

Čeští podnikatelé a krize: Investice do netradičního podnikání a rozšiřování nabídky

naseadresa.cz, 17.9.2009

Autor: Jan Rychetský

Zdejší hospodářství si za poslední měsíce vedlo dost špatně. S konkrétními následky se ve svých firmách potýkají hlavně podnikatelé. Někteří ale krizi jakoby nepotkali anebo si lžou do kapsy.

Bankéři mají potíže, skláři ztratili půdu pod nohama, zavírají se restaurace a počet bankrotů stoupá. Někteří podnikatelé přicházejí každým dnem o zakázky, jiní naopak na vlně krize zručně a promyšleně surfují.

Rodinné zážitky

V současnosti se utrácí hlavně za základní potřeby jako jídlo nebo oblečení. Zážitky jsou až v druhém sledu a lidé si jejich nákup promýšlejí.

„Krizi určitě cítíme. Lidé nakupují především levnější zážitky a firmy je více dopřávají klíčovým zákazníkům a zaměstnancům,“ poznamenává jednatelka společnosti Allegria - Firma na zážitky Linda Vavříková. S nápadem nabídnout zájemcům třeba možnost stát se bagristou, popelářem, letět balónem či si vyzkoušet horký čokoládový zábal přišla na konci roku 2004. Od té doby uspokojili ve firmě, která sídlí na pražských Vinohradech, přes sedmadvacet tisíc zákazníků a získali ocenění Živnostník roku 2006.

S úspěchem Allegrie se na trhu vyrojily desítky podobných firem. Nicméně v kvalitě se velmi liší. Nabídnout někomu, že se může svést ve formuli, v saních tažených koňským spřežením anebo si uvařit pod dohledem odborníka vlastní pivo, není těžké. Zajistit, aby si zákazník užil a byl spokojený, už je těžší. Je k tomu zapotřebí rozsáhlá a léta budovaná síť důvěryhodných spolupracovníků. Mnoho firem ale takové zkušenosti nemá, a tak kazí důvěru v celý tento neobvyklý trh. „Když koupíte tvrdý rohlík, vynadáte prodavače a vedle v obchodě si koupíte čerstvý. Když nefunguje pořízený zážitek, zklame vás to nejspíš navždy,“ glosuje Vavříková.

Byznys se zážitky ovlivnila hospodářská krize zásadně. „Když o ní začala média informovat, bylo to pro nás jako blesk z čistého nebe. Hlavně před loňskými Vánoci obraty nenaplnily naše očekávání, ale situace se už stabilizovala. Přesto nyní méně investujeme do rychlého rozvoje. Mohli jsme se tak zastavit a zaměřit na budování značky, propagaci a rozvoj nových prodejních kanálů. Zanedlouho budeme v Praze pořádat speciální den, kde by si lidé měli zdarma vyzkoušet naše zážitky,“ prozrazuje a vtipkuje, že letos nebude zisk moc velký, takže odpadnou starosti, kam investovat peníze.

Vavříková je poučená optimistka. K pocitu štěstí přispívá i nedávné narození dcery, takže se dnes věnuje hlavně jí. „Snažím se s ní být co nejvíce. Práci se teď naplno věnuji nejvíce tři dny v týdnu. S dcerou Adinou to jinak ani moc nejde. Když se chci na něco soustředit, začne se hned dožadovat pozornosti. Raději pak vložím malou do kočárku a jdeme na procházku. Nicméně je pravda, že teď budeme do katalogu přidávat zážitky pro matky s dětmi a rodiny. Takže se moje nová role na firmě přeci jen nějak odráží,“ tváří se spokojeně.