

Snažíme se neustále vylepšovat

Když Jaroslava Valová prochází nejmodernější prodejnou Siko, neskrývá nadšení. Kdysi první pražská prodejna, která v roce 2001 na Černém Mostě vytyčila českou rodinnou značku koupelen proti přicházející konkurenci nadnárodních řetězců, prošla v roce 2019 kompletní modernizací prodejen. Zákazníkům tak na 2000 metrech čtverečních nabízí přehlednější nakupování tím, že spousta inspirace je prezentována v hotových koupelnách a kuchyních, které drží nejrůznější designové styly. A to je jen špička ledovce z mnohasetmilionové proměny, kterou teď Siko prochází.



Jak se Siko mění a proč?

Měnit se musíme, abychom byli v byznysu stále co nejdále a především abychom nabízeli pořád lepší služby zákazníkům. Tím se řídíme posledních 28 let. Teď předěláváme všechny své prodejny do nového konceptu, který ve velkém stylu reprezentuje námi nabízené koupelny, kuchyně a nově také interiérové dveře. Časem jsme došli k tomu, že přesně tyto tři položky řeší zákazníci při stavbách či rekonstrukcích zároveň, a tak jsme postupně rozšířili náš původně koupelňový záběr tímto směrem. Potvrzuje se nám, že nový koncept funguje, a lidé kvitují, že najdou vše pod jednou střechou.

Čím je váš prodejní koncept specifický?

Prodejny přizpůsobujeme fungování lidského mozku. Levá část prodejny představuje racionální rychlý výběr, podobně jako funguje levá mozková hemisféra, a pravá je o emocích. Když vejdete do naší zdejší prodejny, v levé části najdete

přehledně vystavené základní výrobky a sortiment, jako jsou například vodovodní baterie, umyvadla či obklady, které potřebujete rychle vybrat nebo třeba jen dokoupit. V pravé části je showroom z jednotlivých hotových koupelen a kuchyní. Tato část má inspirovat a vybízet k uvažování. Takové je nové ideální vnitřní uspořádání našich prodejen, byť ne v každé se to při modernizaci může stoprocentně podařit.

Prodejny přizpůsobujeme fungování lidského mozku. Levá část prodejny představuje racionální rychlý výběr, podobně jako funguje levá mozková hemisféra, a pravá je o emocích.

Jak se dnes vyznat v obrovské nabídce koupelen a kuchyní na trhu?

Je to těžké, zákazníci jsou občas rozhodováním až paralyzováni, a právě proto jim v našem novém konceptu chceme ukázat co největší rozmanitost stylů na konkrétních sestavách. Ať už koupelen nebo kuchyní. Mohou si tak prohlédnout hotové koupelny a kuchyňské sestavy v ucelených stylech – chalupářském, zámeckém, skandinávském, provensálském, industriálním, retro nebo minimalistickém moderním stylu. Včetně konkrétních zařizovacích předmětů, baterií, přístrojů a doplňků. Máme široký tým lidí v designu, produkt managementu a marketingu, který vše do detailu promýšlí. Jsem přesvědčena, že to zákazníkům hodně pomáhá. Do modernizace celé skupiny na úseku digitalizace, zlepšování pracovního prostředí a do modernizace obchodů investujeme v průběhu tří let stovky milionů korun.

Jak dnes vypadá vaše sídlo v Čimelicích v Jihočeském kraji, kde jste v roce 1991 otevřeli první krámk?

Už třikrát jsme náš areál, který vznikl v 90. letech, přestavovali a zvětšovali. Naposledy loni jsme tam otevřeli nové distribuční centrum s 12 metrů vysokými sklady a velkou referenční prodejnou. Zákazníci tam oceňují, že si obvykle veškeré vybrané zboží mohou obratem po nákupu odvézt. Jinak

samozřejmě menší sklady jsou u všech z našich 40 prodejen v Česku a 13 na Slovensku. Z čimelické centrály se řídí celý řetězec. Franšízový koncept poboček už dál nerozvíjíme, byť jsme díky franšízovým obchodním partnerům na začátku podnikání rychle rostli. Postupem času jsme ale zjistili, že je snadnější uřídit si vlastní koncept vlastními silami.

Byl nějaký zlom v byznysu Sika, který ho hodně posunul?

