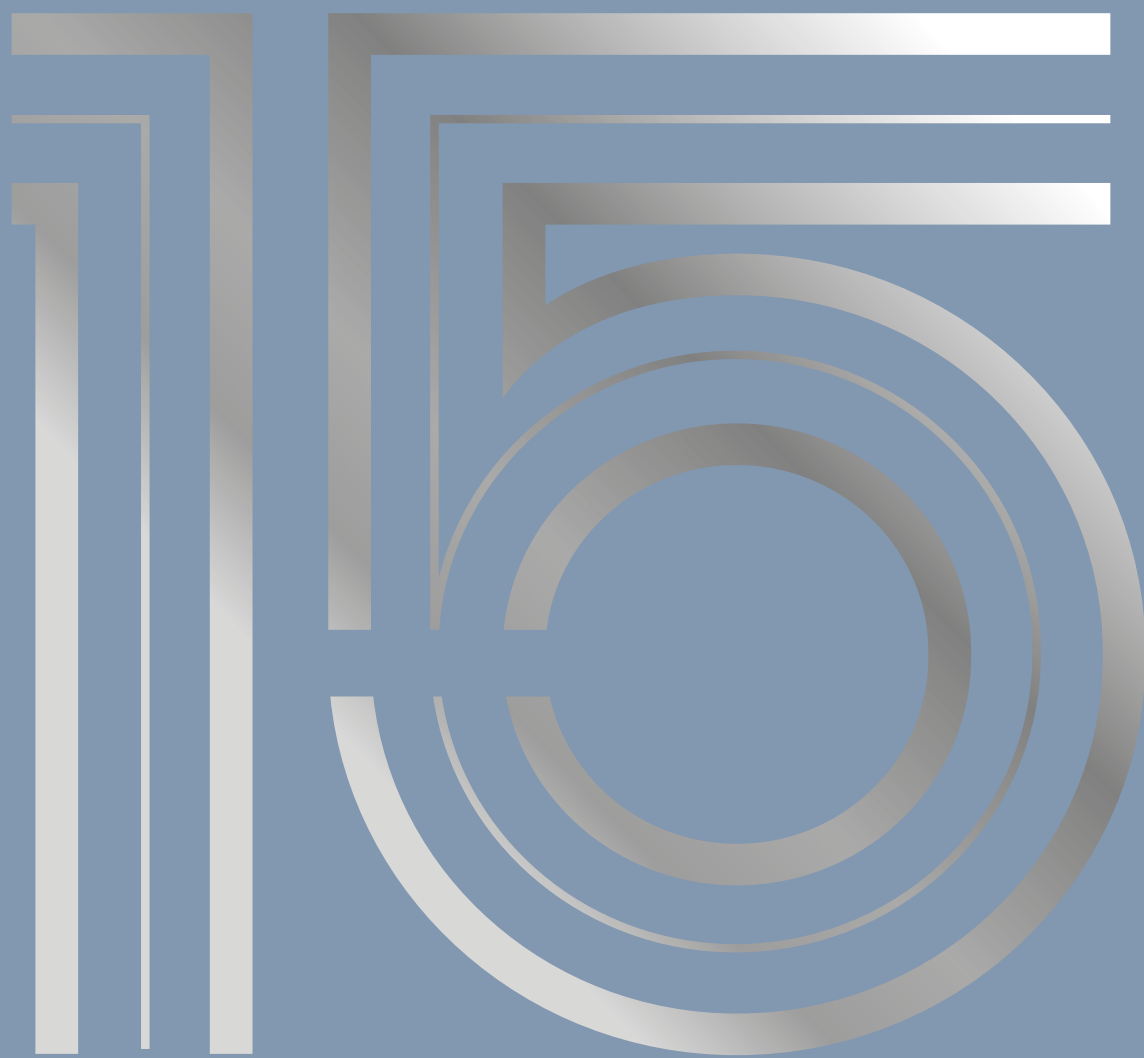



VolviSTA






GISMONDI

Boutique Prague | Pařížská 4, Praha 1 | Tel.: 222 211 192

 @gismondi1754_prague

 Gismondi Prague



Milí Volvisté,

máme tentokrát skutečně sváteční náladu. Jak už jste zřejmě z obálky tohoto čísla pochopili, slavíme patnáct let na trhu. Do další éry vstupujeme s novým jménem a vizuální identitou. Místo cestopisných názvů Auto Stodůlky nebo Auto Dejvice nás najdete na stejných adresách pod logem Cardion Cars. Novou tvář firmy i časopisu Volvista nám na míru připravili Aleš Najbrt a jeho tým. Nejen s Alešem a nejen o rebrandingu si povídáme v jednom z mnoha rozhovorů jubilejního čísla, které má víc stránek než obvykle, protože toho máme hodně na srdci! Do čela českého Volva se totiž po

pěti letech vrací Šárka Heyna Fuchsová, takže jsme ji vyzpovídali ohledně jejího působení v čele dánského zastoupení. Dále se můžete těšit na první dojmy zákazníků z plně elektrického Volva EX90, nové vlajkové lodi, která podpoří EV ofenzivu po boku veleúspěšného kompaktního modelu EX30, rozhovory s našimi ambasadory ze světa designu a módy - Lucií Kutálkovou a Michalem Froňkem, ale také na novinky z našich poboček. V Dejvicích a Stodůlkách máme již plně integrovaný systém Volvo Personal Servis, loni na podzim jsme otevřeli zbrusu novou budovu pobočky

ve zmíněných Stodůlkách a chystáme toho ještě víc, jak vám prozradí náš generální ředitel Dušan Chlad, nebo šéf marketingu Jakub Hospůdka.

Míříme dál, stoupáme výš, ale také se chceme ohlédnout za odvedenou práci a oslavit výročí spolu s vámi, našimi věrnými zákazníky. V rozsáhlém rozhovoru vzpomínáme i slibujeme. Především se ale těšíme, že se s vámi v duchu našeho hesla maximálně osobně, již brzy opět setkáme na některé z našich poboček.

Karel Stolejda a Martin Veselý,
spolumajitelé Cardion Cars

Obsah



8 Volvo EX90: První kontakt

Naši elektrickou vlajkovou loď jsme zákazníkům v rámci roadshow představili s několikaměsíčním náskokem.



12 Aleš Najbrt

Slavný designér a typograf stojí za novým vizuálem Cardion Cars i tímhle magazínem. Povídali jsme si ale hlavně o autech.



20 Srdce na správném místě

Jakub Hospůdka pomáhal dlouhá léta budovat tvář českého hokeje. Nyní vystřídal dres a šéfuje našemu marketingu.



24 Rodinná oslava

Je nám patnáct! Oslavili jsme to natáčením videa s našimi ambasadory a celé se to zvrhlo v rodinnou oslavu.



26 Michal Froněk

Architekt a designér má auta v krvi. Za Volvem V90 Cross Country od Cardion Cars tahá svého závodního veterána až na Le Mans Classic, ale řeč byla hlavně o designovém jazyku jménem Volvo.

32 Maximálně osobně

Starost o zákazníka začíná výběrem těch správných zaměstnanců. Každý, koho potkáte na pobočce, prochází drobným pohledem spolumajitelů Karla Stolejdy a Martina Veselého.

34 Útočíme na rekord

Náš výkonný ředitel Dušan Chlad nedávno oslavil deset let ve firmě.

36 Malej, ale šikovnej

Volvo EX30 nám i po roce dělá obrovskou radost. A vám také, což dokazuje obrovský zájem o tento vůz.



40 VIP servis pro všechny

Staré, nové, malé či velké. Na každé auto zná technický ředitel Jan Měchura recept.



42 Stodůlky v novém

Loni na podzim jsme otevřeli zbrusu novou budovu pobočky ve Stodůlkách. Ještě jste tam nebyli? Pojďte nakouknout.



46 Leeda

Lucie Kutálková a její módní značka Leeda oblékají přední české celebrity. Jak všechny ty šaty zákaznicím vozí?



50 Tipy našich expertů

Něco vám v životě chybí, ale nevíte co? Zeptejte se našich expertů, kteří vám vždy rádi ochotně poradí.



56 Slavíme 15 let!

To to zase uteklo, vidíte? Karel Stolejda a Martin Veselý u příležitosti jubilea glosují, ale rozhodně neplánují do dalších let odpočívat.

64 Volvo je Miláček

Pan Miláček má totiž dva švédské hranáče a nedá na ně dopustit.



66 Hledáme způsoby, nikoliv výmluvy

Šárka Heyna Fuchsová se vrací do vedení českého Volva po čtyřech letech v dánské pobočce.

Magazín Volvista
Vydání 2024/2025, ročník VII. Vychází 27/11/2024
Periodicita 1x ročně

Pro **Cardion Cars a.s.**, K Chotobuzi 333, 251 01
Čestlice vydává **New Look Media, s.r.o.**,
Apolinářská 436/3, 128 00 Praha

Editor a Redakce: Václav Rybář, Jakub Deml
Foto: The Official Media Centre for Volvo, Marek Musil, BoysPlayNice,
Tomáš Třeštík, Tomáš Dvořák, Jakub Deml a Čeněk Vitovský
Grafika: Štěpán Bejr
Vizuální styl: Studio Najbrt
Registrace: MK ČR E 22467

Volně neprodejně.

Novinky ze světa Volvo



Pracujte u nás a budete hvězdy

Vzdělávací společnost Recruitment Academy udělila 9 prestižních ocenění Recruitment Academy Awards českým a slovenským firmám za projekty v oblastech HR marketingu, employer branding a recruitmentu realizované v roce 2024 a 2023. Cardion Cars zvítězilo v kategorii Kariérní video roku mezi malými společnostmi. O vítězích rozhodla nezávislá porota složená z desítek specialistů z českého a slovenského HR marketingu, employer branding a recruitmentu. Naše video ukazuje dealerství Volvo v Průhoncích, ve kterém pracují známé osobnosti z řad herců, zpěváků a moderátorů. Celým videem provází zpěvák kapely Monkey Business Matěj Ruppert, v dalších rolích se představili například herečka Aňa Geislerová, herec Marek Taclík, satirický grafik TMBK, moderátor Patrik Hezucký, fotograf Tomáš Třešník nebo moderátorka Ladka Něrgešová.



VIDEO

Přijíždí technologie jedné sady

Počínaje modelem EX90 budou budoucí elektrická vozidla Volvo založena na stejném základním jádru systémů, modulů, softwaru a hardwaru, kterému automobilka říká supersada technologických funkcí Volvo Cars Superset tech stack. Jedním z klíčových stavebních kamenů každého z vozů Volvo je elektrický technologický základ tvořený kombinací nejmodernějšího pohonu, elektrických systémů a elektronických systémů, na jejichž základě je vůz postaven. Aby se ve Volvu dostali do pozice lídra v oblasti mobility nové generace, vyvíjejí zcela novou technologickou platformu pro elektrické vozy, SPA3, která bude podpořena supersadou technologických funkcí Volvo Cars Super tech stack. Prvním vozem postaveným na platformě SPA3 bude připravované plně elektrické středně velké SUV EX60.



Volvo prodlužuje spolupráci s Ocean Race

Čtvrt století trvající partnerství otevírá novou kapitolu, v níž jde zejména o budoucnost a udržitelnost světových oceánů. Zachování přírodních krás a biodiverzity je pro automobilku zásadní. "To, čemu ve Volvu věříme, dalece přesahuje výrobu aut, stejně jako lidé stojící za Ocean Race nemilují oceán jen pro jeho modrou plochu, po níž se mohou bezstarostně plavit. Všichni sdílíme upřímnou snahu pečovat o oceány i zbytek planety podle nejlepšího vědomí a svědomí, aby se z nich mohly těšit i naše děti a děti jejich dětí," uvedl Jim Rowan, generální ředitel společnosti Volvo Cars.

Volvo získalo červenou tečku

Malé SUV Volvo EX30 bylo poctěno prestižním oceněním Red Dot: Best of the Best Product Design 2024 (nejlepší z nejlepších v oblasti produktového designu). Jedná se o titul oceňující mimořádně povedený design, který je hodnocen na základě čtyř základních principů: kvalita funkčnosti, kvalita atraktivity, kvalita praktické využitelnosti a kvalita odpovědného přístupu. Volvo EX30, které bylo představeno loni v létě, má již nyní na svém kontě více než 20 důležitých ocenění, mezi která patří prestižní cena Car Design 2024, která je udílěna magazínem Auto&Design již od roku 1984. Mezi jeho další světové tituly náleží například i Eco Warrior of the Year od magazínu Top Gear.



O nehodách za rohem se dozvíte včas

S novým systémem upozornění na dopravní nehodu ve vozzech Volvo vás může vůbec poprvé vůz díky informacím z dopravního dispečinkového centra v reálném čase varovat před čerstvými dopravními nehodami na cestě přímo před vámi. Systém propojené bezpečnosti (connected safety), s jehož představením si v roce 2016 automobilka Volvo připsala prvenství v rámci svého průmyslového odvětví, využívá dopravní informace předávané v reálném čase prostřednictvím cloudu. Upozornění na dopravní nehodu je v současné době dostupné v Dánsku pro všechny vozy Volvo řady 90, 60 a 40 od modelového roku MY16 dále. Již brzy bude dostupné také v dalších zemích evropského trhu.

Volvo XC90 nyní ještě lepší!

Automobilka Volvo v rámci svého 90/90 dne oslavila nejen příchod elektrické vlajkové lodi EX90 na světové trhy, ale také premiéru faceliftovaného Volva XC90 plného moderních technologií a novinek. Sebevědomý vzhled modelu XC90 je umocněn modernějším designem exteriéru, v němž se odráží probíhající přechod k elektrifikaci. Zřejmě největší novinka čeká uvnitř. Omlazený interiér přispívá k větší praktické využitelnosti a současně přináší nový uživatelský zážitek, který nabízejí vozy EX90 a EX30. Větší centrální dotykový displej s vyšším rozlišením otevírá uživatelům dveře do světa nových funkcí, aplikací a samozřejmě také pravidelných softwarových aktualizací vzdáleným přístupem.

„Naše hybridní vlajková loď představuje již roky jeden z našich nejlépe prodávaných modelů, přičemž se stále jedná o favorita mnoha zákazníků," uvedl Jim Rowan, generální ředitel společnosti Volvo Cars. „Ať se již jedná o komfort, prostor, luxus, všestrannost, nebo efektivitu hybridního pohonu, model XC90 exceluje na všech úrovních." dodal.





Volvo EX90

První kontakt

Text Václav Rybář Foto Jakub Deml, Čeněk Vítovský

Dlouhé měsíce čekání jsou skoro u konce. V době psaní těchto řádků už sjíždí vozy EX90 z linky v americkém Charlestonu. Naši zákazníci však měli možnost si na novou vlajkovou loď sáhnout mnohem dřív.

Ve čtvrtek 11. dubna 2024 byl v prostorách Pražské křižovatky slavnostně představen nový model automobilky Volvo s označením EX90. Velké čisté elektrické SUV se stává novým vlajkovým modelem značky a zájemci si ho měli šanci hned v následujících dnech prohlédnout v našich showroomech. Ihned po slavnostním odhalení této horké novinky totiž následovala takzvaná roadshow, kdy první vozy objížděly showroomy po celé republice. Jako první z našich poboček mělo tu čest hostit novinku dealerství Cardion Cars Stodůlky, a to hned v sobotu 13. dubna. Tento den byl primárně vyhrazen pro klienty pobočky Cardion Cars Dejvice, která však není prostorově pro podobný typ akcí příliš vhodná. Ve Stodůlkách bylo proto v sobotu skutečně plno, protože kromě dejvických zákazníků dorazily i davy dalších nedočkavých zájemců.

V pondělí 15. dubna pokračovala roadshow v Čestlicích, ve středu 17. dubna přišly opět na řadu Stodůlky a ve čtvrtek 18. dubna brněnský Cardion. Zájemci o prohlídku vozu si na všech pobočkách předem rezervovali termín návštěvy, aby se jim naši prodejci mohli plně věnovat a měli dostatečný prostor a čas si vůz v klidu prohlédnout.

Bezpečnější a pohodlnější budoucnost

Automobilka detaily nového vozu odhalila už na podzim roku 2022. 16 vnějších ultrazvukových senzorů, 8 kamer, 5 radarů, LIDAR nové generace, schopnost vidět v absolutní tmě díky elektronickým očím na čtvrt kilometru dopředu. Jinými slovy nejmodernější a nejbezpečnější Volvo na světě, narozené s robustní architekturou, která mu umožní přijímat updaty a vylepšení, aby zůstalo na špičce technologického pelotonu. O dva roky později se první vozy dostanou k zákaz-

níkům, ale jarní roadshow byla důležitou ochutnávkou, při níž si zákazníci mohli osahat předprodukční prototypy. Automobilka českému importu velkoryse zapůjčila hned dva vozy, díky čemuž mohla síť dealerství Cardion Cars nabídnout seznámení s vozem jen pár desítek hodin po jeho exkluzivním odhalení.

Šlo o statickou prezentaci. Na svezení si klienti musí ještě chvíli počkat, ale i pouhé stojící Volvo EX90 přilákalo do našich showroomů stovky lidí. Zajímalo je hlavně design, bezpečnostní výbava a nabídka vnitřního prostoru. Volvo EX90 je sedmimístnou vlajkovou loď, která se bude pyšnit titulem nejbezpečnějšího Volva na trhu. To je pro řadu zákazníků

důležitý aspekt. „Na roadshow přišlo poměrně dost lidí, ale největší vlnu zájmu a objednávek očekáváme až ve chvíli, kdy bude možné auto vyzkoušet se vším všudy. Na rozdíl od EX30, kdy lidé objednávali i v náporu emocí a šlo o druhé až třetí auto do rodiny, je tenhle rodinný kolos podstatně větší investicí a lidé chtějí mít jistotu, že ji zvažili ze všech stran,“ vysvětluje Veronika Pokorná z Cardionu v Čestlicích. S tím souhlasí i její kolega Jakub Šverma z pobočky ve Stodůlkách: „Řada lidí trochu váhala, jestli je to skutečně to auto, které je motivuje k přechodu od spalovacích motorů k elektromobilitě. S rozhodnutím logicky čekají na podzimní testovací jízdy,





kdy budou moci zažít dynamiku nového vozu a ověřit udávaný šestisetkilometrový dojezd. Tak jako u modelu EX30 chystáme i zápůjčky na víkend, aby si klient mohl vyzkoušet svou obvyklou trasu,“ naznačuje Šverma další fázi seznamování zákazníků s novinkou v nabídce Cardion Cars.

Posezení jako v bavlnce

Volvo EX90 slibuje úplně nový vzduchový podvozek, ale svezení jako na obláčku si klienti zatím vyzkoušet nemohli. Přesto je interiér nadchl: „Jakmile si zákazníci sedli dovnitř, trávili tam opravdu hodně času, protože v EX modelech je prostě všechno trochu jinak a nově, ale ctí to tradiční Volvo logiku. V podstatě všechny bavilo to auto v interiéru objevovat a zároveň se ujišťovat, že jsou věci na správném místě,“ popisuje Veronika Pokorná první kroky návštěvníků EX90

roadshow. „Hodně klientů řeší také vnitřní rozměry. Chtějí třeba na elektromobil přejít ze stávajícího Volva XC90 a přeměrují, jestli novinka nabídne srovnatelný prostor. Většina z nich byla překvapená, že uvnitř je EX90 ještě velkorysejší. Pádným argumentem je pro ně i to, že chtějí mít top model, kterým se EX90 po uvedení na trh stane,“ vysvětluje motivaci některých návštěvníků Jakub Šverma.

„Preprodukční EX90 byly naspecifikované v nejvyšší možné výbavě, takže zákazníci mohli vidět, co všechno novinka nabídne. Hodně je zajímal kufr, kde je možné sklápat třetí a druhou řadu sedaček a vytvořit tak úctyhodnou ložnou plochu. Po vzoru EX30 je na pátých dveřích takový tahák, kde vám piktogramy napoví, co jak do auta naložit. Při položených sedačkách nasoukáte do EX90 až 2,3 metru dlouhé předměty,“ zdůrazňuje Filip Nevěčný z Cardionu

Brno praktičnost nového vozu.

Objem kufru je skutečně variabilní v závislosti na počtu pasažérů. Pokud plánujete využít plnou kapacitu auta, rozhodně se nemusíte bát ani delších přesunů, jak potvrzuje Veronika Pokorná: „Musím z vlastní zkušenosti říct, že ta třetí řada není za trest tzv. pro tchyni, ale jde o plnohodnotné sedačky s dostatkem místa pro kolena i hlavu.“

Nalákali jsme vás? Nemusíte smutnit, že jste jarní roadshow propásli. Volvo EX90 už je na cestě. Dost možná už dokonce stojí v showroomech Cardion Cars. Jeho heslem je Volvo for Life alias Volvo pro život. Tak ho běžte zažít a objednejte si testovací jízdu. ●



VIDEO

VELKÁ UDÁLOST
JE
VELKOU
PŘÍLEŽITOSTÍ.
BUĎTE ODVÁŽNÍ
A
VYUŽIJTE JI
MOUDŘE.

Jako šafránu je momentů, kdy se lidem daří být opravdu **tady a teď**. Když už se to stane a **vy** jste tím, kdo rozdává karty, udělejte to naplno. Vznikne okamžik, na který se nazapomíná. Okamžik, který vám přinese něco, o čem se vám ani nesnilo. Budete s lidmi, na kterých Vám záleží, sdílet úžas.

