

IVICA ĐURICOVÁ – KATARÍNA SEDLÁČKOVÁ – VLADIMÍRA ŠEBOVÁ

49

HRDINIEK *slovenského* BIZNISU

*Ako premeniť svoj dievčenský
sen na vlastnú firmu*

Obsah

„Vzdelávame Slovensko vďaka úspešnej franšíze“	9
Denisa Baranovičová, Katarína Boskovičová, Petra Ťaptíková, jazykové centrum Berlitz	
„Firma je naše štvrté dieťa“	16
Jana Bednárová, donášková služba kytíc z ovocia a čokolády Chutné kytice	
„Jazyky učíme v Bratislave a testujeme v Ázii“	24
Klaudia Bednárová, jazyková škola The Bridge	
„Naše oblečenie nosí aj prezident“	32
Viera Beniaková, odevná značka Favab	
„Sama s tromi deťmi vybudovala 500-hektárovú farmu“	40
Anna Beníková, Koliba Papradno a Agropenzión Grunt	
„Koláče ako od starej mamy“	47
Biba Bilčíková, Petra Bilčíková a Lucia Čierna, pekárne Fertucha	
„Z jadrovej elektrárne do vedenia rodinnej firmy“	55
Monika Božíková, výroba bicyklov KENZEL	
„Trikrát podnikateľka, dvakrát mama, raz sama sebou“	62
Ol'ga Bušo, kvetinová zásielková služba Lásky kvet	
„Nemám Show Jana Krausa, no je moja a milujem ju“	70
Veronika Cifrová Ostrihoňová, moderátorka formátov SIT DOWN stories a Small Talk	
„Fungujeme na stoličkovom mechanizme“	78
Daniela Danihel Rážová, realitná spoločnosť BOND Reality	
„Korporát ma naučil robiť biznis“	88
Dana Dúbravská, vzdelávacia spoločnosť Komunikácia	
„Etické oblečenie pre malých i veľkých“	100
Lenka Garajová a Miriam Šichmanová, dizajnové detské oblečenie mile	
„S tradičnou keramikou sme dobyli Japonsko“	109
Renáta Hermyssová, výroba tradičnej keramiky Majolika R	
„Naučili sme Slovákov milovať sezónne kvety“	117
Lenka Hlubinová Vargová, kvetinový Ateliér Papaver	
„Biznis vymyslený pri víne“	125
Iveta Hrabovská, výroba džemov a omáčok s alkoholom GentleJam	
„Deti nosíme pri srdci, podnikanie v ňom“	135
Slávka Chlebová a Barbora Priehodová, výroba šatiek a nosičov na nosenie detí Sestrice	
„O predaji rozhodujú jogurty a dáždňníky“	143
Igha Jarrah, potraviny MARKET sweet home	

„Od titulu Miss k vlastnému obchodu“	150
Ivica Jusková, dizajnový obchod slávica	
„Sestry, ktoré obliekajú Bratislavu“	157
Doris Kedrová a Karolína Kedrová, módný butik La Femme a TWIN-SET Bratislava	
„Ako sa nezblázníť z expanzie e-shopu“	165
Slávka Kollárová, interiérové doplnky Inspio	
„Oblíbená „alchymistka“ slovenských športovcov“	174
Želmíra Komorechová, výživové doplnky Kompava	
„Zariadujeme pekárne aj na kl'úč“	184
Daniela Kováčová, predaj pekárenských strojov a kovovýroba Pekastroj	
„Náš zákazník má štyri nohy“	191
Mia Kurucová, pekáreň MLS, MLSkafé, HAF park	
„Obúvame detičky v niekoľkých krajinách Európy“	198
Pavína Lišková, výroba a predaj detských topánok Barefootovo	
„Zo strojárky hudobná vydavateľka“	205
Jana „Shina“ Lokšenincová, hudobné vydavateľstvo SLNKO RECORDS	
„Polyglotka valcuje svet online vzdelávaním“	215
Lýdia Machová, netradičné online vzdelávanie JazykovyMentoring.sk	
„Od malých náušnic ku gigantickému portálu“	223
Alexandra Miklášová, handmade portál Sashe.sk	
„Predávame ľuďom svätý pokoj“	232
Melinda Mikleová, predaj kancelárskej techniky Eurotoner	
„Vyrábame domovy na kolesách“	238
Tatiana Nátna, výroba obytných karavanov TURČAN-AUTO	
„Horko-sladký príbeh v pohári“	247
Monika Nógellová, pívne džemy Beermalade	
„Od despotickeho šéfa k vlastnej nadnárodnej firme“	253
Tatiana Ondrejková, cestovateľský portál Pelikan.sk	
„Láska k vinárovi sa zmenila na spoločnú firmu“	263
Jaromíra Ostrožovičová, vinárstvo Ostrožovič spol. s r. o.	
„Biznis je najsladší s gastronomickým Oscarom“	275
Katalin Papp Vargha, výroba čokolády CHOCOMAZE	
„Prvým krajinným architektom bol Pán Boh“	283
Ivana Pasečná, ateliér krajinej architektúry 2ka	
„Za dupľu si neučtujeme nič“	290
Slávka Pástorová, stravovacie zariadenie Naša jedáleň	

