

UDĚLÁME TO ZA VÁS

INOVACE JE V JEJICH POJETÍ NÁPAD, KTERÝ VYDĚLÁ KLIENTOVI NOVÉ PENÍZE. SEZNAMTE SE S TRIEM DIRECT PEOPLE, KTERÉ TYHLE NÁPADY PRODÁVÁ NEJVĚTŠÍM FIRMÁM NA TRHU.

LUCIE HRDLIČKOVÁ, FOTO: DAVID TURECKÝ

V poklidné ulici Zelená v Praze 6 sídlí Dejvické divadlo. Předposlední červnové úterý bylo i před divadlem nezvykle rušno. Večerní představení bylo tradičně vyprodané, sestava publika ale byla netradiční. Skoro na každé ze 125 obsazených židlí seděl někdo, kdo měl co dočinění s českým byznysem. Linet, Sazka, Škoda, ČEZ...

Žádaná parta z Dejvic hrála hru Výtah, která má v podtitulu popis, „že je o lidech, kterým se zastavil výtah“. Hlavní postava, nevrlý manažer v podání Hynka Čermáka, na jevišti v zaseklém prostředí vyřídila několik telefonátů, rozdala na dálku rozkazy a minimálně dvakrát měla náběh na infarkt. Představení objednala pro svoje firemní klienty trojice chlapíků Michal Kalousek, Petr Šídlo a Ondřej Moravec, aby jim vzkázala: „Jsme tu od toho, abyste nebyli jako Čermák, abyste chytili druhý dech.“

Veselé trio si říká Direct People, označuje se za inovační agenturu a jeho prací je posouvat firmy k novým nápadům, jejich realizaci a pomoci jim tím k novým obchodním příležitostem. Podle





Trio Direct People je spolu v téhle sestavě od roku 2013. Firmu zakládali v roce 2010 Michal Kalousek (uprostřed) s Petrem Šídlem (vpravo). Ondřej Moravec se přidal o dva roky později.

zakladatele Michala Kalouska spočívá podstata inovačních agentur v tom, dotahovat pro jiné firmy na míru věci, které nemají kapacitu samy rozjet nebo dotáhnout. Ideálně tak, aby jim to přineslo nový byznys a inovační agentuře peníze.

S tímhle mottem fungují devět let a letos jejich firma poprvé překročí v Česku stomilionový obrat. I proto ta červnová paráda. Direct People jsou v byznysových kruzích známé jméno. Když se dnes chce zajatá firma poradit, kudy dál a čím se posunout, s velkou pravděpodobností skončí u nich v moderní holešovické kanceláři.

Mezi nejvýraznější zákazníky po-

Nejen zakladatel Linetu vypráví o Direct People, že oplývají nápady a taky chutí kdekoli prorazit. Na trhu se proslychá, že kanceláře Direct People jsou plné „lepíků“ (malých papírků s nápady), ale také velkých tabulí plných náskresů cest a řešení, které jsou výsledkem různých mítinků. „I to je pravda,“ směje se na první pohled nejstatnější ze tří chlapíků Ondřej Moravec, služebně nejmladší partner společnosti.

Stačí se rozhlédnout kolem – v žádné z holešovických zasedaček nechybí místa a věci ke psaní. Ve vedlejší místnosti zrovna probíhá bouřlivá

v nichž pravidelně dostávali pěkné šesticiferné platy. Řídili mimo jiné IT projekty velkých bank, spolu se potkali v softwarové firmě Cleverlance (ta od letoška patří miliardáři Karlu Komárkovi).

Dnes říkají, že zrovna obory IT a bankovníctví byly před krizí v roce 2009 dvě nejzlatější klece byznysu, nebyly ale dvakrát progresivní. Často se tehdy myšlenkově potkávali v diskusích nad tím, proč v řadě firem ztroskotává projektové řízení. V jedné debatě v klubu YPO (Young Presidents' Organization) se s lidmi z ostatních firem dobrali k tomu, že ve velkých korporacích se dokončí sotva desetina nápadů či načatých projektů.

„Cítili jsme, že se musí změnit přístup, jak přemýšlet nad inovacemi,“ vypráví Petr Šídlo, vystudovaný ekonom a taky filozof. Mluví nejkldněji ze všech a pečlivě poslouchá kolegy. V objevování nových možností byznysu cítili příležitost, a tak spolu s Michalem Kalouskem v roce 2010 založili tuhle firmu. Pojila se k tomu i první větší zakázka. Byla od České pojišťovny a její zadání si dodnes přesně pamatují – jedno znělo „Jak být první u nehody“ a druhé „Jak být atraktivní pro mladé“.