KONTEMPLUJTE KRÁSU.

nebal.cz

NEBÁL



Aleš Najbrt

Miluju Formuli 1, je to sport s příběhem

Text Václav Rybář Foto Marek Musil

Potkáváme se na dvoře za vraty běžného domku, v němž až záměrně nenápadně sídlí Studio Najbrt. Žádné logo, žádná slavobrána, jen nenápadný zvonek a u stolu čekající muž s moudrýma očima za výraznými obroučkami. Muž, jehož kreativa vás v Praze posledních tří dekád obklopovala na každém kroku. Muž, který stojí za novou podobou našeho časopisu i celé vizuální identity firmy. Slíbili jsme však, že povídání o designu si odbudeme hned v první otázce, abychom si mohli povídat o tom, na co se Aleš těšil nejvíc. Totiž o autech.

Strávil jsem v redakci s novou vizuální identitou firmy pěkných pár týdnů, takže vám musím říct osobně, že jste nám to udělal moc hezké.

Díky, díky. Byl to dlouhý proces, ale tak je to vlastně vždycky. Milan Šemelák, to je takový náš předjezdec, si dělá velké rešerše, jde vždy na první schůzku a snaží se tak nějak nasát atmosféru značky, její hodnoty, ale také pocit, jímž na zákazníka působí. V případě Cardionu a Albionu jde hodně o emoce, protože auta na nás působí po technické stránce, ale i po stránce designu. Každou automobilku máme nějak zařazenou, takže v tomhle případě jsme museli oddělit image Volva a Land Roveru/Jaguaru. Částečně ale pomohlo, že se tu schází dlouholetá tradice a zároveň snaha hledět do budoucnosti, nabídnout něco nového a svěžího.

Kdy vlastně v tom vymýšlení přišel nápad na to zkombinovat prvky jednotlivých log do srdíčka? Byl tam ten odkaz na Cardion, výrobce kardiostimulátorů, už od úplného začátku?

Já mám obecně k srdíčkům ambivalentní vztah, protože je to velmi nadužívaný symbol, zvláště ve verzi s těmi vlajkami. Nechtěli, vlastně ani nemohli jsme to obejít, ale rozhodli jsme se být rafinovanější. Proto jsme třeba ty národní barvy nechali určitým způsobem v pozadí. U Cardionu jsou pořád rozeznatelné švédské znaky, u Albionu jsme akcentovali prémiovost zlatým odstínem. Céčko a áčko z obou log, resp. jejich obloučky, pak dohromady tvoří ono srdíčko. Věřím, že je to rafinované a nikoliv kýčovitě. Vybralo se z několika verzí a tato zvítězila. Velký podíl na tomto nápadu měl Jona-

tan Kuna, který s námi spolupracuje od roku 2019, de facto od ukončení studia na UMPRUM.

Dalo by se rámcově říct, jak probíhá proces od oslovení po schválení finálního designu? Řada lidí určitě neví, že výsledkem není jedno logo, ale že je to celý tlustý manuál, kde se řeší celá řada použití, barevných kombinací a stylů.

Ano, je to vždycky obrovský projekt, i když třeba veřejnost vnímá jen to jedno logo. A jde o proces, který vlastně nikdy nekončí, protože i ten časopis, na jehož tvorbě se podílejí vaši grafici, my nějakým způsobem dozorujeme a konzultujeme, stejně jako další použití nové vizuální identity. Interně v našem studiu vždy dostávají šanci všichni, od

služebně nejmladších až po ty nejstarší, protože dobrý nápad může mít kdokoliv, tady neexistuje nějaká specializace na časopisový nebo autový design. Jsou jen nápady.

Ke Cardionu jsme ještě řešili onen brand Volvista, kde je to ožehavější, protože automobilka Volvo vás nenechá jen tak použít její logo nebo slovo Volvo jako takové. Existují tam poměrně přísná pravidla, která musíme respektovat. I proto je logo Volvisty i nadále ručně psané, což byl můj vlastnoruční příspěvek. Jsem vystudovaný kaligraf, i když to je možná trochu silné slovo.

Počkat, počkat. Vždyť vy jste se tím v začátcích kariéry živil. Psáním diplomů apod.

I první prezidentský slib Václavu Havlovi jsem napsal, byla to tehdy doba plná příležitostí. Specializoval jsem se na renesanční typy písma, ale i gotické a románské. Dnes už to využívám spíš ve volné tvorbě, ale vážím si toho, protože mne k tomu přivedl táta, to byl můj první učitel kaligrafie, později také profesoři Solpera a Heger v ateliéru knižní grafiky a písma na UMPRUM.

Oslím můstkem už se dostáváme od práce k zábavě. Vybavíte si nějakou osobní vzpomínku na svá oblíbená nebo osudová auta?

Přiznám se, že jsem jeden čas vážně uvažoval nad pořízením drahých veteránů, které mě uhranuly svými křivkami. V té době jsem měl tzv. naivní období, kdy jsem auta nakupoval očima, takže mi v garáži skončila celá řada krásných, ale zároveň velmi nepraktických a poruchových vozů. To mě v devadesátých letech rychle vyléčilo. Přiznám se, že dnes své auto vnímám

spíš jako nástroj. Rád se ohlédnu po těch hezkých, co vlastní někdo jiný, ale už je nepotřebuju mít doma. Svoje aktuální auto mám pět let a vyhovuje mi na něm, že je praktické a spolehlivé. Jízdu si užívám, ale s technickými znalostmi už to tak slavné není.

Jednou jsem jel v Praze ulicí, kde je americká ambasáda, jestli víte, kde oni vždycky staví auta a koukají zrcátkem na podvozek a taky do motoru, jestli tam něco netiká. A já jsem tam zastavil a oni říkají: „Tak pane řidiči, otevřete nám motor.“ A já říkám: „Já ale nevím, jak se to otvírá.“ A on na mě koukal a myslel si nejdřív, že si dělám legraci, že ho provokuju, a já říkám: „Já to myslím úplně vážně.“ A on hned: „No tak počkejte, ukažte, to je tadyhle“ a sám si to otevřel (smích). Od té doby vím, jak se otvírá u mého auta motor, ale že bych do něj potřeboval někdy koukat, to zas ne.

A přesto máte auta rád zvenku, já jsem četl, že vy jste v dětství sbíral angličáky.

Jako každý kluk, ale tehdy to přece jenom bylo speciální, protože můj táta, přestože nebyl komunista, projektoval tiskárny, jejichž vybavení bylo ze Švýcarska a Rakouska, něco i z Velké Británie. Takže mohl cestovat a vozit mi ty angličáky. Byla to velká sbírka, něco ještě mám, něco má bratr a jeho děti. Máme to rozházené všude, protože si s tím samozřejmě všichni hrají, není to nedotknutelná sbírka v originálních obalech.

Už tam byla možná ta fascinace tím tvaroslovím. Prý jste auty pokreslil všechny okraje školních sešitů.

Já jsem si zamiloval Formuli 1, to je moje celoživotní láska. Někdy v těch dvanácti

nebo třinácti letech jsem byl velký fanda Formule 1, to nám komunisti dali čuchnout a v druhé polovině 70. let byly v televizi přenosy ze závodů a já tím byl úplně fascinovaný. Navíc táta měl kamarády v časopisu Svět motorů a sám upravoval pravidelné ročenky, které se jmenovaly tuším Piloti F1 nebo Grand Prix, a já jsem si to četl pořád dokola a měl jsem i podpis od pana Pecháčka, který tehdy ty závody pro ČT komentoval.

Dodnes mám takový veliký sešit, kam jsem si lepil ty formule, a když mě táta přivedl k linorytu, tak jsem prostě ryl Jackieho Stewarta, šestikolku Tyrrell, Fittipaldiho, Petersona a další závodníky. Všechno to někde mám. Vlastně mi to zůstalo, rád si dělám deníky, já jsem takovej domácí lepič. Kromě zápisků si rád dělám výstřižky a sbírám nejrůznější věci – vstupenky, vizitky, různé letáčky a všechno možný, protože když to vlepím do toho deníku, je to vlastně vizuální

popis těch uplynulých dnů, týdnů, let. Svým způsobem je to sběratelství, ale někdo by mohl říct, že jsem svůj osobní kronikář.

Splnil jste si někdy sen vidět Formuli 1 naživo?

Splnil. Moje žena mi dala k narozeninám lístky na závod na Monze a bylo to úžasné, i když zároveň trochu očištěc, protože tam ta organizace teda byla úplně strašná, což mi pak potvrdilo několik

Ručně vystřihovaná a lepená ročenka Formule 1 patří k Alešovým dětským pokladům. Doma jich má prý celý balík.



„Přiznávám, že třeba u Jackieho Stewarta mě fascinovalo, jak má hezkou manželku. To oni měli všichni hezký holky. Hrozně rád jsem hlтал jejich životní příběhy.“



lidí. Říkali, že Italové jsou v tomhle mar-ní, tak to možná budu ještě někdy muset vyzkoušet i jinde.

Ty formule jsou vlastně zajímavé i tím, že když se člověk podívá na ty dekády a designy - a nejde jenom o designy těch monopolů, ale vlastně i ty polepy -, to je taky kronika nejruznějších logotypů, postupů, trendů.

To mě na tom hrozně bavilo. A nebyl jsem jediný, spousta lidí v Česku visela

očima na těch polepech. Koukáte na ty barvy a nápisy, vidíte Jumpa Especial, že jo. Až po letech jsme třeba zjistili, že to jsou cigarety. Můj největší úlovek tehdy byl, že jsem sehnal samolepku STP. STP to prostě bylo nejvíc. A někdo přinesl Parmalagio. Tak jsme hned říkali Parmalagio, co to je? Znělo to exoticky, ale byla to značka pracího prášku. Bylo to barevné, mělo to zajímavé fonty, vlastně byla ta bezelstná klukovská fascinace krásná, nezatížená jakýmkoliv předsudkem.

Vy jste ještě zažil tu éru sedmdesátých let, to byli ti chlapi s velkým ch, bylo to celé hrozně průhledné a srozumitelné. Oni byli ti hrdinové, co žijí na hraně mezi životem a smrtí, bojují mezi sebou jako moderní válečníci nebo vozatajové. Je to taková hezká pohádka.

Ale často bez dobrých konců, protože tenkrát závodníci ještě často umírali. Já jsem začal tu formuli sledovat, když zemřel Jochen Rindt. Ale přiznávám, že třeba u Jackieho Stewarta mě fascino-

Zasvěceně vyprávět o designech dobových monopolů a především o pestrobarevných i typograficky pokrokových polepech by Aleš Najbrt dokázal celé hodiny.

„Dostal jsem jako dárek výlet na Formuli 1 do Monzy a byl to trochu očistec. Několik lidí mi zpětně potvrdilo, že Italové tu organizaci tradičně nezvládají.“

valo, jak má hezkou manželku. To oni měli všichni hezký holky. Hrozně rád jsem hlтал jejich životní příběhy v těch ročenkách. Pro mladýho kluka to bylo návykový čtení.

Já myslím, že v tom nedávném filmu Rivalové to celkem hezky vystihli, protože tam je Niki Lauda a v kontrastu James Hunt, což bylo vlastně ztělesnění toho dobového životního stylu. Nosil na kombinéze nápis „sex je snídaně šampionů“, jel cigarety a holky jednu za druhou. A dneska jsou to všechno mladí kluci, co tráví většinu času v posilovně, mají vyváženou stravu a zástup trenérů a koučů.

A myslím si, že to právě na Formuli 1 pořád diváky fascinuje. Není to jenom ten souboj techniky, ale jsou to ty osobnosti. Já osobně fandím Hamiltonovi, pořád věřím, že by ještě mohl jednou ten titul vyhrát. Už není tolik času, takže nekoukám na každý závod, ale sleduju to a vlastně mě baví i ta zákulisní show na Netflixu.

Velká auta nesbíráte, ale co třeba něco menšího jako hodinky? To je přece kombinace techniky a designu, zároveň ty číselníky u analogových hodinek v sobě mají i trochu té typografie, takže bych si myslel, že to pro člověka vašeho formátu bude přirozená věc.

Vždycky mě to z designérského hlediska zajímalo, ale nikdy jsem do toho nepro-niknul hlouběji. Možná jsem si kdysi ze zvědavosti koupil nějaký padělek v Thajsku, spíš z legrace. Ale spolupracu-jeme teď s jedním českým hodinářstvím a skrz ten projekt jsem měl možnost si pár hodinek tzv. osahat. Hlavně tedy nahlédnout do fungování značky Rolex a také jejich portfolia. Tam bych si určitě

vybral. Konkrétně Daytony se mi moc líbí a dovedu si představit, že bych je nosil.

To jsme zase zpátky u těch aut...
Zase u těch aut, přesně tak.

I u nás jsou hodináři, co po vzoru těch západních občas spolupracují s významnými designéry na limitovaných edicích, osobitých layoutech číselníku. Lákalo by vás to?

Jo, lákalo. Dokonce se zdálo, že něco takového i budu dělat. Zatím se to neuskutečnilo, ale nikdy neříkej nikdy.

Když už se bavíme o čase, teď všichni předpovídají éru umělé inteligence. Vaše tvorba je všude kolem nás, takže je dost možné, že se na ní trénuje nějaký ten model umělé inteligence. Vy jste v pozici, kdy klienti přijdou, protože „chtějí Najbrta“. Nebudí vás ze spaní, že se časem objeví „falešný Najbrt“ na internetu tzv. za pět padesát?

Nebudí. Ono těch webů, kde vám amatéři udělají logo za těch pět padesát, tu byly tucty už před nástupem A.I. Jako náhražka pro laika to může fungovat, ale umělá inteligence zatím neumí přijít s ničím novým, jen vykrádá a kombinuje už existující práci. Když jsme v devadesátých letech dělali s Tonem Stanem obal pro desku skupiny Lucie (Lucy in the Sky), tak jsme na truc udělali černobílý cover, protože všichni tehdy dělali barevný kýče. Nemyslím si, že tenhle myšlenkový pochod umělá inteligence dovede, takže se mi zatím spí dobře. A jestli se jí do budoucna povede vygumovat ten tzv. průměrný design, tak jediné dobře pro obor jako takový. Myslím, že šikovné ruce a chytré hlavy budou mít čím dál tím vyšší hodnotu. ●

VAŠE OÁZA KLIDU V SRDCI KRKONOŠ

ALDROV

RESORT



OBJEVTE IDEÁLNÍ MÍSTO PRO NEZAPOMENUTELNOU DOVOLENOU. EXKLUZIVNÍ RODINNÝ APARTMÁNOVÝ RESORT ALDROV RESORT S POLOHOU PŘÍMO U SJEZDOVKY JE IDEÁLNÍM MÍSTEM, KDE SI UŽIJETE UBYTOVÁNÍ V MODERNÍCH APARTMÁNECH, OCHUTNÁTE SKVĚLOU KUCHYNI A NAČERPÁTE NOVOU SÍLU VE WELLNESS A SPA.

PRO ČTENÁŘE TOHOTO ČASOPISU JSME VE SPOLUPRÁCI S CARDION CARS PŘIPRAVILI SPECIÁLNÍ NABÍDKU – S PROMOKÓDEM MŮŽETE ZÍSKAT SLEVOU AŽ 25 %*

CARDIONFRIENDS

WWW.ALDROVRESORT.CZ

*ZÍSKÁNÍ AŽ 25% SLEVY JE V ZÁVISLÉ NA DÉLCE POBYTU.

Follow us

Fotky, videa, novinky a příběhy. Na našich profilech nabízíme autentický obsah ze života našich poboček i zákazníků. Je jedno, jestli jste volvistou milujícím staré kombíky, nová luxusní SUV, jestli máte značku pro její bezpečnostní politiku nebo pošilháváte po našich nových elektromobilech. Máme pro každého něco a počty našich sledujících na Facebooku, Instagramu, LinkedIn nebo YouTube utěšeně rostou. Přidejte se k nám a žijte Volvem.



LinkedIn
1 tisíc sledujících



YouTube
450 sledujících



Instagram
4,7 tisíc sledujících, průměrný měsíční dosah stránky 65 000 uživatelů



Facebook
8,6 tisíc sledujících, průměrný měsíční dosah stránky 110 000 uživatelů





Jakub Hospůdka

Srdce na správném místě

Marketing je náročná disciplína, ale naše firma draftovala do týmu chlapa jako horu. Sportovní terminologie tu však není jen proto, že jsme rozhovor natáčeli během olympijských her a po očku sledovali televizní obrazovku. Jakub je hokejista tělem a duší a má dlouholeté zkušenosti z marketingu české hokejové reprezentace a HC Sparta Praha. U sportu by dost možná i zůstal, ale slovo dalo slovo a jemu se firemní kultura Cardionu zalíbila natolik, že teď hraje za nás. A dává do toho to srdíčko, jak se říká. Právě to, které je středobodem nové vizuální identity, o níž jsme si do detailu popovídali.

Mnoho let jste žil sportem v práci i soukromí. Co vás přivedlo k autům?

Tak auta zajímají každého kluka, ne? Ale máte pravdu, že jsem se věnoval sportu od dětství. Vystudoval jsem Fakultu tělesné výchovy a sportu, k tomu také Přírodovědeckou fakultu, ale především jsem hrál hokej, a to mě přivedlo i do marketingu hokejového národáku a následně i do HC Sparta Praha, kde jsem budoval image týmu dlouhých pět let. Manželka navíc pracuje na hokejovém svazu a vlastní hokejku už mají i děti. Proč tady teď spolu sedíme? Důvodem je, že mám rád značku Volvo. Můj tatínek jedno měl a vždycky na mě ta auta působila, jako že jsou šitá na míru lidem s aktivním životním stylem. Po pohovoru s panem Stolejdou mě okamžitě oslovila atmosféra ve firmě, firemní kultura chcete-li, obecně ten elán a chuť dělat to jinak, dělat to po svém.

Oslovily vás benefity? Čím teď jezdíte?

Vůbec mě to vlastně nenapadlo, že budu moct jezdit vlastním novým Volvem. Dostal jsem V90 CrossCountry, což je přesně auto, které bych si sám vybral, protože miluju přízvednuté kombíky, co na první pohled říkají lidem kolem

něco o tom vašem životním stylu. Může to být póza, samozřejmě, ale v mém případě to sedí od A do Z. Já se přiznám, že nejsem blázen do Formule 1 a nebylo to tak, že bych v osmnácti potřeboval mít rychlé auto a balit na něj holky. I kdyby to tak bylo, teď mi bude čtyřicet, mám rodinu a hledám bezpečné, spolehlivé auto, které se mi líbí a je mi v něm řidičsky i uživatelsky dobře. Tohle všechno Volvo splňuje, takže je ta moje práce hrozně jednoduchá. Tomu, co propaguji, totiž bezvýhradně věřím. A je to důležité i kvůli tomu, abyste pochopil komunitu volvistů. Je velmi specifická, má svoje požadavky a především na první sednutí pozná, že sedí v tom svém. Potvrzuje to i elektrické Volvo EX30, kdy si do něj sednou lidi, co v elektromobilu nikdy neseděli, jsou z toho nadšení, ale zároveň říkají - je to dobrý, je to pořád Volvo.

Pohyboval jste se v hokeji na vrcholové úrovni a k tomu patří i luxusní auta, protože veřejnost vnímá, v čem sportovci jezdí, co si mohou dovolit apod. Projevte se ta vaše zkušenost i na budoucím výběru ambasadourů? Popište nám trochu tu spolupráci se známými tvářemi.

Přinesl jsem si do automotive ze sportu dobré návyky - jsem týmový hráč a vím, kdy se mohou spolehnout na své spolupracovníky. Takže pro mě je primární vybudovat si teď lidi kolem sebe. S ambasadory budeme určitě do budoucna vymýšlet spoustu věcí, ale momentálně musím říct, že mám obrovské štěstí na ty stávající. Nejsou to hvězdy, co dostaly zadarmo auto. Jsou to lidé, kteří mají k našim značkám blízko svou povahou, koničky a vkusem. Když na to jdete tudy, je pak to pouto silnější, nestane se vám, že celebrita uteče za lepší nabídkou nebo trendy automobilkou. My s nimi spolupracujeme skutečně organicky, přijdeme si popovídat, aby z toho byl rozhovor do časopisu nebo na web, zajistíme jim support třeba na filmový festival, sportovní akci, závod či výstavu. Oni nám popřejí k výročí nebo novému jménu, jako se to děje teď, zkrátka je to mnohem podobnější přátelství mezi dvěma lidmi, což je pro naše zákazníky přirozený a uvěřitelný vztah. Pak se vlastně vůbec nediví, když nějakou slavnou tvář potkají v některé z našich poboček.

Zmínil jste výročí a změnu názvu. Jak vlastně probíhala ta kompletní proměna vizuální identity, kdy lidé

byli zvyklí jezdit na Auto Stodůlky a najednou míří přes silnici do nové budovy s nápisem Cardion Cars?

Je to obrovská změna. Zmínil jste Stodůlky, ale třeba v Průhonicích to bylo ještě složitější, protože tam k nám lidé jezdili a měli to asociované s Volvem jako takovým. A najednou jsme o pár set metrů vzduchem vedle, v Čestlicích, jmenujeme se jinak, ale... jsme to pořád my. Zákazníci našťastí zareagovali pozitivně, vnímají tu vyšší úroveň služeb, moderní prostory, ale zároveň jim vyhovuje, že tam potkávají staré známé tváře a vlastně pořád říkají, že jedou "do Průhonic". To zastřešení názvem Cardion Cars a novým vizuálem jsme komunikovali skrz nejrůznější kanály, změna v myslích těch konzervativnějších zákazníků bude pozvolná, ale rozhodně nejsou zmatení a vědí, kde nás najdou.