„Učíme ľudí zachovať si svoje zuby až do smrti“	300
Lucia Pašková, ústna hygiena CURAPROX	
„Kráľovná logistiky z východu“	309
Miriam Poništová, špeciálna spoločnosť DeutschMann Internationale Spedition	
„Som šéfkou svojho hobby“	317
Jana Schweighoferová, travelbloggerka	
„Život je o hľadani rovnováhy“	324
Viera Sentešová, sieť jogových štúdií YoGO	
„Cez deň herečka, večer šéfka kabaretu“	333
Lucia Siposová, kabaretný klub Red Cat Cabaret	
„Perníčky troch generácií“	340
Marta Slosarčíková, výroba perníkov Medex	
„Svet valcuje obrovský záujem o tradície“	346
Iveta Smileková, výroba krojov Detvianske ľudové umenie	
„Priemyselné technológie nie sú len doménou mužov“	354
Eva Stejskalová, vývoj a výroba CNC strojov MicroStep	
„Zmrzlinová kráľovná Bratislavy“	362
Barbara Szalaiová, zmrzlináreň KOUN	
„Biznis mi doslova vonia“	370
Eva Škovranová, výroba a predaj parfumov 1907 Perfumeries	
„V cene šperku musí byť aj benzín“	379
Petra Toth, šperky a doplnky Petra Toth	
„Vyliečený pacient je chodiaca reklama zadarmo“	387
Žaneta Truplová Brachňáková, lekáreň Vicky Wall	
„Krásny vzťah mamy a dcéry v biznise s krásou“	397
Dagmar Volková a Karolína Volkov, salón krásy DNJ BEAUTY	
„Od programovania k ručne robenej kozmetike“	409
Ivana Zuzinová, ručná výroba kozmetiky Ponio	
Podnikanie očami expertov	417
Pomoc pri štarte podnikania	421



Tatiana Ondrejková

cestovateľský portál *Pelikan.sk*

Foto: Diana Mráziková



„Od despotického šéfa k vlastnej nadnárodnej firme“



Oblasť podnikania:
cestovný ruch

Miesto podnikania:
Bratislava + online

Štart podnikania:
rok 2000

Web:
www.pelikan.sk

Najsilnejšia vlastnosť:
vytrvalosť

Životné heslo:
Nemám.

Znamenie:
býk

Do Bratislavy sa presťahovala kvôli tancu. Neskôr sa od zamestnania pre-tancovala až k založeniu úspešnej cestovnej kancelárie. Priniesla inovácie, ktoré zmenili trh. Nielen slovenský.

Tatiana Ondrejková bola vždy neposedné dieťa. Vyrastala v Hontianskych Nemciach pri Banskej Bystrici a do Bratislavy sa presťahovala, aby sa mohla venovať tancu. Jedného dňa sa sama vybrala do hlavného mesta, aby si obehla stredné školy, kam by mohla prestúpiť. Rodičom to napokon iba oznámila. Tanec milovala, bol však finančne náročný a ona musela začať pracovať, aby si lekcie mohla dovoliť.