O tři roky později, po prvních doručených projektech nejen pro Českou pojišťovnu, se k nim přidal ještě Ondřej Moravec. Poznáte ho podle toho, že většinou mluví až jako poslední z trojice a věci tak trochu uvádí na pravou míru.

Do Direct People přišel z vysoké manažerské pozice v Equa bank a v začínající firmě si odkoupil podíl. O vznikající společnosti věděl od začátku, připojil se ale později, protože byl spokojený se svojí pozicí v nové bance. A také potřeboval platit hypotéku („Zbláznil jsem se do architektury a všechny peníze v té době jsem nacpal do betonu. Akorát mi ještě chvíli chyběla kuchyň.“)

Děláme záměrně s velkými firmami, protože si myslíme, že dokážou něco skutečně uvést na trh.

slední doby patří třeba globální výrobce chytrých nemocničních lůžek Linet. „Obrátili jsme se na ně, aby nám pomohli udělat software, který doručí informace prevence a varovné signály posbírané v lůžku ke zdravotnickému personálu, který s nimi dokáže naložit,“ vysvětluje majitel Linetu Zbyněk Frolík.

„Děláme záměrně s velkými firmami, protože si myslíme, že dokážou skutečně něco uvést na trh,“ říká k tomu Kalousek. Linet je v tomto případě učebnicový příklad. Pár měsíců se firmy bavily o speciálním digitálním produktu, který by „upgradoval“ posteje Linet, pak probíhaly konzultace v nemocnicích a za další půlrok byl vyvinut software pro chytré posteje certifikovaný pro celou Evropu, o který se Linet snažil osm let.

„Pomohli nám nápad posunout do fáze prodeje, my jsme především inženýrská firma a tuhle softwarovou část jsme nedokázali,“ dodává Zbyněk Frolík.

diskuse. Moravec popisuje, že jejich agentura je tady od toho, aby podstatná část nápadů dostala reálné obrysy. Celý cyklus od zadání přes ideu k reálnému výsledku podle něj většinou zabere dva až tři roky. O tehle koloběh se momentálně ve firmě stará 50 kmenových lidí, mezi nimiž jsou psychologové, technologové, bývalí novináři i manažeři, kteří dezertovali z korporací. Pro samotný vývoj a kontrolu některých procesů Direct People také nedávno koupili menší IT firmu Viable One.

Když trio zakladatelů mluví o výběru budoucích kolegů, je vidět, že dbají na to, aby byl dotyčný ochotný vystoupit ze škatulky dosavadního povolání nebo ze zlaté klece šéfa firmy se dvěma asistentkami.

Touhle služebně proměnou ostatně prošli sami. Když v roce 2009 vznikala myšlenka inovační agentury, dvojice zakladatelů Michal Kalousek a Petr Šídlo za sebou měla bohaté zkušenosti s prací pro korporace,

Pořádný plat ve svojí vlastní firmě

si zakladatelé vyplatili až po čtyřech letech od začátku podnikání. „V začátcích jsme si vzali půjčku, něco zainvestovali, abychom měli na platy zaměstnanců a fixní náklady,“ popisuje Petr Šídlo. Po příchodu Ondřeje Moravce v roce 2013 se začali více soustřeďovat na to, jak lépe růst a více vydělat. Postupně měnili modely fungování i financování firmy.

Nejprve zvažovali, že za práci si nechají zaplatit měsíční „fíčka“, jak to běžně dělají konzultační firmy. Ale nebylo to ono. „Vždycky jsme nějakému modelu věnovali šest měsíců a pak jsme od toho upustili, měnili jsme je moc rychle,“ vzpomínají Petr Šídlo a Ondřej Moravec a připouštějí, že je mezitím určitě párkrát napadlo, jestli by nebylo lepší přivést investory. „Než přišel Michal, bouchl do stolu a prohlásil, že prostě musíme vydržet,“ dodávají. V tomhle je podle nich výhodné podnikat ve třech – když jsou dva na vážkách a nalomení, třetí to zase „nakopne“.

„Trvalo to tři a půl roku,“ říkají dnes s odstupem. Mezi lety 2016 a 2017 se jim najednou více než zdvojnásobil obrát, když poskočil přes 50 milionů korun. Vysvětlují to tak, že změnili způsob odměňování a taky pojetí doručování zakázek.

Nenabízejí nápad ani technologický produkt na klíč. „Nám klient platí za postup,“ říkají. Na každou zakázku dávají dohromady nový tým lidí, složený ze svých zaměstnanců a zaměstnanců klienta, ale trvají na tom, že tým i projekt inovace povedou. Nechtějí fungovat jako marketingová nebo konzultační firma, která u klienta odkládá jen návrh řešení.

