V byznysu i životě oceňuji spolehlivost

Simona Janíková
simona.janikova@economia.cz

Podnikatelka Jiřina Nepalová založila společnost Renomia na počátku 90. let a záhy se k ní připojili i její dva synové. Společně vybudovali největší českou pojišťovací makléřskou společnost, která spravuje pojistné za miliardy korun v Česku i v zahraničí. Za loňský rok počítá s obratem 1,3 miliardy korun. Šéfka této rodinné firmy říká, že právě propojení generací dostalo firmu tam, kde je, a mladým lidem věří. „Synové tehdy studovali na vysokých školách, ale přinesli sem energii, nadšení a vzájemné propojení mé profesionální zkušenosti a jejich odvahy dělat věci jinak," uvádí Nepalová.

Ta byla v letošní anketě Hospodářských novin TOP ženy Česka, která oceňuje úspěšné české podnikatelky a manažerky, uvedena do síně slávy. Spojovací linkou letošního ročníku ankety byly hodnoty a ideály, které podnikatelky vnímají v byznyse i v rodině.

HN: Co pro vás znamenají hodnoty?
Hodnoty jsou pro můj život, soukromý i firemní, jednou z nejdůležitějších věcí. Dávají základ tomu, aby byl člověk důvěryhodný, aby ho lidé akceptovali a věřili mu. Pro mě jsou hodnoty majákem pro každý den, o který se musí stále pečovat.

HN: Jaké pracovní hodnoty považujete za nejdůležitější?
Vzhledem k tomu, v jakém oboru podnikáme, je pro nás nejdůležitější spolehlivost a dobré vztahy. Dobrými vztahy myslím vztahy s klienty, mezi kolegy a v rodině. Pokud tyto hodnoty uchováváte, pečujete o ně a nebojíte se o nich hovořit, tak se to projeví i v soukromém životě. My chceme, aby lidé byli spokojení v práci i doma. Když je k tomu vedete, oni jsou ochotní vám naslouchat, porozumí naší firemní kultuře a spolupracují na ní, tak se tyto hodnoty pozitivně projeví i v jejich soukromí.

HN: A co se týče rodiny?
Klíčové jsou určitě porozumění a vzájemná úcta. A samozřejmě v mezigeneračních vztazích je to umění si navzájem naslouchat a vzájemně vnímat potřeby všech generací.

HN: Vidíte tyto hodnoty, které ve firmě a rodině držíte, i ve společnosti obecně?
Náš život je o rodině a rodinné firmě a vnímám, že naši klienti se nám v mnohém podobají. Z toho mám radost, že se propojují snahy o to, aby firmy dobře fungovaly, a my jim můžeme pomoci naší službou. Něco jiného je pohled mimo oblast, kde se pohybuji, v politice, v některých médiích. Tam si myslím, že je slabinou, že není posilovaná určitá kultura, chování a principy.

HN: Jaké?
Právě ta spolehlivost a důvěra. Dneska se lidé nemohou spolehnout na to, co někdo řekne nebo co si přečtou na internetu. Nemohou důvěřovat všem slovům, která se prezentují v médiích, byť by měla být v mnohých případech závazná. Ve společnosti mi tyto hodnoty lidsky chybí.

HN: Změnilo se v tom české podnikatelské prostředí od doby, kdy podnikáte? Jsou dnes firmy třeba spolehlivější, než byly dříve?
Mohu hodnotit zejména rodinné firmy. Většina z nich si chrání své jméno, protože dobré jméno je pro rodinné firmy velice důležité. V těchto firmách se hodnoty, dle mého názoru, projevují dlouhodobě, protože jejich vlastníci chtějí být spolehliví, chtějí zajistit růst a předat úspěšnou firmu dalším generacím. A ty já nepodceňuji. Mladá generace se nedívá jen na to, že firma, kterou vlastní jejich rodina, jim přináší peníze. Oni chtějí za firmou a jejím dobrým jménem hrdě stát.

