väčšina odpadu z domácnosti tak končí na skládkach či v spaľovniach. Žiaľ, situácia na Slovensku je podobne bezútešná. ■

(red.)

## Ako nerobiť marketing

### Mapa uletela

Leteckých spoločností, solídnych i pochybných, je len v Európe niekoľko desiatok. Mal som skúsenosť s mnohými z nich, počas letu na dovolenku som však načrel aj do druhej skupiny.

Na palube nemenovaných turecko-holandských aerolínií som zalistoval v ich palubnom časopise. Okrem štandardného obsahu ma zarazila mapa Európy s vyznačením destinácií, do ktorých spoločnosti prevádzkujú svoje lety. Mestá ako Bratislava, Brno, Praha, Barcelona či Madrid sú zaznačené na úplne iných miestach, než by pravidelný cestovateľ čakal. A už vôbec by to nečakal na palube spoločnosti, ktorá musí o geografii niečo vedieť.

Máte podobný zážitok? Píšte, foťte a posielajte na [veldan@veldan.sk](mailto:veldan@veldan.sk). ■

(ToJa)



# Mýtus: Muži sú lepší manažéri ako ženy

Seriál: Mýty v manažmente – 9. časť

Tento mýtus sa traduje zrejme od pradávnych dôb, keď matriarchát bol vystriedaný patriarchátom a muži, vďaka svojim fyzickým predpokladom a rozdielnej delbe práce a povinností získali prevahu nad ženami. Toto delenie pretrvávalo dlhé stáročia – ženy mali rodiť a starať sa o deti, muži mali za úlohu postarať sa o hospodársky status rodiny. To malo za následok, že muži boli tými, ktorí určovali, rozhodovali, riadili a ženy boli posunuté do – z hľadiska manažmentu – podradnejšej úlohy.

## V tieni mužov

Skutočne, z minulých dôb poznáme iba málo žien, ktoré sa dokázali presadiť. Jednou z nich je určite Johanka z Arcu, ktorá dokázala zmobilizovať Francúzsko do boja proti Angličanom. Ďalšie historicky podložené dôkazy o autorite žien sa zakladajú na tom, že ženy „zatĺkali“ svoje pohlavie a vydávali sa za mužov (pápežka Jana, čínska generálka Chua Mulan). Určite však stojí za zmienku fakt, že Anglicko dosiahlo svoj najväčší rozmach za panovania ženy

– kráľovnej Viktórie – hoci je potrebné tiež dodať, že jej boli nápo-  
mocní i mnohí schopní muži. Mimo  
iných i jej ministerský predseda  
B. Disraeli.

– tie sa v tom čase skôr orientovali na starostlivosť o rodinu a charitu. Až zrovnoprávnením žien v legislatívach jednotlivých štátov dochádza k väčšej angažovanosti vo veciach spoločných – sufražetky „modré punčochy“ – zakladajú ženské kluby, vstupujú do spoločenských organizácií, snažia sa o vstup do vysokej politiky. Ale až po 1. svetovej vojne je možné zaznamenať vyšší podiel žien na riadení štátnych inštitúcií a ekonomických subjektov (módny a kozmetický segment).

“ Niet väčšieho muža,  
ako je malá žena.

(Andreas Martinelli, 1516)

V dobe priemyselnej revolúcie vyrástli „kapitáni priemyslu“, medzi ktorými nefigurovala žiadna žena

## Nástup úspešných žien

V druhej polovici dvadsiateho storočia sa situácia začala radikálne



meniť. Ženy sa dostávali na najvyššie štátne posty a boli pritom mimoriadne úspešné – Golda Meyerová v Izraeli, Margaret Thatcherová vo Veľkej Británii, či Indira Ghandiová v Indii. I v súčasnej dobe môžeme pozorovať vstup žien na rozhodujúce posty – dosť frekventovane sú na miestach prezidenta, premiéra, či kancelára (Fínsko, Thajsko, Nemecko a v neposlednom rade i Slovensko...).

Ale prejdime k zastávaniu rozhodujúcich manažérskych pozícií v oblasti ekonomiky. Už dlho sú u nás v manažérskych pozíciách ženy v školstve, poštových službách a čiastočne i v obchode. Ich výkonnosť a úspešnosť je pritom potrebné hodnotiť ako veľmi vysokú. Mužský a ženský prístup k manažérskym činnostiam je trochu odlišný. Muži sú cieľavedomí, vďaka tomu aj niekedy príliš tvrdí, ich prioritou je dosiahnuť úspech. Ženy ponímajú problémy v širších – najmä v sociálnych súvislostiach, ich prístup k manažmentu má často silné emocionálne komponenty. Do úvahy berú ľudské potreby – vďaka tomu sa niekedy javia ako „mäkšie“. Kritériom sú však konečné dosiahnuté výsledky – a tu medzi oboma prístupmi niet väčších rozdielov.

### Zmena priorit a ambícií

Pravda je, že u nás je v manažérskych pozíciách podstatne viac mužov ako žien – a to napriek tomu, že v dospeljej populácii je väčšie zastúpenie žien ako mužov a z hľadiska najväčšieho dosiahnutého vzdelania sú slovenské ženy na tom lepšie ako muži. Situácia sa však i u nás začína meniť. Po roku 1990 výrazne vzrástla úroveň aspirácií a ambicióznosti žien. Kvôli kariére sú oveľa viac, ako predtým, ochotné odkladať založenie rodiny, či realizáciu klasických partnerských vzťahov. Viac chcú byť úspešné a statusovo hodnotené.

O úspechu žien na manažérskych pozíciách hovoria štatistické a mediálne informácie. Často je to iba mužská samolúboosť, ktorá to nepripúšťa. Okrem nevyvrátiteľnej úspešnosti žien hovorí v ich prospech pri riadení organizácií



i ďalšia skutočnosť – nepopierateľný vplyv má ich účasť na riadiacich štruktúrach organizácií. Rokovania dokážu kultivovať, zbavovať jednostrannosti a razantnosti, muži sa v ich prítomnosti stávajú slušnejšími a galantnejšími. Na trochu humornejšie potvrdenie tejto skutočnosti odkazujem na knižku „Úsmevy a šľahy Jána Masaryka“. Keď sa po puči v r. 1948 stala ministerkou kultúry Ludmila Jankovcová – ako jediná a prvá žena vo vláde, komentoval to J. Masaryk: „Predtým, keď sme potrebovali prestávku v dlhom zasadaní vlády, povedal som: ‚Chlapci, podme sa vyčúrať,‘ ale čo mám povedať teraz, keď tu je Jankovcová?“

Manažment nie je však iba o riadení štátov, politických síl, ale aj o úplne bežnom riadení malých skupín, rodiny, najbližších vzťahov.

Nie nadarmo sa hovorí, že muž je hlava, ale žena je krk, ktorý tú hlavu ovláda a že názor muža v rodine nemusí byť vždy rozhodujúci a zohľadňovaný vedením. Muži majú v rodine zväčša v kompetencii zahraničné – politické vzťahy a ženy všetko ostatné.

Na záver mi dovoľte osobnú skúsenosť. Prakticky celý svoj profesionálny život som strávil v riadiacich pozíciách a iba raz mi šéfovala žena. Jednoznačne však môžem povedať, že to bol najlepší manažér, s akým som sa stretol. ■



PhDr. Juraj Martinek

# Sociálne médiá - skutočný fenomén alebo len veľa kriku pre nič?

Sociálne siete sú jednoznačným fenoménom dnešnej doby. Stať sa fanúšikom stránky, firmy, produktu respektíve úplne čohokoľvek na Facebook-u je proste in. Čo ale zaujíma každého správneho manažera je Návratnosť investície (Return On Investment-ROI).