Neskôr prišiel čas, keď práca zvíťazila nad vášňou pre pohyb a ona sa naplno vrhla do budovania biznisu. Od detstva ju okrem tanca zaujímali aj technológie a cestovanie. Zamierila preto k cestovnému ruchu.

Ako to celé začalo

Tatiana sa zamestnala v jednej bratislavskej cestovnej kancelárii. Ako hovorí, v tej dobe prakticky neexistovalo nakupovanie leteniek online. Zákazník prišiel osobne do cestovnej kancelárie s tým, kam chce letieť a Tatiana mu vyhľadala, aké lety sú k dispozícii. Ak našli vhodný let, rezervovala ho. Zákazník sa potom vrátil o tri týždne a letenku zaplatil. Po zaplatení Tatiana letenku ručne vypísala a odovzdala ju zákazníkovi. Proces bol zdĺhavý a náročný. Tatiana navyše nebola v práci spokojná. Nezhody so šéfom, ktorý mal despotickú povahu, ju vyčerpávali. V dvadsiatich rokoch vzala veci do vlastných rúk a začala podnikáť. Založila firmu ITC Travel, tak trochu aj preto, aby bývalému šéfovi ukázala, ako sa to robí poriadne. „*Moja jediná ambícia bola, že chcem robiť, čo ma baví,*“ vysvetľuje.

Začínala s postupmi, ktoré poznala z predchádzajúcej práce. Nebola s nimi ale spokojná. O štyri roky neskôr svoju firmu pretransformovala a vznikla dnes už legendárna cestovná agentúra Pelikán. Priniesla najmä online predaj leteniek.

Konkurencia sa najprv smiala, potom hnevala a nakoniec kopírovala

Pelikán bola prvá cestovná kancelária, ktorá na Slovensku ponúkala predaj leteniek online. Firma na trhu mnohé zmenila. Napríklad aj rýchlosť procesu, v rámci ktorého ste si objednávali let. Klient musel letenku cez Pelikan.sk zaplatiť do 24 hodín, inak mu prepadne, alebo sa zvýši jej cena. Niektoré cestovné kancelárie sa Tatiane pre tento krok vysmievali a tvrdili,

že s takýmto prístupom neprežije. Pelikán sa však stal lídrom na trhu a smiech konkurencie sa zmenil na nevraživosť.

„Ostatné cestovné kancelárie nás začali nenávidieť. Kopírovali všeobecné obchodné podmienky a aj náš web.“ Zo začiatku sa Tatiana hnevala, pomaly si však začala uvedomovať, že keď sa za rok stala jednotkou na online trhu, musí s tým rátať. *„Keď budete líder, ľudia vás budú kopírovať.“* V Pelikáne sa s kopírovaním naučili žiť, ale zároveň si uvedomovali, že musia byť štyri kroky popredu. Aby ich konkurencia nikdy nedobehla, pretože sa o to vždy bude snažiť.

Milá postavička, silný marketing

Pri štarte portálu „*pelikanci*“ vsadili na dobrý marketing. *„Brand sme chceli postaviť na maskotovi, ktorý bude milý a ľudia ho budú mať radi,“* vysvetľuje Tatiana. Aj preto sa rozhodli pre postavičku pelikána. Ľudia postupne portálu začali dôverovať, no nebolo to len vďaka maskotovi, ale najmä vďaka kvalitným službám: *„Stavíme na zákazníckom servise. Ak majú ľudia problém, pomôžeme im,“* zdôrazňuje spolumajiteľka firmy. Na zákazníckom servise majú zamestnanci komunikačné tréningy, ktoré ich učia väčšej empatii, aby tak vedeli vycítiť, s čím má zákazník problém a ako mu pomôcť.

Pelikán nikdy nemal investora a od začiatku si firmu financovala sama. Bolo to však veľmi náročné obdobie. *„Keď na začiatku nemáte peniaze, štart je o dosť náročnejší. Na druhej strane to človeka naučí väčšej disciplíne.“*

Prejavilo sa to napríklad aj v tom, že nezostali peniaze na externé služby: *„Nemala som peniaze na to, aby mi niekto spravoval sieť, nastavil mailový server alebo vytvoril schránku pre všetkých zamestnancov. Tieto veci som si robila sama.“*

Dnes príjmy prichádzajú z viacerých krajín v odlišných menách. O takto zložitý tok sa stará celý tím ľudí.

