

Petr Janda a Lucie Stránská
Jednatel a marketingová manažerka

Veracomp

CHCEME BÝT TÍM NEJLEPŠÍM ZAMĚSTNAVATELEM V ICT!

ŠTĚPÁN FEIK



Před rokem vyhlásil Petr Janda na stránkách Reseller Magazínu smělý cíl – stát se jedničkou na poli české a slovenské VAD distribuce a také nejlepším zaměstnavatelem v ICT. Jak se mu daří tento cíl naplňovat? Do diskuse se nám vložila i Lucie, a po roce tak opět přinášíme velký rozhovor s touto dvojicí. Tak jak to dnes mají ve firmě?

Jmenovali jste se SkyNet, pak SkyVera, nyní Veracomp. Jak se budete jmenovat dál?

Petr: Chápu, kam tím míříte, ale Veracomp už je opravdu definitivní.

Lucie: Je to tak, začlenění do celoevropské skupiny Veracomp je pro nás závazné a dál se přejmenovávat nebudeme. Naopak jsme rádi, že neseme jméno tak skvělé skupiny, která se nadále rozvíjí napříč Evropou. Například začátkem tohoto měsíce se na Veracomp přejmenovala chorvatská společnost Mack IT, kterou naše matka akvizovala minulý rok. I my rosteme a užíváme si to.

Petr: Souhlasím. Pozice a hotovost, kterou disponuje náš majoritní vlastník, mu dovoluje se poohlížet po dalších zajímavých subjektech na trhu. Nehrozí tedy, že by nás někdo odkoupil.

Skupina Veracomp je na trhu více než 20 let – jak vlastně vypadaly její začátky a jaká je její současná pozice na trhu?

Petr: Firma jako taková vznikla v Polsku jako mnoho pozdějších úspěšných firem – ze studentského nadšení a obrovské chuti dělat něco zajímavého. A protože neslevili ze svých principů, jsou dnes na polském trhu jedničkou ve VAD distribuci. Celkem logicky pak začali expandovat do zahraničí. První bylo Rumunsko, rok poté český a slovenský trh. Nedávno pobaltské země a očekáváme, že se expanze jen tak neztaví. Troufám si tvrdit, že v příštích letech se dočtete o mnoha zajímavých investicích.

Lucie: Jsme prostě v dobré společnosti a užíváme si to. (úsměv)

Velká mezinárodní firma – nejste tak trochu v korporaci?

Oba současně: Ne!

Petr: Veracomp je jednou z mála společností, která dokázala udržet ducha malé firmy i při velké expanzi. Ale musím přiznat, že existuje určitý rozdíl mezi Českou republikou, kde nás je 20, a Polskem, kde jich je přes 200. Co však máme společné, je celoskupinová firemní kultura: cílem je, aby se lidé, kteří pracují pro Veracomp, cítili v práci dobře a firma pro ně byla druhou rodinou.

Lucie: Přesně tak, hodnoty společnosti jsou postavené na našich zaměstnancích. Své obchodní úspěchy stavíme zejména na rozvoji lidského potenciálu a spolupráci všech našich zaměstnanců na společných cílech.

To zní zajímavě – můžete nám blíže popsat zmiňovanou firemní kulturu ve vztahu k trhu?

Petr: Máme definovány hodnoty, kterými se chceme odlišit od konkurence, a nadále se chceme stát jedničkou ve VAD distribuci v České a Slovenské republice. Mnoho lidí zde mluví o přidané hodnotě, ale vlastně přesně neví, co to je. Naše hodnoty jsou právě oním VA, které dáváme zákazníkům:



Lucie Stránská

kům: jsme předvídatelní, jsme konzistentní, máme individuální přístup k zákazníkům, výborné technické i předprodejní znalosti, jsme rychlejší a flexibilnější než konkurence a jsme stabilní společností a součástí velké mezinárodní skupiny. Definice úspěchu je v reakcích našich partnerů – a ty jsou dobré! Rosteme a jejich počet se zvyšuje. Je vidět, že oceňují naši práci.

Lucie: Jednou větou: Na nás se můžete spolehnout. (úsměv) Spokojenost našich partnerů také pravidelně vyhodnocujeme v průzkumech, zpětná vazba je pro nás velmi důležitá, nechceme nic podcenit.

Distributorů s přidanou hodnotou na trhu není málo, ale myslíte, že se resellerům daří onu přidanou hodnotu dodávat?

