

OTÁZKA PRO ...

Rozvoj aktivním prožitkem aneb Kam kráčí outdoor?

Outdoorové kurzy, jejichž podstata a hlavní přínos spočívá v aktivním zážitku a prožitku, se již staly pevnou součástí vzdělávání a rozvoje managementu a zaměstnanců celé řady firem a společností v České republice.

Možná se ptáte, proč jsou outdoorové kurzy ve stále větší oblibě? Zkuste si prosím napřed položit několik otázek. Investuje vaše firma do rozvoje a vzdělávání zaměstnanců? Máte plány individuálního rozvoje pro své zaměstnance? Snažíte se připravovat personální rezervy a zálohy? Máte vytipované klíčové zaměstnance? Připravujete školení a rozvojové tréninky pro tyto zaměstnance? Odpověděli jste až doposud kladně? A jste spokojeni s využíváním znalostí a dovedností, které si během kurzů zaměstnanci vaší firmy osvojují?

Často je právě zde možné slyšet, že přestože se školení zaměstnancům líbilo a hodnotili je kladně, mnoho získaných poznatků v praxi nepoužívají a v jejich chování nenastala taková změna, jaká se očekávala. Je to do určité míry pochopitelné, protože změna chování je dlouhodobá záležitost a není jí možné očekávat bez propojení s aktivním zážitkem a zkušeností. A právě zde je možné spatřovat odpověď na stále rostoucí zájem o rozvojové programy, které získané znalosti propojují s aktivním prožitkem a současně tak napomáhají ke skutečné využitelnosti poznatku.

Více než teambuilding

I přes neustále rostoucí zájem o tento typ vzdělávání stále ještě většina firem plně nevyužívá možnosti a potenciál, které outdoorové

programy postavené na zážitku a individuální a skupinové zkušenosti nabízejí. Pro většinu odborníků zajišťujících rozvojové a vzdělávací programy jsou outdoorové kurzy zařazeny do škatulky teambuilding, případně teamspirit nebo leadership. Velice často o tom svědčí i samotné zadání, které společnosti nabízející obdobný druh programu slýchávají: „Chceme outdoor.“ Ve většině případů se jedná o zmiňovaný teambuilding. Při osobní schůzce poté následuje častá otázka „Budeme slaňovat?“, která je doprovázena určitou obavou v hlase osoby odpovědné za zajištění programu.

Mezi odbornou veřejností stále ještě panuje představa, že outdoor je program plný adrenalinových aktivit, které mají se vzděláváním a rozvojem pramálo společného. I takovéto aktivity jsou součástí nabídky firem orientovaných na zprostředkování zážitku, ale současně je nutno zdůraznit, že zde se již opravdu o rozvoj a vzdělávání nejedná. To však neznamená, že tyto aktivity nemají pro firmy v rámci rozsáhlých meetingů své opodstatnění.

Rozsáhlé využití

Pokud se však přeneseme přes tyto počáteční obavy, můžeme zjistit, že možnosti zážitkových programů, a tedy i outdooru samotného, jsou mnohem širší, než představuje dosavadní povědomí. Možnosti zážitkové a zkušenostní formy vzdělávání a tréninku zahrnuje například velkou část manažerských dovedností, mezi které patří projektové řízení či strategické plánování, ale současně i nácvik a realizace kaž-

(Pokračování na stránce 2)



Mgr. Radek Tejc

vás zvou k účasti ve studii
Nejlepší zaměstnavatelé 2007

- Sběr dat od listopadu 2006 do února 2007
- Zaměstnanecký průzkum, HR Audit a Dotazník pro vedení.
- Lokální a středoevropský žebříček a benchmarky.



Příhláška a více informací:

www.BestEmployers.cz

Naučte se být zlá!

Jinak se neprosadíte v mocenských hráčských mužů. Dobrá zpráva zní: Dá se to naučit. Manažerky, které se chtějí dostat do šéfovských pater, vědí, že k tomu nepotřebují jen odbornou a sociální kompetenci. Kdo je milý a laskavý, je snad oblíben, ale zřídka podporován a prakticky nikdy povýšen. V boji o horní pozice v managementu musí ženské adeptky čelit značnému odporu svých – převážně mužských – konkurentů.

