



Když se daří, na propad ekonomiky myslí málokdo. Manažeři se zkušeností s krizí ale ví, že už teď je nejvyšší čas svůj podnik na příchod recese připravit. Jak na to, prozradí na konferenci v Praze

Česká ekonomika postupně ztrácí dech. Dávno pryč je přelom let 2017 a 2018, kdy si majitelé a šéfové českých podniků mnuli ruce. HDP tehdy rostl o více než 5 % a zakázky se jen hrnuly. I na letošní rok sice ekonomové počítají s růstem, ale pesimistické hlasy sílí. Ostatně i samo ministerstvo financí ve svých prognózách upozorňuje, že rizika pro Česko jsou nyní vychýlena směrem dolů a přicházejí zejména ze zahraničí. A nejde přitom jen o hrozící konflikt v Íránu, nebo brexit, nad jehož konkrétní podobou stále visí otazník.

Klíčová pro české firmy je především situace v Německu, které však už nyní balancuje na hraně recese. Nejde proto ani tak o to, zda se nepříznivé důsledky přenesou do Česka, ale kdy se tak stane. Sílí také hlasy varující dokonce před poklesem celé ekonomiky. Málokdo je ale chce slyšet. „Česku se teď daří, všem je nám dobře, a tak se téměř nikdo na špatné časy nechystá. Neustálý růst je však chiméra,“ říká Radim Pařík, který 15 let působil ve vysokých manažerských pozicích v mezinárodních obchodních řetězcích, jako je Kaufland nebo Lidl, a v tomto prostředí zažil také hospodářskou krizi roku 2009. „Například čeští subdodavatelé do automobilového průmyslu pocítili pokles zakázek kvůli své přímé vazbě na Německo jako první už loni. Také banky již přijímají preventivní opatření v podobě lepšího krytí rizik či snižování nákladů,“ upozorňuje Pařík a dodává, že právě teď je nejvyšší čas začít se chystat na horší časy.

Muž, který nyní v rámci svého projektu Fascinating Academy trénuje manažery, se proto rozhodl ve spolupráci se společnostmi SHINE Consulting, Pria, PR Partners, Co-pilot a Šetina, Komendová & Partners uspořádat konferenci, na které se účastníci dozví více o tom, jak udělat vlastní firmu odolnější a jak se na příchod krize co nejlépe připravit.

Akce nazvaná *Jak hodovat u plného stolu, i když vám doba nepřeje*, se uskuteční **v úterý 28. ledna 2020 v pražském PwC Experience Centru**. Mezi řečníky budou především lidé, kteří se s krizí už v životě potkali nebo řeší její dopady v každodenním podnikání. Nemusí přitom jít rovnou o problémy celé ekonomiky, často se naopak jedná o vnitřní krizi jednotlivých oborů či konkrétních firem.

Takový byl i příběh společnosti **SHINE Consulting**, která se zabývá řízením projektů a inovací v podnicích. Sama přitom v minulosti kvůli nevhodné strategii a nedostatečným rezervám zkrachovala. Její současný majitel **Josef Hajkr**, který ve firmě tehdy působil jako konzultant, však přišel s konceptem Motiv-ace, díky kterému během šesti měsíců vzrostla výkonnost jednotlivých zaměstnanců o 20 %. Stačilo se věnovat jen tomu, co přináší skutečně užitek. Zda mají konkrétní činnosti a projekty přínos, přitom v rámci Motiv-ace hodnotí přímo lidé z firmy při vzájemných setkáních. „Když vás třikrát za sebou před ostatními nikdo neocení za to, co děláte, tak se velmi rychle začnete zabývat něčím, co dává smysl,“ popisuje **Hajkr**, který na konferenci představí podrobnosti svého konceptu.

Svůj pohled na firemní krize přinese také insolvenční správce **Lukáš Zrůst** ze společnosti **Konreo**. Protože se ve své profesi často setkává s problémy podniků s miliardovými obraty, ví, jaké ukazatele jako první mohou naznačit, že něco není v pořádku. Díky tomu je pak možné zasáhnout včas a vyhnout se ještě větším problémům. „Firma je jako lidské tělo. Když onemocní, měli byste jít k lékaři. Jinak začne umírat,“ tvrdí **Zrůst**.