Sociálne médiá sú najmä internetové a mobilné stránky, ktoré umožňujú interaktívnu komunikáciu - dialóg medzi jednotlivými účastníkmi.

**Facebook** - najznámejšou sociálnou sieťou je jednoznačne Facebook. Nie je to však jediná stránka svojho druhu.

**Twitter** - ďalším veľmi populárnym sociálnym médiom je Twitter, ktorý je založený na tweet-och, krátkych textových správach zobrazovaných ich odberateľom.

**Google+** - najväčší internetový gigant Google nezachytil nástup tohto druhu internetovej komunikácie aj keď sa o to v minulosti pokúšal. Napriek tomu sa nevzdáva

a s uvedením Google+ a najnovšie aj možnosti vytvárať Google+ stránky pre firmy sa snaží dobehnúť zameškané.

**LinkedIn** - u nás nie príliš známa, ale vo svete veľmi populárna je biznis sociálna sieť LinkedIn. Profily na nej sú zamerané na informácie o predchádzajúcich i aktuálnych pracovných pozíciách, odporúčaniach od kolegov, dodávateľov a obchodných partnerov.

**Ostatné** - vo svete sú desiatky sociálnych sietí, ktoré vznikajú na základe špecializácie napr. pre učiteľov, milovníkov zvierat atď. Vzhľadom k tomu, že v našom regióne má dominantné postavenie Facebook, v tomto článku sa zameriame práve naň.

**Aký je skutočný prínos sociálnych sietí?**

Prínos sociálnych médií netreba preceňovať ani podceňovať. Určite platí, že ich prínos sa dá pre ten ktorý subjekt zmerať. Najčastejšou chybou firiem, ktoré začínajú pôsobiť na tomto novom médiu je „nesociálny“ prístup, čiže jednostrannosť. To znamená, že firmy chcú médium použiť na šírenie svojej reklamnej správy, akciového pobytu a podobne. Čo je svojim spôsobom v poriadku, a na to sú sociálne siete aj nápomocné. Ale sociálne siete sú hlavne o interaktivite s fanúšikmi. Preto sa nazývajú tieto siete sociálne. Treba dať fanúšikom príležitosť pobaviť sa a vyjadriť názor. Fanúšikovia však nevyjadrujú len pozitívne názory. Prípady ako jeden zo Slovenských mobilných operátorov zmažal oprávnenú sťažnosť svojho zákazníka je online samovražda v priamom prenose. Chyba



operátora bola, že ignorovali sťažnosť a ako riešenie zvolili jej zmazanie. Po zmazaní sa strhla vlna kritiky (opäť cez internet a facebook), ktorá sa nedala ignorovať a operátor musel svoju chybu napraviť.

### Stratégia

Každá spoločnosť, ktorá to myslí so svojim pôsobením na sociálnych médiách vážne, by si mala vopred stanoviť plán. Najdôležitejšie aspekty, ktoré by mal plán zahŕňať sú informácie a témy s časovým návrhom realizácie. Zdá sa to ako samozrejmosť, ale pri každodenných obchodných a marketingových povinnostiach sa často stane, že Facebook nie je prioritou. Firemná stránka na Facebooku, ktorá má neaktuálne informácie, alebo príspevky ktoré sú niekoľko týždňov staré pôsobia nedôveryhodne a môže skôr uškodiť ako pomôcť. Základné nastavenie profilovej stránky na sociálnych sieťach nikdy nestačí na to, aby vystúpila z tieňa priemernosti. Je potrebné využiť napríklad špeciálne záložky s aktuálnou ponukou, informáciami alebo video prezentáciou, prípadne záložku integrovanú s vaším e-shopom alebo kontaktným formulárom. Jednou z najčastejších chýb, ktoré u nás firmy robia, je striktné ohraničenie priestorov. Vyhrania Facebook ako jeden priestor, webstránka je ďalší a offline média úplne samostatný. Lepšou voľbou je integrovanie svojho plánu sociálnych médií v rámci svojho marketingového plánu. Prepojenie vašej webstránky a facebook profilu by malo byť samozrejmosťou. Pokročilejšou formou môže byť umiestnenie tzv plug-in, kedy sa na vašej stránke zobrazia aj konkrétne osoby, ktoré sú už vašimi fanúšikmi. Prepojenie s tradičnými médiami je tiež dôležité. Ak máte tlačoviny, reklamné letáky či brožúry, logo Facebooku prípadne uvedenie špeciálne upravenej URL adresy v tvare facebook.com/Mojafirma by nemalo na nich chýbať.

### Aké sú vaše ciele?

Sociálne médiá sú merateľné a preto si treba stanoviť správne ukazovatele. Meradlom nie je len počet fanúšikov, ktorý sa dá aj zakúpiť a umelo zlepšiť. Môže sa stať, že takýchto nových 5000 priateľov je napríklad

z Indie a váš produkt a služba ich vôbec nebude zaujímať. Tiež si treba uvedomiť, že kliknúť na tlačidlo „Páči sa mi“ a stať sa fanúšikom je veľmi jednoduché. Ale cesta premieňania fanúšika na zákazníka je veľmi dlhá a vyžaduje si veľké úsilie.

### Facebook a platená reklama

Profilová stránka, uverejňovanie noviniek a získavanie priateľov sú zdarma. Facebook ale poskytuje aj možnosť platenej reklamy. Financii na reklamu vo firmách nikdy nie je dost, ale je treba si uvedomiť akými informáciami o užívateľoch Facebook disponuje. Vek, pohlavie či bydlisko sú len tie najzákladnejšie údaje, ktoré môžete pri inzercii na Facebooku využiť vo svoj prospech. Váš produkt, ktorý je určený špecifickej cieľovej skupine bude potom zobrazovaný len jej a nemusíte sa obávať, že budete zbytočne cieľiť veľké množstvo užívateľov. Napríklad ponuka šitá na mieru ženám vo veku 30 až 40 rokov. Príkladov je viacero a ciele je možné meniť a nastavovať podľa aktuálnej ponuky a potreby.

Sociálne siete sú veľmi populárne, a preto treba využiť ich potenciál vo svoj prospech. Mali by byť súčasťou aj vašej celkovej marketingovej stratégie. Tak ako so všetkými inými aktivitami, nič sa nedá predbehnúť a vaša trpezlivá a pravidelná práca s týmto novým médium vám prinesie viac úžitku ako uponáhľané rozhodnutia.

V prípade, že hľadáte externú pomoc, spoľahnite sa na overených poskytovateľov. Na internete v rámci Slovenska je v Google 320 tisíc odkazov na špecialistov na Facebook. Špecialistom nie je niekto, kto celý deň strávi na Facebook-u. Hľadajte niekoho, kto vám dokáže vytvoriť plán, zmerať dosahované ciele a prínos. ■



Ing. Michal Čuridlo  
Konzultant internetového marketingu  
iFOCUS internetový marketing

**AD TEAM**  
print in time



PRINT IN TIME

KOMPLEXNOSŤ

KVALITA

RÝCHLOSŤ

...BUDÚCNOSŤ  
V POLYGRAFII

AD TEAM, s.r.o.  
Mikovíniho 2/6903  
917 02 Trnava

Viničnianska cesta 19  
902 01 Pezinok

tel./fax: 033/55 31 260  
adteam@adteam.sk

[www.adteam.eu](http://www.adteam.eu)

# Publikovanie súčasnosti na rózcestí

## Čítať cez aplikáciu alebo z webstránky?

Publikovanie magazínov v PDF formáte sa vôbec stalo preferovaným druhom publikovania aj pre moderné dotykové zariadenia s pokročilými schopnosťami a možnosťami. V princípe existujú dva hlavné prúdy – vytvorenie aplikácie pre konkrétny systém alebo publikovanie cez štandardné webové rozhranie.