Dnešní manažerky vytlačují průměrné mužské kolegy ve věku 30 až 49 let a ti se brání vši silou. Tipy a triky, jak se ambiciózní kandidátky mohou v organizaci prosadit, nabízí seminář „Zlá děvčata přicházejí do šéfovských pater“, který pořádá hamburský Institut Gottlieba Duttweilera. Německé manažerky se tam učí svou agresivitu nepotlačovat, ale naopak cíleně využívat.

Správně zlá nevypadá žádná z dam, které se dostavily na trénink agrese. Konzultantky, právničky či dámy z marketingového, IT, personálního nebo finančního oddělení však nepripouštějí žádné pochyby o tom, že se opravdu chtějí dostat do šéfovských pater. To, že k tomu potřebují víc než odbornou a sociální kompetenci, už vědí. A že se při tom může jednat o tak ošklivé věci, jako jsou ostré lokty, egoismus či umění opanovat mocenské pole, také poznaly. Ty zkušenější zažily i mobbing nebo byly kolegy odstaveny na vedlejší kolej. Jak velké, nebo přesněji řečeno jak mizivé malé jsou jejich šance dostat se do top managementu, je účastnicím semináře jasné.

O tom, jak seminář probíhá a co se v něm adeptky naučí, se dozvíte v **Moderním řízení 12/2006**, které vychází 14. prosince. Ukázkové číslo zdarma na adrese www.ManagerWeb.cz.

Milí partneři a kolegové,

děkuji Vám za příjemnou a inspirující spolupráci
a těším se na naše společné projekty v roce 2007.

Miroslav Hofírek

Praha • Hradec Králové • Karlovy Vary • Brno • Bratislava

www.hofirek.cz • www.hofirek.skNewsletter HRM line vydává Economia a.s. ve
spolupráci s personální a poradenskou firmouHOFÍREK
CONSULTINGwww.hofirek.cz

(Pokračování ze stránky 1)

dodenních operativních dovedností nutných pro práci manažera, jako je třeba poskytování zpětné vazby vedeným pracovníkům, hodnocení jejich pracovního výkonu, vedení porad a řešitelských týmů, komunikační dovednosti a mnohé další. Jinou velkou oblastí, na kterou se zaměřují programy zážitkové pedagogiky, jsou obchodní dovednosti, techniky prodeje či jednání se zákazníkem.

Outdoor versus indoor – kde je rozdíl?

Ptáte se, v čem se uvedená témata liší od klasického „indoorového“ vzdělávání? Předpoklad, ze kterého zážitkové rozvojové programy vycházejí, je základní teze, že méně znamená mnohdy více. Menší penzum předaných informací na straně jedné je kompenzováno hlubším zažitím dovedností předávaných v rámci přednášeného tématu.

Proč tomu tak je? Jednou ze základních forem učení, které jsou nám vlastní, je učení pokusem – omylem. Dělat chyby je přirozené a lidské a naše vlastní chyby jsou zdrojem poučení. V rámci aktivit, které jsou cíleně zaměřené a strukturované, mají účastníci možnost experimentovat a identifikovat své návyky a způsoby chování. Nežřítka se stává, že lidé v rámci aktivní činnosti nacházejí nové mož-

nosti svého rozvoje, rozvoje svých silných stránek. Cílem dobře postaveného outdoorového tréninku je výrazné posunutí kvality školené dovednosti účastníka a současně žádoucí změna v jeho chování a jednání.

Neustálý vývoj

Závěrem je potřeba zmínit ještě jednu skutečnost. Všechno prochází vývojem a stejně tak i outdoorové programy mění svou původní koncepci. Určitě se budeme i v budoucnu ve značné míře setkávat s klasickým teambuildingem probíhajícími zejména v přírodním prostředí, na druhou stranu zážitkové rozvojové programy v rámci svého rozvoje stále více využívají seminární místnosti, kde probíhají zpětné vazby a rozborů ze zažitých aktivit a současně upevňování získaných dovedností.

Smyslem změn ve vzdělávání je dosáhnout maximální efektivity a využitelnosti vložené investice zaměstnavatele do vzdělávání svých zaměstnanců, které spočívá v osvojení a praktickém využívání potřebných dovedností v praxi.