Ako sa ale Tatiana dostala až sem? V dobe, keď ešte začínala s cestovkou ITC Travel, bolo mnoho vecí inak ako dnes. Vysoké školy napríklad zverejňovali

zoznamy študentov spolu s ich e-mailovými adresami. Tatiana tieto adresy zozbierala a poslala všetkým ponuky na letenky. Tak cestovka začala naberať prvých zákazníkov. Tých potom neskôr „zdedil“ portál Pelikan.sk, na ktorý tiež presmerovali webstránku pôvodnej cestovnej kancelárie.

Pri prvej cestovke tiež nemala platenú reklamu, pretože na to neboli peniaze. Tatiana si sama vytlačila letáky a po nociach ich rozdávala po schránkach. *„Snaha, vytrvalosť a schopnosť nevzdať sa pri prvých neúspechoch sú kľúčové nielen v podnikaní, ale aj v práci. V drvivej väčšine hľadajú úspešní ľudia, ako sa veci dajú zrealizovať a aj z mála dokážu vyťažiť veľa,*“ vysvetľuje. V prípade štartu portálu Pelikan.sk to už bolo o niečo jednoduchšie. *„Skrátka sme zaplavili internet našimi bannermi s pelikánom,*“ spomína Tatiana. Mali k dispozícii 2 milióny videní, ktoré do podnikania priniesol jej spoločník Patrik, a všetky ich využili.

Nebol čas premýšľať nad problémami

Tatiana nad problémami nikdy dlho neprešľapovala, naopak, aktívne ich riešila. *„Keď mám situáciu, ktorú potrebujem riešiť, tak skrátka idem a riešim ju.“*

Tatiana napríklad vysvetľuje, že keď chcete predávať letenky, musíte byť napojení na globálne distribučné systémy. Pelikán začínal s rezervačným systémom Galileo a online systém na predaj leteniek si kúpili od spoločnosti v Českej republike, ktorá ho pre Pelikán vyvinula.

Už po pol roku vo firme videli, že sa potrebujú posunúť a kapacita navrhnutého systému im nestačí. Mali tak obrovský nárast klientov, že ak by nezaviedli automatizovaný systém, museli by prijať veľké množstvo nových zamestnancov.

Pelikán bol napríklad prvý, kto klientovi ihneď po uskutočnení objednávky letenky poslal zálohovú faktúru. Zákazník tak mal informácie o platbe okamžite. Po roku prevádzky systému začali na jeho doprogramovanie využívať outsourcing istej slovenskej firmy. O približne ďalší rok začali fun-

govať na vynovenom systéme, ktorý umožňoval automatizáciu. Vyvíjali sa však ďalej a outsourcing už nestačil. O pár rokov prišli na to, že potrebujú vlastný „in house“ tím, ktorý im vytvorí vlastný systém a neustále bude na ňom pracovať. A tak sa aj stalo.

Príprava je prvoradá, aj pri expanzii

Zatiaľ čo v minulosti ľudia nakupovali dovolenky predovšetkým na poslednú chvíľu, dnes sa tento trend mení. „*Ľudia si letnú dovolenku pokojne kúpia už v januári,*“ vraví Tatiana. V súčasnosti je populárne kupovať dovolenky ako first moment, teda hneď, keď sa dovolenkové balíčky pustia do predaja. Dnes chcú mať ľudia radšej istotu. Cestovné kancelárie potrebujú dopredu plánovať, koľko balíčkov pripraví, a teda koľko kapacít nakúpi vopred.

*„Nepodceňujte plánovanie.
Keď budete zle plánovať, hrozí vám krach.“*

V roku 2006 slovenský portál Pelikan.sk expandoval do Českej republiky. O rok neskôr prišlo na rad Maďarsko a približne o ďalšie dva roky Poľsko. Expanziu potom na čas zastavili, pretože sa potrebovali skonsolidovať a tiež prišla kríza. Svet sa menil. Cestovný ruch ovplyvnili teroristické útoky a politické nepokoje v určitých krajinách. Našťastie sa nepokoje udiali pred tým, než Pelikán na tieto trhy vstúpil.