### Publikovanie cez špeciálnu aplikáciu

Ako prvý spôsob môžeme do detailov rozobrať vytvorenie špecifickej aplikácie, programu. Existuje viacero spoločností, ktoré sa špecializujú na tvorbu a programovanie tohto typu aplikácií. Tento druh vývoja je momentálne na trhu stále minoritou a s tým samozrejme súvisí aj vyššia cena služieb. Okrem toho je zvyčajným spôsobom vydávania generovanie každého jedného vydania ako kompletného súboru, za ktorý používatelia platia rovnako, ako keby si kúpili kompletne vydanie v papierovej podobe. Vytvorená aplikácia takmer vždy tvorí len nejakú medzivrstvu medzi prostredím zariadenia a sťahovaním nových čísel do zariadenia za pevný poplatok. Nie je možné vytvoriť viacero častí, ktoré by mali osobitnú cenu, ak používateľa zaujíma len konkrétna časť obsahu magazínu. Ak sa rozhodnete vytvárať aplikácie sami, dôkladne na to pripravte svoje ekonomické oddelenie. Budete potrebovať počítač od Apple s ich operačným systémom, sto dolárov za ročný vývojársky poplatok a, samozrejme, interného špecialistu – programátora. Ak aj presvedčíte ekonomické oddelenie – ešte stále ste nepreskočili všetky prekážky. Aj keď sa vám podarí úspešne vytvoriť funkčnú a efektnú aplikáciu, ešte stále nemáte zaručené, že bude po pridaní do verejného katalógu AppStore schválená. Schválenie je v rukách jeho správcov, a ak sa rozhodnú, že vaša aplikácia z nejakého dôvodu do katalógu nepatrí, môžu ju bez vysvetlenia zamietnuť.

Ďalšou nevýhodou publikovania špecializovaných aplikácií je interaktivita.

V dobe internetu, sociálnych sietí a instantnej komunikácie človeka často pochytilí nutkanie sprístupniť či preposlať linku alebo ukážku prezeraného magazínu. Zo samotnej podstaty lokálneho súboru na vašom zariadení to však nie je možné.

### Boj medzi značkami

Ak vlastníte iPad alebo iPhone s lokálnou aplikáciou, nemôžete ju odporučiť priateľom s telefónom či tabletom používajúcim Android, ani tým, ktorí majú BlackBerry zariadenie, či len „obyčajný“ počítač. Samozrejme, je pravdepodobné, že vo vašom súkromnom okruhu bude väčšia možnosť, že budú tablety alebo telefóny podobné, či rovnaké. Nemôžete sa však na to spoliehať, ak chcete osloviť čo najväčšiu skupinu čitateľov, resp. zákazníkov. Napriek zvyšujúcej sa rozšírenosti zariadení postavených na iOS je stále vytvorenie jeho špecializovanej aplikácie skôr imidžovým a marketingovým krokom, než výrazným postupom vo zvyšovaní predajnosti. Zasiahnutá skupina je stále príliš malá na to, aby sa dalo publikovať informácie len pre ňu a stále potrebuje základ v papierovom vydávaní, či štandardnom publikovaní cez web.

Vytvorenie aplikácie pre systém Android alebo BlackBerry má podobné obmedzenia. Oproti iOS má však nesporné výhody – bezplatnú registráciu, vývojárske nástroje a v poslednom rade aj veľkú komunitu vývojárov. Stále však platí, že schopný vývojár, na ktorého sa môžete spoľahnúť s kvalitou a zodpovednosťou, je dosť vysoká finančná položka a výsledkom jeho práce je znova aplikácia, ktorá pobeží len

na zariadeniach s Androidom, či BlackBerry.

### Publikovanie cez webstránku

Hypertextové stránky nemajú nedostatok grafiky, pohybu a multimédií. Posledné mesiace a roky však dokazujú, že webové technológie si stále držia svoj status. Na scénu nastúpila aj najnovšia verzia hypertextového jazyka – HTML5. S obnoveným rozvojom webových technológií a implementáciou do všetkých moderných desktopových, či mobilných, prehliadačov je možné vytvárať efektné animácie, prehrávače videa, graficky bohaté rozloženia stránok, ktoré úspešne obstoja v porovnaní s Flashovými aplikáciami, či lokálnymi aplikáciami pre mobily a tablety. Nestrácajú nič zo svojej dynamickosti, jednoduchosti, nízkého objemu prenášaných dát, ani interaktivity.

Ste zvyknutí klikať na „*páči sa mi to*“? Môžete. Kdekoľvek. Tá istá stránka je zobraziteľná na tablete iPad, na iPhone, na tablete či telefóne s Androidom, na počítači od Apple, či vlastnoručne „*poskladanom*“ PC-čku, na manažérskom BlackBerry a dokonca aj na ktoromkoľvek inom telefóne s webovým prehliadačom a prístupom na internet. Ako je to možné? Vysvetlíme si to na zobrazení článku.

Systém, ktorý publikuje informácie na internet, dokáže podľa identifikácie prístupujúceho zariadenia rozhodnúť, ako ponúknuť to najlepšie rozloženie stránky tak, aby používateľ videl tie najpodstatnejšie informácie bez toho aby musel zobrazenie opakovane zväčšovať a zmenšovať. Pri zobrazení na obrazovke stolového počítača napríklad zobrazí kompletne celú stránku s plným textom, so všetkými podpornými informáciami - zoznamom najčítanejších článkov, súvisiacich

článkov, diskusie, videa, galérie a kompletnú grafiku stránky so štandardnými webovými formátmi reklamy. Môžeme totiž predpokladať, že počítač je buď káblom alebo bezdrôtovou sieťou pripojený na rýchly internet a nezaťažujeme jeho dátový tok.

Pre tabletové zariadenia, či už je to iPad alebo tablet s Androidom, môžeme namiesto flashových reklamných bannerov zobraziť animované obrázky, prípadne textovú reklamu a kontextové reklamné odkazy. V tomto prípade dokonca môžeme odlišiť zobrazenie na iPade, ktorý nemá podporu Flashu od Androidových zariadení, ktoré túto technológiu podporujú. Všetky ostatné funkcionality však zostávajú dostupné. Zobrazované elementy stránky však môžu byť optimalizované pre dotykový spôsob ovládania. Trafíť sa prstom do rovnakého bodu ako s kurzorom myši je logicky zložitejšie, preto sú ovládacie prvky na tabletoch a telefónoch s dotykovými displejmi väčšie a výraznejšie ohraničené.

Na dotykových telefónoch akéhokoľvek výrobcu je situácia podobná. Jediným rozdielom je, že telefón má menšiu obrazovku a je vo väčšine používaný na mobilnej sieti. To znamená obmedzenú rýchlosťou prenosu a veľkosť predplateného dátového balíka. Optimalizovať sa preto dá odstránením ďalších doplnkových prvkov. Vzhľadom na veľkosť displeja môžeme vypnúť najčítanejšie články a diskusiu, galériu môžeme napríklad zobraziť ako ikonku s preklikom do galérie. Môžeme tiež kvôli urýchleniu a zníženiu objemu dát odstrániť pozadia a grafické elementy stránky. Zobrazí sa teda len to najdôležitejšie – článok samotný a súvisiace informácie.

Jednou z obrovských výhod tohto druhu publikovania je ten, že sa konkrétnym používateľom dá umožniť prístup len do konkrétnych sekcií magazínu, dokonca aj ku konkrétnym samostatným článkom, súborom, či médiám – vďaka centralizovanej správe obsahu a publikovania. Ak už máte určitý počet predplatiteľov papierového vydania, môžete im

dať ako bonus prístup do webového archívu. Pre tých, ktorí nemajú záujem o doručovanie papierovej formy, môžete ponúknuť webové predplatné na celý obsah, alebo ho deliť na predplatné za konkrétne sekcie a druhy obsahu. Niektoré informácie môžete dokonca uvoľniť zdarma, aby ste nestratili už existujúcich návštevníkov, ktorí nemajú záujem za informácie platiť. Skôr či neskôr sa Vám ho môže podariť kvalitou alebo témami presvedčiť na zaplatenie predplatného.