Mgr. Heřman Čadil a Mgr. Radek Tejc
cadil@omt.cz, tejc@omt.cz

Outdoor Management Training s.r.o.
www.omt.cz

VZDĚLÁVÁNÍ

Dotace na vzdělávání často snižují motivaci lidí k učení

Dotace od Evropské unie či státu na vzdělávání pro firmy podle odborníků často snižují motivaci lidí k vyšší aktivitě při učení. Zatímco firmy, které si musejí zaplatit za kurzy tržní cenu, využívají čas pro výuku téměř stoprocentně, aktivita účastníků dotovaných školení je mnohem nižší. V Ostravě se na tom shodli odborníci i organizátoři právě ukončeného vzdělávacího programu MBA v kostce, na který přispěl stát i Evropská unie.

Pořadatelům kurzů z řad soukromých subjektů také vadí, že na projektech financovaných z EU nemohou vydělat, řekl spoluorganizátor programu Daniel Vavřina ze společnosti MBA Kontakt.

„Pravidla EU při financování podobných projektů jsou špatně nastavená již ve svém principu, projekty totiž nemohou být ziskové. Přitom vytváření zisku je podle zákonů jedním z cílů existence firem, díky němu se mohou rozvíjet a dále investovat,“ míní předseda představenstva Krajské hospodářské komory Moravskoslezského kraje Pavel Bartoš.

Jednoletý kurz MBA v kostce absolvovalo 90 manažerů malých a středních firem z Moravskoslezského kraje, které zaměstnávají méně než 250 lidí. Za 20 školicích dní zaplatil každý z nich dohromady 10 tisíc korun, tržní cena za jediný den školení se přitom pohybuje od 2000 do 20 tisíc korun. Stát a EU přispěly



na kurzy více než 2,6 mil. korun, další statisíce musel do projektu vložit organizátor. „Přitom jen asi polovina účastníků absolvovala téměř všechny přednášky, účast ostatních byla slabší,“ dodal jednatel firmy MBA Kontakt Vladimír Staněk.

Zástupci úřadů práce tvrdí, že žadatelé o dotace na vzdělávací projekty musejí splnit přísná kritéria. „Velmi pečlivě vážíme, kam peníze směřovat a kam ne. V některých programech musí projekt přímo vytvořit nová pracovní místa,“ řekla ředitelka ostravského úřadu práce Yvona Jungová. Projekt MBA v kostce navíc umožnil absolvování drahých manažerských kurzů menším podnikatelům,

dosud si podobná školení mohli dovolit jen šéfové velkých firem. Podle odborníků i účastníků kurzu je program potřebný, přispěje k rozvoji a prosperitě menších podniků v kraji. „Tyto znalosti potřebuje drtivá většina mladých podnikatelů, na vysokých školách ale podobné praktické manažerské zkušenosti a rady nezískají,“ vysvětlil přínos kurzů Bartoš.

Název kurzu MBA v kostce je odvozen od titulu MBA, který udělují zahraniční univerzity manažerům s praxí. Získání titulu zabere obvykle dva roky denního studia asi 20 předmětů. Český program MBA v kostce zahrnuje 20 dní školení, dosud ho absolvovalo kolem 2000 lidí z celé republiky, převážně z velkých firem.

Čtete nové číslo časopisu
pro řízení lidských zdrojů

HR Management



- Jak předejít chybám u začínajících manažerů
- Proměny systémů odměňování
- Jak nezeštíhlovat

Pro předplatitele časopisů **Moderní řízení**,
Finanční Management a **Právní rádce**
sleva 30 procent.

Více informací a ukázkové číslo ZDARMA na tel.
800 110 022 nebo na www.ManagerWeb.cz.

economia
OBSAH ROZHODUJE

KRATCE

EK: Globalizace vyžaduje změny pracovního práva

Evropská unie by měla modernizovat pracovní zákony tak, aby odpovídaly požadavkům na flexibilnější pracovní sílu, které s sebou přináší globalizace, a současně chránily jistoty zaměstnanců. Vyplývá to ze zprávy Evropské komise, která zahajuje konzultace o modernizaci evropského pracovního práva.

Rychlý technologický pokrok a globalizace zásadně změnily trhy práce v Evropě, uvedla EK. Rozšířila se práce na dobu určitou, práce na částečný úvazek či najímání zaměstnanců přes agentury pro přechodné úvazky. Těmito způsoby je zaměstnána asi čtvrtina lidí v Evropě. Zpráva současně připomíná často rostoucí rozdíly mezi lidmi hledajícími práci, mezi lidmi v „nestálých“ úvazcích a mezi stálými zaměstnanci.

