

Pro Lindu Vavříkovou jsou zážitky denní chleba

„Jsem jako Jára Cimrman. Když jsem šla svůj nápad zaregistrovat coby světovou raritu, řekli mi, že už mě někdo předběhl,“ směje se dvaatřicetiletá Linda Vavříková, majitelka zážitkové agentury Allegria. V Česku ovšem první byla – a dnes, po deseti letech, je stále i bezkonkurenčně největší.

Jaký je nejsilnější zážitek vašeho života?

Určitě narození dvou deer, mateřství. To jednoznačně vede nad skokem padákem, procházkou s gepardem, krmením aligátorů, hodinou bagrování či vařením vlastního piva. Děti a manžel jsou pořád na prvním místě, ale Allegria těsně za nimi.

Proč právě Allegria? Neplete se to s alergií?

To slovo znamená ve španělštině radost. Původně jsem ho brala jen jako pracovní název vznikajícího projektu, abychom s kamarádkou věděly, o čem se bavíme. Vědomě jsem chtěla název od A, protože tehdy se ještě všude řadily firmy podle abecedy, tak aby na nás každý hned narázil. A už jsme se toho nezbavily...

S alergií si nás určitě plete víc lidí, ale aspoň to nezapomenou.

Asi jste nikdy nebyla panenka sedávající v koutě?

Jsem Beran, takže jsem vždycky byla tvrdohlavá a stála si za svým, i když už jsem trochu obroušená. Chtěla jsem něco dokázat, vytvořit... Moje babička pracovala v módě a obehodu, což mě jeden čas hodně bavilo. Ale jinak jsem spíš kamarádila s kluky, vedli jsme šiškové války, protože jsem bydlela za Prahou v lesích, nebo jsme stavěli hrady z lega a já je pak nutila, abychom si hráli, že uvnitř bydlí princezna.

Po kom máte podnikatelské geny?

Táta je chirurg, máma právnička, ale po revoluci taky chvíli provozovala obehody s módou. Já podnikala od malička, už v první třídě jsem nosila do školy drobné hračky z kinder vajíček, která jsem dostala od dospělých, a obchodovala s nimi – prodávala je za čtyři pět korun. Paní učitelce se to hrozně nelíbilo, pozvala si rodiče a udělala z toho průšvih, že zavádím kapitalismus.

Dostávala jste i dárky v podobě zážitků?

Jasně, akorát se tomu tak neřkalo. Vzpomínám třeba na cestu do zoo s tetou, jely jsme paníkem, což mi přišlo jako úžasná kombinace, zastavily jsme se v botanické zahradě a dostala jsem kaktus. Samozřejmě i různé výlety na hory nebo hrady mohou být báječné zážitky. Pamatuju si je rozhodně víc než odměnu v podobě peněz.

Proč jste studovala novinářinu?

Bavila mě čeština a počítačové hry, psala jsem do několika specializovaných časopisů... Řekla jsem si, že neumím nic a jsem humanitně zaměřená, takže žurnalistika je docela dobrá volba. Zvolila jsem specializaci na fotografii, což mě bavilo.

A pak jsem jela na úžasný výměnný pobyt do USA, kde jsem fotila život ve třech táborech: pro ortodoxní židovské děti, pro hyperaktivní děti a pro staré lidi. Dobrá škola. Chytl mě taky cestování, našla

jsem si australského přítele a sjezdili jsme kde co, od Ameriky po Austrálii.

A ve světě jste narazila na zážitkové agentury?

Vůbec ne! Po návratu do Čech jsem pracovala v jednom malém podniku jako marketingová ředitelka. Naučila jsem se ledacos o IT a čárových kódech a hlavně o tom, jak funguje firma. A tehdy ve mně začala pomalu zráť nápad na vlastní agenturu. Nejdřív jsme chtěly s kamarádkou poskytovat služby kolem dáreků, ale obnášelo by to strašnou logistiku – shánění, sklady... A tak mě napadlo, že řešením by byly nehmotné dárky neboli zážitky. Kdybychom je patřičně zabalily, vytvořily koncept...