Teraz pravdepodobne rozmýšľate nad tým, ako je vôbec možné takýto systém publikovania informácií spoľahlivo, aby k nemu zo všetkých zariadení nemal prístup ktokoľvek zadarmo. Platobné systémy od bežnej papierovej fakturácie za posledné roky pokročili a platby je možné uskutočňovať viacerými pohodlnými spôsobmi. Rýchlym bankovým prevodom cez platobný portál elektronického bankovníctva, kreditnou kartou, použitím zabezpečenej platobnej služby ako napr. PayPal, dokonca SMS platbou či bankovým programom na vašom tablete, či telefóne. Systém, ktorý generuje vami produkovaný obsah a obmedzuje jeho zobrazenie, dokonca môže byť priamo prepojený s účtovným systémom, a okamžite reagovať na vypršanie zaplateného obdobia, či jeho predĺženie.

### Cenová politika

Pri nastavovaní platobných hladín a určovaní poplatkov je nutné zamyslieť sa nad tým, že používateľ je ochotnejší zaplatiť nižšiu sumu za obmedzené obdobie, než plnú sumu na dlhší čas. Ak ste vydavateľom tlačenej verzie magazínu, či novin, iste ste zaregistrovali pokles nákladu a počtu predplatiteľov. Predplatné tohto typu sú totiž viazané zvyčajne na štvrťrok, ak nie polrok, alebo priamo celý ročník. Zaplatenie celoročného predplatného je záväzkom, ktorý sa nedá zrušiť so zárukou vrátenia zostatku. Druhým blokom je fakt, že suma za celoročné predplatné môže byť „opticky“ vysoká a odrádzajúca. Tiež nie je možné pre on-line predplatné nastaviť rovnakú cenu ako pre tlačenu verziu. Ľudia logicky predpokladajú, že

papier, tlač a distribúcia do stánku, či schránky, je nákladnejšia ako uverejnenie rovnakej informácie na webe. Publikovanie jednej informácie vo viacerých kópiách len niektorým čitateľom, proti publikovaniu tej istej informácie len raz, na mieste, ktoré je pre všetkých dostupné.

Cena za on-line predplatné teda musí byť nižšia. Jedným zo smerodatných prvkov je tiež fakt, že predplatné on-line informácií sa zvyčajne platí mikroplatbami – v sumách pod 5 EUR, prípadne pod 10 EUR. Preto je vhodnejšie rozdeliť produkovaný obsah na viac častí a za exkluzívny prístup požadovať vyššiu čiastku ako za bežné správy. Musíte si však byť vedomí toho, že skutočne ponúkate niečo, čo ľudia budú ochotní zaplatiť a nie len prepis alebo doplnenie informácií, ktoré sú voľne dostupné na viacerých domácich alebo zahraničných portáloch. Každopádne je však rozumnejšie začať s menšími sumami pre celý balík obsahu a po určitom čase a analýze úspešnosti a štatistik oddeliť žiadanejší obsah od ostatného a nastaviť preň vyššie poplatky.

### Budúcnosť rozhodne

Takto to teda vyzerá na poli elektronického publikovania v dnešnom svete. Je veľký a rozmanitý, preto je pred unáhleným vstupom dôležitá príprava a ujasnenie cieľov. Nezabudnúť na to, že sa v ňom nedá pohybovať rovnako ako v tlačovom publikovaní, ani na rýchlosť, akou sa menia podmienky a trh. Ale hlavne neskočiť bezhlavo na každý nový vlak, ktorý sa objaví, so skvelým marketingom a vyleštenými sloganmi, ale obmedzeným počtom zastávok. Nie je však rozumné ho ani ignorovať - udržujte si však hlavne flexibilitu v prostredí, ktoré je overené a dostupné všetkým. ■



Peter Nemšák  
Head of Web Development  
Comsultia

# Virtuálny pomocník v praxi

**Pozrime sa na to, čo služba virtuálny pomocník, alebo asistent, znamená. Pripomeňme výhody spojené s jeho využívaním a najmä ako z neho môžu profitovať firmy.**

Vo vnímaní našej krajiny ide o úplne novú službu, ktorú pozná len málo firiem alebo ľudí, pretože sa v našom prostredí, v rámci V4, využívala minimálne alebo vôbec. Vzhľadom na to, že sme do našich kultúr a prostredia prebrali veľa návykov správania sa, alebo noviniek práve z USA, resp. zo západnej časti EÚ, je zvláštne, že práve táto oblasť zostala až do súčasnosti takmer nepovšimnutá.

## Zadanie je základ

Základným predpokladom pre efektívne fungovanie virtuálneho asistenta je správne zadanie a preto je veľmi dôležité dbať na tieto všeobecné základné pravidlá:

- je možné zadať len takú úlohu, pre ktorej splnenie sa využíva počítač alebo telefón,
- kvalita vypracovania je priamo úmerná kvalite zadania, t.j. čím konkrétnejšie bude úloha zadaná, tým jednoznačnejší a lepší výsledok zadávateľ dosiahne (úloha musí mať definovaný termín, rozsah, formu, komu má byť vypracovanie doručené a príp. definovať zdroje, ktoré je potrebné použiť),
- úloha/zadanie musí byť v súlade so všeobecne platnými etickými zásadami, resp. si ich bližšie definuje poskytovateľ tejto služby.

Cieľom služby je samozrejme dosiahnuť takú spokojnosť zákazníka, aby sa vrátil a službu si opätovne objednal v rovnakom alebo vo väčšom rozsahu. Z tohto dôvodu, poskytovateľ tejto služby, musí klásť dôraz na ochranu osobných údajov, rýchlosť a kvalitu

vypracovania úloh, úspornosť z pohľadu času aj nákladov, dostupnosť v čase, v ktorom to zákazník vyžaduje. Tiež by mal byť pripravený poskytnúť službu vo viacerých jazykoch.

## Platba za službu

Náklady na využívanie týchto služieb sú priamo úmerné ich rozsahu. Spoločnosti poskytujúce tieto služby pracujú za paušálny mesačný poplatok, ktorý zákazník využije podľa potreby, alebo za hodinovú sadzbu. Paušály môžu byť rozdelené na hodinové a úkolové. Rozdiel medzi nimi je v náročnosti zadaných úloh. To znamená, že ak je možné úlohu splniť do času, ktorý si poskytovateľ služby stanoví, napr. 30 minút, jedná sa o úkolový paušál. Ak je vypracovanie náročnejšie, je potrebné si vybrať hodinový paušál. Pri využívaní hodinového paušálu je samozrejme možné zadávať aj menej náročné úlohy, pričom tieto sa zvyčajne odpočítavajú z paušálu podľa ich trvania v minútach.

## Príklad z praxe

Predstavme si modelové zadanie ako príklad využitia tejto služby: do jedného týždňa získať 3 cenové ponuky na povinné školenie vodičov referentských vozidiel pre 4 osoby. Doplňujúce požiadavky: Školenie sa uskutoční v priestoroch objednávateľa. Termín bude stanovený vzájomnou dohodou, pričom dodávateľ sa musí vedieť termínovo prispôbiť. Ponuky musia byť prehľadne porovnateľné v tabuľke s odporúčaním tej, ktorá najlepšie spĺňa zadanie. Ak by ho rovnako

dobre splnilo viacero ponúk, rozhodujúcim kritériom bude cena.