„*Máme veľké plány, ale s expanziou sme opatrní,*“ vysvetľuje Tatiana. A ako s expanziou začať? „*Určite nie je dobrý plán expanziu vyskúšať a zistiť, či sa človek popáli alebo nie. Ideálne je urobiť si prieskum trhu a zistiť si silné a slabé stránky daného trhu. Keď vstupujeme na nový trh, urobíme si dôkladnú analýzu.*“

V minulosti urobili niekoľko chýb práve preto, že podcenili prípravu. *„Je lepšie byť trpezlivý a dbať na prípravu, ako urobiť slabú analýzu a pustiť sa do realizácie,“* vraví. Môže sa stať, že kvôli nedostatočnej analýze zlyháte a budete sa musieť vrátiť opäť na začiatok. Bariéra vstupu na cudzí trh je vďaka internetu nižšia, ako keby ste riešili kamenné predajne, ale napriek tomu musíte pripraviť webstránky, servery, zabezpečiť si ľudí na zákaznícky servis alebo splniť legislatívne podmienky danej krajiny.



Prieskum a analýzu si Pelikán rieši hlavne vo svojej rézii, ale určité služby, ako sú napríklad právne alebo účtovné poradenstvo, si musia nakúpiť.

Hierarchická štruktúra, v ktorej každý môže prísť s nápadom

Pelikán dáva prednosť hierarchickej štruktúre. V súčasnosti zamestnáva približne 170 zamestnancov. Vo firme majú zadané nástroje riadenia a každý zamestnanec pozná svoju zodpovednosť i kompetencie. Je to potrebné, pretože ako Tatiana pripomína, bez systému sa v tak veľkej firme fungovať nedá.

Štruktúra zamestnancov je síce hierarchická, no zároveň sú vo firme veľmi otvorení nápadom svojich zamestnancov bez ohľadu na ich pozíciu. *„Ludia sa medzi sebou často nevedia dohodnúť, preto potrebujete niekoho, kto má kompetenciu rozhodnúť o probléme.“*

V rámci tejto hierarchickej štruktúry sú v Pelikáne vytvorené tímy, ktoré pracujú na určitých projektoch. Z odlišných oddelení sú poskladané tímy ľudí, ktorí majú v projekte inú pozíciu ako na svojom oddelení.

Tatiana je stále na pozícii CEO, je teda výkonnou riaditeľkou spoločnosti. A či ju táto pozícia stále baví? *„Práca ma neskutočne baví, aj keď mám toho občas*

veľa. Rada pracujem s kreatívnymi ľuďmi, ktorí prinášajú nápady a neboja sa prijať zodpovednosť. Od takýchto ľudí sa viem veľa naučiť a napĺňa ma to.“

Ako prileteli (a odleteli) prví ľudia

Na začiatku vyberala všetkých zamestnancov Tatiana, dnes má na to Pelikán oddelenie. Tatiana vyberá osobne len kľúčových zamestnancov, s ktorými pracuje na tých najpodstatnejších projektoch: *„Vyberám si ľudí, ktorí sa neboja prevziať zodpovednosť a ktorí sú kreatívni a vedia povedať svoj názor. Hľadám ľudí, ktorí si vedia vysúkať rukávy a sú všestranne zameraní.“*

Pri výbere zamestnancov kladie Tatiana dôraz nielen na skúsenosti daného človeka, ale aj na svoj vnútorný pocit. Pre Pelikán je pri prijímaní zamestnancov extrémne dôležitý anglický jazyk. *„Bez angličtiny sa v cestovnom ruchu nepohnete.“* Okrem cudzích jazykov a práce s počítačom dávajú tiež dôraz na soft skills ako sú napríklad komunikačné zručnosti. *„Pre náš úspech je dôležité, aby vedeli komunikovať so zákazníkmi.“* Zdá sa, že sa im darí budovať stabilný tím. V Pelikáne dokonca vraj stále pracujú zamestnanci, ktorí boli už pri zrode firmy.