A teprve když jsem chtěla naši firmu zaregistrovat, zjistila jsem, že ve světě už něco podobného funguje. Bylo to takové cimrmanovské: Už zase jdete pozdě!

Začátky asi nebyly snadné?

Nejprve to bylo tak, že lidi měli napsat svoji představu, pro koho chtějí dárek – a já bych jim ho vymyslela a splnila. Časem to vykristalizovalo. Rozhlédla jsem se, jak to dělají zahraniční zážitkové firmy, obdivovala jsem hlavně anglickou Red Letter Days, která funguje už od roku 1989, nebo australskou Red Balloon. Asi po třech letech jsem se s jejich provozovateli i setkala a dnes jsme v celosvětové alianci zážitkových firem, takže se jednou ročně vídáme na přátelských setkáních, kde se od sebe navzájem učíme. Což je velký krok dopředu.

U nás jste byla pionýrka. Jaký úplně první zážitek jste nabízela?

První zážitek jsem darovala babičce a jmenoval se Mocné vědy nebo šarlatánství, což obnášelo den s kartáčkou. A první prodaný byl Den ve fotografickém ateliéru – kdosi ho koupil pro svého kamaráda a ten mi pak volal, že ho chce koupit ještě pro někoho dalšího.



To bylo nadějně...

Samozřejmě se vyskytla i řada zádrhelů, udělala jsem spoustu chyb, zvlášť lidských – pracovat s lidmi se učím pořád. Moje tvrdohlavost má své výhody, ale občas ji musím ovládnout. Taky jsme zkusili otevřít pobočku na Slovensku, ale nepodařilo se.

Důležitým zlomem bylo vítězství v soutěži Živnostník roku 2006, což nás hodně posunulo, média bavilo, že žena podniká, a navíc v novém oboru. Další obrovskou změnou byl vstup investora, najednou jsme za sebou měli zázemí velké společnosti a zkušené partnery.

Chtěla jste někdy s agenturou sek-nout?

Močkrát. Zvlášť v počátcích, už jsme měli kancelář a pár zaměstnanců, všude zvonily telefony, já tam tak seděla, bylo sedm večer – a hlavou mi běželo: Z tohoto nikdy nemůže být fungující firma, kde by všechno klapalo... To vyžaduje strašně moc práce, kterou nezvládneme.

Dnes máme kolem pětadvaceti zaměstnanců, každý přesně ví, co dělat, hlavní kancelář a dva prodejní stánky. Ale nejvíce objednávek jde přes internet.

Takových bláznů jako já je málo

Jak se za deset let změnila poptávka a nabídka?

Objevily se nové agentury, z nichž některé zanikají, zrovna včera mi volali z ČT z Černých ovcí, že točí o jedné, která přestala odpovídat a zkrachovala. Vytvořit portál na internetu a předstírat, že něco nabízím, je totiž velmi snadné, internet snese všechno. Ale firem, které opravdu fungují aspoň pár let, je jen několik. A všechny jsou výrazně menší než my.

Což je na jednu stranu výhoda, na druhou musíme celý trh budovat. Cizím hráčům se k nám nechce, jsme pro ně máli. A ani my nenabízíme zážitky v cizině, jen v Česku.

O co je největší zájem?

Vždycky se objeví nějaký hit, většinou adrenalinový. Teď letí Indoor Skydiving, což je létání ve větrném tunelu simulující skok z letadla. Stále funguje adrenalin a auta – projížďka ve ferrari, hummeru. Pro ženy jdou nejvíce wellness pobyty, masáže... Do top se dostávají i gurmánské zážitky nebo procházka s gepardem. Pochopitelně se zkušeným chovatelem, takže o bezpečnost je postaráno. Úrazy jsme měli z 300 000 klientů jen dvakrát: pán na střelnici si nenasadil sluchátka a bolely ho uši. A pán na segwayi si zlomil kotník.