Velkou roli v tom jistě sehrála i medializace té změny, protože když se něčeho chopí Aleš Najbrt, tak to má nejen patřičnou úroveň, ale hlavně si toho každý všimne.

Důležité je, že vám pořád zůstalo to srdíčko.

Přesně tak. Srdce se švédskými barvami už bylo v původním logu Volvisty a srdce je takové DNA naší firmy, ať už směrem ven, nebo směrem dovnitř, kdy to srdce nás vlastně už od začátku spojuje skrz firmu Cardion, která vyrábí kardiostimulátory. My to bereme tak, že Volvisti jsou automobiloví srdcaři – je to pevná a věrná komunita lidí, která se kolem Volvisty rychle začala srovcovat. Takže to srdce všichni sdílíme, od majitelů přes zaměstnance až po zákazníky. Společným jmenovatelem je tu vzájemná důvěra, protože máme minimální fluktuaci a zákazníci od nás jen výjimečně utečou k jiné značce.

Co se týče rebrandingu jako takového, momentálně běží druhá fáze kampaně, kdy naši ambasadoři a zaměstnanci zákazníkům vysvětlují, že se skutečně jen změnil název a vše ostatní zůstává na svém místě. Iniciovali jsme celofiremní setkání všech čtyř stovek zaměstnanců ze všech poboček, kde byl důkladně vysvětlen náš plán krok za krokem. Pochopili, že se pro ně nic nemění, ale zároveň byli schopni odpovídat na otázky zákazníků, protože řada lidí se zeptá právě toho svého technika, co se to děje, jestli náhodou firma nemá nového majitele apod. Díky nim se informace šíří



„Kolem Volvisty se rychle začala srovcovat pevná a věrná komunita lidí, takže to symbolické srdce všichni sdílíme. Od majitelů přes zaměstnance až po zákazníky.“

rychleji a spolehlivěji než skrz billboardy nebo sociální sítě.

Zmiňujete sociální sítě, kde jste jako značka poměrně aktivní. Vyhráli jste i cenu za nejlepší náborové video a vy osobně jste si i z předchozího působení přinesl cenu za kreativní videoobsah. Hodláte v produkci osobitých materiálů pokračovat?

Určitě, protože je to nejspolehlivější způsob, jak se zákazníkem komunikovat prostřednictvím emocí a tzv. ho zaháčkovat během několika sekund. Ano, v tom moři online obsahu musíte něčím zaujmout, což stojí čas a peníze, ale právě na tom máme shodu s vedením, protože je tu ochota dělat věci, kterým konkurence nevěnuje pozornost. Jenže právě tudy vede cesta k oslovení nových zákazníků, ačkoliv nás to stojí hodně energie, protože z dlouhodobého hlediska se podobná odvaha obrovsky úročí. ●

Je pro vás tedy online ten nejdůležitější kanál?

Rozhodně je klíčový, takže v našem týmu nechybí špičkoví odborníci na online. Zároveň ale pracujeme na outdoorových reklamách, bannerech, inzerci v tisku, máme i sérii kreativních spotů na Zelené vlně Radiožurnálu, kde se soustředíme na jednoduchou, ale zábavnou komunikaci. Cardion Cars = Volvo. Volvo = bezpečnost. Snažíme se být zábavní, i když to možná lidé od severské značky nečekají. Když je překvapíte, snáz si vás zapamatují. Ten náš rebranding je velká výzva, ale zároveň příležitost pečlivěji zkoumat zákaznické chování. Co se jim u nás líbí, co od nás očekávají, v čem jim můžeme vyjít vstříc. Letos to tedy není jen o oslavě patnáctého výročí a novém jméně nebo vizuálu. Je to pro nás jedinečná možnost otevřít novou kapitolu komunikace se stávajícími i budoucími klienty. ●

Vy máte narozeniny, my máme přání jediný...

Není tajemstvím, že slavíme patnáctiny. Někteří z našich ambasadorů nám už stihli poslat gratulace a vyjádřili se k našemu přejmenování na Cardion Cars.



Libor Bouček

moderátor

Upřímně mi to přijde jako včera, když se Karel s Martinem rozhodli jít vlastní cestou se svým dealerstvím Volva. Byl to tehdy velký risk a dneska je to už neuvěřitelných 15 let. Co za těch 15 let dokázali? Troufám si tvrdit, že jsou dneska nejsympatičtějším dealerstvím Volva v Česku a možná i v celé Evropě. A co vám přeji? Určitě zdraví, vervu, sílu, optimismus, nadhled, lehkost a abyste se neměnili, abyste byli pořád stejně dobří!



Pavel Nečas

herec

Já jsem moc rád, že můžu být kamarád s tak skvělou partou, jako jsou tihle Volvisti. Vždycky, když do Cardion Cars přijedu, tak je mi tam fajn. Takže chlapci, pokračujte takhle dál a těším se na vás!



Rudy Linka

jazzový kytarista

Cardion Cars je srdeční záležitost. A Volvo samozřejmě taky. A já to vím, protože mám už páté Volvo. A v Cardion Cars to není srdeční záležitostí jenom když si jedu pro nové auto, ale je to i o tom, že když ho náhodou odů, tak tam přijedu a je to stejně srdečné. Dají mi to vždycky dohromady, stojí při mně a já jsem tak za ně vždycky hrozně rád! Takže všechno nejlepší!



Tomáš Třeštík

fotograf

Přeju všechno nejlepší k 15. narozeninám i k novému názvu Cardion Cars! Ať u vás všechno i nadále funguje stejně tak, jako fungovalo doteď, a ať se daří! Mám vás rád!



Lad'ka Něrgešová

moderátorka

Ježíšmarjá, když mně bylo 15, to už je tak dávno, že si to ani nepamatuju. Ale mým oblíbeným Volvistům přeju samozřejmě všechno nejlepší k 15. narozeninám i k jejich přejmenování! A ať máte pořád tu latku, nebo Lad'ku, tak vysoko nebo ještě výš!



Petr Vaněk

herec

Přeji vám minimálně dalších patnáct úspěšných let a ať máte i nadále profesionální, ale zároveň krásně přátelský přístup ke svým zákazníkům!

Rodinná oslava

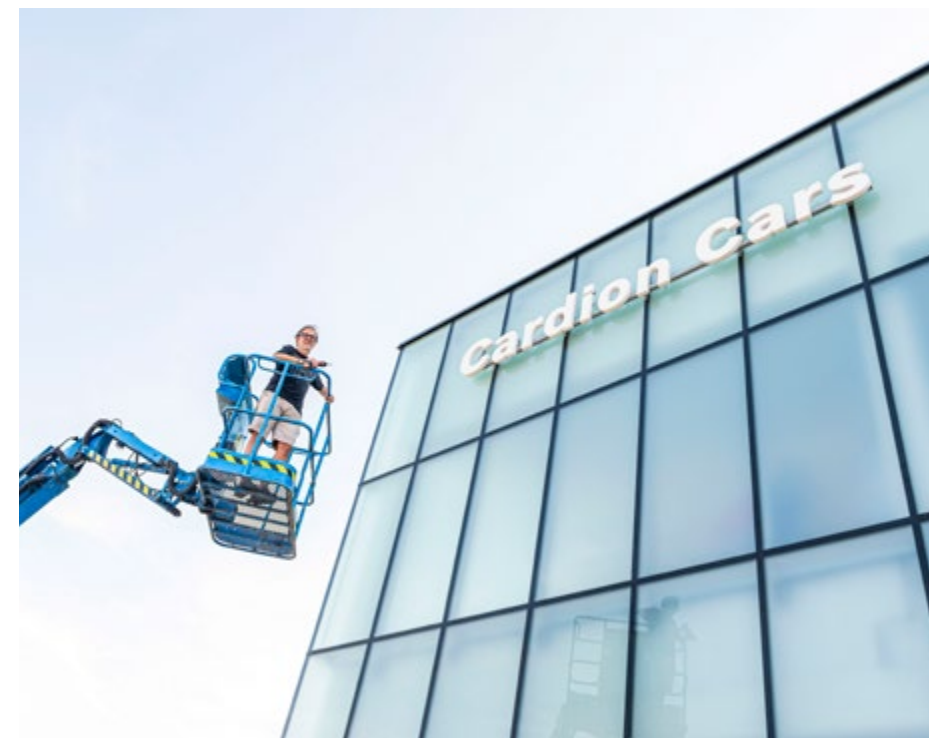
Naše loňské náborové video vyhrálo cenu. Co s tím? Nezbyvá, než tím letošním opět překonat veškerá očekávání. Pozvali jsme si na to největší odborníky z branže.



Když chcete být v něčem nejlepší, nesmíte se bát táhnout za jeden provaz se špičkami z jiných oborů. S tímhle krédem jsme už od našeho vstupu na trh před patnácti lety navazovali kontakty a hledali pro firmu vhodné ambasadory, veřejně známé a charismatické tváře z oblasti kultury či sportu. Měli jsme mimořádně šťastnou ruku, což se projevilo i v tom, že s námi je spousta mediálních partáků už pěkně dlouho. Stali se plnohodnotnými členy naší rodiny a pravidelně je vídáte i na stránkách tohoto magazínu. Naše rozhovory, ať už s diktafonem nebo jen nezávazně nad sklenkou něčeho dobrého, jsou spíše rodinnými sešlostmi. Povídáme si o autech, kariéře, soukromí a žádné



téma není tabu. Nenadále se přepadáme, zdravíme se na nejrůznějších eventech a vždy se najdeme i v početném davu. V neposlední řadě si navzájem posíláme dárky k narozeninám. Ty letošní jsou jubilejní patnácté, a tak jsme se rozhodli natáčení nového videa pojmout jako takovou malou rodinnou oslavu. Kdo mohl, ten dorazil v dobré náladě, připraven rozdávat úsměvy do kamery, kopnout do sebe kafe nebo panáka, a namasírovat všechny herecké svaly, protože na plac dorazil režisér z nejpovolanějších. Nechceme se opakovat, ale skutečně míříme vysoko, a tak jsme si letos objednali taktovku marketingového virtuóza Markuse Kruga, držitele mnoha marketingových ocenění, alchymistu dřive stojícího za produkcí mystifikačního pořadu One Man Show, ale také člověka, co samotnému Red Bullu ukázal, jak točit promo videa, když nechal jeho monopost



Formule 1 jezdit po Česku a Slovensku od hradu k hradu a neodolatelnou kombinací laskavého humoru, dynamických záběrů a strhujícího děje přikoval k mobilním displejům i velkým obrazovkám desítky milionů lidí. Red Bull teď Markusovo video From Castle to Castle prezentuje jako etalon, podle něhož by se budoucí video-produkce z jeho dílny měly poměřovat. I proto jsme věděli, že jsme v dobrých rukou - Laďka Něrgešová to zažila doslova, když ji naši technici popadli a zvedli vysoko nad hlavy ve snaze... no ve snaze zvednout Laďku. Nebo laťku? Podobných vtipů je ve videu mnoho. Aleš Najbrt se nechal přesvědčit, ať na vysokozdvizném vozíku osobně nainstaluje nové obří logo na stěně naší budovy. A bylo toho samozřejmě ještě mnohem víc, protože Markus je zkrátka megaloman, což mj. znamená, že do té naší rozvětvené rodiny dokonale zapadnul. Běžte na naše sociální sítě, kde je video k dispozici, nebo naskenujte QR kód pod tímto článkem. A těšte se, co zas vymyslíme příště. ●



VIDEO

Michal Froněk

Volvo má nejhezčí zadky



Během studií v roce 1990 s kamarádem Honzou Němečkem založil studio Olgoj Chorchoj, má za sebou bezpočet úspěchů, ocenění a jeho současná tvorba je neodmyslitelně spjata se sklem, ačkoliv ho nikdy nestudoval, ale jednoduše ho při prvním vstupu do sklárny učarovalo. Tak jako se žhavá hmota mění v pevný tvar, zhmotňuje s nezaměnitelnou energií Michal Froněk své nápady a jako pedagog vychovává novou generaci designérů. O tom jsme si ale vlastně vůbec nepovídali, protože Michal je blázen do aut a stačí ho nastartovat, aby o nich mluvil dlouhé hodiny.

Vy jste dlouholetý volvista. Co se vám líbí na značce vlastně nejvíc?
Já jsem obecně dost vybíravý ohledně toho, jak věci vypadají. To lze asi očekávat, když se člověk podívá na mou práci. Ale zároveň mě pochopitelně zajímá i celkový dojem, ta image, kterou značka zanechává jako svou stopu ve společnosti. Někdo to možná vnímá okrajově, pro jiného je to priorita, ale auto je pořád vizitka a společenský symbol. Jeho volba o vás něco vypovídá. A tady se naplno ukazuje síla brandu.

Tady se musím přiznat, že vnímám, jak se Volvo v poslední dekádě posunulo statusově do vyšší třídy. Pro spoustu lidí je XC90 nebo i V90 vlajková loď se vším všudy, skvěle vybavené a špičkové velké vozy. Ale já jsem s tou značkou mnohem déle, jsem jí věrný od dob, kdy byla vnímána primárně pro ty hranaté kombiky s obřími světlými, tj. skvěle navržené pracovní nástroje, z nichž vyzářovala fortelnost, ale vlastně i účelná jednoduchost. A mám pocit, že v delším horizontu to s tou značkou pořád zůstává. Vlastně je fascinující, že umí Volvo přilákat obě ty skupiny zákazníků.

A když zůstaneme u designu, co se vám na Volvu líbí nejvíc?
Aby bylo jasno, já mám rád spoustu detailů na spoustě aut od různých značek,

ale Volvo mě přitahuje právě jako celek. Nicméně měl jsem tu čest se potkat s designérem Peterem Harbourem, když tu byl na konferenci o designu, a povídali jsme si o té éře, kdy se z těch krabic, co nikdy neviděly aerodynamiku, udělala hezká auta. Stačilo je trochu zakulatit, aby nepřišly o původní tvar, ale zároveň nabídlý něco nového, neokoukaného. Byl to přesně ten případ toho, kdy něco uděláte tak akorát. To vyžaduje odhad, zkušenost, jakkoliv to vypadá elementárně.

Především v novém designu vynikly zadní svítelníky, ten ikonický sloupek, co auto obtéká. Rozeznáte ho v provozu na desítky metrů daleko, všem se líbí a všichni hned vědí, že jedou za Volvem. Ten poznávací znak prorostl do společnosti a světelný podpis je dnes u automobilky alfou a omegou od prvních návrhů až po marketing. Tak to se mi líbí.

A má to tradici, není to tam jen tak. Vždyť si vzpomeneme na ty prehistorické generace ze sedmdesátých let, kdy měla Volvo ta největší přední světla, co jste mohli sehnat. A ve Švédsku si stejně ještě lidé montovali na mřížku chladiče nebo střechu světelné mosty jako z rally, protože potřebovali prosvítit tu nekonečnou polární noc. Možná šlo o vítězství funkce nad formou, ale už ten rozměr světel dával tušit, že se na

ně můžete spolehnout. To se obloukem vracím k Volvu jako k nástroji, ale moc se mi líbí, že se těm světlům i v nejnovějších generacích věnuje tolik pozornosti.

Je v tom návaznost, která je pro budování vztahu s dlouholetým zákazníkem neuvěřitelně důležitá. Pro mě má Volvo pořád image bezpečného auta, ale především držáku. Bytelného stroje, na který se můžu spolehnout, ať už jde o svícení, vytopení interiéru, prostě vím, že když je to dobré pro nějakého Thora na severu, tak se to dobře postará i o mě. Tahle podprahová komunikace je zásadní.

Dokázal byste jmenovat nějaký vyloženě oblíbený model z historie automobilky?

Jen jeden? Z hlavy mě napadne hned 480, která vznikla na konci osmdesátých let a měla celou řadu avantgardních prvků, tehdy se všechno pohánělo elektřinou, experimentovalo se s interiérem, ale vlastně i s tím vyklápěním světel. Zaznamenal jsem to v době, kdy jsem studoval na škole, a to auto mě dokonale ohromilo. Odvaha přijít s něčím takovým, v podstatě konceptem, a poslat to na trh. Ve verzi s turbem to bylo rychlé, výkonné a taky hodně drahé auto. Fascinující kapitola.

Ale zas aby se neřeklo, já mám vlastně rád ty ortodoxní, hranaté krabice – kom-



bíky, do kterých člověk nastěhuje cokoliv, ale zároveň jim díky silným motorům nechybí výkon a charakter. Dodnes mě strašně mrzí, že jsme si kdysi s kolegou nenechali služebák Volvo 850 – žlutou střelu na šedých titanových kolech. Pracovali jsme tehdy pro PPF a bylo to bývalé auto Petra Kellnera, T5R – ten homologační speciál v kombíku. Obrovské auto s nesmyslně velkými koly, kdy vám nejde do hlavy, že s tím někdo závodí. Ale ono s tím závodit šlo. A jak parádně. Dodnes je to pro mě tak trochu dream car. Člověk ale nemůže mít všechno, já už to ani nemám kam dávat, ale jsem moc vděčný, že jsem v tom mohl jezdit, a už tehdy jsem si uvědomoval, že je to něco výjimečného.

A mimochodem řekli byste, závodní kombík, to musí být kostičas. Jenže Volvo dlouhodobě umělo skvělé sedačky. Byli jedni z prvních, kdo na to neuvěřitelně dbali, a já když jezdím z Prahy do Milána, potřebuju prostor, aby se mi do kufru vešla zabalená designová židle jako vzorek, ale zároveň chci po dvou tisících kilometrech vystoupit a cítit se jako člověk, tak je to pro mě zásadní aspekt. Ta 850 T5R zvenku vypadala trochu jako dnešní tunerská auta, ale

svezení s ní bylo velmi příjemné, protože to prostě Volvo umí jako málokdo.

Jestli se nemýlím, vy se znáte osobně s designérem Volva, Thomasem Ingelandem, je to tak?

Ano, známe se už přes dvacet let. Někdy na začátku tisíciletí si koupil od Olgoj Chorchoj nějaké skleněné artefakty, a pak inicioval i spolupráci UMP-RUM a automobilového průmyslu, takže se z nás stali partneři a přátelé. Když přišel k Volvu, vyprávěl mi, že pracuje na nové vizi Volva. Malých, finančně dostupných autech budoucnosti. Do automobilky přivedl celou řadu šikovných lidí, pod jeho vedením přibývalo v klíčových pozicích žen, které přinesly svěží vítr do designu interiéru i výběru materiálů.

My jsme se, jako dva designéři, samozřejmě bavili často o obskurních věcech a detailech, ale o to víc mě těší, že o dvě dekády později tu máme Volvo EX30, které je zhmotněním těch dlouhodobých vizí automobilky. A ukazuje se, že na to lidé reagují pozitivně. To auto sází na osvědčené trumfy Volva, ale cenově zůstává na rozumné úrovni. Vyšlapává cestu větším, luxusnějším modelům,

nikoliv naopak, jak to často neúspěšně zkouší konkurence. Takže jsem nadšený a věřím, že se ty světlé zítřky skutečně podaří realizovat.

Chápu dobře, že se vám EX30 líbí?

Musím se přiznat, že jsem v ní zatím neseděl a nejel, ale designově mi přijde velmi sexy, a hlavně velmi Volvo. To je přesně to budování brandu, o kterém jsem mluvil. EX30 může být pro spoustu zasloužilých volvistů, co mají svoje XCčka, svoje Věčka, tím prvním krokem do světa elektromobility. Nebo vlastně druhým, protože je to ideální druhé auto do rodiny, dravé a hezké autíčko, co máte na kratší cesty, zatímco vedle něj stojí třeba velká V90, připravená na roadtrip nebo odstěhování ledničky. Zároveň tím odpadá starost s nabíjením a řada dalších obav, které mnozí Češi ještě pořád v souvislosti elektromobilitou mají.

Navíc je to malé a cenově relativně dostupné auto. Já vím, že je za rohem EX90, ale začít s kompaktním crossoverem pod milion je podle mě správná cesta. Smyslem auta bylo, je a bude dát lidem tu svobodu sednout do krabice a odjet, kam se jim zlíbí. Když vstoupíte do nové éry

drahým sportákem nebo luxusním SUV, automaticky o tu volbu velkou část lidí okrádáte.

Co vy a elektromobily?

Také mě to čeká, vždyť už ani nemůžeme couvat zpátky. Celá Evropa je nastavená na elektromobilitu. Snažím se v tom hledat světlé stránky. Nelíbí se mi, že je to politické rozhodnutí, o tom by si měl trh rozhodovat sám, ale zároveň doufám, že v oblasti designu se povede prolomit takovou tu kletbu tzv. eurodesignu, kdy jsou si tvarově ty automobily hrozně podobné. Sám jsem překvapený, jak málo se elektromobily odlišují od těch spalovacích. A teď nemyslím takové ty Star

Wars nebo Transformers kreace z minulých dekád, kdy některé prototypy vypadaly jako filmové dekorace nebo hračky. Pořád existují bezpečnostní normy, nějaká základní ergonomie a zákazníci jsou konzervativní, chtějí, aby mělo auto tzv. „obličej“. Některým vadí i chybějící mřížka chladiče. Nicméně doufám, že ta elektromobilita alespoň trochu rozváže designérům ruce.