Na základe vyššie uvedeného bolo vypracované zadanie, nižšie (tabuľka), a do správy zadávateľovi vložený krátky komentár. Bolo oslovených 6 spoločností (autoškoly) a najlepšie ponuky boli vložené do porovnávacej tabuľky. Na vyhľadanie spoločností boli použité štandardné vyhľadávacie prostriedky (Google, Azet - zoznam firiem a Zlaté stránky).

## Služba vo svete

Medzi najvýznamnejších poskytovateľov na svete patrí AskSunday so sídlom v USA. Kontaktné centrum má však lokalizované v Indii a služba je dostupná 24/7. Je vysoko hodnotená svojimi zákazníkmi aj médiami ako jedna z najlepších. V Českej republike a na Slovensku je žiaľ poskytovanie tejto služby limitované z dôvodu neexistencie dostatočného počtu poskytovateľov, bez ohľadu na to, či sa jedná o SZČO alebo firmy. V ČR sú zatiaľ traja významní poskytovatelia, na Slovensku je ponuka zúžená ešte viac - k dispozícii je len Virtuálny pomocník Slovensko, ktorý poskytuje tieto služby prostredníctvom licencie od českej spoločnosti Virtuální pomocník Česká republika.

## Prínos virtuálneho pomocníka pre firmy

Z pohľadu firiem, ktoré sa orientujú na šetrenie nákladov je využívanie služieb tohto typu otázkou blízkej budúcnosti. Je to jednoduché, pretože sa z fixných nákladov stanú náklady prevádzkové, s ktorými sa v rámci prevádzkového kapitálu pracuje jednoduchšie. Majitelia firiem by mali zvážiť, či využijú asistentku len na odborné činnosti a štandardnú administratívu zabezpečia niekým iným. Z tejto služby následne môžu urobiť benefit pre svoj tím. Ten bude mať k dispozícii určitý počet úloh, alebo hodín, ktoré využijú podľa potreby. ■

*Imrich Tatiersky,  
riaditeľ spoločnosti  
Virtuálny pomocník Slovensko*

| Názov školiteľa/kontakt   | Cena za osobu | Celková cena |
|---|---------------|--------------|
| Autoškola 01/ Tel./www<br><b>Poznámka:</b> Ak vodič má preukaz, dostane len pečiatku, ak nemá preukaz, dostane osvedčenie o absolvovaní školenia. Školenie je možné vykonať najskôr na budúci týždeň. | 10 €          | 40 €         |
| Autoškola 02/ Tel./www<br><b>Poznámka:</b> Vodič dostane vo fólii zaliate osvedčenie o absolvovaní školenia. Školenie je možné vykonať najskôr na budúci týždeň.                                      | 15 €          | 60 €         |
| Autoškola 03/ Tel./www<br><b>Poznámka:</b> Vodič dostane vo fólii zaliate osvedčenie o absolvovaní školenia. Školenie je možné vykonať najskôr na budúci týždeň.                                      | 17 €          | 67 €         |

# Dizajnom si plní svoj sen

Gabriela Giotto je umelecké meno mladej talentovanej návrhárky a zároveň názov jej novej značky. Prvá kolekcia čierno-bielých dizajnových tričiek, kávových pohárov a šálok, notesov či kozmetických zrkadielok s názvom „Woman to love“ dáva jasný signál, že je určená ženám.



## Ako príbeh začal

„Vízia vernisáží výstav mojich diel, hoci v renomovanej galérii, ma vôbec nenaplnila šťastím. Vždy som skôr túžila svojim dizajnom skrásliť predmety každodennej spotreby od tričiek až po notebooky. Tak



by som dokázala osloviť väčší počet ľudí, než len minoritnú skupinu obdivovateľov umenia.“

## Sen to bol už od malička

Realizáciou svojej vlastnej dizajn značky si mladá slovenská dizajnérka, plní svoj dlhoročný sen. Kreslila, maľovala a navrhovala už od detstva. Rovnako v útľom veku milovala tanec, tvorbu choreografií pre svoju tanečnú skupinu či písanie básní a neskôr prózy. Tvorivé vášne však po starostlivom usmernení rodičov skončili v záujmovej rovine. A tak už v piatich rokoch vedela Gabriela písať, čítať a zložiť Rubikovu kocku na počkание,

neskôr bez problémov absolvovala dve vysoké školy. Pracovala už od sedemnástich rokov, kariéra ju totálne pohltila.

## Prebudenie

Po niekoľkých rokoch strávených v manažmente a PR dvoch zahraničných firiem sa Gabriela rozhodla vymeniť sľubnú kariéru za splnené sny. Ako sama hovorí, najviac ju naštartovala myšlienka: „Nič vám nebude trhať srdce na smrteľnej posteli viac ako to, že ste si nenaplnili svoje sny.“

V súčasnosti vystavuje svoje obrazy, jej tvorbu je možné si zakúpiť v niekoľkých bratislavských módných obchodoch a s plným nasadením pripravuje novú farebnú kolekciu. ■

(red.)



## SÚŤAŽ O 5 TRIČIEK z novej kolekcie

ProgressLetter prináša v spolupráci s dizajnérkou Gabrielou Giotto súťaž o 5 tričiek z novej kolekcie. Pre zaradenie sa do súťaže stačí zaslať na e-mail [veldan@veldan.sk](mailto:veldan@veldan.sk) odpoveď na otázku:

**AKO SA PO ANGLICKY NAZÝVA SÚČASNÁ KOLEKCIA ZNAČKY GABRIELA GIOTTO?**

Odpoveď nájdete aj na jej webstránke [www.gabrielagiotto.com](http://www.gabrielagiotto.com) a výhru získa prvých päť najrýchlejších. O výhre budeme informovať prostredníctvom e-mailu.



Každoročne sa na popredné osobnosti podnikateľského sveta, manažérov, čitateľov a spolupracovníkov časopisu ProgressLetter obraciame s otázkami o spokojnosti s končiacim rokom a ich víziou do toho ďalšieho. Vždy v decembrovom vydaní ProgressLetter zverejňujeme najzaujímavejšie odpovede, ale všetky si môžete prečítať na webstránke časopisu [www.eprogress.sk](http://www.eprogress.sk).

## 1 Čo nám dal a čo zobral rok 2011?

## 2 Aké sú očakávania spojené s rokom 2012?

1 Rok 2011 bol pre nás rokom rozvoja a napredovania. Pokles záujmu odberateľov sme pocítili v poslednom štvrtroku 2011 a to v súvislosti s pretrvávajúcou hospodárskou a finančnou krízou a problémami na úrovni členských štátov Európskej únie.

2 Všetci vieme, že hospodárska a finančná kríza pretrváva aj naďalej, ale pevne verím, že nebude taká ako v roku 2008/2009. Moje očakávania od roku 2012 sú preto opatrnejšie, ako v oblasti výroby, tak aj oblasti predaja.



**Peter Krasnec**  
riaditeľ, General  
Plastic, s.r.o.

1 Celkom určite mi zobral aj posledné zvyšky ilúzií o politickej scéne na Slovensku. Dal nám viac starostí ako sa „vysporiadať“ s vracajúcou sa krízou.

2 Napriek prognózam („bude ešte horšie“), verím, že nájdeme taký model fungovania, ktorý bude ešte lepšie prispôsobený potrebám našich klientov a budúci rok nebude horší ako tento.



**Artur Bobovnický**  
Innovative  
Management Partner  
Consulting s.r.o.

1 V roku 2011 sa diali veci veľmi rýchlo - oveľa skôr než som predpokladala, som začala viesť medzinárodne akreditované kurzy Brief Coaching. Stálo ma to veľa času, energie i peňazí. Vďaka tomu som však stretla množstvo skvelých ľudí. Oprášila som si kvôli tomu aj svoju takmer zabudnutú maďarčinu. Dnes dokonca dokážem koučovať aj po maďarsky. Hoci ešte stále nemám dokončené ubytovacie priestory vo svojom koučovacom stredisku, považujem rok 2011 za veľmi úspešný. Dal mi mnoho. V porovnaní s tým mi vzal celkom málo.

