

28 OTÁZEK, NA KTERÉ JE DOBRÉ SI ODPOVĚDĚT

ZARUČENÝ RECEPT NA ÚSPĚCH

Díky své práci se mohu setkávat s desítkami, stovkami lidí z byznysu a mohl jsem poznat také prostředí řady firem, úspěšných i těch méně úspěšných. V každé z nich jsem ale našel kus zkušenosti. A když ty dílky poskládám k sobě, zdá se mi, že v nich vidím zaručený recept na úspěch.

 Radoslav Tesař, řídicí partner M.C.TRITON
 archiv M.C.TRITON

Na začátku je určitě dobré si říct jedno. Uspěť na trhu – a mám na mysli dlouhodobý úspěch – je těžké a vždycky to těžké bude. Stačí se jen podívat kolem sebe... doznívá covid, zuří války skutečné i geopolitické, dusí nás inflace a konsolidační balíčky, snad denně se objevují nové technologie a ve světě bez hranic i nová konkurence. Svět se nám prostě mění doslova před očima, rychleji než kdy dříve. A kdo chce uspět, nesmí plakat, ale musí se s tím vyrovnat.

Co je a není důležité

Občas se při své práci setkávám s otázkami, které vedou praktickým směrem – jaká organizační struktura je nejlepší, jaká motivace je neúčinnější, který obchodní model se vyplácí a jiné, jim podobné, kladené s nadějí, že odpovědi povedou k úspěchu. Upřímně říkám, že na tyto otázky neumím odpovědět. A nevěřím ani, že nějaká obecně správná odpověď existuje. Protože ty odpovědi vyplynou z úplně jiných otázek. Těch důležitějších. Z pohledu majitele jakékoliv firmy je proto zásadní uvědomit si, co kdo drží v rukou a co může ovlivnit. Možná se zdá, že v běhu dní na to nezbyvá čas, ale jestli to s podnikáním myslíme vážně, měli bychom si ho udělat

a zastavit se. Je toho totiž překvapivě mnoho. Ale v zásadě to lze shrnout do několika velmi stručných bodů.

Základem je jednoduchá rovnice

Je jedno, co děláme, jakému byznysu se věnujeme, vždy existují tři základní faktory – tím prvním jsme my sami, druhým naši zákazníci a třetím naši kolegové. A ten trik, jak z této rovnice dostat jako výsledek úspěch, je jediný: Pochopit sebe, co chci a co mohu. A mít pokoru poslouchat a pochopit ty, kterými jsem obklopen, tedy klienty i kolegy. Vypadá to jednoduše, je to taková podnikatelská písemka a asi to většina z nás bude považovat za samozřejmost. Ale ruku na srdce, děláme to?

Na začátku je idea

Ale idea sama o sobě nestačí, je potřeba si poctivě odpovědět na několik základních otázek. Kde je potenciál mého byznysu, to znamená: Kdo a kde jsou mí zákazníci, kteří jsou ochotni za můj produkt nebo službu platit? Je můj obchodní model životaschopný? Zvládnou to sám, nebo se mám s někým spojit či si někoho koupit? Kdo jsou mí dodavatelé a partneři? Jak a co budu inovovat? V jaké podobě to celé dává smysl? Na jednu otázku je odpověď zřejmá – budu k sobě potřebovat lidi. Ale ta odpověď implikuje další otázky. Ty základní všichni známe. Kým jsem schopen se obklopit? Kde ty kolegy najdu? Jak je budu motivovat? Jakou zvolím organizační strukturu? Ale jsou tu i další. Jsem spokojen se svými kolegy? A jsou oni spokojeni se mnou? Mohu se spolehnout na jejich výkon a loajalitu?

Z POHLEDU MAJITELE JAKÉKOLIV FIRMY JE PROTO ZÁSADNÍ UVĚDOMIT SI, CO KDO DRŽÍ V RUKOU A CO MŮŽE OVLIVNIT. MOŽNÁ SE ZDÁ, ŽE V BĚHU DNÍ NA TO NEZBÝVÁ ČAS, ALE JESTLI TO S PODNIKÁNÍM MYSLÍME VÁŽNĚ, MĚLI BYCHOM SI HO UDĚLAT A ZASTAVIT SE.

Samozřejmě jde o peníze

Proto je důležité v každém okamžiku myslet i na tuto stránku. To znamená mít byznys plán. Opět pomohou otázky. Je můj byznys plán rozumný? Jak řídím cash? Jak mě vidí banky a investoři? Jaké jsou mé pohledávky a závazky? Víím, na kterém produktu kolik vydělávám?

Ale nad vším jsou hodnoty

Tento poslední blok považuji za klíčový. Opět si pomohu otázkami. Čím a jak jsem pro své okolí atraktivní? Nakolik jsem důvěryhodný? Jakou mám energii? Dokážu ji přenést dál? Kdo a proč je ochoten dát mé firmě přednost před jinou? Jak jsem schopen využít potenciál svých kolegů? Jak zajímavé jsou pro ně moje znalosti a zkušenosti? Vidím své lidi jako lidi a umím si na ně udělat čas? Jinými slovy: Jaké vyznávám hodnoty a jak jsem schopen je propsat do DNA své firmy?

Nikdo neumí všechno

Dvacet osm otázek. Zdá se to být hodně, ale upřímně, mohlo by jich být i víc. A věřte tomu, že zastavit se, zamyslet se a zamýšlet se nad nimi i opakovaně a poté krok za krokem konat stojí za to. Nikdo neumí všechno, ale slušnost, selský rozum a cit pro byznys nás povedou. Když se pustíme do podnikání, všichni chceme vydělat. Ale je dobré chovat se přitom slušně. Hodně štěstí... ■



M.C. TRITON

ČESKÁ PORADENSKÁ SPOLEČNOST S TRICETILETOU ZKUŠENOSTÍ NA TRHU. OD ROKU 2010 SE SOUSTŘEDÍ PŘEDEVŠÍM NA SILNÉ KLIENTY S AMBICEMI STRATEGICKÝCH ZMĚN, NA VEŘEJNÝ SEKTOR A PROJEKTY NA POMEZÍ KOMERČNÍHO A VEŘEJNÉHO SEKTORU. SVÉ PORTFOLIO SLUŽEB ROZŠÍŘILA O DLOUHODOBÉ ŘÍZENÍ FIREM A SLUŽBY SPOJENÉ S INVESTOVÁNÍM, NÁKUPEM A PRODEJEM FIREM.