A budou se pořád ohlížet do historie?

Je to designérům vlastní?

Určitě. Já sám to dělám, ale jestli narážíte na mou lásku ke starým autům a veteránům, tak tam hraje roli víc faktorů. S partou kolegů a kamarádů jezdíme se starým

Aero Minor do Le Mans, na historický Le Mans Redux i Le Mans Classic, a je to logicky výlet do úplně jiného světa. Je to exkurze do historie technických řešení a obecně know-how. A baví mě na tom i ty mnohdy unikátní karoserie. Loni jsme tam byli, zároveň se slavilo sto let Le Mans jako takového, takže to byla obrovská akce, moře lidí a ano, potkal jsem i kolegy designéry, často světové kapacity, protože všichni zkoumají to historické DNA, ať už jde o značky, pro které pracují, nebo prostě jen koukání přes rameno, protože o tom to je. Le Mans Classic ale není jen o kochání se u kafečka, pro nás je to tvrdý závod s veškerou povinnou přípravou.

„Pro mě má Volvo pořád image bezpečného auta a bytelného stroje, na který se můžu spolehnout. Prostě vím, že když je to dobré pro nějakého Thora na severu, tak se to dobře postará i o mě.“





„Aby bylo jasno, já mám rád spoustu detailů na spoustě aut od různých značek, ale Volvo mě přitahuje právě jako celek.“

Ten náš Minor, v podstatě jediné československé auto, co historicky čtyřadvacetihodinovku v Le Mans jelo a dojelo, má nejnižší výkon z celého startovního pole, ale zároveň je to musí váha. Se čtyřmi metráky jsme skvělí v zatáčkách a dojeli jsme nejlepší z Čechů. Je to samozřejmě drahý chlupáček, navíc dost nevyzpytatelný, bavíme se tu o autě z roku 1949, což je pětasedmdesát let. O to jsem radší, že ho taháme za partnerskou V90, protože tu cestu můžu absolvovat v pohodě a strachuju se jen o Minor a jeho technický stav. Jak už jsem říkal, Volvo je držák. A ještě si taky musím dávat pozor na váhu. Tu svojí.

Musíte před závodem hubnout, jo?
Dělám si trochu legraci, ale špičujeme se mezi sebou, když si někdo dá po

obědě dortík. A protože už tam nejsme nováčky, tak se snažíme podat co nejlepší výkon, zvláště v ohledech, když to můžeme ovlivnit. Na druhou stranu já jsem profesor na UMPRUM, nejsem Tomáš Enge. My jsme mimochodem s Tomášem mluvili, jestli za nás nechce závodit, a on odvětil, že jsme se zbláznili, že by to v tom doutníku bez bezpečnostních prvků prostě nedal. To auto nemá pásy ani rám.

Takže to je, nebo není relax?

To je dobrá otázka. Já potřebuju k životu inspiraci a neustálou změnu. Proto mě baví, že v práci navrhujeme supermoderní interiéry, ale zároveň s rodinou opravujeme chalupu ve Slavonicích, což je zase něco úplně jiného. A že můžu jezdit parádním Volvem V90, ale zároveň udržuju při životě několik veteránů,

přesný počet snad radši ani nechci vyslovit nahlas, a jezdíme s nimi několikrát ročně dálky, čímž ty auta udržujeme při životě, dáváme jim smysl, a máme ten život pestřejší.

Zároveň ale, když se vrátím k tomu našemu závodnímu týmu, jsem loni převzal takovou tu roli ředitele, takže mi vlastně vyhovuje dojet na místo tím naším support carem od vás, protože je to pohodlné, bezproblémové a moje hlava může zůstat na té závodní dráze a u týmové režie. Takže si užívám i tu dlouhou cestu díky špičkovému sezení a audiu. Dojedeme pozdě v noci, druhý den si dáme dlouhou snídani a život je fajn. Stejně tak po cestě zpátky jsem připravený jít hned další den do práce, což po jízdě s veteránem prostě nejde. Takže každé má svoje a je super mít možnost zkusit od všeho trochu. ●

PŘÍBĚHY HODINÁŘSKÝCH IKON TIKAJÍ V PAŘÍŽSKÉ

WWW.CAROLLINUM.CZ




CAROLLINUM
KRÁLOVSTVÍ HODINEK

Maximálně osobně

Ohledně náborových praktik jsme tentokrát vyzpovídali ty úplně nejdůležitější, spolumajitele Karla Stolejdu a Martina Veselého. Rozhovor s nimi ale vlastně není nic exkluzivního, protože v Cardion Cars platí, že všechny dveře jsou vždy otevřené.

Text Václav Rybář Foto Tomáš Třeštík

První tři dny každého zaměstnance jsou zlomové. Alespoň tak to v Cardion Cars vnímají. Proto v rámci tzv. orientace nově najatý technik nemíří rovnou do dílny ke svému zvedáku, ale projde si celé dealerství skrz naskrz. Podívá se do jídelny, kde je každé ráno pro zaměstnance připravená bohatá snídaně. Nakoukne na střechu, protože si tam může za příznivého počasí s kolegy něco ogrilovat. Projde si i patro managementu, aby věděl, kde sedí třeba právě HR, ředitel celého servisu apod. Za nejdůležitějšími dveřmi čestlické pobočky ostatně už pravděpodobně byl, protože spolumajitelé Stolejda a Veselý se rádi s novými zaměstnanci setkávají osobně. „Celé roky jsme s Martinem do firmy zaměstnance vybírali my. Na výběru lidí stojí fungování firmy naprosto zásadně. Nám se to dlouhodobě daří, což se odráží i v tom, že jsou naši lidé v oboru skutečnými špičkami a zůstávají s námi dlouhodobě. Mají totiž stejné hodnoty jako my, tím pádem si rozumí i navzájem a zákazník si při komunikaci zvykne na vysoký standard,“ vysvětluje Karel Stolejda náborovou strategií.

Trpělivost přináší růže

„Když už zaměstnanců bylo hodně, nemohli jsme vybírat každého osobně. Nechali jsme si však právo veta. Naši ředitelé mohou vybírat koho chtějí, ale pokud je to člověk, který přichází do kontaktu se zákazníkem, tedy prodejce, recepční, řidič, který vozí lidi na metro, přijímací technik, tak takové zaměstnance chceme potkat těsně před tím, než je finálně přijmeme. A opravdu se nám daří se osobně setkávat s každým, takže si



potvrdíme, že ti lidé jsou fajn. Těm, kteří nás jako majitele reprezentují, se snažíme předat nějakou naši zkušenost. Funguje to oběma směry. My máme přehled, oni zase znají nás, nejsme pro ně jen jména na dveřích, za které smí jen hrstka vyvolených,“ dodává Martin Veselý.

To je ale vlastně už ten šťastný konec. Sehnat dnes zkušeného mechanika nebo vysokoškolsky vzdělaného diagnostika, je opravdu náročné, protože je o ně na trhu velká rvačka. A když firmy takové lidi mají, snaží se je udržet za každou cenu. „Snažíme se proto budoucí zaměstnance vychovávat. Spolupracujeme se středními a vysokými školami. Dřív z celé třídy zůstali řemeslu věrní jen dva žáci. Prostě je ta práce nebavila, neměli pocit, že jsou dostatečně finančně ohodnoceni. To se teď mění, protože šikovných lidí je na trhu skutečně nedostatek. Je ovšem potřeba je motivovat už během studia,“ dodává Stolejda. Jen v září do firmy nastoupilo šest lidí, kteří v létě absolvovali několikátýdenní praxi. Startují na juniorních pozicích, mají přidělené mentory a budou už v prvních měsících absolvovat nejedno školení. „Pracujeme s nimi už ve školách, máme prezentace, pak je zveme k nám. Postupně celé ročníky, aby všichni viděli, jak se pracuje

„Šikovných lidí je na trhu nedostatek a je potřeba je motivovat už během studia. Jen v září k nám nastoupilo šest nováčků, kteří v létě absolvovali několikátýdenní praxi.“

u luxusní značky – jaké jsou výhody, ale i požadavky. Klademe důraz nejen na technické znalosti, ale i sebe prezentaci, protože v rámci nových standardů musí i servisní technici komunikovat se zákazníkem. Klíčová je znalost jazyků kvůli školením v zahraničí, ale i s tím jsme schopní pomáhat,“ vyjmenovává Veselý možnosti nových či budoucích zaměstnanců.

Nejlepší z nejlepších

„Začali jsme důsledně investovat do HR marketingu. Před rokem jsme vypustili video se známými umělci, našimi ambasadory, kteří se představili v rolích řadových zaměstnanců. A v různých scénkách za sebe hledali náhradu a představovali náplň práce jednotlivých pozic. Nakonec to mělo imageový přesah a vyhráli jsme s tím i nějaké ceny. Ale náš záměr byl,

abychom to udělali zábavnou a lákavou formou. Ne kvůli potlesku mediální branže, ale protože výrazný spot osloví ty nejlepší z nejlepších,“ doplňuje Karel Stolejda. „Momentálně je nás čtyři sta a dál rosteme. Při náboru nových lidí nikoho z těch stávajících nevyhazujeme, protože jsme si je pečlivě vybrali a nechceme o ně přijít. Vždy je možnost postoupit ve firmě na jinou pozici, zkusit štěstí na jiné pobočce. Vše řešíme včasnou vzájemnou komunikací. Tím se ostatně dostáváme zpátky k našemu heslu maximálně osobně, které platí pro všechny beze zbytku – zákazníky i zaměstnance,“ uzavírá naše povídání Martin Veselý. ●



VIDEO



Letos útočíme na rekord

S výkonným ředitelem Dušanem Chladem jsme si povídali o dekádě strávené v Cardion Cars, ale i o ambiciózních cílech automobilky Volvo a chystané expanzi modelové nabídky.

Text Václav Rybář Foto Marek Musil

Podal jsem vám ruku jako výkonnému řediteli a nově i menšinovému společníkovi celé firmy. Vy jste důkazem toho, že i dnes se lze vypracovat tzv. od píky. Lidé dnes možná mají pocit, že už to jde jen v románech nebo v televizních seriálech. Jaký máte pocit, když se za svou dosavadní kariérou ohlédnete?

To je vděčná otázka, protože jsem vlastně neměl možnost se za vším ohlédnout tak, jak naznačujete. Letos v lednu to bylo přesně deset let, co jsem nastoupil v Průhonících. Dnes sedíme v nové budově v Čestlicích a expanze firmy i jejich cíle je tak rapidní, že ten čas běží hrozně rychle.

Těch deset let byla jedna velká jízda. Vzpomínám si na ten první den, kdy napadl sněh a já jako prodejce běžel ometat ojetá auta na parkovišti. Jak rostla firma, rostla i moje zodpovědnost, ale spíš než ten profesní postup si vybavím spoustu zážitků, nových přátelství nebo to, že jsem tu potkal svou budoucí manželku. Přišla si vybrat auto a nakonec si vybrala i mě. Jsme šťastně svoji, máme dvě děti, takže mohu zodpovědně říct, že mi těch deset let změnilo život od základů.

Zastavím se ještě u toho postu výkonného ředitele. Vy fakticky celý ten kolos řídíte, ale pánové Stolejda

a Veselý jsou stále velmi přítomní a velmi viditelní ve všech důležitých rozhodnutích. V rozhovoru před pár lety zmínili, že se museli dlouho učit, jak nechodit na všechny porady a nechat rozhodovat ty druhé. Co jste se v tom procesu naučil vy?

Nebylo to snadné, ale všichni jsme se během té transformace hodně naučili. Nejen o těch rozhodovacích procesech, ale i o sobě samých. Já jsem po jejich vzoru také musel trochu povolit a ustoupit ze snahy mít nad všemi detaily kontrolu. Bylo to hodně o pokoře a trpělivosti, nebo možná důvěře, že ta proměna bude fungovat. Nakonec by se to dalo

přirovnat k dominovému efektu, kdy se ty změny shora projeví na celém tom řetězci vedení firmy. Dnes už víme, že to naplnilo naše očekávání a jsme schopni v tomhle složení fungovat na sto procent.

Je to velká zatěžkávací zkouška, popustit oteže firmy a vložit důvěru do rukou někoho třetího, zvláště v okamžiku, kdy prodeje navzdory turbulentní době rostou. Co pro vás v těch posledních dvou, třech letech bylo největší výzvou na novém postu?

Prošli jsme mnoha úskalími. Při lockdownech během Covidu sem pořád proudila naobjednaná auta a najednou si je neměl kdo vyzvednout. Vůbec jsme netušili, jak budeme během tohoto období prodávat nová auta. Naštěstí se podařilo vše ufinancovat a když jsme krizi přečkali, tak jsme zaznamenali velký nárůst poptávky, se kterým jsme se museli vyrovnat.

My jsme se toho nelekli a v době, kdy byly problémy s dodavatelským řetězcem a na nová auta se čekalo opravdu dlouho, jsme posílili naši nabídku zánovních a ojetých vozů. Vždy se snažíme mít na

pobočkách maximum nových i zánovních aut, která si může zákazník vyzkoušet, osahat. I když řada automobilek vidí budoucnost v online prostředí, my jako dealer věříme v osobní kontakt, kdy si zákazník může vůz naživo osahat. Na tom si u nás zakládáme.

U příležitosti patnáctých narozenin Cardion Cars se sluší bilancovat. A vy jste toho poslední dobou stihli opravdu hodně, včetně stavby nových poboček, modernizace stávajících a velkého podílu na raketovém růstu Volva na českém trhu. Je to aktuální jubileum příležitostí se chvilku zastavit a poplácat se po ramenou?

Musíme si to dopřát, protože je důležité se čas od času pochválit. Nicméně plány českého Volva na letošní rok jsou extrémně ambiciózní, což znamená tyto ambice i pro nás a už teď víme, že letos prodáme rekordní počet nových vozů. Je to pro celý tým obrovská výzva, takže narozeniny slavíme v plném záprahu. Prodeje nových vozů aktuálně zastiňují poptávku po zánovních a ojetých vozech, což vychází z té expanze portfolia automobilky, např. příchodu cenově atraktiv-

ního a oblíbeného modelu Volvo EX30. Opět tomu přizpůsobíme svou strategii, protože na obzoru jsou další nové modely a nové výzvy, takže rozhodně není čas dát si nohy na stůl.

Volvo nejen s příchodem vlajkového modelu EX90 mílovými kroky kráčí vstříc elektromobilitě. Jak podle vašich odhadů a preferencí zákazníků modely nadcházejících měsíců a let zamíchají žebříčkem prodejů?

Automobilka přehodnotila rychlost nástupu čistě elektrických vozů, což se projevilo i na faceliftu modelu XC90, který je na našem trhu nejoblíbenějším, čímž se trochu lišíme od zbytku Evropy, kde většinou vede XC60. Na našem trhu by mohl být velký zájem o hybridní pohony, které snad vykryjí dřívější poptávku po zaniklých dieselech. Prodeje nám setrvale rostou, což potvrzuje, že u nás zákazníci nacházejí to, co od auta vyžadují. A bouřlivý zájem o EX30 nám potvrdil, že i elektromobilitu už čeští řidiči začínají brát vážně.

Celý trh se teď s příchodem elektromobility pere o stávající, ale i zcela nové zákazníky, kteří přebíhají mezi barikádami. Co je hlavním trumfem Cardion Cars v téhle bitvě tradičních i zbrusu nových značek a dealerství?

Určitě přístup k zákazníkovi. Naše heslo Maximálně osobní už jistě znáte. Jde o péči od A do Z, férovou a vstřícnou. Začíná to u vzhledu poboček, velké nabídky vozů, ale nejdůležitější je vždycy ta kontaktní komunikace, protože jedině tak ukážete zákazníkovi, že máte know-how a ochotu vyřešit všechny jeho potřeby.

Maximálně osobní budu i já v závěru rozhovoru. Máte nějakou první lásku na čtyřech kolech? Auto, co vám hned naskočí v rámci značky, s níž jste strávil tolik let?

Jedním z obrovských benefitů mé práce je, že mohu vyzkoušet všechny možné modely. Ale hned ten první mi zůstal zarytý v paměti. Volvo XC70. Moc jsem to auto v době uvedení obdivoval a shodou okolností se stalo mým prvním služebním vozem. Nemohl jsem tomu věřit, že se to tak sešlo. Často na něj vzpomínám, protože už po prvním svezení to byla, jak se tak říká, láska na celý život. ●

„Mých deset let ve firmě byla jedna velká jízda. Potkal jsem tu i svou budoucí manželku. Přijela si vybrat auto a nakonec si vybrala i mě.“



Malej, ale šikovnej

Čertík z krabičky – i takhle o Volvu EX30 mluví zákazníci po testovacích jízdách. Naše prodejkyň Denisa Jánošová s nejmenším a nejšetrnějším modelem značky strávila rok. Jaké jsou její dojmy?

Text Václav Rybář Foto Tomáš Dvořák

„Je to ten typ auta, co vám vyloudí úsměv na tváři každý den. Nejen za rok, ale klidně za dva. Lidi hned chytne za oko absence mřížky chladiče. EX30 má díky tomu takový vlídný kukuč, což skvěle sedí k jeho rozměrům. Když ho lidé vidí třeba na billboardech, neudělají si představu o velikosti, takže jsou během návštěvy showroomu překvapení. Tím, jak je zvenku malé a zevnitř obrovské,“ popisuje Denisa první kontakt zákazníků s autem. U Volva EX30 se skutečně i rok po premiéře srovnávají největší davy. Statistiky dokládají, že nejde jen o subjektivní dojmy. Data z importu navíc ukazují, že až 80 % kupujících je u Volva vůbec poprvé. „Setkala jsem se s tím. Lidé skutečně přijdou, protože viděli reklamu nebo test na internetu a chtějí





auto vidět naživo, chtějí se svézt. Volvo znají, ale nikdy ho neměli. Teď ale cítí, že nabízíme něco ojedinělého,” popisuje Denisa popularitu nového modelu. „Dámy láká design, pánové nechtějí věřit těm údajům, přeci jenom dvoumotorová verze je na stovce za 3,6 sekundy, což je bleskurychlé nejen na Volvo, ale v segmentu osobáků jako takových. Je pravda, že při prvním svezení hrají hodně roli emoce. Když stojíme na parkovišti, všichni zkoumají interiér, ale pak se rozjedou

a zapomenou na všechno, co jsem do té doby řekla. A začnou se usmívat,” vypráví nám Denisa zážitky z testovacích jízd. I dostupnější jednomotorová verze má přitom dynamiku ostrých hatchbacků a nabízí 272 koní přenášených na zadní nápravu. Dražší Twin Motor se 428 koňmi je čtyřkolkou a disponuje kromě vyšší dynamiky i prodlouženým dojezdem (ten si můžete dopřát i v jednomotorové verzi, pokud si připlatíte model Extended Range).

Zvládne i velké výlety

„Kromě jízd v okolí našich poboček jsme schopni vážným zájemcům půjčit auto i na víkend, aby si sami vyzkoušeli dojezd v reálných podmínkách a na svých vlastních trasách. Dojedou si na chalupu nebo vyzkouší, jak se vůz chová na dálnici. Já sama jsem při prvních jízdách podobně experimentovala. S dojezdem přes 450 kilometrů není problém ani delší výlet. Na rychlonabíječe je navíc ten hlavní

Úsměv za volantem Volva EX30 je nejčastější výraz, který Denisa u zákazníků během testovacích jízd vidá. Jí samotné prý v přítomnosti žlutého vozu naskakuje tak nějak automaticky.

cyklus od deseti do osmdesáti procent kapacity záležitostí slabé půlhodinky,” prozrazuje Denisa vlastní zkušenosti a dodává další zásadní věc: „Potěšilo mě, že je to auto plné novinek, na které jsem si okamžitě zvykla. Obrovský reproduktor přes celou šířku auta, který je pod předním sklem, takže se mi do dveří vejde i velká petka. Centrální displej, na nějž moje oči bez problémů vidí, aniž bych ztratila přehled o dění na silnici. Dokonce i obří odkládací schránka uprostřed je skvělá, protože když jezdím autem sama a něco bych si uložila do schránky před spolujezdcem, kde obvykle odkládací prostor bývá, musím se k němu natahovat. Tady je všechno rychle po ruce, a taky vůz i díky absenci středového tunelu působí velmi

prostorně. A přitom...” Chvilí se odmlčí. „A přitom je to pořád Volvo! Zejména stávající zákazníci to často zmiňují, že tam cítí tu svou značku. Ať už jde o chytro ergonomii vnitřního prostoru, bezpečnostní asistenty, velmi praktický kufr nebo nezaměnitelný světelný podpis, je vidět, že je EX30 stále členem stejné rodiny,” dodává na závěr Denisa. A co konkrétně mají od nejmenšího Volva opisovat ostatní modely? „Integraci online služeb přímo v autě. Nemusím čekat na propojení telefonu. Když si doma před odjezdem zkontroluji trasu a dojezd, můžu ji rovnou poslat do auta a nedělat to nadvakrát. Díky propojeným účtům ví můj mobil všechno o mém autě a moje auto všechno o mém mobilu.” ●

„Když stojíme na parkovišti, všichni zákazníci zvědavě zkoumají interiér, ale pak se rozjedou a zapomenou na všechno, co jsem do té doby řekla. A začnou se usmívat.“





VIP služby nabízíme všem bez rozdílu

Jan Měchura je Volvu věrný už od devadesátých let. Mnohaleté zkušenosti a vedení poboček ve Stodůlkách a Dejvicích ho předurčily k postu technického ředitele, odkud dohlíží na to, aby se vám i vašim autům na všech pobočkách dostalo nadstandardního servisu.