K tématu konference bude mít mnoho co říci i **Petr Stuchlík**, zakladatel finančně-poradenské společnosti **Fincentrum**. Zkušenosti má například s tím, jak od nuly vybudovat firmu s více než miliardovým obratem a vyrovnat se přitom se špatnou pověstí, kterou celé finanční poradenství v Česku stále má. Mluvit ale bude i o tom, proč vyšlo Fincentrum vítězně z krize roku 2009 a díky čemu se podařilo firmu později zdárně prodat. Řeč ale bude i o neúspěchu v podobě Stuchlíkovy nezdařené kandidatury na pražského primátora a o tom, zda si z prohry lze vzít alespoň něco dobrého a využít to třeba při dalším podnikání a investování.

Bývalý top manažer **Stanislav Zabadal**, který 13 let řídil výrobní závody zahraničních korporací s obratem dosahujícím bezmála jedné miliardy korun, popíše, jak zachránit podnik, který nevydělává. Představí svůj koncept **Co-pilot**, který manažerům firem v problémech poskytuje pomoc „kopilota“ v podobě zkušeného externího manažera. Takový člověk managementu radí, jak přenastavit strategii, upravit výrobu, získat další zakázky, přežít a případně firmu nasměrovat k úspěšnému prodeji. O krizového manažera se však nejedná, konečná rozhodnutí zůstávají vždy na stávajících manažerech. „Úspěšné firmy se vyznačují tím, že mají skvěle zvládnuté operativní řízení. Ze svojí praxe v řízení firem už vím, že se lídři firem v problémech musí zaměřit především na prostředí, lidi a finance,“ prozrazuje základy svého přístupu Zabadal.

Šéf pražské pobočky marketingové agentury **Pria Michal Ročeň** pak na konferenci řekne, proč není příliš moudré v době klesajících výnosů jako první škrtnat náklady na reklamu, PR a marketing, jak to firmy obvykle dělávají. Zároveň v rámci konceptu digital first popíše, jak se dá marketing pomocí digitálních nástrojů lépe cílit a za relativně malé peníze najít a efektivně oslovit skupinu potenciálních zákazníků.

Digitální přesah bude mít také vystoupení **Roberta Soudného**, ředitele firmy 6K, která jako jedna z prvních v Česku přišla na trh s digitální transformací účetnictví. Soudný vysvětlí, jak lze pomocí digitálního automatického čtení faktur nejen snížit náklady na zpracování účetnictví, ale kromě toho také získat rychleji a přehledněji data, která mohou včas ukázat na případné problémy či příchod krize.

Advokátka **Pavla Komendová z kanceláře Šetina, Komendová & Partners** účastníky konference seznámí s důvody, proč je nastavení vztahů ve společnosti důležitější, než se zdá, a to jak v dobách dobrých, tak obzvlášť v dobách zlých.

Radim Pařík pak připojí svoji zkušenost s tím, jak se mu podařilo v době krize roku 2009 dostat firmu z několikamiliardové ztráty do zisku. „Zaměstnanci, kteří tam jsou, musí ve špatných časech stát pevně za vámi. Proto je třeba co nejdříve se zbavit všech našeptávačů a lidí, kteří šíří špatnou náladu. Zároveň je zpočátku nutné jít po rychlém úspěchu, aby lidé kolem vás viděli, že se blýská na lepší časy a nemuseli už poslouchat, jak jsou neschopní,“ říká Pařík.

Konference bude kromě zkušených řečníků unikátní také v tom, že nepůjde jen o desetiminutová vystoupení jednotlivců za pultem s mikrofonom. Účastníci se totiž po prvním bloku rozdělí do skupin a formou hry absolvují workshop zaměřený na řešení konkrétních problémů ve firmách. „To, co si lidé zkusí a zažijí na vlastní kůži, to si také odnesou. Když jdete na nějakou konferenci a tam je 100

přednášek, neodnesete si nic,“ popisuje Pařík s tím, že po workshopu bude následovat ještě panelová diskuze. V ní experti odpoví na případné otázky včetně těch, jež vyvstanou až při řešení konkrétních situací z workshopu.

Na závěr akce určené především pro majitele, ředitele či top manažery malých, středních či velkých firem, se uskuteční i networking, kde si budou moci účastníci předávat zkušenosti také mezi sebou.

Více informací o konferenci a možnost registrace včetně ceníku naleznete na www.shine.cz.

Kontakt pro média: PR PARTNERS | Roman Pařík | rp@prpartners.cz | +420 777 236 267