Komise zdůrazňuje koncept nazývaný „flexicurity“, tedy kombinace flexibility a bezpečnosti (security) zaměstnání. Flexibilnější uspořádání jsou nezbytná pro adaptaci na důsledky globalizace a na demografické stárnutí evropských společností, řekl evropský komisař pro sociální záležitosti Vladimír Špidla. „Současně je důležité, aby zaměstnanci přitom neztratili a aby byl slyšet jejich hlas pro větší jistotu,“ podotkl.

Zavedení jasných a srozumitelných pravidel je důležité pro zaměstnavatele i zaměstnance, uvedla Špidlova zpráva. Diskuse o adaptaci pracovního práva potrvá do konce března 2007. Měla by se zaměřovat na 14 témat – například na podmínky přechodu z jednoho zaměstnání do druhého, na pracovní dobu, mobilitu zaměstnanců a „černou“ práci.



Global Mobility – Vysílání zaměstnanců do zahraničí

Dne 28. listopadu 2006 proběhla v Praze konference Global Mobility – Vysílání zaměstnanců do zahraničí, kterou pořádalo nakladatelství *Economia* ve spolupráci s mezinárodní poradenskou společností *PriceWaterhouseCoopers*. Vzhledem k současnému trendu, kdy stále více českých firem vysílá své zaměstnance pracovat do zemí EU i vzdálenějších destinací, vzbudila tato konference zaslouženou pozornost. Jednotlivá témata přednášek byla zaměřena na dvě hlavní oblasti, a to daňovou a právní problematiku mobility zaměstnanců a neméně důležité personální aspekty.

V oblasti daňové problematiky se řešily zejména nezbytnost a způsoby určení daňového rezidentství zaměstnance vysílaného do zahraničí v souladu s legislativou daného státu a zamezení případnému dvojímu zdanění podle platných mezinárodních smluv. Kromě daňových aspektů byla věnována pozornost i otázce sociálního a zdravotního pojištění, kterou řeší smlouvy o sociálním zabezpečení uzavřené mezi jednotlivými státy anebo legislativa hostitelské země.

Přednáška zaměřená na pracovněprávní otázku podala ucelený přehled o jednotlivých for-

mách a náležitostech vyslání zaměstnance do zahraničí, jak jsou stanoveny v zákoníku práce v jeho platném znění i v jeho nové podobě, která nabude účinnosti od 1. ledna 2007.

Závěrečná část konference byla věnována tématu vysílání zaměstnanců z pohledu personalistiky. Byla zdůrazněna nezbytnost správného nastavení procesů celého mobility programu tak, aby se stal pro společnost co nejefektivnějším a nepředstavoval nadměrné náklady spojené s vysláním zaměstnance.

Dostatečná příprava a pozornost by měla být věnována nejen fázi před vysláním zaměstnance, kdy jsou stanoveny cíle vyslání a zvolen vhodný kandidát, ale nemělo by se zapomínat ani na následnou péči po návratu zaměstnance do mateřské společnosti. Právě tato fáze se může stát klíčovou. Pokud není zajištěna dostatečná zpětná adaptace a motivace zaměstnance, je pravděpodobné, že odejde uplatnit nabyté zkušenosti jinde. Náklady vynaložené společností na jeho zahraniční působení se v takovém případě stávají zbytečnou investicí.

Michaela Proskočilová
HOFÍREK CONSULTING

EVROPSKÁ UNIE

Česko otevře svůj pracovní trh Bulharům a Rumunům

Česko otevře od ledna 2007 svůj pracovní trh Bulharům a Rumunům. Jako občané Evropské unie se tak budou moci ucházet o práci v ČR bez překážek. Česko si ale ponechá možnost přijmout v případě ohrožení pracovního trhu ochranná opatření, řekl po jednání vlády premiér Mirek Topolánek. Topolánek s odkazem na analýzy tvrdí, že otevření tuzemského pracovního trhu pro Rumuny a Bulhary by nemělo způsobit Česku problémy. ČR patří mezi země, které usilují o volný pohyb pracovních sil i v zemích EU, které se tomu zatím brání.

Podle Topolánka česká legislativa již nyní v případě nutnosti umožňuje zavést omezující opatření v pohybu pracovních sil vůči členským zemím EU. ČR ale tuto možnost dosud nevyužila. „Tento zákon se bude muset rozšířit o další dvě země,“ podotkl Topolánek, podle kterého si české úřady podobnou pojistku ponechávají například u pobaltských republik, Slovenska či Maďarska. Novela zákona by měla být hotova v první polovině příštího roku.