Petr: Původně se VAD distributoři lišili od klasických týmů, že přidávali k produktům své komplexní znalosti. My však jdeme ještě dál a chceme být tím, kdo resellerům skutečně pomůže s rozvojem obchodu, tím, kdo je pro ně spolehlivým partnerem. Spoustu našich služeb také nabízíme víceméně zdarma. Naši zásadou je dodržování pravidel čisté distribuce a nikdy nebereme našim partnerům byznys! Na trhu jsou tací, kteří toto pravidlo porušují – ale škodí tak nejen sobě, ale všem.

Vraťme se zpět k firemní kultuře – jak se u vás mají zaměstnanci?

Petr: Jedním z mých soukromých cílů je být nejlepším zaměstnavatelem v ICT a děláme pro to maximum.

Lucie: To je pravda. A už se to asi rozkřiklo a my nestačíme pročítat životopisy... (úsměv)

Petr: Snažíme se aplikovat nekonvenční metody nejen směrem k trhu, ale i dovnitř firmy. Chci, aby se naši zaměstnanci cítili v práci lépe. Za svá léta v manažerských pozicích jsem nabyl hodně zkušeností a chci je teď předat dál. Například nutím zaměstnance, aby pracovali jen v práci a doma se věnovali jen rodinám. Práce je tak efektivnější a zaměstnanci mají doma čistou hlavu.

Lucie: Funguje to skvěle... Mimo čtvrté čtvrtletí. (smích)

Petr: Nově jsme například spustili projekt „Stop e-mailům!“ – zní to asi idealisticky, ale nechceme, abychom si ve firmě posílali pozvánky na oběd z místnosti do místnosti, ale naopak abychom celkově omezili interní korespondenci. Proto jsme zavedli interní sociální síť a tlačíme na to, aby zaměstnanci více využívali moderních možností komunikace, více telefonovali a setkávali se tváří v tvář. Uvažujeme třeba o tom, že bychom v pátek zakázali interní e-maily úplně a přes týden zavedli limity. Za každý navíc by se muselo platit. A výtěžek by pak případně vylepšil vánoční večírek. (smích)

Lucie: Ano, snažíme se vyvrátit mýtus, že e-mail je druh online komunikace! Je to běžné offline médium, protože přece nemůžeme spoléhat na to, že někomu pošlu e-mail a on hned zareaguje. A nejhroší jsou e-maily typu jeden na všechny, kdy se pak kolem drobného problému nebo situace strhne e-mailová přestřelka, které by šlo předejít např. jedním telefonátem.

Petr: Dlouhodobě aplikujeme ve firmě kulturu vzájemné pomoci. Každý zaměstnanec by měl cítit sounáležitost s firmou a měl



Petr Janda

by pomoc kolegovi považovat za naprosto přirozenou záležitost. Žádná interní konkurence – cíle plníme společně! Určitě to zní idealisticky, ale pro naplnění tohoto cíle uděláme všechno.

Lucie: Proto nebude už nutné, aby lidé např. odepisovali kolegovi e-mailem „Děkuji“ nebo „Dobrá práce“, protože všichni si vážící práci svého kolegy a navzájem o tom vědí. Byla jsem součástí týmu, který pracoval na projektu „Efektivita“, a zkoumali jsme, jak bychom co nejlépe zefektivnili naši práci a mohli s tím pomoci ostatním. Z toho například vznikl ten nápad omezit e-maily. Dokud jsme si nesedli a nerozebrali to, vůbec jsem si neuvědomila, jak a kde vlastně plyně časem – nejen svým, ale také firemním. Teď mám jasno a získaný čas mohu věnovat své rodině.

Petr: Jsme vůči zaměstnancům velmi vstřícní, a pokud někdo pracuje na velkém projektu, potřebuje se soustředit a nemůže být rušen, dáme mu klidně home office – dáme mu prostor pro to, aby mohl pracovat dobře.

Lucie: Já například chodím ráda do kavárny nebo v létě někde na zahrádku, když potřebuji svou kreativní chvíli pro napsání třeba PR článku nebo zprávy ze setkání s partnery. (smích)

Nechme práci chvíli stranou. Petře, doneslo se mi od Lucky, že jste velký fanoušek seriálů...

Petr: To musím uvést na pravou míru, protože tímto nadšením jsem se nakazil právě díky Lucce, která tak emotivně vyprávěla o některých seriálech, že mi to prostě nedalo a dal jsem jim šanci. Do té doby jsem totiž jejich sledování považoval za ztrátu času. Mohu však potvrdit, že Lucka má dobrý vkus. Chytl mě to, ale nejsem fanoušek seriálů, které mají více

než 13 dílů – z časových důvodů. Mohu jim věnovat maximálně jeden díl denně. Mnohem více mě baví počítačové hry...