HN: Podle statistik se podaří jen 70 nebo 80 procentům rodinných firem předat ji druhé generaci, u předání na třetí generaci je to kolem 30 procent. Zároveň se odborníci domnívají, že mladí nástupnicí firmy často nechtějí…
Myslím si, že to není taková tragédie. Děti mohou být v roli těch, kteří ve firmě pracují a řídí ji, nebo mohou být skvělí akcionáři a přinášet taková rozhodnutí, která firmu posunou dál. Je to o tom, jak děti a vnoučata vychováte, jak je vedete, aby pochopili, že firma pro ně není zátěž a že se mohou věnovat i něčemu jinému. My v rodině neříkáme, ty musíš, tvoje budoucnost je v Renomii. Ale samozřejmě pro to děláme všechno. Rádi se o firmě bavíme, říkáme pozitivní věci, chceme, aby vnoučata občas chodila na brigádu, byť třeba jen skartují papíry. A aby se sžila s určitou atmosférou, vnímala, jak se u nás lidé k sobě chovají, jaké je tady prostředí, a měla tu firmu ráda. Nejspolehlivější cesta, jak mohou firmy fungovat několik generací ve vzájemné důvěře, je, když rodič nebo rodiče chtějí děti pochopit, porozumí jejich nápadům a ponechají jim prostor k tomu, aby je uskutečnily. Patří sem i velkorysost ve sdílení mezigeneračních postojů. Když toto zakládající generace zvládne a učí to i nástupce, pak firmy mohou fungovat i 100, 150 nebo 200 let. Je velmi důležité, aby měli mladí lidé všeobecnou podporu. Když tvoříte tým, postupně ho budujete, nebojíte se přijímat 25leté a dokážete je učit oboru, pak má firma náboj, dynamiku a potenciál a děti ji rády povedou.

HN: Co je nejdůležitější ve výchově, aby děti měly firmu rády a potom v ní třeba zůstaly?
Určitě celkový postoj k životu. Vést je ke vzdělání a samozřejmě, aby se rodina k sobě hezky chovala. Pak půjdou děti za tátou do firmy rády, když pro ně bude člověk, který jim rozumí. Musíte hledat porozumění, vnímat jejich názory, které se vám mnohdy nelíbí, ale musíte o nich mluvit, velice citlivě, abyste se jich nedotkla. Musíte hledat shodu. Podnikání mě naučilo více vnímat mladou generaci. Někdo se na ni dívá pesimisticky, já mám tu výhodu, že to tak nevidím, a chápu, že je to hlavně o nás.

Jiřina Nepalová (71)

Pochází z Hranic na Moravě, vystudovala elektrotechniku a od roku 1978 začala pracovat v pojišťovnictví. Pro tehdejší Českou státní pojišťovnu pracovala jako likvidátorka majetkových a odpovědnostních škod. Od roku 1993 podniká, založila makléřskou firmu Renomia. Je předsedkyní Asociace českých pojišťovacích makléřů. Podnikání rozjížděla se dvěma syny, má také pět vnoučat.

Foto: HN – Jan Rasch

> Neplánuji, že bych se firmě přestala věnovat. Pokud budu cítit, že něco přináším, jsem užitečná a stále mám firmě co dát, tak tady budu. Bez synů by ale firma nebyla tam, kde je.

HN: Myslíte o zakládající generaci?
Je to o tom, jak lidi vedete, jak je vychováváte a jakou jim dáte motivaci. Když přijde nový člověk do firmy, není to jednoduché. Vzpomínám si, že když jsem přišla já do svého prvního zaměstnání, tak jsem byla naprosto znechucená.

HN: Proč?
Bylo to ve strojírenské firmě, kde jsem dělala technoložku. Ta práce mě nebavila a byli kolem mě lidi, kteří mě nemotivovali. Jestli se to dnes stane mladému člověku, tak se nedivme, že chce mít to volno, jiný život. Já bych nechtěla, aby lidé zažili to, co já s dětmi a prvními kolegy, když jsme začali podnikat. Že jsme spali v práci, pracovali od rána do večera, neměli den volna a nebyli léta na dovolené. Ale to byla jiná doba. Dnes si zaměstnanci v klidu vezmou dovolenou, když potřebují pracovat z domova, tak mohou, když chtějí maminky pracovat a spojit to s výchovou dětí, tak jim to umožníme. Jsou jiné možnosti. Mám zkušenost, že k nám přichází mladí lidé, je jim 20 let a práce je nadchne. A to je hrozně důležité, aby je práce bavila. Pak nepřemýšlí nad tím, jestli chtějí být tři měsíce doma. Mnoho věcí jim umožňujeme, ale samozřejmě musí odvést svou práci.