Tatiana má v podnikaní dvoch spoločníkov. *„Je utópia myslieť si, že vo všetkých firmách je fungovanie ideálne a ľudia nemajú odlišné názory.“* Aj v Pelikáne majú spoločníci medzi sebou občas rozličné pohľady na vec, ale vždy dokážu prísť ku kompromisu a dohodnúť sa. Primárnou motiváciou je totiž fungovanie firmy. V podnikaní s viacerými partnermi vidí Tatiana výhody. *„Keď nastanú ťažké situácie, ľahšie sa to potiahne viacerým ľuďom, ako keď je človek sám. Aj keď si dáte urobiť 20 analýz, môžete v podnikaní urobiť chybu.“*

A chyby nastávajú nielen pri procesoch, ale aj pri ľuďoch. Tatiana spomína na jedno závažné popálenie sa. Hovorí o sebe, že si ľahko vytvorí vzťah

s iným človekom a dá mu svoju dôveru. „*Mali sme v tíme manažéra, ktorý sa javil ako veľmi šikovný. Mal drive a sám si prišiel vypýtať tú najvyššiu pozíciu,*“ spomína Tatiana. Hrozilo vraj, že ak daný človek nebude mať kam rásť, odíde. Tatiana vedela, že mu pozíciu CEO musí prenechať, ak si ho chce udržať. Firma bola dobre rozbehnutá a ona sa tak trochu aj tešila, že bude mať viac času pre seba. Na toto rozhodnutie dozrel čas. Nedožel však naň spomínaný zamestnanec. Po pár mesiacoch sa ukázalo, že svoju prácu nezvládala a firma to mala na čas veľmi nahnuté. Tatiana sa teda musela vrátiť za kormidlo a firmu opäť vytiahnuť na hladinu. Nejaký čas to trvalo, no podarilo sa. Dnes ďalej úspešne rastie pod jej vedením. Po tomto kroku vedľa sa naučila, že musí strategické rozhodnutia o ľuďoch viac zvažovať: „*Nedávam ľuďom veľa kompetencií ihneď, ale postupne.*“

Láska k práci, ale aj zodpovednosť

Podľa Tatiany sa dnes veľa ľudí pustí do podnikania kvôli vidine rýchleho zisku, čo je nesprávne. Ona mala na začiatku úplne iné ambície. „*Moja jediná ambícia bola, že chcem robiť to, čo ma baví.*“ Pri zrode každého gigantu podľa nej stál človek, ktorý chcel robiť to, čo ho baví a hľadal spôsoby, ako to uskutočniť čo najlepšie. Peniaze a úspech prídu potom. „*Ak sú motiváciou peniaze a úspech, nikdy to nebude fungovať,*“ myslí si dnes úspešná podnikateľka.

Tatiana podporuje startupy, zároveň však hovorí, že by mladí ľudia mali chápať, že s podnikaním prichádza aj zodpovednosť a riziko. Často sa stretáva s tým, že startupisti získajú investíciu, peniaze použijú hneď od začiatku na vlastné vysoké platy a keď sa financie minú, podnikanie skončí. „*Keď som začínala, nevedela som, čo je víkend alebo sviatok... Stále som pracovala a myslela na to, čo ešte môžem urobiť lepšie.*“ Tento prístup ju hnal vpred. Dnes vraj mladým chýba. Trvalo jej viac ako desať rokov, kým si vyplatila prvú dividendu. A kto by dnes na niečo také čakal?

Viditeľnosť a ciele

Dnes Pelikán pôsobí na Slovensku, v Česku, Poľsku, Maďarsku a v Rakúsku. Tatiana tiež stojí za zrodom úspešných e-shopov Topankovo.sk a Saxana.sk. V minulosti získala viaceré podnikateľské ocenenia, z čoho sa teší a vidí v tom zadostúčenie. *„Keď ste zamestnaný, ocení vás zamestnávateľ. Keď však podnikáte, nemá vás kto pochváliť.“* Ocenenia však neznamenal zvyšovanie zisku. Zisk prináša predovšetkým tvrdá práca. Veľký podiel na úspechu má samozrejme aj marketing, ktorý Tatiana považuje v biznise za kľúčový. *„Môžete mať akokoľvek dobrý produkt, ale ak o vás nikto nevie, je zbytočný. Marketing je základom retailového biznisu.“*