2 Otvorili sa mi nové možnosti a nové trhy, čo by bola škoda nevyužiť. Mám zopár stabilných zákazníkov, ktorých si chcem udržať. Viem im ponúknuť ešte vyššiu kvalitu. Na trh uvádzame cyklus manažérskych seminárov zameraných na riešenie „Solution-focused“ a očakávam, že pomôžu pri budovaní koučovacej kultúry v ďalších spoločnostiach tak účinne, aby tržby z nich pomohli dostávať naše koučovacie stredisko. Keď sa však náhodou naplnia iné predpovede pre rok 2012, tak si zasadíme zemiaky a ak bude dobrá úroda, určite v pohode prežijeme.



**Klára Giertlová**  
majiteľka, Co/Man,  
1. systemická,  
spol. s r. o.

1 Rok 2011 mi dal poznanie, ako málo sa politici (predovšetkým tí

novo zvolení) rozumejú problémom doby, ako málo im, na rozdiel od pracujúcich ľudí, záleží na dlhodobých riešeniach. Našťastie, pokiaľ ide o pracovné a rodinné radosti, na rozdiel od celospoločenských problémov, bol ku mne rok 2011 štedrý.

2 Rok 2012 budeme musieť ustáť svedomitou prácou a premyslenými rozhodnutiami. Ekonomicky aj spoločensky to bude asi turbulentný rok. Najlepšie bude menej sledovať politiku a viac sa venovať rodine a práci.



**Dušan Peško**  
predseda predstavenstva, CÍGLER  
SOFTWARE, a.s.

1 Mám rada krízové roky. Je to vždy taká ozajstná výzva - prežijem? Neprežijem ako firma? Človek je nútený urobiť si vo všetkom poriadok, pozrieť sa do pravdivého zrkadla, premyslieť veci efektívne a sústrediť sa len na to najpodstatnejšie a najprínosnejšie. Tento rok je najzaujímavejší za posledných 10 rokov. Konečne som sa zbavila záťaží v podnikaní a začínam úplne nové veci. Takže síce ťažký, plný zmien, ale veľmi inšpiratívny rok. Aj vďaka vášmu časopisu. Ste skvelí, držím vám palce.

2 Teším sa, že uskutočním všetky nové plány a vízie. Čaká ma vzrušujúci rok. Bude to 20. výročie od začiatku môjho podnikania, takže verím, že to patrične oslávim. A kríza? Normálna vec, treba sa prispôbiť realite a nepozerať televíziu.



**Ing. Alena Paľová**  
riaditeľka firmy,  
ANTRE SK, s. r. o.,  
Trnava

1 S pribúdajúcim očakávaním ďalšej krízy každý hľadá riešenia ako robiť

lepšie, efektívnejšie v takmer vo všetkých oblastiach. Takže nám dal množstvo príležitostí predstaviť naše služby novým potenciálnym klientom.

2 Očakávame ešte viac možností a príležitostí.



**Michal Čuridlo**  
Riaditeľ, iFocus, s.r.o.

1 Z môjho pohľadu nám rok 2011 ukázal, že aj napriek očakávanému zlepšeniu, vid' prognózy z roku 2010, je realita pre ľudí aj firmy oveľa tvrdšia a náročnejšia. Teda nám dal novú skúsenosť. Mne osobne priniesol výnimočnú príležitosť spojenú so založením firmy a s tým spojených starostí, ale aj radosť. Finančné výsledky roku 2011 a spokojnosť zákazníkov budú nakoniec zrkadlom očakávaní z roku 2010, v porovnaní s vyššie uvedenou realitou a aj odpoveďou na to, čo nám rok 2011 zobral.

2 Po voľbách skorú stabilizáciu podnikateľského prostredia môžem len ťažko predpovedať, či už v pozitívnom, alebo v negatívnom vnímaní. Určite však bude potrebné podmienky pre podnikanie zafixovať aspoň na 3-4 roky. Cieľom je mať jednoznačné podmienky za akých môže firma v SR podnikáť bez ohľadu na to, či sa jedná o domáceho, alebo zahraničného investora. Ďalším očakávaním je, že aj napriek pretrvávajúcej kríze budú ľudia viac dôverovať v silu našej ekonomiky a schopnosti podnikateľských subjektov v SR, a s tým bude spojený aj zvýšený dopyt a následne celková spotreba.



**Imrich Tatiersky**  
riaditeľ, Virtuálny  
pomocník Slovensko

1 Rok 2011 nám zobral odvahu investovať, ale aj baviť sa o možnostiach rozvíjať business. Dal nám

čistejší a jasnejší pohľad na to čo je zdravé a čo je zbytočná bublina.

2 Čaká nás ťažký, ale inšpiratívny rok, v ktorom bude bez milosti odsúdená neschopnosť a možno ocenená inovácia a progresívna snaha.



**Andrej Stančík**  
Produktový manažér  
pre vzdelávanie  
PosAm, spol. s r.o.

1 Rok 2011 bol pre nás rokom zmien a zároveň snahy o stabilizáciu výrobnéj činnosti. Výrobná sféra ku koncu roka prudko reagovala na krízu v Eurozóne, ktorá nám však zároveň pomohla vyselektovať stabilný a odolný tím ako v administratívnej tak aj vo výrobnéj zložke. Plánovaná expanzia na stredoeurópsky trh bola pomalšia ako sme očakávali ale naučila nás trpezlivosť. Obhájit si investície nás stálo veľa nervov ale stále sme tu, pripravení reagovať na požiadavky trhu.

2 Očakávame ťažký rok 2012, ktorý preverí všetky naše dnešné rozhodnutia a zároveň predstavuje výzvu ako ho dokázať ustáť. Všetkým ale prajem aby to najlepšie čo nás stretlo v tomto roku, bolo tým najhorším v roku budúcom.



**Jana Kamenická**  
Quality Manager,  
TUBEX SLOVAKIA,  
s.r.o.

1 Nám „pozemšťanom“ (divákovi te-  
restriálneho – pozemného vysiela-  
nia) zobral „analog“, ale konečne  
nám dal „digitál“ (DVB-T).

2 Viac „digitálu“ a viac v „digitále“  
a samozrejme, ako každý rok – aby  
bol ešte úspešnejší, príjemnejší  
a šťastnejší, ako ten predošlý.



**Ing. Peter Valentovič**  
Technický riaditeľ  
a zástupca gene-  
rálneho riaditeľa  
Towercom, a.s.

1 Rok 2011 nám dal na začiatku ná-  
dej, ktorá vyplynula z oživenia trhu  
a očakávaní realizácie reforiem  
v oblasti odvodov a daní. Koniec  
roka však priniesol sklamanie  
hlavne zo zlyhania a premrhanie  
šance na dôležitú zmenu v para-  
metroch podnikateľského prostre-  
dia, ktoré malo navodiť obrat  
v spoločnosti.

2 Rok 2012 ako i ďalšie roky sa po-  
nesú v znamení hľadania a formova-  
nia nových ekonomicko- spoločens-  
kých a finančných pravidiel nielen  
na Slovensku, ale i v Európe, resp.  
celom svete.



**Andrej Révay**  
Prezident Slovenskej  
asociácie podniko-  
vých finančníkov

1 V Maxman Consultants sme  
v tomto roku rozbehli neziskový  
projekt Maxman University otvo-  
rený všetkým študentom, ktorí sa  
chcú vzdelávať a ktorým teoretické  
vedomosti, ktoré ponúka naše vy-  
soké školstvo, nestačia. Rok 2011  
nám dal zistenie, že je mnoho ma-  
nažérov, podnikateľov a mysliteľov,  
ktorí sú ochotní pomáhať študen-  
tom LEN TAK, bez toho, že by za to  
čokoľvek očakávali. Nuž a tento rok  
nám vzal aj veľa síl spojených s or-  
ganizovaním týchto prednášok  
a workshopov.