Otevření právě zdejší prodejny v Praze na Černém Mostě v roce 2001. To nás katapultovalo rychle dopředu, tehdy to byla největší prodejna koupelen v Praze a chodily sem davy lidí. Bylo to ve správný čas, protože tehdy také ve velkém začaly do Česka pronikat zahraniční obchodní řetězce. Ale my jsme v té době už měli v běhu řetězec prodejen se specifickým SIKO-konceptem, pro zákazníky jsme měli kvalitní nabídku a náporu řetězců jsme odolali. Dalo by se říci, že skutečně platilo „šťěstí přeje připraveným“. Postupně jsme obsazovali další a další krajská města a mě ta expanze hodně bavila. U každé prodejny jsme vymýšleli něco nového a tak jsme náš koncept stále zlepšovali. Na všechno jsme si postupně přicházeli sami a pro inspiraci jsme jezdili na zahraniční veletrhy.

Na všechno jsme si postupně přicházeli sami a pro inspiraci jsme jezdili na zahraniční veletrhy.

Jakou roli v podnikání a historii Sika hraje ČSOB?

S ČSOB jsme začali na počátku 90. let, kdy měla na rozdíl od konkurence už zkušenosti se zahraničními platbami. Ty jsme potřebovali kvůli našemu obchodování se zahraničím. Vždy jsme měli výborné vztahy, postavené na vzájemné důvěře a to trvá dodneška. Cokoliv bylo z naší strany či ze strany banky předmětem podnikatelských záměrů při schvalování úvěrů, to bylo vždy dodrženo a realizováno.

Vy jste v roce 2015 předala řízení Sika svým dětem. Jak teď vypadá vaše práce?

Jsem řekněme tváří Sika a chodím na strategické porady, což jsou ekonomika, marketing a porady nejužšího vedení. Pro mě je vlastně radost, že mě tam ještě zvou. (smích) Je příjemné vědět, že spolupracovníci chtějí znát můj názor a věří, že moje zkušenosti jsou ku prospěchu firmy.



Jak máte v rodině rozdělené funkce ve firmě?

Mladší syn Tomáš se věnuje přímo řízení Sika jako generální ředitel a dcera Jana je v dozorčí radě. Zároveň vede náš family office. Starší syn Víťa má na starosti hlavně strategii a věnuje se více developmentu. Stojí za projektem Luka Living, což je projekt s 215 plně zařízenými nájemními byty na stanici metra Luka. Tento projekt získal od odborné veřejnosti řadu ocenění v ČR, ale také přivezl ocenění z Budapešti, Varšavy i Londýna. Zájemci si pronajímají zařízené byty včetně nábytku, spotřebičů, nádobí či peřin a funguje to velmi dobře.

Co byste si přála pro Siko do dalších let?

Určitě aby zůstalo rodinnou firmou. A myslím, že v tom se s mými dětmi shodneme. Byly se mnou v byznysu od úplného začátku, takže jsou v trochu jiné pozici než druhé generace v jiných firmách, které najednou mají firmu přebírat. U nás bylo přebírání postupné a firma je vlastně naše společné dítě.

Pohled experta



Ondřej Mach

ředitel pobočky pro korporátní klientelu České Budějovice

Pokud bychom hledali příklad opravdové rodinné firmy, která vznikla po roce 1989 na zelené louce, nebo spíše v malém krámku, jako první by mě napadlo Siko. Jaroslava Valová spolu se svými dětmi Janou, Vítězslavem a Tomášem dokázali z ničeho vybudovat čtyřmiliardovou skupinu a zároveň si udržet lidský a rodinný přístup k zaměstnancům, zákazníkům a vůbec celému okolí. To považuji za věc, která mi v současné společnosti v řadě případů chybí, a to nejen v byznysu. Jsem proto rád, že ČSOB už dlouho stojí po boku Sika a pomáhá mu financovat podnikání. Skupina postupně vyrostla z prodeje koupelen a jejich příslušenství také do segmentu kuchyní nebo interiérových dveří a v poslední době navíc financujeme i další investiční počiny rodiny Valových, jako je první projekt nájemního bydlení v Česku Luka Living. V rámci naší služby ČSOB Advisory, která pomáhá při řešení mezigeneračních transferů a ošetření rizik s tímto typem transakcí spojených, čerpáme inspiraci také z jejich zkušeností. Přeji proto Jaroslavě Valové mnoho energie do dalšího rodinného podnikání.