Co když dostanu dárek, který nechci?

Každý zážitek si můžete vyměnit za jiný. Zaměstnanci šéfům často dávají Den popelářem – a co vím, ještě žádný do toho nešel. Já osobně bych nešla do skoku padákem z letadla – dokud letí, nemám potřebu z něj skákat.

Nejvíce se ale prodávají univerzální poukázky, na které lze vybrat cokoliv. Dárky kupují hodně firmy pro klienty nebo zaměstnance, určitě vám víc uvízne v hlavě, od koho jste dostala zážitek než jen láhev vína, byť kvalitního.

Děláte i zážitky na míru?

Už ne. Ovšem kolegové z call centra by mohli vyprávět. Jeden klient žádal, abychom mu přivedli na oslavu živého slona, další si přál den s porodní asistentkou, zřejmě přímo na sále...

Ale nabídku stále obměňujeme a doplňujeme, ozývají se nám s tipy z různých oborů. My je vyhodnotíme z hlediska zajímavosti i ceny, jedeme na místo, vyzkoušíme, ověříme dodavatele, připraví se balíček, smlouva... A je to.

Podnikala jsem od první třídy: nosila jsem do školy hračky z kinder vajíček a prodávala je za pár korun

Největší tlačenice bývá před Vánoci?

Zhruba 60 procent. Ale značný zájem je i teď před aprílem. Vloni jsme vymysleli Kurz dýchání pod vodou, Raketové boty, Den s prezidentem ČR nebo Cestu do středu země z tunelu Blanka. A před pár dny, 20. března, proběhl Den štěstí, na který jsme nachystali speciální výběr. Další dárky plánujeme na 1. máj, den lásky – slavnostní večeri s koncertem, horolezci a polibkem pod živou třešňou na žižkovské věži. Velká je i svatební kampaň, ale bez únosu nevěsty...

To už máte za sebou. Jak jste vůbec poznala svého muže?

Potkali jsme se přes společné kamarády, taky studoval žurnalistiku a téměř od začátku pracuje v naší firmě. Šikovně jsme si to rozdělili: já mám na starosti obchod, obchodníky, prodejní stánky... a on marketing a produkt. To znamená, že jezdí na zážitky, užívá si je a pak si o nich něco kreslí. A já je musím už „jen“ prodat.

Pracovala jste i na mateřské?

Bez problémů. Ádě je šest, Emče dva a půl. Ale právě díky společné práci s mužem to bylo jednodušší, střídali jsme se v hlídání a já si postupně přidávala dny v týdnu podle možností dětí. Proto se snažím, aby tuhle výhodu měly i ženy, které zaměstnáváme, aby mohly dělat z domova. Ale většina matek nechce do tří čtyř let dítěte pracovat vůbec. Takových bláznů jako já je málo.

Co baví vaše dcery?

Každá je svá. Starší vzorná, hodná a chytrá, mladší totální raubíř. Uvidíme, která se v životě líp prosadí. Starší dává před hmotnými dary přednost návštěvě zoo nebo třeba večeri, dokonce jsme už spolu byly i na masáži, mladší je zatím obklopená plyšáky. Ale taky jí povedeme raději k zážitkům a hrám, máme doma celou skříň stolních her. Z holčiček zahlcených



Indoor Skydiving je hodně vzrušující zážitek, Linda ho absolvovala taky, ale raději se nechá hýčkat na masáži.

přemírou šatiček a panenek mohou vyrůst protivné filfeny.

Dovolujete holkám hry na počítači?

Jen málo, rozhodně nechci, aby v nich ležely celý den. I když já k nim měla vždycky blízko a hraju stále. Ale teď mám zrovna čtenářské období...

Čtete i módní knížky o tom, jak mít úspěch, být bohatý?