2 Do módy sa v podnikateľskom  
svete v poslednom čase dostáva fi-  
lantropia, čo je fantastické a ja  
predpokladám, že aj napriek stále  
zamotanej ekonomickej situácii  
bude v roku 2012 aj medzi biznis  
ľuďmi a podnikateľmi pribúdať  
ľudí, ktorí sú ochotní pomáhať  
ostatným, venovať svoj čas, ener-  
giu, prostriedky bez nároku na  
honorár.



**Lukáš Bakoš**  
Managing Director,  
Maxman Consultants

# Router s podporou zariadení USB

## ZyXEL Wireless 3G Router NBG4115

Nový router od spoločnosti ZyXEL ponúka všetky základné vlastnosti, ktoré by ste od podobného zariadenia očakávali. Model ZyXEL Wireless 3G Router NBG4115 umožňuje viacero spôsobov, ako sa pripojiť do internetu. Najbežnejší prípad je pripojenie zariadení k routeru pomocou portov LAN (router ich obsahuje 2) alebo cez Wi-Fi. Podporované sú štandardy 802.11b/g/n, pričom zabezpečenie je možné cez klasické šifrovanie WEP/WPA/WPA2 s možnosťou filtrovania fyzických MAC adries. Firewall obsahuje štandardné zabezpečenia SPI, DOS a ICMP. K dispozícii je aj tlačidlo WPS na jednoduchú konfiguráciu pripojenia Wi-Fi.

Router však umožňuje aj zdieľanie mobilného internetu. Je tu port USB, pomocou ktorého môžete v kombinácii s routerom použiť aj modem USB na mobilný internet. Vďaka

pomerne útlým rozmerom je ZyXEL Wireless 3G Router NBG4115 vhodné riešenie, pokiaľ potrebujete mobilný internet zdieľať na cestách. Administrátorské rozhranie umožňuje jednoduché nastavenie preferovaného spôsobu pripojenia do internetu a aj konfiguráciu mobilného internetu. V tomto smere sú podporované štandardy WCDMA, HSDPA, CDMA2000 a TD-SCDMA. Port USB však vďaka technológii NetUSB možno využiť aj v kombinácii s inými zariadeniami, ako sú tlačiarne alebo externé disky USB. Tie sú potom k dispozícii pre používateľov pripojených do siete vytvorenej routerom. V rámci administrátorského rozhrania sa dá nastaviť, či sa má port USB využiť iba na podporu mobilného modemu USB alebo zariadení NetUSB, prípadne má podporovať obe a automaticky ich rozlišovať.



Kombinácia menších rozmerov a funkcií tak z tohto modelu robí vhodnú voľbu na cesty, ale aj na domáce použitie. Samozrejme, záleží na potrebách používateľa, menšie rozmery sa podpísali na menšom počte portov LAN, situáciu však zachraňuje podpora Wi-Fi. ■

**Cena:** 33,84 EUR

# Energia vždy v zálohe

## CyberPower CP900EPFCLCD



Zdroj záložného napätia príde naráz vhod, či už potrebujete svoje zariadenia chrániť pred prepätím, alebo mať v zálohe elektrickú energiu na prípad výpadku. CyberPower CP900EPFCLCD s výkonom 900 VA a maximálnym zaťažením 540 W

na bežné potreby výborne poslúži. K dispozícii je 6 zásuviek u nás najbežnejšieho rozmeru. Z nich tri sú zálohované a v prípade výpadku energie budú pripojené zariadenia zásobované elektrickou energiou z vnútornej batérie. Do týchto zásuviek by však nemali byť zapojené laserové tlačiarne, kopírky alebo iné zariadenia s vysokým príkonom. Zvyšná trojica zásuviek ponúka iba ochranu pred prepätím, preto si dajte pozor pri pripájaní jednotlivých zariadení. Zadná strana UPS je okrem zásuviek vybavená aj dvojicou portov (jedným vstupným a jedným výstupným) na konektory RJ-11/RJ-45. Proti prepätiu tak možno chrániť aj telefón, modem alebo

sieť. Posledný je port USB, pomocou kábla USB možno UPS prepojiť s počítačom, čo je nevyhnutné, pokiaľ chcete používať priložený softvér. Softvér PowerPanel Personal Edition ponúka základné informácie o UPS a informuje používateľa o zdroji energie, stave batérie atď. Takisto sa dá využiť na nakonfigurovanie zdroja a nastavenie rôznych notifikácií a upozornení. Základné údaje ponúka aj displej na prednej strane UPS. Ten informuje používateľa, či zdroj dostáva energiu z elektrickej siete alebo došlo k výpadku a zariadenia sú napájané pomocou batérie. V tomto prípade je udaný aj odhadovaný čas, ako dlho ešte bude UPS zariadenia napájať. Počas testovania

sme k zdroju pripojili notebook a modem a zistili sme, že v prípade výpadku energie by sme pomocou CyberPower CP900EPFCLCD mohli pracovať ešte ďalších približne 70 minút. Kompletne nabitie batérie trvá asi 8 hodín. Displej informuje aj o aktuálnej záťaži, percentuálnom

stave batérie a vstupných a výstupných veličinách.

Manipulácia s UPS je bezproblémová. Zariadenie stačí pripojiť do siete a zapnúť, náročnejší používatelia si môžu prepínať zobrazované údaje na displeji, prípadne vypnúť zvukovú notifikáciu. Výrobca

ponúka záruku ochrany pripojených zariadení vo výške 50 000 EUR a vďaka použitej technológii Energy-Saving sľubuje aj úsporu elektrickej energie. ■

**Cena:** 234 EUR

## Dokovacia stanica na cesty

### Altec Lansing IMT320 inMotion Compact



Dokovacie stanice pre zariadenia iOS sa tešia veľkej obľube už aj u nás. Model Altec Lansing IMT320 inMotion Compact zaujme najmä svojim kompaktným dizajnom, vďaka ktorému je dokovacia stanica vhodná aj na cesty. Telo doku pozostáva z dvoch častí – audiosystému a koženkového obalu, ktorý chráni prednú stranu. Zároveň táto koženková časť slúži aj ako podložka na stabilizáciu doku, pretože telo má tvar kosodĺžnika. Dizajn je pomerne jednoduchý. Prednej časti doku dominujú dva neodýmové reproduktory a medzi nimi konektor na pripojenie iPhone/ iPod Touch. Vzhľadom na obmedzený priestor

iPad k doku nepripojíte. Základné ovládanie zabezpečuje trojica tlačidiel v hornej časti tela. Jedným z nich zariadenie zapínate a vypínate, zvyšnými dvoma regulujete hlasitosť. Zadná strana tela poskytuje priestor na štvoricu AA batérií a zároveň na nej nájdete aj vstup pre AC adaptér a vstup AUX na pripojenie iného zariadenia pomocou audiokábla s 3,5 mm konektorom. Napájanie pomocou alkalických AA batérií zabezpečí približne 20-hodinovú prevádzku.

Altec Lansing IMT320 inMotion Compact svojou reprodukciou zvuku poteší. Vzhľadom na pomerne kompaktné rozmery (241 × 46 × 119 mm)

ponúka audiosystém dostatočne hlboké basy. Kvalitu tiež chválime, výsledný zvuk je čistý, pôsobí neskreslene a vzhľadom na rozmery ho môžeme označiť za veľmi dobrý. Ocenili sme aj nastavenie hlasitosti, pri maximálnom nastavení môžete pomocou Altec Lansing IMT320 inMotion Compact ozvučiť aj malú privátnu party, ale zvuk pri maximálnej hlasitosti rezonuje a nie je čistý. Na bežné počúvanie vám však bohato postačí nastavenie hlasitosti niekde okolo stredy. Niekomu môže chýbať diaľkové ovládanie, s dokovacia stanicou môžete manipulovať iba prostredníctvom spomenutých tlačidiel alebo priamo cez zariadenie iOS. ■

**Cena:** 58,47 EUR

Túto rubriku pripravujeme v spolupráci s magazínom PC REVUE.