„Většinou máme i podíl na výsledku,“ vysvětluje Michal Kalousek. Pokud je produkt úspěšný, dostávají od klientů odměnu. „U některých projektů máme prémiovou složku za spuštění a několik projektů nám může přinést procenta v daných

firmách nebo podíl na zisku,“ dodává. Na inovaci či konkrétní produkt, který je výsledkem jejich práce, ale nemají žádný patent. Ty jsou ve finále v 99 procentech případů spojeny se jménem klienta. Jedinou podmínkou, již Direct People mají, je, že si daný projekt umístí do svých referencí.

Kdyby měli vypíchnout jednu zakázku, na které se dá jejich způsob práce a udržování vztahů s klientem dobře popsat, bude to ta, na níž před pár lety začali dělat pro společnost LMC, provozovatele portálu Jobs.cz.

Ta se na ně obrátila se zadáním, jak dostat svoji službu k ještě více lidem. Direct People obešli několik desítek lidí i ve svém bezprostředním okolí, kteří zrovna aktivně nehledali práci, aby zjistili, co by chtěli od pracovních portálů. Výsledkem je mobilní aplikace „Práce za rohem“, která už názvem prozrazuje podstatu. Z jejich výzkumu vyplynulo, že řada osob dá u výběru práce přednost takové, která se nabízí v blízkosti bydliště a bývá i za menší plat. Práce za rohem tenhle požadavek automaticky zohledňuje, a celý nábor tak zjednodušuje.

Aplikace se stala natolik úspěšnou, že kromě zaplacené jednorázové zakázky ji dnes Direct People dál pomáhá spravovat a rozvíjet. Celkově si ji totiž stáhlo přes milion lidí, LMC jen z ní dosud utržilo 100 milionů korun a společnost se rozhodla ji rozšířit také na polský trh, kde má už dva miliony stažení.

„LMC byl zlomový projekt,“ říká Kalousek, zatímco se dívá z podlouhlého okna zasedačky. Další dva, kteří sedí za masivním konferenčním stolem, doplňují, že v jejich firmu a nápady najednou klienti začali mít důvěru. „A taky se něco pohnulo na trhu. Začali za mnou chodit šéfové velkých firem a vyprávěli mi, že jejich týmy stačí jen na základní a nezbytné věci, že jim trochu ujíždí vlak,“ vypráví Šídlo.

Mezitím se ustálily jejich role ve firmě. Úkolem Petra Šídla je prodávat a hledat nové klienty, zatímco Michal Kalousek je šéfem a manažerem přes finance. Ondřej Moravec se stará o plnění zakázek a celý tým Direct People.

V jednom momentu si každý vaří kávu u svého vlastního stroje. Není čas ztrácet čas (a také mají o kávě odlišné představy). Platí to i o tomhle byznysu. Do inovací se v uplynulých letech pustily další firmy. Kromě konkurentů IdeaSense nebo Creative Dock, kteří začínali v podobné době jako Direct People (a dnes se podle holešovického tria potkávají tak ve dvou z deseti soutěží o zakázku), se do inovací pokoušejí pronikat také velké poradenské společnosti.

„Přišla za námi i jedna firma z velké čtyřky, že by nás chtěla koupit,“ popisují. Nikdo z potenciálních investorů ale podle nich nebyl takový, aby je nechal působit dál ve stejném stylu.

Prodávát tedy nechtějí, dál chtějí rozvíjet svou vizi. Dnes už trio nelpí na tom, odpracovat každý projekt osobně. Naopak směřuje k tomu, že chce podnik nejpozději do pěti let předat novým manažerům z firmy. Část podílu by zakladatelé rádi rozdělili mezi zaměstnance, kterých pořád přibývá. Za dva roky se přesunou do nového sídla, které se bude stavět na druhém konci Holešovic, a budou mít téměř trojnásobný prostor.

Když se baví o plánech do budoucna, jasně se shodují na tom, že chtějí ven. První vlašťovkou byl loňský krok v Polsku, kde založili svoji pobočku a mají v ní šedesátiprocentní podíl. Ta jim dnes přináší kolem 15 milionů korun obrátu ročně. Značku chtějí dostat na Západ a na Východ a touží po tom, aby je respektovali nejvyšší šéfové firem v celé Evropě.

Prostředek k tomuto cíli je v pojetí tria Direct People překvapivě prozaický. „Klíčové je neposílat projekty a vydržet,“ shodují se celkem jasně. 