Text Václav Rybář Foto Marek Musil

Jaká byla vaše cesta za volant od chvíle strávených na zadní sedačce až po aktuální auto, kterým jezdíte? Máte pocit, že jste se hodně vyvíjeli s ohledem na to, co od auta vyžadujete?

Já jsem ročník 1976, takže jsem se jako dítě bývalého režimu svezl v Trabantu, emběčku tisícovce a Škodě 120. Po vystudování vysoké v šestadvaceti jsem se pak rychle oženil, narodily se nám dvě děti, a protože už jsem pracoval u Volva, tak to byla logická volba. Bezpečné, velké auto, se kterým jsem měl z práce osobní zkušenost.

Navíc mi vyhovoval i přístup značky a dealera k zákazníkům tohoto typu, prostě se to všechno dokonale sešlo.

Vy jste přeskočil to období v půlce devadesátých, občas se tomu říká „telecí léta“, když má člověk ještě teplý řidičák a chce za volantem zkoušet nové věci. A u vás to bylo navíc v období, kdy sem začala proudit celá řada zajímavých aut ze Západu. Lákalo vás to?

Já mám dost možná telecí léta až teď. Tenkrát jsme na to kluci samozřejmě

koukali, ale spíš teda s rukama po lokty v motoru nebo na ulici. Bylo to fascinující, taková škola po škole, kdy jsme hltali, co všechno na tom Západě vymysleli nebo měli jinak. Právě tehdy mě Volvo chytlo za srdce.

Jak je to dnes? U Volva pořád máte na výběr, jste kombíkový nebo SUV-čkový?

U nás v rodině to teď jede po několika liniích, protože jeden ze synů udělal čerstvě řidičák a začal jezdit v našem Volvu C30, což je dodnes to nejmenší auto, co

Volvo kdy vyrábělo. Krásné, elegantní, ale hodně maličké. Občas si ho půjčím, ale to vyloženě musím jet někam sám. Když jede celá rodina, tak sedáme do kombíku, těm jsem věrný dlouhodobě. Momentálně máme Volvo V90 Cross Country, to je takový rodinný etalon – dojede kamkoliv, naloží cokoliv a dělá radost celé posádce.

Co všechno vaše pozice technického ředitele obnáší?

Mám zodpovědnost za všechny provoz, což v případě Cardionu znamená tři pobočky v Praze, jednu v Brně plus samostatnou klempírnu. Největším úkolem je, aby se všechny naše provozní řídily jednotnou strategií, ať už směrem k zaměstnancům a zákazníkům, tak směrem k importu. Abychom nejen postupovali jednotně, ale nabídli špičkové služby, na které jsou naši klienti, partneři a kolegové zvyklí.

K takovému nadstandardu patří i Volvo Personal Service, který jste nedávno certifikovali i na pobočkách v Dejvicích a Stodůlkách.

Je to tak. My se to snažíme lidem maximálně usnadnit, protože jde vždycky o stresující nebo diskomfortní situaci, ať už je to nenadálá porucha, nebo plánovaná oprava či kontrola. Musíte někde dojet, tam vám vaše auto někdo sebere a vy musíte čekat. Proto dbáme na tu komunikaci v duchu hesla „maximálně osobní“, budujeme pevnější pouto mezi zákazníkem a jeho osobním technikem a snažíme se ten pobyt na pobočce co nejvíce zpříjemnit. Zákazníci ten nově nastavený systém chválí, ale je to individuální a také se to liší podle pobočky a rozsahu opravy. Někdo preferuje kávu a práci na notebooku v klimatizované odpočinkové zóně, někdo se nechá odvézt zpátky na metro nebo si objedná vyzvednutí auta přímo u něj doma či v zaměstnání. Snažíme se jít lidem naproti ve všech případech, protože i tohle je součástí prémiového servisu.

Stane se do budoucna největším kamarádem řidiče aplikace v mobilu (OTA – updaty vzduchem, detailní informace o voze, domlouvání servisních úkonů na dálku apod.)?

Velmi pravděpodobně se rozdělí zákazníci do dvou skupin, což už teď vidím na způsobu, jakým lidé přistupují k novým modelům Volvo EX. Ti mladší nedají na mobilní aplikace dopustit a organicky

je používají jako prodlouženou ruku svého vozu. Služebně pokročilejší klienti chtějí, aby to jejich auto bylo pořád auto, jak ho znají. Jde o velkou investici, takže pro konzervativnějšího zákazníka je důležitá ta kontinuita – volant, řazení, páčka stěračů, blinkry. Ten zbytek se je snažíme naučit při předání, ale naši technici poukazují na ty nové funkce i průběžně, protože ne každý se je učí stejným tempem.

Všichni zákazníci ale narazí na OTA, nebo toho Otu, který je dobrým kamarádem pro ně i pro nás. OTA alias Over The Air aktualizace pro auta permanentně připojená na internet usnadňuje diagnostiku na dálku, možnost drobných oprav, aniž byste museli kamkoliv jezdit, ale i schopnost auta vám říct, kdy je skutečně nutné dorazit do servisu co nejdříve. Věřím, že řidiči ho budou vnímat jen jako hodného sluhu, a nikoliv zlého pána.

„Někdo preferuje kávu a práci na notebooku v klimatizované odpočinkové zóně, někdo se nechá odvézt na metro nebo si objedná vyzvednutí auta přímo u něj doma či v zaměstnání. Snažíme se jít lidem naproti ve všech případech, protože i to je součástí prémiového servisu.“

Jste centrální technický mozek celé sítě Cardion Cars. Existuje nějaká technologie nebo automatizace procesů, která vám práci usnadňuje?

Mohl bych tu vyjmenovat spoustu programů, co mám nainstalovaných v počítači a na mobilu, ale žádný z nich netrumpetuje, když vstanu a za někým dojdou osobně. Je nás napříč pobočkami 400 lidí, každý má vlastní hlavu, a to žádný program, žádná umělá inteligence na světě zatím postihnout nedokáže. To není další reklama na „maximálně osobní“ přístup, ale léty ověřená praxe, kdy ta komunikace je zdaleka nejdůležitější. Je jedno, jestli někomu zaklepu na rameno, zavolám telefonem nebo pořádám telekonferenci. Firmu tvoří lidé, na těch vše stojí a padá. Když o sobě vědí a komunikují se vzájemným respektem, projeví se to směrem ven i dovnitř. ●



Stodůlky v novém

Loni na podzim jsme otevřeli nejmodernější pobočku Cardion Cars, navíc postavenou v rekordním čase. Najdete ji uprostřed města, a přesto obklopenou klidnou zelení a milými lidmi.

Text Václav Rybář Foto BoysPlayNice, Marek Musil

Stovky lejster, desítky stavebních strojů, ale za plus mínus rok tu na zelené louce vyrostla třípatrová budova od architekta Marka Lehmana. Stojí zhruba 600 metrů vzdušnou čarou od původní pobočky Auto Stodůlky, která sídlila v pronajaté budově. Ta prošla rekonstrukcí, ale čas nezastaví a nové požadavky Volva na péči o zákazníky si žádaly radikální řez. Nové jméno, nová budova a spousta trumfů v kapse. Z Auto Stodůlky se oficiálně stal Cardion Cars Stodůlky a pod střechu moderního komplexu se na velkolepou oslavu sjeli naši významní klienti, ambasadoři, spolupracovníci a zaměstnanci. Bohatý program byl koncipován tak, aby v tom nejlepším světle představil prostory nové pobočky. Třetí patro, v němž se dnes skrývá nejpestřejší výběr zánovních a ojetých vozů Volvo Selekt v Česku, posloužilo jako improvizovaná výstava nejslavnějších modelů Volva – některé byly naše, jiné zapůjčili naši fanoušci. Na nových zvedácích v servisu (jejich kapacita je oproti dřívějšímu výrazně navýšena) byly stoly s občerstvením. Ze světlé lité podlahy se tam mimochodem dá jíst dodnes, klidně i uprostřed plného provozu, na tom si zakládáme.

Pojďte s námi na prohlídku!

Že jste u toho nebyli? Právě proto vám chceme pobočku představit tady a teď. Její vedoucí Jakub Culek si na nás udělal čas a přivítal nás před vchodem budovy, která sice stojí u Rozvadovské spojky, ale čelí klidné rezidenční zástavbě a vzrostlým stromům. Přijedete sem po malé silničce, až si skoro říkáte, jestli jste nezabloudili. „Naši stávající klienti si nás velmi rychle našli a nové klidné prostředí se jim líbí. Je netradiční, protože dealerství často vznikají na periferiích,“ popisuje Culek specifickou atmosféru pobočky. „Rostlo nám tu to před očima od června 2022 do září 2023, podle nejnovějších standardů Volva, ale také podle požadavků naší sítě dealerství. Proto je z lobby a odpočinkové zóny skrz prosklenou stěnu vidět do servisu v rámci VPS. Odpočinek si však zaslouží i zaměstnanci, proto tu máme velkorysé prostory i pro ně, ať už se jedná o vlastní posilovnu, šatnu se sprchami, nebo jídelnu, kde si mohou denně dopřát bohatou snídani. Vše je jim k dispozici ve druhém patře,“ provází nás Jakub Culek budovou, v níž po ránu voní káva a čerstvě rozpečené croissanty.



„Zánovní a ojeté vozy Volvo Selekt se nacházejí ve třetím patře, kam se zákazníci dostanou výtahem. A nejen oni, všechny vozy se po ploše showroomu pohybují díky nákladním výtahům, nemáme tu žádné nájezdy apod. Další využitelný prostor je na střeše,“ vyjmenovává šéf pobočky, co všechno je tu k vidění. Ozdobou vstupních prostor je křiklavě žluté Volvo EX30. „Užívá si ho většina našich klientů,“ podotkne Culek. A není to žádné chvástání. „Ona totiž u naší pobočky není autobusová zastávka, takže svážíme zákazníky od metra, ale občas i z letiště nebo od nádraží. A využíváme k tomu výhradně flotilu elektrických vozů, přednostně model EX30. Pro některé z lidí je to první svezení v podobném autě a našli se i tací, kteří si po krátkém svezení okamžitě objednali testovací jízdu,“ připomíná Jakub Culek nadstandardní prvky péče o zákazníky sítě Cardion Cars.



Z odpočinkové zóny máte servis jako na dlani. Takhle vypadá nový standard Volvo Personal Service. My pro servisní prostory zvolili světlé tóny, takže vidíte skutečně do všech koutů.



Zlatý hřeb

To už míříme k nenápadným dveřím, za nimiž se skrývá to, co je pro mnohé zákazníky zásadním okamžikem jejich automobilového života. „Tady je naše nová předávací místnost. Na původní pobočce jsme předávali nové vozy tak trochu improvizovaně, ale už během plánování té nové jsme věděli, co chceme klientům nabídnout. Proto je tu posezení i klimatizace, dostatek prostoru kolem auta, aby si během prezentace mohli všichni auto obejít a osahat,“ vyjmenovává Jakub Culek průběh slavnostního rituálu, který se může protáhnout s pečlivým briefingem i na několik hodin. „Předání nového vozu je vyvrcholením několikaměsíčního, někdy i několikaletého snažení a vzájemné komunikace se zákazníkem. Proto jsme chtěli, aby tomu nové prostory odpovídaly,“ uzavírá Jakub společnou prohlídku. My jsme sice odjeli naším starým vozem, ale do Stodůlek se určitě budeme rádi vracet. ●

Lucie Kutálková

Mám slabost pro kombíky

Její modely oblékají největší české i zahraniční celebrity. Lucie Kutálková a její značka Leeda patří ke jménům, co mají doma i ve světě zvuk. A když uvádí na trh novou kolekci, vždycky ji na focení vozí ve Volvu V90, kam se vejde komplet i s příslušenstvím.

Text Václav Rybář Foto Marek Musil

Letos vstupujete se značkou Leeda do třetí dekády existence. Kdybyste dnes startovala, udělala byste něco jinak?

Nic. Všechno, co se za těch víc než 20 let stalo, mělo svůj význam a smysl. Hodně jsem se toho naučila. Spoustu se toho povedlo, mnoho také ne, ale vždy se snažím, aby mě to posunulo dál. Chyby nevnímám jako špatné. Jsou od toho, abychom měli možnost se na věci podívat jinak a příště se rozhodnout lépe. Dobře míněné, hlavně takové ty nevyžádané rady jsou fajn, ale co si nezkusím na vlastní kůži, jako by pro mě nebylo.

Co byste poradila studentům nebo nadšeným designérům do začátku? Je možné se i v Česku prosadit skrz alternativní kanály?

Přijde mi, že v současnosti se alternativním často bohužel stává klasické studium. Cest je teď o dost víc, než když jsem začínala já. V důsledku toho

je však trh nasycen, místy až přesycen, takže je důležité si najít svůj styl, svoji komunitu a té se věnovat. Konzistentně tvořit a komunikovat. Doporučuji výdrž, odhodlání, opravdovou lásku k oboru i lidem jako takovým. A k tomu ideálně pěkný budget do začátku. Pokud není, musíte to urvat tou trpělivostí a láskou. Nespolečala bych se ale jen na sílu sociálních sítí, jakkoliv je dnes značná, ale zároveň pomíjívá. Za mě jsou osobní kontakty a přístup v módě nepřenositelnou zkušeností.

V onom roce 2003 se Leeda otvírala v Bartolomějské ulici a stojí tam dodnes, obklopená sídlem policie. Je to náhoda, že vaše originální kolekce jsou obklopeny mraveništěm uniform? Jak dlouho trvalo, než si vás zákazníci tzv. našli?

Uniformy v současnosti našťestí tolik nevidáme, policisté tam chodí hlavně v civilu nebo občas před Leedou svačí

celá zásahovka. Ale dobře se tam parkuje, protože i když náhodou zastavíte tam, kde nemáte, nikdo z policistů netuší, jestli to náhodou není kolegovu auto. Za ten čas, co tam Leeda je, už jde o poměrně známé místo. Lidé se vrací, klientela se organicky rozrůstá, za což jsem velmi vděčná. Spousta zahraničních klientů Leedu našla například díky Louis Vuitton Guide, který každoročně vychází a kde kurátoři doporučují zákazníkům ve světových metropolích významnou lokální módu a design. A nedávno např. tým prestižního švýcarského magazínu Konfekt fotil Leedu ve Volmanově vile. To je reklama k nezaplacení, takže jsem vděčná, že je o nás zájem.

Značku vás zakládalo pět, v posledních 11 letech jste na to sama. Je svět módy tak krušný? Kolik studentů a snílků odhadem v té branži zůstane, ať už na jakékoliv pozici?



Je krušný stejně jako všichni byznys, ale je v něm ta kreativní složka, a to mě baví. Pracuje u mě několik studentů z UMPRUM a ti už moc dobře vědí, co práce designéra obnáší a že je potřeba ji milovat. Pro začínající tvůrce je skvělé třeba jít k některému z designérů na stáž nebo praxi, protože realita se často liší od představ i školních osnov. Někoho to nakopne, někdo odpadne. Je to krásný, kreativní obor, ale je potřeba počítat s tím, že vedení vlastní značky zahrnuje spoustu práce, která není tolik vidět.

V jakém duchu bude těch dalších deset let? Máte nápad, kam značku posunout nebo co skrz své šaty „říkat“?

Značka je stabilní, přirozeně roste a vyvíjí se, zákazníci se pravidelně vrací a komunita se rozrůstá. To je pro mě úspěch a velmi si toho vážím. Momentálně pracujeme s grafickým designérem Mariem Corradinim na redesignu loga Leeda a celé změně vizuální identity, protože chceme cílit i na zahraniční trhy. S tím je hodně práce, jak jste ostatně v Cardionu sami zjistili. I přes nový vizuál chci však pokračovat v tom, co je pro mě důležité – jednoduchost, kvalita, nadčasovost i udržitelnost a perfektní servis. Móda je jeden ze způsobů komunikace. Umí umocňovat i vytvářet emoce a zážitky, a proto je pro mě strašně důležité, aby se zákaznice v modelech Leeda cítily opravdu dobře a sebevědomě.

Leedu si oblíbily ve velkém nejen české, ale i zahraniční celebrity. Pochlubte se, z jaké spolupráce jste vyloženejš poskočila radostí. Byl to jeden z těch „snů“, když jste začínala?

V začátcích nás podpořila nezištně spousta známých osobností, třeba Aňa Geislerová, která nám dlouho předváděla na přehlídkách zcela bez nároku na honorář, protože fandí lokální tvorbě. Měla jsem příležitost setkat se s architektem Janem Kaplickým. S ním jsem se seznámila při spolupráci na svatebních šatech jeho ženy Elišky. Pak ve spolupráci s ním vznikly ještě dvě další kolekce – Leeda Dejavu a Leeda Kaplicky. Měl spoustu zkušeností a byl neuvěřitelně vtipný. Jeho pohled na svět, lidi i na design mě velmi obohatil. A já z toho vlastně dodnes čerpám a často si na něj vzpomenu.

Moc ráda vzpomínám na různé akce s Jenověfou Bokovou. Pro tu jsem navrhla i šaty na loňského Českého lva, kdy byla v devátém měsíci těhotenství, a na



víc celý přímý přenos hrála na housle. Nevěděli jsme, jestli to vůbec dopadne, jestli se miminko nerozhodne přijít na svět dřív. Nakonec to dala v klidu a s přehledem. Byla nádherná a energie měla na rozdávání. Spoustu jsem se naučila, i když jsem dělala styling na natáčeních, kde jsem měla možnost pracovat například s Liv Tyler nebo bývalou Bond girl Olgou Kurylenko. Spousta osobních zážitků, kvůli kterým ta práce stojí za to.

S celebritymi na vašem kontě roste váš věhlas, ale také přibývá klientů, kteří mají vyhraněný vkus nebo konkrétní požadavky. Kde začíná a končí to vzájemné ovlivňování? Je to individuální na základě toho, jak moc si sednete?

Ovlivňováním bych to nenazvala, spíš cestou za společným cílem. Třeba jako v případě paní Danuše Nerudové, kde jsem se podílela na tvorbě jejího šatníku pro prezidentskou kampaň. Je to jako

v každém kreativním oboru, s někým je práce čistá radost a inspirace a někdy se stane, že to jde pomaleji. Každý má jiné tempo a potřebuje svůj prostor, který respektuji. Důležitá je v cíli spokojenost na obou stranách.

Výjimečné šaty pro výjimečnou příležitost nemusí být jen doménou bohatých a slavných. Vaše služba Rental nabízí půjčku řady zajímavých modelů. Jak se ta nabídka vyvíjela v čase a kdo patří mezi nejčastější zákazníky?

Kompletní servis, který dávám známým osobnostem, chci dopřát i ostatním zákaznicím. A cesta půjčovny pro mě byla tedy jak dalším možným krokem k udržitelnosti v módě, tak službou, která v té době, kdy jsem Leeda Rental zakládala, byla běžná hlavně u svatebních salónů, a nikoliv u designérů. Je zbytečné si pořizovat nové šaty jen pro jeden večer. Spousta mých modelů

je variabilních a když se s nimi dobře pracuje, tak se neokoukají. Není pro mě faux pas jít dvakrát na akci ve stejných šatech. Považuji to i za součást postoje k příliš konzumnímu a neudržitelnému způsobu života. Mezi klientky, které si šaty zapůjčí nejčastěji, patří ženy, které jsou i stálými zákaznicemi Leedy. Často jde o ženy z filmového průmyslu a dalších kreativních odvětví, manažerky nebo například právničky.

Když už jsem zmínil Rental, musím vám dát prostor, abyste představila i projekt Metráž, jehož je Leeda součástí od samotného vzniku před deseti lety. Lidé už možná slyšeli pojmy jako pomalá móda, ale Metráž dává druhou šanci nejen látkám a šatům, je to tak?

V mém podnikání bylo pár přelomových chvil, kdy jsem měla pocit, že mi nedává smysl vytvářet další a další věci. Nebylo to spojené s tím, že by se neprodávaly, spíš naopak. Cítila jsem obrovskou únavu a vyčerpání. I proto jsem spoluzaložila s dramaterapeutkou Kateřinou Jungovou nízkoprahovou dílnu Metráždesign,

kteřá poskytuje kreativní prostor ženám, jež se ocitly v krizových životních situacích. Díky Kateřině, která se naplno projektu věnuje, a díky mnoha dalším designérům, kteří se postupně zapojili, pomáháme již desátým rokem. Tvoří se zejména z materiálů, které v různých odvětvích, nejen módním, ale například i automobilovém, vnímají ostatní jako odpad. My ty „odřezky“ bereme a děláme z nich designové šperky, kabelky, doplňky apod. Dnes má Metráždesign.cz i svůj vlastní e-shop.

V čem chodíte doma, když tzv. nikdo nekouká? Jsou Češi a Češky za zmi svých domovů pořád teplákovým národem?

Převážně džíny a košile, a pokud je teplo, chodím bosa. Tepláky nevládním, jen jeden teplákový overal. Já ho miluji, můj muž nesnáší, to je taková partnerská klasička. V zimě totéž, ale dle potřeby přidám vlněné ponožky a svetr.