HN: Mnoho podnikatelů říká, že mladí lidé právě motivaci k práci nemají. Jak ji podle vás vyvolat?
Záleží to i na tom, jak je do firmy přijmete. Jestli je necháte osamocené, aby si něco tvořili někde v koutě… Musí je přijmout tým, který jim pomůže, aby porozuměli oboru, a když něčemu rozumíte, tak vás to začne bavit. Důležité je i to, že jako pojišťovací makléř je mladý člověk nezávislý a má možnost poskytnout klientovi to nejlepší, co na trhu sežene, což je velmi komfortní situace. Nemusíte používat žádná zaklínadla, která vám nejsou blízká. Jednáte otevřeně a férově, protože máte příležitost dojednat nejlepší podmínky. To je dle mého názoru velmi motivační. Když hledáme nové lidi, tak si jako první všímáme jejich povahy, postojů, priorit a hodnot a nezaměřujeme se pouze na profesní znalosti. Pro nás je důležité, abychom byli na jedné lodi a sedli jsme si. I kdyby to byl špičkový profesionál v oboru, a to se nám stalo, ale neměl stejné hodnoty jako my, tak bychom ho nepřijali.

HN: Máte vytvořený plán na předání firmy?
Moje děti, Pavel a Jirka, se mnou podnikají 25 let. Dnes jsou to klíčové osoby ve firmě, které ji spolu se mnou řídí. Neplánuji, že bych se firmě přestala věnovat. Pokud budu cítit, že něco přináším, jsem užitečná a stále mám firmě co dát, tak tady budu. Bez synů by ale firma nebyla tam, kde je. Měla jsem před začátkem podnikání velké zkušenosti z oboru, protože jsem pracovala 15 let v pojišťovnictví. Oni tehdy studovali na vysokých školách, ale přinesli sem energii, nadšení a vzájemné propojení mé profesionální zkušenosti a jejich odvahy dělat věci jinak. To nás přivedlo tam, kde dnes jsme, a Renomia je díky tomu mezinárodně uznávanou společností.

HN: Podle výroční zprávy za rok 2017 měla Renomia obrat přes 1,1 miliardy korun. Jak se vaší firmě dařilo loni?
Finanční výsledky jsou jedna věc, ale nám jde především o to, aby byli naši klienti maximálně spokojení. Do toho investujeme a dá se usuzovat, že spokojeni byli, protože od nás neodcházejí, což je důležité. Meziročně vzrostl obrat celé skupině Renomia Group asi o 10 procent na 1,3 miliardy korun. Díváme se ale zejména na pojistné, které máme ve správě. Na začátku roku 2018 to bylo 9,3 miliardy korun, na začátku letošního ledna je to přes 10 miliard. Přesné výsledky se ale ještě auditují.

HN: Stála za tím růstem dobrá ekonomická situace?
Rostli jsme díky tomu, že jsme udrželi klienty, získali nové a koupili firmy. Ne všem se dařilo růst, což je pochopitelné, a fúze mohou k růstu pomoci, i proto se dnes některé firmy s Renomií propojují. Buď působí v rámci Renomia Network, což je naše franšízová síť, nebo se po dlouhodobé spolupráci domluvíme na koupi podílu či celé firmy. Většinou si kupujeme majoritní podíl, abychom dali příležitost stávajícím vedení podílet se na rozvoji firmy. Management si tím zachovává svou identitu, my jim předáme naše know-how a snažíme se jim pomáhat, aby stávající akcionáři byli spokojení a měli z propojení firem užitek.

Seriál HN

TOP ŽENY ČESKA 2018

Inzerce

TOP ŽENY ČESKA 2018

Mediální dům Economia, a.s., srdečně děkuje partnerům čtrnáctého ročníku soutěže TOP ženy Česka za podporu.

Generální partner
MONETA Money Bank

Partneři
Havel & Partners, Mazars, DRFG, Volkswagen, Audi, Manufacture Prim 1949, LBM, Forum Karlín, Česká televize, Radiožurnál, Douglas, marie claire, marianne

HN055618