Bulharsko a Rumunsko rozšíří evropskou pětadvacítku v lednu 2007. Trh práce jim z členských států uvolní Estonsko, Finsko, Lotyšsko, Polsko a Slovensko. Omezení hodlají zavést Dánsko, Irsko, Lucembursko, Španělsko a Británie. Ve zbývajících zemích rozhodnutí ještě nepadlo.

Přístup na pracovní trhy ve většině starých členských států měli po rozšíření EU v roce 2004 omezený i Češi a ostatní občané nových členů. Nyní se mohou volně ucházet o místo v osmi starých a osmi nových zemích, další státy zjednodušily administrativní řízení. Česká strana usiluje o to, aby bariéry padly všude.

Německo a Rakousko je zatím chtějí zachovat až do roku 2011.

Ministr práce a sociálních věcí Petr Nečas míní, že pokud by ČR bránilo Bulharům a Rumunům v přístupu na trh práce, výrazně by tím oslabilo svou vyjednávací pozici. Možnosti chránit svůj pracovní trh v případě ohrožení se ale ČR úplně nezdá. Ministerstvo práce již začalo pracovat na novele zákona o zaměstnanosti, která by umožnila vládě režim zpřísnit. Přechodná období se nevztahují na živnostníky a podnikatele či na vysílané zaměstnance. Podle zkušeností ze starých členských států mnozí lidé legalizují své zaměstnání právě fiktivní živností. Například v Německu se mezi cizinci rozšířily takzvané *Ich-AG* (akciová společnost Já), tedy firmy jednotlivců. Podle Ministerstva práce tak přechodná období mohou nahrávat i práci na černo a tzv. švarcsystému.

Podle předpokladů českých úřadů by bulharští a rumunští občané trh práce ohrozit neměli. Ministerská zpráva uvádí, že migrace z Bulharska do Česka je poměrně malá a počty příchozích výrazně nerostou. Ani projekt k přilákání zahraničních odborníků, díky němuž mohou Bulhaři a lidé z dalších států získat v ČR povolení k trvalému pobytu už za dva a půl roku, situaci nezmění.

Podle bulharského průzkumu by se Bulhaři vydali spíše do Španělska a Německa. Pro Rumuny by se kvůli jazykové příbuznosti mohly stát cílem Francie, Itálie a Španělsko. Podle studií je migrační potenciál Rumunů a Bulharů dvakrát vyšší než u lidí z Polska a Pobaltí, kteří jsou mnohem víc než Češi ochotní jít za prací do ciziny.

Moderní řízení



- Staňte se žádaným zaměstnavatelem
- Jak najít angažovaného pracovníka
- Milostné vztahy na pracovišti

Více informací a ukázkové číslo ZDARMA:
tel. 800 110 022 nebo www.ManagerWeb.cz.

economia
OBSAH ROZHODUJE

HN: Manažerské smlouvy čeká kvůli zákoníku práce změna

Stovky českých manažerů, kteří byli do funkcí jmenováni, řeší podle Hospodářských novin problém, jak naložit se svou pracovní smlouvou. Pokud do konce roku neuzavřou se zaměstnavatelem novou dohodu, budou z funkce prakticky neodvolatelní. Zato však ztratí právo firmu ze dne na den opustit a jít



za lepší nabídkou. Nový zákoník práce, který začne platit v lednu, totiž ruší v podnikatelské sféře dnes platné manažerské smlouvy a šéfové firem a ředitelé se stanou běžnými zaměstnanci, píše deník.

„Ustanovení, jež se týkají jejich odměňování, benefitů, rozsahu práce či konkurenční doložky, v jejich smlouvách zůstanou platná. Ale podmínky pro odchod z funkce se mění,“ citují právníčku Svazu průmyslu Jitku Hejdukovou HN.

Zaměstnavatel nebude moci od ledna vrcholového manažera odvolat, zbaví se ho jedině výpovědí, okamžitým zrušením pracovního poměru nebo dohodou, stejně jako každého řadového zaměstnance.

Právníci doporučují, aby firmy s manažery ještě před koncem roku uzavřely dodatek k pracovní smlouvě, kde se na podmínkách odchodu z funkce obě strany dohodnou.