Udržitelnost je velkým tématem ve všech odvětvích. V tom automobilovém se teď hodně sází na nové

„Od Volva vyžadují to, v čem bylo vždycky nejlepší – tedy dlouhý, prostorný a praktický kombík. Na focení se do něj vejde celá kolekce včetně štenků i steamerů.“



materiály v interiéru. Jaké jsou materiály nové novinky v módě a existuje látka, kterou zatím nelze při návrhu šatů nahradit?

Udržitelnost je hlavně o celkovém nastavení mysli a vědomí zbytečně neplýtvat. Z nenahraditelných látek bych určitě zmínila hedvábi. Ve chvíli, kdy si ho na sebe oblečete, jako by splyne s vaším tělem. Má luxusní vzhled, přebírá teplotu těla, v zimě hřeje, v létě nádherně chladí. Mám ale ráda i materiály funkční, například Therocool, který používám téměř v každé kolekci, tiskneme na něj originální vzory a má mnoho skvělých vlastností.

Na veletrzích jsem pravidelným návštěvníkem „green“ zóny s novými udržitelnými materiály, kde mě baví novinky vyhledávat. Jak jsem řekla, hlavní je pro mě celkový přístup a zodpovědnost v tom, co si zákazník pořizuje, jak často a v jakém množství či kvalitě. I proto mi dává smysl provozovat Leeda Rental.

Pomalou míříme k těm autům. Vnímáte je spíš jako praktický nástroj, nebo jako designérka vybíráte i zrakem, hmatem?

Na prvním místě je pro mě bezpečnost, což Volvo splňuje do puntíku. Cítím se v něm bezpečně, řídím klidně a cestu jako takovou si užívám. Samozřejmě, že i design a funkce jsou pro mě důležité, ráda se obklopuji hezkými věcmi. Od Volva vyžadují to, v čem bylo vždycky nejlepší – tedy dlouhý, prostorný a praktický kombík. Na focení se tam vejde celá kolekce včetně štenků i steamerů. Je to pro nás už druhé Volvo a rozhodně neohodláme měnit dres.

Nezapomenu, když jsme jely na focení s herečkou Barborou Bočkovou a fotografkou Bet Orten. V jejím V70 Cross Country jsme brázdily polní cesty až k opuštěnému lomu, ke kterému jsme trpělivě hledaly jiný přístup než přes plot, a vé-semdesátka se nenechala zastrašit žádným terénem. Je mi sympatická i komunita lidí, kteří Volvo vlastní. Mám pocit, že se na silnicích „volvisté“ chovají vesměs ohleduplně, což se často nedá říct o řidičích různých prémiových německých značek. Majitelé vozů Volvo jsou prostě většinou sympatíci a ne nadarmo se říká, že Volvo je značka architektů, umělců a filmařů. Když nad tím tak přemýšlím, spadá do té skupiny řada mých známých a kamarádů. Možná i proto se ve Volvu cítím tak dobře. Jsem mezi svými. ●

Tipy našich expertů

Našich kolegů jsme se zeptali na to, co je v naší nabídce v uplynulých měsících zaujalo nejvíc, případně by to chtěli zákazníkům blíže představit. Tady jsou jejich odpovědi.



Veronika Pokorná / prodejce
Cardion Cars Průhonice

„Můj aktuální favorit je Volvo EC40 Black Edition. My umíme nejhezčí černou metalízu a tady na tom autě hraje černá hlavní roli. Maska i všechny nápisy jsou v téhle barvě, což upoutá pozornost na první pohled. Obří kola dotvářejí výsledný dojem a v konfigurátoru si podobné auto nepostavíte, takže barevná kombinace je jenom doménou Black Edition. Máme ji na showroomu a lidé se u ní zastaví, protože ten wow efekt je nepochybný. Navíc EC má ten sexy zadek, který ale paradoxně vůbec neubírá auto na prostoru, zevnitř je v některých ohledech praktičtější než některé větší modely. Proto jsem ráda za tuhle černočernou verzi, protože do ní lidé nakukují, sednou si dovnitř a s překvapením zjistí, jak je to auto veliké.“

Tomáš Zechmeister / vedoucí servisu
Cardion Cars Brno

„Proaktivně zákazníkům nabízíme nejvyšší stupeň ochrany laku, tzv. sklokeramickou ochranu. Jde o komplexní štít proti nečistotám, ale i větvičkám nebo kamínkům, který vydrží až dva roky. Jeho aplikace je poměrně náročná, vůz se musí ručně umýt, chemicky a mechanicky dekontaminovat. Pak auto leštíme v několika cyklech, lak odmastíme a na závěr nanášíme ochranu. Není to na počkání, ale při správné péči vám sklokeramika skutečně vydrží dvě sezóny. Jen se musíte vyhýbat kartáčovým myčkám, ideální je ruční mytí s pH neutrálními šampóny, ostatně mytí zákazníkům se sklokeramikou nabízíme i my přímo na pobočce, kdy používáme i demineralizovanou vodu, abychom ten ochranný film zachovali v plném rozsahu.“



Roman Kačírek / prodejce
Cardion Cars Dejvice

„Volvo EX30 je samo o sobě designový skvost, ale mě na něm hodně baví portfolio barev, konkrétně tedy tahle světle modrá jménem Cloud Blue. Víím, že na všech propagačních fotkách Volva je u EX30 ta křiklavě žlutá (Moss Yellow), která autu neuvěřitelně sluší, ale je to taková volba extrovertů. Oproti tomu Cloud Blue na první pohled vypadá jako bílá, ale ve skutečnosti jde o velmi rafinovaný odstín. My ho na showroomu schválně máme vystavený vedle sněhobílého Volvo XC60, aby je zákazník mohl porovnat, a většinou zvednou obočí, když si ten nepatrný rozdíl uvědomí. Jakmile máte to srovnání, už si ty dvě barvy nespletete. Nově se odstín nabízí i u EX/EC40, ale stále jde o velmi unikátní záležitost.“



**Šijeme na míru
pro SK SLAVIA PRAHA**

www.lepremier.cz

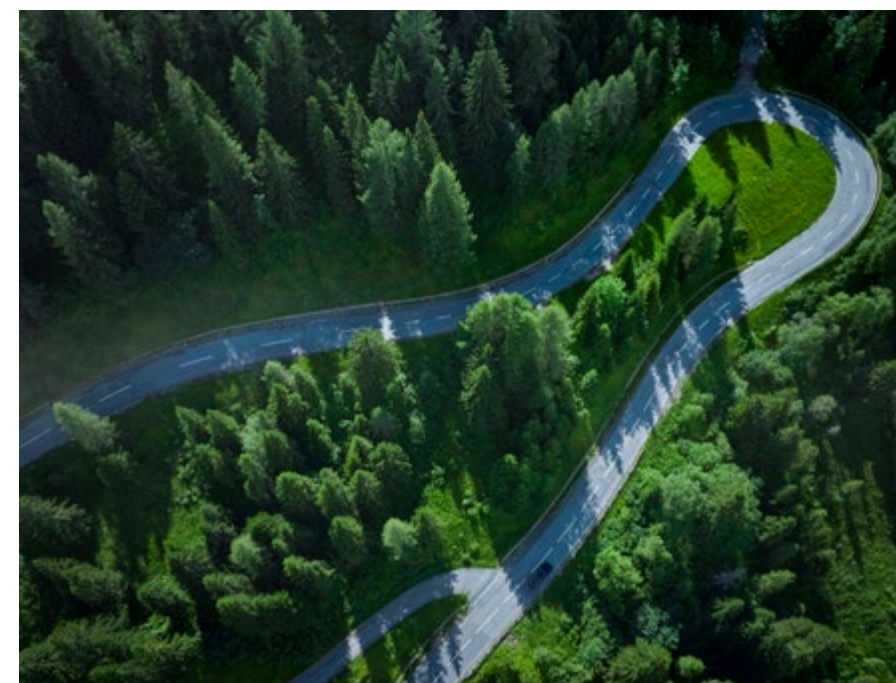
LE PREMIER
Made to Measure



Královna asfaltových špaget

Do Mekky vysokohorských silniček pod rakouským Grossglocknerem zamířilo fotografické duo BoysPlayNice s naším Volvem V90 Cross Country. Proč? Protože tam každý jednou musí, jde o poutní místo všech evropských motoristických fandů.

Text Václav Rybář Foto BoysPlayNice



Grossglockner Hochalpenstrasse je nejslavnější alpskou silničkou široko daleko. Ano, díky pořadům jako Top Gear jí sebral trochu popularity italský průsmyk Stelvio nebo rumunská horská silnice Transfagarasan, ale Grossglockner zůstává destinací s fantastickými výhledy, špičkovým asfaltem, pokročilou kulinární tradicí (jak byste se jistojistě dočetli v časopise Kurven und Knödel neboli Zatáčky a knedlíky) a příjemnou průchodností. Vzdálenější švýcarské průsmyky jsou většinou mnohem užší, příliš zakroucené Stelvio je plně cyklistů trénujících na Tour de France. Grossglockner patří především motoristům, však je také na vrcholu Hochtor ve výšce 2504 metrů nad mořem automobilové museum, v němž najdete vůz Steyr 100, v němž v roce 1934 jako historicky první zdolal Vysoké Taury místní hejtman

Franz Rehr a stavbyvedoucí již téměř dokončené alpské silnice, pan Franz Wallack.

„Popravdě jsem si význam téhle cesty uvědomil až na místě, když jsem viděl ty zástupy lidí v nablýskaných veteránech a srazy nejrůznějších značek či modelů, rozesté kolem parkoviště na vrcholu průsmyku,“ popisuje výlet na Grossglockner Jakub Skokan. Téměř devadesátiletá historie osmačtyřicetkilometrové trasy o 36 zatáčkách navazuje na obchodní horské stezky, po nichž do srdce Evropy putovaly nože, šperky a dokonce i sochy. Na stavbě silnice, která při pohledu shora může připomínat právě špagetu, nebo zašmodrchaná sluchátka, se vystřídalo tři tisíce dělníků. Pět let od prvního úderu krumpáčem vyjely mezi místní panoramata první automobily. „Je to ikonická silnička, jde také o cíl mnoha fotografů, takže nás to přirozeně lákalo. Nás baví krajina stejně jako architektura, takže občas podobnému výletu prostě neodoláme,“ vysvětluje Skokan, proč padla

volba právě na Grossglockner. „V90 Cross Country je absolutně komfortní vůz a ochotně zvládnul i ty zatáčky. Podvozek je skvěle vyvážený pro cestování napříč kontinentem, ale dokonce i Cross Country verze v těch vlásenkách krásně držela stopu. Jak je V90 široké a nízké, nabízí nečekanou dynamiku i v členitém terénu,“ chválí Jakub Skokan výběr vozu. „Tohle auto má hned několik pozoruhodných úhlů. My totiž fotíme auta jinak než je zvykem. Jako součást krajiny či architektury, často jako vetřelce v té scéně, a nikoliv hvězdu v hlavní roli. Grossglockner jsme si v klidu projeli a vytipovali vhodná místa na focení. Občas jsme zaparkovali a prostě čekali, až se dostaví inspirace. Třeba ve formě havrana, který proletěl před objektivem a zajistil kouzlo okamžiku,“ popisuje Skokan jednu z pořízených fotografií.

Trpělivost je na podobných alpských silničkách důležitá. V motoristických pořadech vidíte, jak se tu moderátoři prohánjí ve sportovních vozech na uzavřené

komunikaci. V běžném provozu o tom lidé jen marně sní. Jezdit sem závodit by však bylo i při ideálních podmínkách bláhové. Tohle je udržovaná široká silnice, která přímo vybízí ke kochání se okolní přírodou. Ve výletním tempu míjíte rozkvetlé louky, slyšíte pronikavé pištění horských svišťů a zastávka na vrcholu vás odmění rozhledem na sedmatřicet tisícovek a několik nezadržitelně tajících ledovců.

Odjezdem do údolí nic nekončí, ba naopak. V Heiligenblutu se ohlédnete a při dobrém počasí uvidíte pohlednicový výhled na horu, kterou jste se pokoušeli za volantem zdolat. Nejlepší výhled na alpské velikány je z dálky, ideálně za oknem vynikající restaurace, kde si uvědomíte, že jste z vyhlídky špatně odbočili a musíte přes alpské velikány ještě jednou, abyste to pak vzali přes Kaprun a Salcburk zpátky domů. Zajížďka? Za volantem Volvo V90 Cross Country spíš pozvánka k dalšímu dobrodružství v duchu hesla „cesta je cíl“. ●

Grossglockner je s 3798 nadmořskými metry nejvyšší horou Rakouska. Není bez zajímavosti, že za Rakouska-Uherska byl nejvyšší horou monarchie Ortler (3905 m.n.m.). Ten však po jejím rozpadu připadnul Itálii.



Text Ondřej Kinkor
Foto Tomáš Třeštík

Karel Stolejda & Martin Veselý

Na elektromobilitu vás připravíme

Když slavíte patnáct roků, toužíte po dárku, který odpovídá významu výročí, od něhož se odráží směrem k dospělosti. Karel Stolejda a Martin Veselý, spolumajitelé Cardion Cars, takový dárek své firmě dali. A ne jeden, rovnou tři.

Značka Volvo cesty Stolejdy a Veselého poprvé spojila před jednadvaceti lety, před patnácti roky je pak pevně provázala, a pokud v následujících letech nikdo nepřijde s pomyslnou sekerou v ruce, aby tohle partnerství od sebe oddělil, jejich byznysový a kamarádský vztah má zřejmě několik dalších dekád před sebou. Je na co navazovat, protože když zůstaneme jen u posledního roku, bavíme se o víc než třech a půl tisících prodaných aut, pěti miliardách tržeb a desítkách tisíc servisovaných vozů. Každé třetí Volvo na českých silnicích začíná svou cestu v dealerstvích Cardion Cars. I firma, jíž se daří, ale někdy potřebuje refresh. Jednoduše proto, aby mohla být ještě lepší.

Jak jste se vy dva vlastně potkali?

M. V.: Byli jsme konkurenti v rámci dvou dealerství značky Volvo. Poprvé jsme se viděli někdy v roce 2003 a padli jsme si do oka. Začali jsme se přátelit, až se to přetavilo v to, že jsme v roce 2009 spolu začali podnikat.

Máte své stoly v jedné kanceláři.

Máte to tak od začátku?

K. S.: Je to tak a měnit to nebudeme, byť jsme každý úplně jiný.

Jací?

M. V.: Já jsem ten kladný, Karel je ten záporný (smích).

K. S.: I když jsme každý jiný, nikdy jsme se ale pořádně nepohádali. Naučili jsme se respektovat chyby toho druhého. Je to něco jako dokonalé manželství, kdy se i přes nějaký nesoulad pokaždé na konci dokážeme domluvit.

Přesto jste ale letos dotáhli změnu řízení firmy...

M. V.: Máme nového ředitele a minoritního společníka, který výkonně řídí všechny firmy, které spadají pod Cardion Cars, což je náš nový název. My jsme se

stáhli do představenstva a řešíme hlavně dlouhodobé strategické plány.

Proč se to odehrálo?

K. S.: Děláme to spolu patnáct let a firmě jsme dávali první poslední. Prostě jsme firmou žili. Loni jsme se ale dostali do fáze, kterou si řada podnikatelů neumí uvědomit, kdy jsme si všimli, že jsme svým způsobem unavení, a hrozilo, že by to mohlo firmu trochu brzdit. Tím, jak jsme ve vedení dva, vždy to fungovalo tak, že si všechno musíme navzájem odargumentovat. A ten, co chtěl něco prosadit, musel udělat maximum, aby toho druhého přesvědčil. Tím jsme se vyhýbali chybám, ale začalo nás to zdržovat.

M. V.: Něco podobného jsme zažili už jednou někdy před osmi lety, kdy jsme si najali poradenskou firmu, která nám pomohla s restrukturalizací. To nás nakoplo, a my jsme pokračovali dalších šest sedm let, než jsme přišli na to, že jsme zase v podobné fázi a je znovu potřeba s tím něco dělat. Ideálně někomu svěřit výraznou část pravomocí.

K. S.: Přiznat si ale to, že by firmu mohl někdo řídit lépe než my, je hodně těžké.

Znovu jsme si najali poradce, který nám s tím pomohl. Jeho lidem jsme řekli, že se chceme z vedení stáhnout, byť ne úplně. Zároveň jsme ukázali na kolegu, ze kterého jsme chtěli udělat výkonného ředitele celé firmy a minoritního společníka.

Kouč ho pak „učil“ být generálním ředitelem, který nám bude umět reportovat dostatek informací, abychom neměli důvod mu do toho zasahovat. Nás zase musel vytrénovat v tom, abychom věděli, na jakých konkrétních poradách máme být, jak získávat potřebné informace a jak do firmy zasahovat. Dnes tak nechodíme na všechny porady, ale jednou za měsíc se účastníme porady představenstva, kde nás dílčí ředitelé informují o tom, co se děje a co se bude dít. My k tomu pak přidáváme naše názory. Jednou týdně pak máme s generálním ředitelem poradu jen ve třech, kde se bavíme o hlavním směřování.

Má taková proměna řízení ale nějaký vliv na zákazníky?

K. S.: Chceme, aby se zákazník dozvěděl, že jsme velcí. Začínali jsme s deseti lidmi a dnes nás je skoro čtyři sta. Záro-

veň ale nechceme být velká korporace, takže za každou cenu chceme zachovat principy, kdy máme strukturu řízení, která je udržitelná, funkční a profesionální.

M. V.: Hlavně jsme ale získali čas, abychom se mohli věnovat tomu, co se klientů přímo týká. Získali jsme nadhled, neztrácíme čas operativou, ale věnujeme se strategickým věcem. Máme možnost chodit mezi klienty, se kterými si můžeme v showroomech povídat a získat tak mnohem větší povědomí o jejich potřebách. Stejně tak se víc můžeme bavit s našimi zaměstnanci a komunikovat s nimi jinak než na denní bázi. Mít luxus v podobě volného času, kdy můžeme vyjít z kanceláře, je hrozně důležité.

Na co se zaměřujete?

K. S.: Máme produkt stejný jako každý jiný prodejce. Čím se ale snažíme odlišit, a teď s ještě větším důrazem, jsou výjimečné služby. Chceme, aby jejich prostřednictvím mezi zákazníkem a námi vznikl vztah, díky kterému s námi zákazník zůstane.

S tím souvisí i váš slogan Maximálně osobní?

K. S.: Je to tak. Chceme být maximálně osobní ve všech rovinách. Směrem k zákazníkovi, který se u nás bude cítit maximálně osobně. A chceme, aby to maximálně osobní bylo i mezi zaměstnanci.

Máte nějaký konkrétní příklad?

K. S.: Vezměme si třeba podepisování nějakých listin. Může jich být deset, ale pak je otázka, jestli to je maximálně osobní, když se musíte probírat horou papírů. Je nutné, aby to zákazník dělal? Jak se u toho bude cítit? Není toho moc? Nebude ho to zdržovat? To je ta zákaznická stránka. Pak je tu ta zaměstnanecká, kdy ty papíry někdo musí zpracovat, archivovat. A zase se ptáme: Je tahle administrativa efektivním využitím jeho času? I proto jsme hodně času věnovali digitalizaci a automatizaci podobných procesů. Vše je transparentní a pohodlnější pro obě strany.

Základem je zjišťovat, jak se lidé ve spojení s naší firmou cítí, a podle toho procesy upravovat. Celé je to o emocích, což je něco, co je s nákupem auta spoje-

Karel Stolejda

První zkušenosti sbíral za volantem Škody Rapid a Hondy CRX. Teď se těší, až se mu do garáže nastěhuje zbrusu nová vlajková loď Volvo EX90, kterou bude mít mezi prvními v ČR.





né. Auto si kupujete, protože se vám líbí. Jste z něj nadšený. A když přijdete do showroomu, je tam usměvavá recepční, auto, které se vám líbí, a fajn prodejce, který vám ho prodá. Máte úžasný pocit a všechno je dokonalé.

M. V.: Ale pak je stříh a jedete do servisu. To je situace, kdy pozitivní emoce obecně chybí. Máte odřené auto, stojí vás to čas, peníze... A vy se jako zákazník z podstaty cítíte špatně. My se vám to ale ze všech sil budeme snažit zpříjemnit. Když k nám vstoupíte, pořád tam bude ta sympatická recepční, váš osobní servisní technik, oheň plápolající v krbu, hezká kavárna, občerstvení zdarma. Příjemné prostředí s příjemnými lidmi, nikoliv místo, kde byste se báli, že vám někdo vynadá, co jste s autem provedli. Mimo chodem i proto pořád trváme na tom, že ve firmě máme poslední slovo při přijímání zaměstnanců, kteří přijdou do přímého kontaktu se zákazníkem. Věříme, že za ty

roky už dokážeme poznat, jestli dotyčný bude fungovat tak, jak si představujeme. Zážitek u nás by měl být takový, jako když například přijdete ke konzultantovi nadnárodní poradenské společnosti, který se vám maximálně věnuje, což se pozná třeba tak, že během doby, kdy s vámi mluví, nikomu nezvedá telefon nebo mu další člověk nervózně neklepe na rameno. Je tu jen a jen pro vás.

Druhou velkou změnou je nový název Cardion Cars. To se odehrálo proč?

K. S.: Chtěli jsme udělat další krok k dospělosti firmy. Ostatně i samotné Volvo nedávno zmodernizovalo logo, tak jsme si řekli, že je řada i na nás.

Proč jste zvolili právě Cardion Cars?