Ty hrozně nesnáším. Nevěřím jim a ani nejsem schopná z nich přejmout nějaké informace. Přijdou mi spíš legrační, přece nejde vše takhle zaškatalkovat! Když se začnu usmívat, svět se najednou nezlepší. Buď se prostě chci usmívat, protože mám chuť, nebo ne. Je násilně předepisovat, jak by se co mělo...

Mám kamarády, kteří k takové literatuře inklinují. Já spoléhám na jiné věci. Za mým úspěchem je souhra osobních vlastností a štěstí v pravou chvíli. A taky lidí kolem, protože nic neděláte sama. Zaměstnanci, partner, investoři, klienti... Chvilí trvalo, než mi došlo, že firma stojí hlavně na lidech, na jejich spokojenosti. Vše jde snadněji, než když vládne stres. Beru svoji práci jako srdcovku, řídím se heslem: Dělej věci nejlíp, jak můžeš!

Čím se překvapujete s manželem?

Nejraději klasikou. Naposled jsem dostala aromamasáž a pobyt – a byla jsem šťastná... Ale nezapomenu na dárek k našim úplně prvním Vánocům, ještě jsme nežili spolu. To bylo moc vtipné. Sešli jsme se u mě v bytě, já mu dala úhledně zabalený balíček, načančanou krabičku s mašlí – a uviděla jsem v jeho očích zděšení. Se slovy: *Počkej chvilku!* odběhl k počítači, kde vytvořil náš první elektronický Univerzální certifikát. Vybrala jsem si za něj kurz vaření u Romana Vaňka... Dnes si často dáváme výlety s dětmi.

Adrenalin nevyhledáváte?

Protože se bojím letů vzduchem a rychlosti, pokusila jsem se to překonat na simu-



Foto archiv Lindy Vavřikové

S manželem a dcerkami Ádou a Emčou se stali na chvíli indiány.

látoru, kde se skáče z výšky, a jízdu ve ferrari, to byl taky silný zážitek...

A jinak? Musím zařukat, že nic negativního, žádnou vážnou bouračku jsem nezažila. Dlouho jsem jezdila na koních, chytil mě golf – a není to vůbec nuda, jak jsem si myslela, jen na něj s dětmi bohužel není čas.

Řada úspěšných podnikatelů se dá na východní filozofie, na charitu, mění způsob života...

Zůstávám nohama na zemi, k žádnému přemetu nedošlo. Žijeme spokojeně, nestě-

žuju si, ale astronomický přísun peněz v žádném případě nemáme, boháči rozhodně nejsme. Bydlíme pětadesát kilometrů za Prahou, u Litoměřic, protože za stejnou cenu bychom bydlení blíž asi nesehnali. Splácíme hypotéku...

Možná až vyhraju v Sažce, zamyslím se, jestli mě to změnilo. Do Tibetu nejezdím a podporovat charitu lze i s malými penězi, u nás najdete třeba zážitek pomáhající nadaci Dejme dětem šanci.

KLÁRA ŘÍHOVÁ



(inzerce)



SENCOR®

selektivní herbicid s dobrým reziduálním účinkem k hubení většiny dvouletých jednoletých a některých jednoděložných plevelů, např. proti plevelům v bramborách a rajčatech, který působí jako půdní i listový herbicid. Aplikuje se po výsadbě ještě před vzejtím plevelů (působí přes půdu), ale je možná aplikace i po vzejtí plevelů (v tomto případě působí přes půdu a rovněž přes listy). Má široké spektrum účinnosti a mj. i post-emergentní účinek (po vzejtí brambor do max. 10 cm jejich výšky). Výrobek zakoupíte ve všech zahradních centrech a zahrádkářských prodejnách, v sítích: Baumax, Hornbach, Bauhaus, Kaufland, Globus - Baumarkt, Unihobby, Makro, OBI, apod.



BAYER s.r.o., Siemensova 2717/4, Praha 5
e-mail: libor.tuma@bayer.com, tel.: +420 266 101 845