Podľa Tatiany dnes nefunguje zmýšľanie, že ak máte dobrý produkt, ľudia si vás nájdu. Potrebujete marketing. Zo začiatku napríklad Pelikán investoval do bannerových plôch s milou postavičkou pelikána, ktorý ponúkal ľuďom na rôznych weboch letenky. Snažili sa tým vytvoriť puto medzi značkou a zákazníkom. *„Robili sme brandové veci, aby si nás ľudia dobre zapamätali.“* Tatiana tieto kampane považuje za kľúčové.

„Dnes veľa firiem rieši len performance marketing – ako robiť dobre CPA a CPC, ako uspieť s Google Ads, ako nastaviť kampane a ako správne postovať na Facebook. Ale aj branding je dôležitý,“ prízvukuje.

Rozdiel robí i produkt. Ak ľudia kupujú dovolenku, rozhodujú sa inak, ako keď nakupujú iba letenky. *„Ľudia idú na dovolenku spravidla raz za rok, preto potrebujú cestovnej kancelárii veriť.“* Pelikán si rieši marketing sám, niektoré časti outsourcujú – predovšetkým cudzojazyčné kampane. Vo firme majú vlastné business intelligence oddelenie, ktoré analyzuje a vyhodnocuje dáta, čo žiadna iná cestovná kancelária na Slovensku nemá. Vďaka tomu správne personalizujú kampane.

Tatiana personalizáciu vyzdvihuje: *„Personalizácia je podstatná. Ak si človek raz kúpil dovolenku, nechce dostávať rovnaké ponuky.“* Pelikán sa zameriava na dve služby. Ako cestovná agentúra sprostredkúva dovolenky klientom od všetkých slovenských, rakúskych a nemeckých touroperátorov. Zákazník

si ale od nich môže zakúpiť aj takzvané dealy, alebo citybreaky – výhodné balíčky obsahujúce spravidla letenku a ubytovanie pripravované priamo Pelikánom. Tým sa Pelikán stáva tiež cestovnou kanceláriou.

Čo robiť, keď je to ťažšie

Tatiana vraví, že sa sama neustále učí. Nemá vzory, ku ktorým by neustále vzhliadla, ale jednoznačne obdivuje ľudí ako boli napríklad Steve Jobs alebo Margaret Thatcherová. Ona sama tiež urobila niekoľko biznisových rozhodnutí, ktoré neboli správne. Na žiadne z nich sa ale nepozera ako na fatálne.

Keď má Tatiana ťažšie chvíle, pomáha jej odreagovanie sa vo forme športu alebo vyrozprávania sa svojim kamarátkam. Nepohrdne ani nakupovaním. A či niekedy premýšľala nad tým, že je podnikanie príliš ťažké a ona chce skončiť? *„Veľakrát som premýšľala nad tým, že skončím. Nieкто ma nahneval, okradol alebo sme dostali nezmyselnú pokutu. Stále som však hľadala spôsoby, ako pokračovať,“* uzatvára odhodlane.

Tatianine osobné lekcie:

- ✓ Robte to, čo vás baví. Nechodte do podnikania kvôli peniazom.
- ✓ Vždy sa dobre pripravte a robte si analýzy.
- ✓ Dôveru od ľudí je ťažké získať a jednoduché stratiť.
- ✓ Keď niekomu niečo sľúbite, musíte to splniť. Bez ohľadu na to, čo vás to bude stáť. Inak vás ľudia prestanú rešpektovať.
- ✓ Ak máte pochybnosti, nechodte do podnikania. Podnikanie je pre rozhodných, akčných ľudí, ktorí sa nezľaknú žiadnej výzvy.
- ✓ Vytrvajte. Nie všetko vyjde na prvýkrát.
- ✓ Zvažujte, s kým do podnikania idete. Na začiatku jasne nastavte pravidlá, rozdeľte si kompetencie a zodpovednosť.