M. V.: Začnu ohlédnutím do minulosti. Pojmenování s místními názvy, tedy Auto Průhonice, Auto Dejvice a Auto Stodůlky, vznikla historicky s tím, jak

Martin Veselý

Velká rodina vyžaduje velké auto, takže u Veselých se sází při výletech na velká SUV jako je Volvo XC90. Martin osobně však miluje kupé a kabriolety, takže občas rád zavzpomíná i na starší vozy značky.

„Pro nás je důležité, aby zákazníci věděli, že všechna dealerství patří do jedné skupiny s jednou filozofií, díky čemuž to, co zažívají v jednom autosalonu, zažijí i v těch zbývajících.“

firma rostla. Výjimkou bylo Brno, kde se pobočka jmenovala Auto Cardion, jelikož naši spoluinvestoři bratři Nekudovi mají firmu Cardion zaměřenou na kardiologii a neurochirurgii, a ta značka byla v Brně a okolí známá a fungovala.

K. S.: Založili jsme čtyři úspěšná dealerství, která ale neměla společnou identitu, kvůli čemuž se v tom lidé trochu ztráceli. Někdy si i mysleli, že jde o různé firmy. Pro nás je důležité, aby věděli, že všechna tato dealerství patří do jedné skupiny s jednou filozofií, díky čemuž to, co zažívají v jednom autosalonu, zažijí i ve zbývajících. Všechny ty autosalony patří k sobě. Se stejnými službami, přístupem k zákazníkům a vším, co k tomu patří. To samozřejmě platí i pro naše další brandy Albion Cars, který se zaměřuje na značky Jaguar a Land Rover, a nově také Orbion Cars, který prodává značku MG.

A rovnou jste si objednali třetí narozeninový dárek – nové logo a vizuální identitu, které pro vás dělalo grafické studio Aleše Najbrta...

M. V.: Když něco děláme, děláme to naplno. Řekli jsme si, že i rebranding chceme udělat nejlépe, jak to jen jde, což poměrně logicky vedlo k tomu, že jsme hledali toho nejlepšího člověka v Česku, a to je Aleš Najbrt. Vytvořil moderní logo ve tvaru stylizovaného srdce, které se prolíná v různých variantách dealerstvími jednotlivých značek v rámci skupiny a sjednocuje je.

Jak vznik logo probíhal?

K. S.: Na několika schůzkách jsme Aleši Najbrtovi odvyprávěli historii, hodnoty společnosti, co mělo vyjadřovat staré logo, jací jsou naši zákazníci apod. Za tu dobu poznal i nás. Pak nám ukázal osm různých variant, od konzervativních až po nejprogressivnější. A právě tu nejodvážnější jsme si vybrali.

Probrali jsme, co je za vámi. Před vámi a vašimi zákazníky je ale elektromobilita.

M. V.: Máte pravdu. Už jsme skončili s prodejem dieslových verzí a nějakou dobu budeme ještě nabízet benzínové modely. Dominanci ale přebírají hybridní varianty a časem to budou elektromobily.

Jak na to zákazník připravujete?

K. S.: Prostřednictvím zkušebních jízd jim umožňujeme, aby si elektromobil zkusili, aby z něj neměli obavy. A vedle toho jim nabízíme pomoc s dalšími službami, typicky s instalací domácí dobíjecí stanice nebo konzultacemi v souvislosti s dotací na pořízení elektromobilu.

Je důležité odbourat strach z neznámého. Ať už vlastní zkušeností, nebo sdílením zkušeností jiných zákazníků. A je také důležité vysvětlit, že o elektromobilu a jeho používání je potřeba uvažovat jinak. Pokud se pohybujete hlavně ve městě a nemáte velký denní nájezd, je pro vás ideální model EX30. Pokud se ale přesouváte na delší vzdálenosti i mimo Česko, pak je lepší si počkat na EX90, které bude mít dojezd na jedno nabití až 600 kilometrů. Další modely pak budou postupně přibývat.

Přijmou volivší novou éru?

M. V.: Nemám obavy, že by to bylo jinak. Přirovnávám to ke konci éry tlačítkových mobilních telefonů. Spousta lidí říkala, že telefony s dotykovým displejem nepřijmou, ale podívejte se, jak to dopadlo. Je fakt, že u telefonu hodně pomohl entertainment, který s ním jeho majitel dostal, ale podobně to bude i u elektromobilu. Čím víc automobil bude spolupracovat s vaším telefonem a domácností, tím víc bude neoddělitelnou součástí vašeho světa. Teď to možná zní příliš futuristicky, ale taková budoucnost je doslova za rohem.

K. S.: Já si myslím, že velkým propagátorem elektromobility budou ženy.

V elektromobilu se nemusí řadit a kromě dobíjení, které se odehraje přes noc v garáži, nic dalšího technického neřešíte. Už jenom to, že není potřeba jezdit tankovat, je pro spoustu žen argument ve prospěch elektromobilu.

A co ti, kteří se elektromobilům budou snažit vyhnout?

K. S.: Tušíme, že tady bude relativně velká skupina majitelů spalovacích vozů, kteří se je budou snažit udržet v provozu co nejdéle. Když si dnes koupíte nové spalovací auto, můžeme se bavit klidně o nějakých patnácti letech provozu. Proto jsme už začali pracovat na tom, abychom takovým zákazníkům byli schopni nabídnout pomocnou ruku.

Jak?

M. V.: Budeme muset delší dobu držet víc starších náhradních dílů, ale i mechaniky, kteří budou umět spalovací auta udržovat a opravovat. To je to hlavní, co můžeme nabídnout, byť to pro nás bude znamenat náklady navíc, protože vedle toho budeme muset mít i mechaniky specializované na elektromobily, kteří potřebují jiné vzdělání, než jaké dnes klasický automechanik má. To v praxi znamená, že provozování servisu pro nás bude nákladově dražší.

Takže se to projeví na cenách servisních prací?

K. S.: Ono už se to pomalu děje, ale zatím se to snažíme zpomalovat, jak to jen jde. Nicméně doba, kdy se bude cena za servisní práce zvyšovat, musí zákonitě přijít, což se rozhodně netýká jen nás. Je to problém celého segmentu. Na druhou stranu zákazník s elektromobilem oproti tomu se spalovacím vozem absolvuje servisních prohlídek výrazně méně. Tím se celková částka vydaná za servis elektromobilu ve srovnání se spalovacím vozem dostává do rovnováhy. ●



Volvo Pit Stop už i v Dejvicích

VPS servis je nově certifikovaný na všech pobočkách Cardion Cars

VPS – Volvo Personal Service je novým servisním standardem, který chceme svým zákazníkům nabídnout na všech pobočkách. V září se nám tento cíl podařilo splnit, protože jsme certifikaci získali nejen v Dejvicích, ale i ve Stodůlkách. Systém VPS je postavený na osobních technících, kdy má každý zákazník přiděleného toho svého, s nímž se setkává hned po příchodu do servisu. Jeho osobní technik se mu o vůz nejen stará, ale také s ním po celou dobu opravy komunikuje, přebírá a předává auto, takže ví o problému a jeho řešení první poslední. Výhodou je větší důvěra klientů a eliminace rizika případného nedorozumění. „Kromě těchto praktických pozitiv VPS systému hodnotím kladně také to, že je to celé osobnější a můžeme si tak lépe budovat vztah s našimi klienty,“ říká

vedoucí servisu Cardion Cars Dejvice Miroslav Besperát.

Osobní technici pracují na každé servisní zakázce ve dvojici či v týmech, podobně jako v závodních pit stopech. Hlavní předností tohoto přístupu je rychlejší průběh a vyšší efektivita servisu. To znamená, že většina servisních prací bude hotova do hodiny. I proto se snažíme ve všech pobočkách nabídnout posezení a občerstvení, kvalitní Wi-Fi a dostatek čti, aby u nás mohli strávit čas efektivně a podle svých potřeb.

„Certifikaci VPS systému v dejvicke pobočce dosud bránila architektonická omezení budovy. Ta se ale podařilo vyřešit a komfort zákazníků se tak posunul opět na novou úroveň. „Museli jsme kvůli tomu stavebně předělat prostory servisu. Vybudovali jsme novou přijímací místnost v servisní zóně, kde

nechybí prosklená stěna přímo do dílny, a zákazníci tak mohou vidět přímo na opravu svého vozu,“ popisuje Miroslav Besperát. Další vychytávkou, jakou v Dejvicích najdete, je možnost sledovat dění v servise také na televizní obrazovce z pohodlí odpočinkové zóny na showroomu. Toto řešení vychází i z toho, že se Cardion Cars Dejvice nachází v několika budovách. U nově postavených poboček v Čestlicích a ve Stodůlkách je odpočinková zóna od té servisní oddělena pouze panoramatickým sklem, takže zákazník má možnost svůj vůz sledovat po celou dobu opravy. ●



VIDEO

Text Václav Rybář Foto Marek Musil



Volvo je Miláček

Bezprostřední fotky Tomáše Třeštíka a krátké poddoteky mezi stiskem spouště mnohdy odhalí víc než pečlivě připravované rozhovory. I proto jsme debatu mezi Tomášem a panem Miláčkem přetiskli tzv. bez filtru.

Text Tomáš Třeštík Foto Tomáš Třeštík



Tome, máme pro tebe tip na prima kluka, má dvě starý Volva v nádherném stavu. Akorát asi budeš mít trošku problém, jak si ho uložit do telefonu. Většina z nás ve firmě si klienty ukládá prostě pod příjmením, u něj je to ale trošku vošajstlich, jmenuje se totiž Miláček. Já ho mám jako „Pan Miláček – dvě starý Volva“, abych z toho neměl u manželky oplétačky. Tak takhle to celé začalo. Uložil jsem si to číslo jako „Miláček Volvo“ a domluvil se na návštěvě.

Rodinné domek pár desítek kilometrů za Prahou. Vrata otevře překvapivě mladé usměvavé kluk, hned za vrata má zastřešené stání a tam nepřehlédnutelný dvě starý červený Volva. Téměř identický.

Třeštík: „Tyjo, proč máte dvě skoro stejný auta?“

Miláček: „To se většinou zeptá každý. Úplně stejný nejsou, tohle je 240GL z roku 1990 a tohle je taky 240GL, ale z roku 1992.“

T: „Lišej se vůbec něčím?“

M: „No jasně! To starší má chromový lemování, novější má kolem oken obyčejnou černou gumu, to novější má centrální zrcátka v elektriku a s vyhřevem, no je toho víc...“

Stejně si za celou dobu návštěvy nejsem schopnej zapamatovat, který je který a o kterém zrovna pan Miláček mluví.

T: „No a proč jsou obě červený?“

M: „Vlastně náhodou. K Volvům jsem se dostal přes bratránka, máme k sobě hodně blízko. Měl krásnou tmavě zelenou 245 z roku 1990, vždycky se mi líbila. K Volvům obecně jsem si vytvořil vztah už tehdy, když mě v něm jako desetiletého vozil. Vyprávěl, že mu nejdřív to auto moc nesedlo, ale časem si ho zamiloval a pak litoval, že ho prodal, protože jinak by prý určitě skončilo u mě. Já jsem ale naštěstí celkem šetřivej, od jedenácti jsem si dával peníze z brigád stranou, od patnácti už jsem věděl, že to bude na auto. Hned po tom, co jsem si udělal řidičák, jsem šel právě za bratránkem, že potřebuju pomoci vybrat auto. Řekl mi, ať pár dní počkám, že už se to řeší. No a pak jsem jednou přišel domů a ta červená 240 z roku 92 stála v garáži. Sehnal ji ve Švédsku. Zajel pro ni s kamarádem, omrknul ji a rovnou se s ní vrátil. Asi tím chtěl trošku vykompenzovat, že jsem nemohl zdědit tu jeho zelenou 245.“

Volvo 240GL

Legendární „hranu“ vyráběla automobilka od roku 1974 do roku 1993. Celkem za dvacet let sjelo z linek půl druhého milionu sedanů, téměř milion kombíků a čtvrt milionu kupé. Ze začátku jste podle názvu mohli identifikovat počet dveří a válců - 242 bylo kupé se čtyřválcem, 264 sedan s šestiválcem, v textu zmíněná 245 pak legendární bezedný a nezníčitelný kombík. V pozdější fázi výroby už se všechny vozy jmenovaly 240, přičemž GL bylo Grand Luxe, druhá nejvyšší možná výbava. Závodní fanoušci si dodnes pamatují „létající cihlu“, slavnou 240 Turbo, která proháněla mnohem aerodynamičtější vozy s okruhovým rodokmenem.

T: „A kde se vzalo to druhý?“

M: „No, to bylo tak, že ségra jednou ťukla svý auto. Ťukla ho tak, že s tím už nešlo nic moc dělat, tak jsme začali řešit auto pro ni. Šel jsem zase za bratránkem a on říká – nic neřeš, už to mám vymyšlený. Dostane tu tvoji 240. Je to bezpečný a solidní auto. A co já, zeptal jsem se. Tobě už jsem sehnal novou. Taky červenou, a navíc o dva roky starší! Že jsou obě červený, je fakt náhoda, ale vlastně mě to baví.“

T: „Takže vy jezdíte tím z roku 90 a ségra tím z roku 92?“

M: „Jo, přesně tak. Ale starám se o obě.“

T: „A máte jedno z nich radší?“

M: „Jasný, samozřejmě to svoje, to starší.“

T: „A máte nějaký vysněný vintage auto? Bez omezeného budgetu?“

M: „Jasný. Volvo Amazon 122, dvoudveřový, z roku 1966.“

T: „A vysněný moderní auto?“

M: „Taky bez velkého přemejšlení – to, co máte vy, XC90. Chvilí jsem s tím jezdil a je to strašně pohodlný auto.“

T: „Co vlastně děláte?“

M: „Vystudoval jsem na střední IT, pak ČVUT – obor umělá inteligence, nedávno jsme s kamarády založili firmu a věnujeme se vývoji softwaru apod.“

T: „Hele, a poslední věc – nebude vám vadit, že použijeme v tom textu vaše reálný jméno?“

M: „Nebude, klidně ho použijte, jsem zvyklý, že to lidi pobaví. Tak jednou za měsíc nebo za dva mě v noci probudí nějaká něžná esemeska plná překlepů od nějakého nalitého kámoše, kterej se mi pak druhej den vždycky omlouvá, že to chtěl poslat svý holce...“ ●



Šárka Heyna Fuchsová

Dánové hledají způsoby, my zatím jen důvody

Text Václav Rybář Foto Marek Musil

Šárka Heyna Fuchsová se po čtyřech letech strávených ve vedení dánské pobočky Volva vrací do vedení té české. Jak se prodávají auta v sousedství švédské „základny“ a proč je elektromobilita definitivou, které nemá smysl bránit.

Vracíte se ze světa, kde jste měla čtyři roky na starost značku na dánském trhu (což zahrnovalo i Grónsko a Faerské ostrovy). Dala by se vaše zkušenost se specifiky prodeje na tamním trhu nějak shrnout?

Dánsko je počtem obyvatel menší než my (5,8 milionů obyvatel), ale aut se na něm prodá podobně jako u nás (cca 200 tisíc ročně). Historicky jde o trh zatížený vysokými daněmi, až do hodnoty 150 % ceny vozu bez DPH, což ovlivňuje typ prodávaných vozů. Nejpopulárnější jsou malá městská auta. Elektromobily jsou masivně zvýhodněny, takže se během několika let Dánsko díky této politice dostalo mezi lídry v elektrifikaci. Až 70 % nových vozů jsou elektromobily. Volvo v roce 2022 na dánském trhu v podstatě přestalo prodávat auta tzv. bez kabelu a od té doby činí elektromobily 95 % veškerých objednávek.

Musíte si uvědomit, že ve vládě sedí sociální demokraté už tři období za sebou, takže mají možnost tu elektrifikaci skutečně prosazovat kontinuálně. Společnost je na to dlouhodobě připravována, je tu inspirace ze sousedního Norska, kde skutečně velmi agresivně s podporou elektromobilů šli do čela nejen v Evropě, ale celkově ve světě. Oni mají tedy trochu jiný systém pobídek, kdežto Dánové jdou cestou zvýhodnění. Obojí funguje, ale ten skutečný klíč je v nastavení společnosti, což jsem pochopila zejména po návratu domů.

Tady jsme s elektromobilitou stále na noze. Hledají se důvody, proč to nejde, zatímco v Dánsku ta společenská diskuze vlastně proběhla velmi rychle. Oni si řekli, že je to tak správně, a pak začali hledat způsoby, jak toho docílit. Těžko se to popisuje, ale tam je ohromná historie vnitřní hrdosti. My mluvíme o skandinávském designu a házíme všechny ty země (Dánsko,

Švédsko, Norsko, Finsko) trochu do jednoho pytle, ale to, co se nám líbí na skandinávském nábytku, jednoduchých liniích, ergonomii, to je vlastně primárně původem dánské. I to slavné „hygge“ je dánské a částečně norské, jak jste zmínil ten norský trh, tak se dá říct, že Dánové si s Nory rozumí úplně nejvíce. I proto se zdá, že v té elektromobilitě táhnou za jeden provaz.

Co jste si z dálného severu odvezla vy osobně, ať už co do zkušeností nebo suvenýrů?

Já jsem byla úplně nadšená z toho moře. Je to klíšé, protože my Češi suchozemci jsme asi vždycky tím modrým nekonečným fascinovaní, ale ten pocit, že ho má člověk v Kodani na dosah - a Dánsko má toho pobřeží celkově neuvěřitelně hodně - tak jsou ty pláže vlastně vylištěné. Říká se, že v průměru má každý Dán k moři cca 30 kilometrů, takže ho tam nikdo nepovažuje za luxus nebo něco výjimečného. Přiznávám, že je ta voda studená, ale ten pocit, ten výhled. To mi v Praze chybí.

Přivezla jsem si pohovku a lampu, obojí ikonické designy, ale to „hygge“, to si prostě nepřivezete. Je to celkové nastavení a mentalita. Můžete zkusit podle toho žít kdekoli na světě, ale ono se to proplétá celou společností. V byznysu to dánské bohemství ale občas může být na škodu. My jsme v Česku mnohem hladovější, máme tah na bránu a snahu doběhnout ostatní, což je dáno i naší historií, těmi osmičkovými milníky - 1938, 1948, 1968. Oni si tam žijí v klidu víc než století a dostali se do té fáze komfortu, který je zajištěn i tím vysokým zdaněním, kdy si mohou ten život opravdu užívat, vědí, že mají robustní sociální systém a soustředí se na kvalitu žití. Všichni by to tak chtěli mít, ale naladit se na to, když přijдете zvenku, docela dlouho trvá.

Na druhou stranu pak takovým nastavením snadno zatřesou externí vlivy. Ať už to byl covid, nebo invaze ruských vojsk na Ukrajinu, tak ta první reakce tady byla velmi výrazná. Např. ruská agrese, ačkoliv kilometrově vzdálená, na několik měsíců způsobila velkou nejistotu na trhu s realitami. Lidé dokonce v týdnech následujících po prvním útoku v Kodani přestali chodit do restaurací. Celý národ byl otřesen mnohem víc než třeba během finanční krize v roce 2008.

Když jste odjížděla, dávala jste nám rozhovor a mj. jste zmiňovala, že vás zajímá původ hesla „pije jako Dán“. Co jste zjistila?

Že Dánové toho na hlavu vypijí méně než my, ale konzumují alkohol v předem domluvených situacích a jdou do toho skutečně naplno. Bohužel to má mnohdy šílené konce, kdy zejména mladí pijí do bezvědomí. Jeden zážitek za všechny, v listopadu 2023 mi volala policie, že mám v garáži zaparkované cizí auto. Já v té době nebyla doma, ale namol opilý mladík na křižovatce proletěl rovně, projel ve vysoké rychlosti mým plotem i zahradou a skončil v prázdné garáži. To přísloví jsem tedy poznala na vlastní kůži. Oni nemají záklopku, mixují všechn alkohol jako by neexistoval zítřek. Je těžké s nimi držet krok, ale zase je pravda, že při podobných jízdách jsou všichni neobyčejně družní. Je to něco za něco.

Prožila jste v Dánsku i covidové lockdowny. Stýskalo se vám po rodné hroudě?

Stýskalo, ale když jsem četla, jak to tady probíhalo, tak jsem vlastně byla ráda, že podobnou pohromu prožívám v zemi, která je skrz naskrz digitalizovaná, poslušná a má vládu, která srozumitelně

komunikuje. Jim se povedlo všechna ohniska vždy rychle zachytit, po cestě do práce jste prošli kontrolním centrem, dostali záznam digitálního pasu, všechna data šla okamžitě na analýzu a vláda vydala nařízení a dala občanům důvěru, že se zachovají podle nejlepšího svědomí. A skutečně to fungovalo, protože tam je vztah k autoritám zcela odlišný. Někdo z čtenářů to může vnímat jako bezmyšlenkovitou poslušnost, ale je to prostě důvěra založená na dlouholeté zkušenosti. Je potřeba to zažít. Pak pochopíte, že je to celkovým nastavením společnosti.

Sedíme tady v naší moderní pobočce v Průhoncích, resp. v Čestlicích, kde se snažíme zákazníkům trochu toho skandinávského pohostinství nabídnout. Vy teď máte hodně čerstvé srovnání. Daří se nám to alespoň částečně?