V některých firmách ale podle HN panují obavy, zda dohody uzavřené před koncem roku budou později platné. „Když následně dojde ke sporu, může dobrý advokát dohodu rozbít, protože nebyla opřena o zákon. A když problém začneme řešit až po 1. lednu, mohou to někteří manažeri odmítnout, protože funkci už budou mít jistou,“ řekl Hospodářským novinám personalista textilky Slezan Frýdek-Místek Luděk Korč.

Personální šéf mladoboleslavské Škody Auto Martin Jahn ale soudí, že ve srovnání s jinými problémy v novém zákoníku práce jsou manažerské smlouvy marginální. S úpravou přesčasů či bezpečnosti práce bude problémem mnohem větší.

KOUČINK – SERIÁL

Telekoučink klepe na dveře aneb Koučink po drátech

Přestože mnoho lidí je již srozuměno s tím, že koučink je užitečná věc, je mu také mnoho vyčítáno. Proč je to tak drahá záležitost? Není to dostupné jen pro pár vyvolených top manažerů, kterým koučink platí firma? Jak si mám na koučink udělat dostatek času, když mám tolik jiných úkolů? Když už se za svým koučem vydám, co když zůstanu viset v zácpě a přijdu o kus svého sezení – bude mi to nějak nahrazeno, nebo jsem o své peníze přišel?

To všechno jsou důležité argumenty a je potřeba se jimi zabývat. Dobrou zprávou je, že odpověď existuje a možná je až překvapivě docela jednoduchá.

Haló, tady váš kouč

To řešení se jmenuje telekoučink. Na západ od našich hranic je to forma koučinku, která se využívá ve více než 80 % případů, v USA a v Kanadě je to silně přes 90 %. A to přesně z výše uvedených důvodů – telekoučink totiž je:

– mnohem levnější (cena se pohybuje okolo 30 až 50 % ceny sezení tváří v tvář);

– mnohem časově příznivější (kouč ani klient nemusejí nikam cestovat, odpadá možnost opoždění se z důvodu špatné dopravní situace, složitého parkování, hledání adresy apod.);

– překvapivě efektivnější (koučování po telefonu je rychlejší, je snazší se soustředit přímo na dané téma, odpadají vizuální „vyrušovací“ prvky);

– kreativnější (klient i kouč mají mnohem větší prostor pro vizualizaci, představy);

– pohodlnější (můžete sedět třeba doma v houpacím křesle s křečkem na klíně);

– jednodušší na plánování (40 až 60minutový telefonát nappete do svého nabitého programu lépe než 90minutovou schůzku).

Pro kouče má telefonování navíc další výhodu – poznámky, které si během telefonátu udělá, už nemusí nijak přepisovat nebo upravovat a může je rovnou zakládat do klientovy složky.

Proč to zatím u nás není?

Nejspíš už odpověď znáte. Sama jsem si prožila stadiu, kdy jsem si říkala – jak mohu řešit tak důležité věci po telefonu? Když na svého kouče nevidím, nemohu zjistit, jak se tváří? Jako klient jsem ale záhy pochopila, že je to vlastně výhoda. Nezabývám se totiž tím, co by mohl mé situaci můj kouč říct, ale jsem schopna se mnohem lépe soustředit na sebe. Pokud mi můj kouč dává jasné otázky, moje

zapojení do koučovací konverzace je opravdu intenzivní a dokážu se lépe soustředit. Jako kouč jsem našla také několik výhod:

– je pro mě jednodušší se napojit na klienta a být „plně přítomna“;

– díky tomu, že odpadá možnost používat zrak jako zdroj informací, nemohu ani na vteřinu vypnout a musím se stále ujišťovat, že plně chápnu, co klient říká;

– mám menší tendenci se „vykecávat“, dávám přirozeně klientovi větší prostor;

– jsem ve svém prostředí, je mi pohodlně a nemusím hlídat tolik věcí jako při osobním kontaktu – můžeme se tudíž opravdu soustředit na klientovo téma.

Přechod z osobního koučinku na telekoučink ale není jednoduchý. Většina klientů se domnívá, že budou o něco důležitějšího ochuzeni. Je to podpořeno zejména tím, že si s klienty hodně malujeme, používáme různé diagramy, obrázky, grafiky apod., a oni mají pocit, že o to všechno při telefonickém koučinku přijdou. Není problém ale tyto věci si poslat předem e-mailem nebo si malův-

ky po skončení koučinku naskenovat a opět si elektronicky vyměnit.