Opravdu? A co paříte?

Petr: V tuto chvíli se snažím nepařit nic – bojím se závislosti. Ale jinak jsem velký fanada hry Eve Online, vesmírné akce. Hry mě chytly už od počátku počítačů a prošel jsem je na všech platformách. Když se dnes podívám na moderní hry s fantastickou grafikou, filmovou kamerou, střihem a dabingem, tak se musím při vzpomínce na některé pixelovaté hříčky smát – jak jsme to tehdy mohli hrát? (smích) Pak mi došlo, že nás to prostě bavilo. Zrovna nedávno jsem se na LinkedIn dozvěděl, že uplynulo 25 let od vydání kultovní klasiky Prince of Persia. Nádhera. (s Petrem vzpomínáme, vybavujeme si levely a některé cheaty, Lucka jen kouká a nechápavě kroučí hlavou) Dnes většinou hraju něco krátkého a rychlého na tabletu. Teď jsem vyzkoušel Heartstone – vynikající záležitost!

Lucie: Petrův syn je mimo jiné skoro herní profesionál...

Petr: Je to tak – v tuto chvíli už hraje diamantovou ligu hry League of Legends a snaží se mě přesvědčit o tom, že je to jeden z prvních kroků k profesionalizaci. Zatím mu není 18 let, takže si vydělávat nemůže, ale uvidíme, jaká bude budoucnost. Možná má skutečně pravdu. Nicméně když ho tak při hraní sleduji, tak už nechápu, co se na monitoru děje a proč...

Lucie: Když se vrátíme k seriálům, aktuálně mohu všem čtenářům doporučit *House of Cards*, kde exceluje Kevin Spacey, a slyšela jsem také velkou chválu na *Orange is the new black*,

na který se teprve chystám. (úsměv) A kdo ještě nezačal s *Homeland*, tak neví, o co přichází, já už jdu na čtvrtou sezonu a věřím, že to bude opět velkolepé drama.

Petr: Ke sdílení tipů na seriály využíváme naši sociální síť, kam Lucka občas napíše svá doporučení. Naposledy se opět trefila výborně, kdy upozorňovala na novinky v podzimní tvorbě České televize – *Neviditelní* i *Život a doba soudce A.K.* mají vynikající úroveň!

A když přece jen ještě natukneme práci: Kam si myslíte, že se do budoucna posune trh a VAD distributoři?

Petr: Slyšel jsem mnoho a mnoho úvah a nekonečno protichůdných názorů. Jedním z nich je v podstatě návrat k modelu VA resellerů a distribuce už bude jen logistická hra. Přikláním se však k opačnému názoru, kdy se role VAD distributorů bude zvětšovat. Trh bude čím dál tím složitější, bude těžší se na něm prosadit... Naše budoucí plány jsou orientovány na růst a profesionalizaci – chceme, aby lidé, kteří u nás budou zaměřeni na určitý produkt, byli těmi největšími odborníky a profesionály v tom nejlepší slova smyslu – budou znát situaci na trhu, budou vědět o příležitostech a pomohou našim partnerům s jakýmkoli problémem. Takoví lidé budou potřeba, protože když se podíváme na trh – je na něm obrovské množství značek a stejné množství cen, akcí a výhod. A zákazník se v tom zákonitě nemusí vůbec vyznat. Chtěli bychom vybudovat s partnery takové pouto, že se na nás budou moci bez váhání obrátit a my jim poradíme bez ohledu na to, jestli nám to přinese výhodný byznys, nebo ne.

Lucie: Když jsem se vracela před rokem z mateřské dovolené, nečekala jsem, že se ICT tak změní a že půjde daleko víc do hloubky. A nejenom trh, ale celá naše společnost za dobu mé roční nepřítomnosti tak vyrostla, že jsem ze začátku měla trochu obavu z toho, jak to vše dohoním. Třeba naše portfolio se rozrostlo o několik významných světových výrobců, zavedli jsme průzkumy spokojenosti, více se věnujeme PR, pořádáme postupně více a více akcí nejen pro partnery, ale partnerům pomáháme i s akcemi pro jejich zákazníky. To všechno se mi ale díky podpoře kolegů a kolegů daří zvládat. A tak se můžu vrhat na další zajímavé projekty, dále rosteme a daří se nám velmi dobře. (úsměv)

Co byste vzkázali našim čtenářům?

Petr: Mají vynikající vkus, když čtou Reseller Magazine! A pokud ohodnotí naši prezentaci v něm kladně, rádi je přivítáme mezi našimi partnery.

Lucie: Pojdte s námi spolupracovat, máme co nabídnout!