Připadám si tu jako „doma“, míněno v tom dočasném dánském domově. V říjnu jsem tu měla celou dánskou delegaci, abych jim ukázala, jak má vypadat premiová Volvo pobočka. Dánové mají Velux, firmu na střešní okna, která je v Evropě velmi známá. Oni tam se světlem, resp.

s jeho nedostatkem musí kouzlit, takže když viděli ty prosvětlené prostory, moc se jim to líbilo. Vnukla jsem jim tu myšlenku, že ta sebe prezentace za to stojí. V Dánsku jsou hodné ty staré peníze, u nás jsou tzv. nové peníze. My si bereme úvěr u banky, takže pak musíme dělat dobrý byznys, aby se peníze točily a my mohli úvěr splácet. Oni investují vlastní peníze, co vytahují z kapsy. Nad utrácením proto přemýšlí déle a je třeba je přesvědčit, že ten risk za to stojí.

Volvo s podzimním uvedením modelu EX90 na trh dělá další krok k elektrifikaci svého portfolia. Je to nová kapitola značky, která má stále u zákazníků i veřejnosti pověst tradičně technologicky pokročilého, bezpečného a často i rodinného auta, kdy obliba značky přechází z generace na generaci. Vnímají takhle Volvo i Dánové?

V Dánsku je Volvo EX30 obrovský hit, protože je to ideální představitel nejprodávanejšího segmentu (tam je to označené C alias střední třída). Samozřejmě EX30 slaví úspěch všude, protože je to malá elektrická prémie, což nikdo jiný neudělal. Tam jsme se trefili. Naopak

EX90 v Dánsku pšenka nepokvete, protože jeho vysoká pořizovací cena do jisté míry smaže ty daňové úlevy. U nás bude situace diametrálně odlišná, protože my tu historicky prodáváme nejvíc těch nejdražších a největších aut. Ta image rodinného a bezpečného vozu je tady a např. v sousedním Německu zaběhnoutá, navíc bojujeme s koncernem, takže musíme cílit na prémiového zákazníka, tzv. nad střední třídu.

Dlouhodobý plán do roku 2025 prodávat 2 500 vozů ročně byl již loni (2023) překročen, když bylo prodáno 3 020 automobilů Volvo. Díky tomu byl stanoven nový, ještě ambicióznější cíl, a sice dosáhnout v ČR hranice 5 000 prodaných vozů Volvo. Čeká nás modelová ofenzíva jako před necelými deseti lety, když jste poprvé nastupovala do vedení společnosti?

K těm cílům směřujeme, jak ostatně naznačil i náš 90/90 den, kdy se kromě EX90 představila i faceliftovaná XC90, která nabídne alternativu konzervativnějším zákazníkům. Zároveň jsme opustili dieselové motory, takže musíme na ta čísla prodejů v rámci ČR koukat re-



„Loni v říjnu jsem do Cardion Cars vzala dánskou delegaci, abych jim ukázala, jak má vypadat premiová Volvo pobočka. Vnukla jsem díky tomu myšlenku, že sebe prezentaci mají do budoucna věnovat víc pozornosti.“

alisticky ve vztahu ke konkurenci. Když se vrátím do Dánska, tak tam nová XC90 vůbec není relevantní, hybridy jsou tam zdaněné bezkonkurenčně nejvíc, protože to oni považují za slepou uličku. U nás naopak tyto motorizace mohou váhavější zákazníky naučit s tou elektrinou částečně žít a vytvořit si návyky na postupnou adopci plnohodnotného elektromobilu.

Jakým vozem aktuálně jezdíte a co vás na něm nejvíc baví? Bylo náročné si znovu zvykat na ostřejší lokty pražských řidičů?

Já jsem docela často jezdila z Dánska do Prahy autem, vždycky na pár dní. A během čtyřadvaceti hodin se ze mě za volantem zase stával Pražák, protože si to plynulost provozu tak nějak vyžadovala.

Ta rychlost té změny mě vyděsila, ale je to asi lidská přirozenost. S tím souvisí i moje aktuální auto. Jezdím Volvem V60 Polestar, protože mě baví ta hbitost a dynamika. Možná jsem z toho Dánska i zvyklá na kompaktnější vůz a mám pořád slabost pro kombíky. Nechtějte vědět, kolik jsem měla různých verzí V90 Cross Country, to jde do desítek. To auto mě vystihuje. Sousedí měli pocit, že mám pořád to samé auto, ale já je střídala jako ponožky. Jenže to byl pořád stejný model ve stejné barvě.

Říká se, že nejlepší auto je to další v řadě. Baví vás auta střídání, nebo máte v rodině i nějakého toho dědečka na čtyřech kolech, třeba z nostalgických důvodů?

Už se té elektromobilitě nevyhnu, jsem naočkovaná. I do domu už plánuji nabíječku na zeď, takže se poohlížím po EX40. Ta by mohla plně vyhovovat mým potřebám. A určitě zkusím do budoucna i tu EX90, protože jde o vlajkovou loď a příslib budoucnosti značky.

Což mě přivádí k poslední otázce. Volvo na prezentaci 90/90 naznačilo, že těch elektrických devadesátek bude víc...

Vy jste se ptal na tu modelovou ofenzívu a my jsme jako značka slíbili, že každý rok slíbíme jeden čistě elektrický model. Zatím to dodržujeme a tahle tajemná další devadesátka je jenom začátek. Ale víc nesmím ani naznačovat. ●





Cardion Cars Průhonice



K Chotobuzi 333
251 01 Čestlice

www.cardioncars-pruhonice.cz

Vedení společnosti



Karel Stolejda
Předseda představenstva
stolejda@cardioncars.cz



Martin Veselý
Místopředseda představenstva
vesely@cardioncars.cz



Dušan Chlad
Výkonný ředitel
chlad@cardioncars.cz



Jan Měchura
Technický ředitel
mechura@cardioncars.cz



Štěpán Markvart
Obchodní ředitel pro nové vozy
602 565 431
markvart@cardioncars.cz



Tomáš Tykal
Obchodní ředitel pro ojeté vozy
734 641 530
tykal@cardioncars.cz



Milan Motloch
Finanční ředitel
731 690 057
motloch@cardioncars.cz



Patrik Němec
Provozní ředitel pobočky Brno
730 598 123
nemoc@cardioncars.cz



Denisa Válková
Asistentka představenstva
734 682 302
valkova@cardioncars.cz

Finance



Monika Tóthová
Hlavní účetní
730 164 318
tothova@cardioncars.cz

Marketing



Jakub Hospůdka
Marketingový ředitel
606 020 102
hospudka@cardioncars.cz



Jan Krejcar
Produkční manažer
727 940 510
krejcar@cardioncars.cz

Správa budov



Kristýna Hrdličková
Facility ředitelka
732 870 880
hrdlickova@cardioncars.cz

IT oddělení



Milan Votava
IT Manager
606 918 701
votava@cardioncars.cz

Recepce



Aneta Granátová
Recepční, pokladní
724 905 839
recepce.pruhonice@cardioncars.cz



Dominika Pálová
Recepční, pokladní
724 905 839
palova@autopruhonice.com



Denisa Bělorová
Recepční, pokladní
724 905 839
belorova@autopruhonice.com

Prodej nových vozů



Jakub Pešek
Vedoucí prodeje
731 638 977
pesek@cardioncars.cz



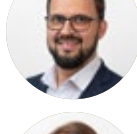
Marek Fila
Zástupce vedoucího prodeje
734 110 468
fila@cardioncars.cz



Oldřich Nevyjel
Showroom manažer
730 812 229
nevyjel@cardioncars.cz



Filip Hlávka
Konzultant prodeje
731 690 991
hlavka@cardioncars.cz



František Mráz
Konzultant prodeje
734 645 580
mraz@cardioncars.cz



Veronika Pokorná
Konzultant prodeje
601 085 816
pokorna@cardioncars.cz



Denisa Jánošová
Konzultant prodeje
605 486 947
janosova@cardioncars.cz



Šárka Traubová
Asistentka prodeje
605 471 981
traubova@cardioncars.cz

Diplomatický prodej



Lenka Klivanová
Diplomatic & Expatriate Sales
Manager
604 222 678
klivanova@cardioncars.cz

Servis



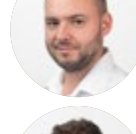
Martin Augustín
Vedoucí servisu
725 326 898
augustin@cardioncars.cz



Petr Hubínek
VPS osobní technik
704 951 151
hubinek@cardioncars.cz



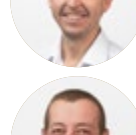
Antonín Mařík
VPS osobní technik
704 951 152
marik@cardioncars.cz



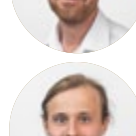
Jakub Malý
VPS osobní technik
704 951 153
maly@cardioncars.cz



Jiří Král
VPS osobní technik
704 951 142
kral@cardioncars.cz



Jaroslav Kříž
VPS osobní technik
704 951 144
kriz@cardioncars.cz



Radek Pícha
VPS osobní technik
704 951 145
picha@cardioncars.cz



Vladimír Tobyška
VPS osobní technik
704 951 141
tobyska@cardioncars.cz



Maximilian Van Zutphen
VPS osobní technik
704 951 147
vanzutphen@cardioncars.cz



Michal Piskora
VPS osobní technik
731 258 786
piskora@cardioncars.cz



Jaroslav Dvořák
VPS osobní technik
605 564 135
jaroslav.dvorak@cardioncars.cz



Ondřej Čížek
VPS osobní technik
731 391 641
cizek@cardioncars.cz



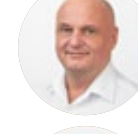
Jiří Josef Michl
VPS osobní technik
733 511 762
michl@cardioncars.cz



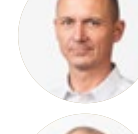
Jakub Koliš
VPS osobní technik
734 286 424
kolis@cardioncars.cz



Martin Routa
VPS osobní technik
733 662 419
routa@cardioncars.cz



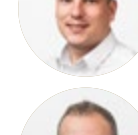
Jiří Jelínek
Podpora servisu
604 512 080
jelinek@cardioncars.cz



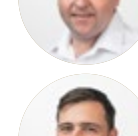
Pavel Kubát
Podpora servisu
606 600 277
kubat@cardioncars.cz



Jakub Vozenílek
Podpora servisu
730 547 713
vozenilek@cardioncars.cz



Jiří Štěrba
Podpora servisu
734 827 016
sterba@cardioncars.cz



Daniel Stránský
Vedoucí technických
pracovníků a pick-up servisu
734 682 301



Adam Krejča
Hlavní garanční technik
730 572 680
krejca@cardioncars.cz



Jan Senczak
Konzultant prodeje ojetých vozů
731 562 087
senczak@cardioncars.cz



Ondřej Kubita
Konzultant prodeje ojetých vozů
732 961 617
kubita@cardioncars.cz



Filip Špindler
Konzultant prodeje ojetých vozů
730 119 198
spindler@cardioncars.cz



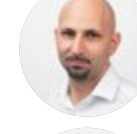
Pavel Hladík
Specialista výkupu vozů
730 187 794
hladik@cardioncars.cz



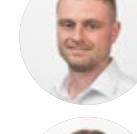
Martin Čermák
Specialista výkupu vozů
732 157 162
cermak@cardioncars.cz



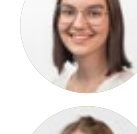
Tomáš Dytrt
Asistent prodeje ojetých vozů
603 570 401
dytrt@cardioncars.cz



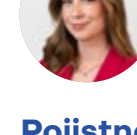
David Kaplan
Asistent prodeje ojetých vozů
734 268 234
kaplan@cardioncars.cz



Michal Piegl
Asistent prodeje ojetých vozů
734 876 947
piegl@cardioncars.cz



Irena Dušková
Asistentka prodeje
733 697 846
duskova@cardioncars.cz

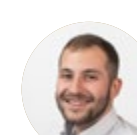


Veronika Jursová
Asistentka prodeje
733 697 846
jursova@cardioncars.cz

Pojistné události



Lukáš Stechr
Vedoucí klempírny a lakovny
734 645 582
stechr@cardioncars.cz



Alessandro Natale
Přijímací technik pojistných
událostí
+420605495876
natale@cardioncars.cz



Radek Třetina
Přijímací technik pojistných
událostí
739 374 703
nehody@cardioncars.cz



Helena Petri
Administrátorka pojistných
událostí
603 803 492
petri@cardioncars.cz

Prodej náhradních dílů



Jakub Protiva
Vedoucí skladu
733 643 216
protiva@cardioncars.cz



Cardion Cars Dejvice



Podbabská 17
160 00 Praha 6 – Dejvice

www.cardioncars-dejvice.cz



Cardion Cars Stodůlky



Šafránkova 11,
155 00 Praha 5 –
Stodůlky

www.cardioncars-stodulky.cz

Recepce



Jana Chadimová
Recepční, pokladní, objednávky
na servis
725 326 977
recepce.dejvice@cardioncars.cz



Tereza Hrušková
Recepční, pokladní, objednávky
na servis
725 326 977
recepce.dejvice@cardioncars.cz

Servis



Miroslav Besperát
Vedoucí servisu
603 824 487
besperat@cardioncars.cz



Martin Křemen
VPS osobní technik
733 565 381
Kremen@cardioncars.cz



Alexandar Rakič
VPS osobní technik
733 565 399
Rakic@cardioncars.cz



Michal Zimmel
VPS osobní technik
733 565 393
Zimmel@cardioncars.cz



Jan Kalas
VPS osobní technik
733 565 430
Kalas@cardioncars.cz



Maxmilián Dvořák
VPS osobní technik
733 565 424
dvorak.maxmilian@cardioncars.cz



Jan Mayer
VPS osobní technik
733 565 431
Mayer@cardioncars.cz



Jiří Tejnor
Podpora servisu
734 367 932
tejnor@cardioncars.cz



Robert Jonák
Podpora servisu
731 611 205
jonak@cardioncars.cz



Zbyněk Sedláček
Podpora servisu
736 659 807
sedlacek@cardioncars.cz

Prodej ojetých vozů



Robin Sivoň
Vedoucí prodeje ojetých vozů
724 041 718
sivon@cardioncars.cz

Prodej náhradních dílů



Petr Bartůněk
Vedoucí skladu
721 360 036
sklad.dejvice@cardioncars.cz

Recepce



Hana Semrádová
Recepční, pokladní, objednávky
na servis
603 289 828
recepce.stodulky@cardioncars.cz



Adéla Zemková
Recepční, pokladní, objednávky
na servis
603 289 828
recepce.stodulky@cardioncars.cz



Filip Bažant
Konzultant prodeje
734 384 230
bazant@cardioncars.cz



Jakub Veverka
Konzultant prodeje
733 146 847
veverka@cardioncars.cz

Diplomatický prodej



Lenka Klivanová
Diplomatic & Expatriate Sales
Manager
604 222 678
klivanova@cardioncars.cz



Jaromír Sajdler
Vedoucí servisu
733 620 707
sajdler@cardioncars.cz



Martin Vrabec
Příjímací technik
733 620 706
vrabec@cardioncars.cz



Robert Rochl
Příjímací technik
730 142 858
rochl@cardioncars.cz



Martin Zálešák
Příjímací technik
731 198 123
zalesak@cardioncars.cz



Tomáš Heller
Příjímací technik pojistných
událostí
732 693 141
heller@cardioncars.cz



Karel Holeček
Příjímací technik pojistných
událostí
736 655 038
holec@cardioncars.cz

Prodej nových vozů



Jakub Culek
Vedoucí prodeje
605 495 885
culek@cardioncars.cz



David Diblíček
Konzultant prodeje
734 863 799
diblicek@cardioncars.cz



Jiří Hanečka
Konzultant prodeje
604 884 221
hanecka@cardioncars.cz



Jakub Šverma
Konzultant prodeje
604 928 245
sverma@cardioncars.cz

Diplomatický prodej



Lenka Klivanová
Diplomatic & Expatriate Sales
Manager
604 222 678
klivanova@cardioncars.cz

Prodej nových vozů



Jakub Culek
Vedoucí prodeje
605 495 885
culek@cardioncars.cz



Roman Kačírek
Konzultant prodeje
730 847 231
kacirek@cardioncars.cz



Peter Richter
Konzultant prodeje
606 756 951
richter@cardioncars.cz

Prodej ojetých vozů



Tomáš Jirásek
Vedoucí prodeje ojetých vozů
603 581 062
jirasek@cardioncars.cz



Pavel Chvátal
Konzultant prodeje ojetých vozů
739 218 857
chvatal@cardioncars.cz



Jindřich Rotta
Konzultant prodeje ojetých vozů
733 164 918
rotta@cardioncars.cz



Karel Černý
Konzultant prodeje ojetých vozů
739 656 614
cerny.karel@cardioncars.cz



Václav Rambousek
Asistent prodeje ojetých vozů
704 611 702
rambousek@cardioncars.cz



Ondřej Kríž
Asistent prodeje ojetých vozů
704 611 702
Kriz@cardioncars.cz



Linda Skálová
Asistentka prodeje
296 231 311
Skalova@cardioncars.cz

Prodej náhradních dílů



Petr Slepíčka
Vedoucí skladu
606 734 495
slepicka@cardioncars.cz



Cardion Cars Brno



Heršpická 788/9
639 00 Brno

www.cardioncars-brno.cz

Recepce

Servis

Prodej ojetých vozů



Nela Bubelínová
Vedoucí recepce
733 550 412
recepce.brno@cardioncars.cz



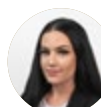
Tomáš Zechmeister
Vedoucí servisu
703 424 357
zechmeister@cardioncars.cz



Vojtěch Friš
Podpora servisu
736 691 988
fris@cardioncars.cz



Kryštof Baďuřík
Vedoucí prodeje ojetých vozů
603 494 982
badurik@cardioncars.cz



Linda Krejčířiková
Recepční
730 166 111
recepce.brno@cardioncars.cz



Radim Strach
VPS osobní technik
737 349 282
strach@cardioncars.cz



Filip Řezníček
Podpora servisu
737 204 667
reznicek@cardioncars.cz



Michal Rygar
Konzultant prodeje ojetých vozů
735 193 377
rygar@cardioncars.cz



Tereza Kupská
Recepční
730 166 111
recepce.brno@cardioncars.cz



Martin Kratochvíl
VPS osobní technik
731 391 784
kratochvil@cardioncars.cz



Tomáš Hegr
Podpora servisu
735 793 932
hegr@cardioncars.cz



Josef Hošek
Konzultant prodeje ojetých vozů
605 841 800
hosek@cardioncars.cz



Simona Tomancová
Recepční
730 166 111
recepce.brno@cardioncars.cz



Ivo Daněk
VPS osobní technik
604 725 101
dane@cardioncars.cz



Libor Ševčík
Technický pracovník a pick-up servis
731 432 598
sevcik@cardioncars.cz



Jiří Rudolf
Konzultant prodeje ojetých vozů
737 894 054
rudolf@cardioncars.cz



Petr Luščan
VPS osobní technik
737 204 669
luscan@cardioncars.cz



Martin Klučka
Přijímací technik pojistných událostí
735 793 931
klucka@cardioncars.cz



Martin Friebe
Konzultant prodeje ojetých vozů
605 855 260
friebe@cardioncars.cz

Prodej nových vozů



Marek Měchura
Vedoucí prodeje nových vozů
603 158 878
mechura@cardioncars.cz



Miroslav Leitner
VPS osobní technik
731 432 620
leitner@cardioncars.cz



Michal Dvořáček
Přijímací technik pojistných událostí
732 696 180
dvoracek@cardioncars.cz



Monika Palčíková
Asistentka prodeje ojetých vozů
730 169 825
palcikova@cardioncars.cz



Filip Nevěčný
Konzultant prodeje
736 143 903
nevecn@cardioncars.cz



Michal Divín
VPS osobní technik
605 297 450
divin@cardioncars.cz



Jiří Hrubý
Přijímací technik pojistných událostí
739 086 092
hruby@cardioncars.cz



Hana Štěpánková
Asistentka prodeje ojetých vozů
stepankova@cardioncars.cz



Drahoš Křivý
Konzultant prodeje
735 193 379
krivy@cardioncars.cz



Miroslav Minařík
VPS osobní technik
739 071 395
minarik@cardioncars.cz



Jana Stejskalová
Asistentka pojistných událostí
705 726 510
stejskalova@cardioncars.cz



Sabina Ferbyová
Recepční
604 953 491
ferbyova@cardioncars.cz



Tomáš Kotlík
Konzultant prodeje
739 656 659
kotlik@cardioncars.cz



Jan Effenberger
VPS osobní technik
733 499 041
effenberger@cardioncars.cz



Šárka Matesová
Asistentka servisu
+420603330205
matesova@cardioncars.cz



Nicole Helarová
Recepční
604 953 491
helarova@cardioncars.cz



Martin Běloušek
Konzultant prodeje
733 490 724
belousek@cardioncars.cz



David Janíček
Andon
737 204 668
janicek@cardioncars.cz



Marcel Smutný
Prodej náhradních dílů
736 511 152
sklad.brno@cardioncars.cz

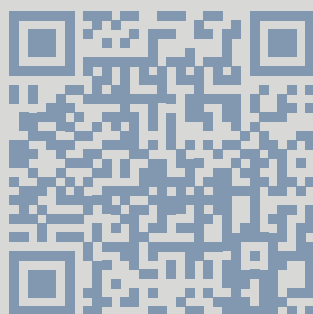


Veronika Haršová
Recepční
604 953 491
harsova@cardioncars.cz

sorrygravity.cz

on

Dream On.



Výroční film
k výročí 15 let Volvisty