Viac informácií na [www.pcrevue.sk](http://www.pcrevue.sk)

# A vy s kým adventujete?

Kreatívne riešenie vianočnej komunikácie banky

Známu slovenskú reklamu sme si dovolili parafrázovať pri prechádzke chladnou zimnou metropolou Českej republiky. Narazili sme na plagátovú presvetlenú vitrínu citylight vo veľmi netradičnom prevedení: celý formát je prekrytý škrupinou z pevného materiálu, na ktorej sú naznačené okienka s číslami dní do Štedrého večera podľa tradície adventného kalendára. Jedno okienko je však už otvorené (a vďaka antivandalskej úprave aj pevne priskrutkované), a z neho sa

na okoloidúcich usmievajú faksimile bankoviek tvrdiac, že premenia naše vianočné sny na skutočnosť.

Oceňujeme kreatívne prevedenie, solídne fyzické prevedenie, a vtipné uchopenie tradične nudných bankových sloganov. ■

(red.)



## Premena návštevníkov na kupujúcich

Päť tipov na konverziu návštevníkov webových stránok

**Získať veľa návštevníkov vášho webu nie je dostatočné. Pokiaľ máte uspieť vo vašej internetovej stratégii, musí táto prinášať peniaze. Cieľom je teda transformovať čo najväčšiu časť návštevníkov na kupujúcich. A na to existuje niekoľko krátkych tipov.**

### Jednoduchosť je krásna

Skontrolujte a otestujte si použiteľnosť a zákaznícke vnímanie webstránky. Vaši návštevníci by mali všetko nájsť intuitívne, v ideálnom prípade by nemali nič vyhľadávať. Menu musí byť jasné, položky prehľadné a logicky zoradené, a nemajú tam byť žiadne samoučelné rušivé elementy.

### Dôveryhodnosť povzbudzuje

Vytvorte si dôveryhodnú webstránku: celý nákupný proces musí byť jasný bez „chytákov“ vo forme drobného písma na konci stránky a „tajných prirážok“ či pokút. Rovnako vám prospeje zverejniť

plnú adresu, čo najviac dát o vašej firme, fotografie ľudí – aby mali návštevníci skúsenosť s reálnymi ľuďmi a nielen písmenkami na webe. Uvádzajte aj členstvá vašej firmy v rôznych záujmových združeniach a komorách, ako aj počet rokov na trhu, napr.: Predaj krbov už od roku 1998.

### Vyzývajte k akcii

Dajte návštevníkom presne vedieť, akú aktivitu od nich očakávate – ide o jasnú „Call to action“ – výzvu k akcii, väčšinou vo forme výrazného tlačidla. Efektívna stránka dá jasne vedieť želanú aktivitu: Prevezmite Demo, Objednajte katalóg, Kúpte

tovar, Vložte do košíka, Ukončite nákup, Zaplatiť atď.

### Zabudnite na zložitosť

Spravte nákupný proces čo najjednoduchší. Nevyžadujte registráciu, viacnásobné potvrdzovanie objednávky prostredníctvom ďalších e-mailov či telefonátov. Jednoduchý nákup má iba 4 obrazovky: sumarizácia (nákupný košík) – poštovné detaily – platobné detaily – poďakovanie za nákup.

### Vyzdvihujte výhodu

Dajte návštevníkom vedieť, prečo ste lepší. V čom prekonávate konkurenciu? Kratší čas dodávky, dlhšia záruka, montáž v cene, servis priamo u zákazníka... ■

(red.)

## Myšlienka na záver

“ Veci sa dajú meniť, ale veľmi ťažko. Ak má niekto v sebe takú predstavu, narazí na veľký problém a odpor. Jediné, čo môžeme, je meniť samých seba. ”

Marián Kolník, slovenský manažér a zakladateľ neziskovej organizácie

# MY V MMP SA PÝTAME.

Čo hovoria klienti našich klientov?



logotyp design katalógu fotografia

**Tibor Pekarčík, spolumajiteľ CK Victory Travel nám odpovedal:**

“Keď ste nám v MMP ponúkli nápad vytvoriť netradičnú obálku katalógu s fotografiou nás, majiteľov CK, v prostredí symbolizujúcom náš slogan – Dobrodružstvo poznania – zdala sa nám takáto myšlienka dosť odvážna a sami sme boli veľmi zvedaví ale aj trochu v obavách, ako naši klienti na netradičný vizuál zareagujú. Ich pozitívne vyjadrenia a nadšenie však boli nad naše očakávania. Písali nám emaily, sms-ky a veľmi oceňovali atraktivnosť obálky, ako aj logické prepojenie, keďže všetci traja neustále cestujeme a zájazdy sami taktiež vytvárame. Aj zavesenie na facebooku prinieslo živú diskusiu a vynikajúcu odozvu. Klobúk dole pred skvele odvedenou prácou, MMP!”

TU BY BOLO  
LOGO MMP,  
KEBY...

**BALÍK SLUŽIEB** – ten najkrajší darček pod Vianočný stromček



**NOVÝ HOTEL  
V DUDINCIACH**



**MINERÁL**  
HOTEL  
\*\*\*

pri rezervácii  
do 24. 12. 2011  
**ZĽAVA 35%**

## POSVIATOČNÝ OČISTNÝ POBYT

Na pobyt je možné nastúpiť od 16. 1. 2012 do 16. 3. 2012

V cene pobytu:

- počas celého pobytu čaj na zahriatie
- 2x ubytovanie s raňajkami formou bufetu
- 2x servírovaný trojchodový obed a 2x ľahká večera formou šalátového bufetu
- neobmedzený vstup do wellness (parná a suchá sauna, ochladzovací bazén, jacuzzi, sprcha s karibskou búrkou)
- 1x Hrejivá masáž lávovými kameňmi a 1x masáž podľa vlastného výberu z ponuky hotela
- 1-hodinový vstup do Šport centra – bowling, squash, stolný tenis (v spolupráci s kúpeľmi Dudince)

Cena pobytu: ~~201,- EUR~~ / osoba

**131,- EUR** / osoba

## JARNÝ DETOXIKAČNÝ POBYT

Na pobyt je možné nastúpiť od 17. 3. 2012 do 20. 5. 2012

V cene pobytu:

- malé prekvapenie na izbe
- uvítací osviežujúci drink
- 2x ubytovanie s raňajkami formou bufetu
- 2x servírovaný trojchodový obed
- 2x ľahká večera formou šalátového bufetu
- neobmedzený vstup do wellness (parná a suchá sauna, ochladzovací bazén, jacuzzi, sprcha s karibskou búrkou)
- 1x medová detoxikačná masáž kĺbov
- 1x masáž podľa vlastného výberu z ponuky hotela
- 1-hodinový vstup do Šport centra – bowling, squash, stolný tenis (v spolupráci s kúpeľmi Dudince)
- rozlúčkový nápoj

Cena pobytu: ~~211,- EUR~~ / osoba

**137,- EUR** / osoba

V cene pobytov nie je zahrnutá daň za ubytovanie 1,00 EUR/osoba/noc.

**Výhodné balíčky služieb  
pre firmy:  
SKUPINOVÉ ZĽAVY  
V ROKU 2012**

**E-mail: rezervacie@hotelmineral.sk**

**Tel.: +421 45 550 6001**

**www.hotelmineral.sk**