Zlatá středí cesta

Snažím se v portfoliu produktů svým klientům nabízet osobní koučink, telekoučink a pak ještě jejich vzájemnou kombinaci. Je pravda, že telekoučink si jako první zkušenost nevybere nikdo. Kombinace je lákavější právě příjemnou cenou a i tím, že se klient „utěšuje“, že už se v té době budeme znát, tak to snad bude fungovat. A nejčerstvější zkušenost? Moje klientka, velmi časově vytížená manažerka jedné velké banky, mi po první zkušenosti s telekoučinkem řekla: „Vlastně to bylo lepší než klasický koučink. Je to velmi pohodlné a nemám pocit, že by mi oproti tomu, jak jsme postupovali dříve, něco chybělo.“

Takže milý telekoučinku, vítej do české kotliny! Pomůžeš koučink udělat dostupným i pro „normální“ lidi, manažer může při tobě sedět v pyžamu, kouč zase třeba ušetří za kancelář a oblek od Bosse nebo kostýmek od Armaniho. A jestli máme bariéry telekoučink používat, je to o.k. – osobní koučink určitě nezahyne a používat se bude. Jen je potřeba vědět, že tyto naše bariéry něco stojí!

Ing. Monika Bartoničková, MBA
Koučink Centrum

PERSONÁLIE

• Novou tiskovou mluvčí společnosti **Media-tel** se stala **Michaela Rudová**. Předtím zastávala manažerské pozice ve vydavatelství Hachette Filipacchi a reklamní agentuře Cayenne Communications.

• Společnost **Porsche Inter Auto CZ** jmenovala novou zodpovědnou osobu za dealerství značky Porsche v České republice. **Luděk Šmída** odpovídá za servis, prodej, marketing, další rozvoj a za tým pracující pro tuto značku. Dříve pracoval ve vedoucích pozicích společnosti I.B.L. Praha a Robert Bosh.

• Ředitelem společnosti **IKO** pro Českou republiku se stal **Vítězslav Joura**. Bude odpovědný především za záležitosti spojené s odbytem a marketingem firmy v ČR. Joura přichází ze společnosti Kofola, kde pracoval na pozici brand manažera. Předtím působil jako marketingový manažer ve firmě Legrand.

• Novou výkonnou ředitelkou akciové společnosti **CBCB – Czech Banking Credit Bureau** se stala **Zuzana Pečená**. Ve funkci nahradila **Štěpánku Mikulcovou**. Pečená se v oboru finančních služeb pohybuje od roku 1999, kdy nastoupila do společnosti Raiffeisen stavební spořitelna. Do CBCB přišla z české pobočky Citibank.

• Dlouholetý šéfredaktor Lidových novin a MF Dnes **Pavel Šafr** nastoupil jako zástupce generálního ředitele společnosti **Economia** a ředitele produktů a marketingu.

• Ředitelkou **Economia OnLine**, multimediální divize vydavatelství **Economia**, se stane **Alena Klímková**, která byla dosud pouze pověřena vedením této divize. Ředitelkou se stane k 1. prosinci, sdělil ředitel kanceláře vedení **Economie Jan Štolba**. Klímková působí v **Economii OnLine** od roku 2000. Nejdříve byla obchodní manažerkou, posléze mimo jiné obchodní ředitelkou a od letošního června byla pověřena řízením této divize.

• **Bohemia Sekt**, největší výrobce šumivých a klidných vín v ČR, posílil marketingový tým. Do nové pozice manažera všech značek vín byl jmenován **Ondřej Čabrada**. Bude mít na starosti prodej produktů Vína Mikulov, Chateau Mikulov, Habánských sklepů, Chateau Bzenec, Vinařství Pavlov a dalších. Čabrada přišel ze společnosti Bel Sýry Česko, kde působil od roku 2004 jako brand manažer značek Veselá kráva, Kiri a Leerdammer.

• **AutoCont** má nového ředitele divize SAP – **Josefa Chamraze**, který má za úkol rozšířit nabídku **AutoCont CZ** pro velké podniky a státní správu o služby v oblastech výstavby a rozvoje ERP, business intelligence a portálů na platformě SAP.

• Se zánikem značky **Karosa** končí i **Rudolf Černý** ve funkci generálního ředitele podniku, k 1. lednu odchází do důchodu. Jeho pozici zaujme **Daniel Patka**, dosavadní hlavní konstruktér a vedoucí vývoje autobusů Irisbus.