

# Myslel jsem si, jak ženám rozumím...



Jak vnímá své někdejší rozhodnutí vstoupit do businessu muž, který přivedl na český a slovenský trh špičkovou francouzskou kosmetiku GERNétic? Jak uvažuje o profesi kosmetiček, v čem vidí úlohu kvalitní péče o tělesnou schránku člověka? O čem je strategie snažení celého týmu? Následující řádky vypovídají o čtvrtstoletí společnosti LK SERVIS, generálního zastoupení GERNétic pro Česko a Slovensko. Majitel Mgr. Ladislav Kavan vypráví upřímně, s nadsázkou i naprosto vážně:



Mgr. Ladislav Kavan

**Vaše společnost letos slaví 25. výročí na českém trhu. Proč jste se rozhodl zastupovat právě značku GERNétic?**

Má to možná trochu humorný podtón. Několik let jsem působil jako pedagog a byl jsem v každodenním kontaktu se ženami. Bláhově jsem si myslel, že jim rozumím. A když jsem se „potkal“ s kosmetikou GERNétic, cítil jsem se silný v kramflecích, domníval jsem se, že vím, o čem je ženská duše, co potřebuje a po čem touží. Kosmetika mi tedy přišla jako skvělý koncept podnikání. Navíc mne doslova uchvátila filozofie této francouzské značky, kterou založil Dr. Albert Laporte, výjimečná osobnost, inovátor, muž nespočtu nápadů, které dokázal uvádět ve své laboratoři do praxe. Kosmetika GERNétic vyhovovala mému pohledu na svět, okamžitě jsem se ztotožnil s jejími principy, nadchly mě jednotlivé výrobky. Byla technologicky mnohem více napřed než řada jiných věhlasných značek, byla nadčasová. Rozhodl jsem se okamžitě, a neskrývám, že v tomto kroku bylo i hodně emocí. A tak je tomu i dnes. Víم však, že jsem udělal správný krok. Naše výročí je také o vzpomínání. Před 25 lety jsem netušil, že se podaří to, co se podařilo. A nás práce stále baví. Jdeme si svou vlastní cestou, nemáme potřebu někoho kopírovat, naplňuje nás to. Máme také nulovou fluktuaci v týmu. Za dobu naší existence od nás odešli pouze tři zaměstnanci.

**Opustil jste profesi učitele a nastoupil na dráhu podnikatele. Byla to pro vás velká změna? A nestýská se vám?**

Nestýská. Mám tu čest pronikat do světa křehkých kosmetiček, strategie jejich salónů a jejich náročné práce. Je to obrovská životní zkušenost a já jsem za ni vděčný. Celé to čtvrtstoletí se učím nové věci, a jsem u zrodu naší stále se rozrůstající rodiny Gerneticienne, tedy žen, které se rozhodly vstoupit na dráhu businessu, učit se, vzdělávat, utužovat své sebevědomí v roli odvážných, s kosmetickou značkou GERNétic. Celý můj tým se snaží, zejména v posledních letech, o to, abychom pozvedli vnímání profese kosmetičky běžnou veřejností, ale i uvnitř této profesní komunity. Ony to někdy příliš nehodnotí, berou svou práci jako něco, co k nim patří, ale je to i trochu jinak. Vezměte si například, kolika lidem udělají tyto ženy za den radost třeba jen tím, že si vyslechnou jejich stesky, popovídají o starostech, polaskají nejen dotekem při kosmetické péči, ale i slovem. Pohladí smutek, dodají

chuť prát se s problémy. A to je nesmírně náročné, vyčerpávající. Když spočítáte, kolik lidí si u nich na lehátko odpočine, uvolní se, nabere sílu... Klientka odchází klidnější, zkrášlená, pleť září zdravím. Někomu se mohla svěřit, otevřít své já. Jinými slovy: snažíme se mistričními dovednostmi, aby naši klienti a vůbec všichni ostatní pochopili, že péči o tělesnou schránku mohou předcházet rozmanitým zdravotním potížím, že jsme tady pro ně a že to, co nabízíme, opravdu funguje. Takže abych odpověděl na otázku, změna to pro mne před těmi 25 lety byla, ale povzbudivá. Našel jsem nový smysl své seberealizace. Moje práce je práce s lidmi, to mě naplňuje. Máme také prostor tvořit svůj business tak, jak uvažíme, Laboratoře GERnétic nám dávají volnost, marketingová rozhodování nechávají na nás. A o to se stará skvělý tým v naší centrále pod vedením výkonné ředitelky Ing. Andrey Trčkové, jejíž skvělé práce si velmi vážím.

### V čem je dnes podnikání zbytečně složité?

Jsem rebel a jednoznačně mohu prohlásit, že se dnes podniká strašně složité. Že nápady a kreativitu oklešťuje jeden předpis za druhým, takže má-li někdo zajímavý nápad, často je nerealizovatelný, protože si legislativa často protiřečí nebo otráví člověka natolik, že ten už nemá chuť nic převratného vymýšlet, natož konat. Plytvá se potenciálem lidí, a to je škoda. Na podnikatelích leží deka předpisů, vše je zbytečně obtížné. V 90. letech to byl i krok do neznáma, což business vždy je, více optimisticky laděný, dnes to vypadá, že skoro nic nejde... A platí přece to, že čím méně předpisů, tím se všem lépe žije. Svoboda jako by se vytrácela.

### Přesto vám právě podnikání přináší radost. O čem je?

Radost mám z toho, že se nám za ty roky podařilo z našeho zastoupení pro Česko, a později i pro Slovensko, vytvořit platformu nesmírně erudovaných kosmetiček, které dokážou klientům nabídnout nejen úžasné vysoce kvalitní produkty, ale zejména služby na úrovni. V našem případě zdaleka nejde o to, že dámám ně-



co nanese na obličej a tělo, a doporučíme, jaké přípravky by měly používat. Naše služby jsou o velmi sofistikovaném poradenství na základě důkladné diagnostiky pleti, o dlouhodobé péči, o věrnosti klienta i kosmetičky. Pracovat s kosmetikou GERnétic mohou jen vyskolené odbornice. Dokud si neosvojí základy působení jednotlivých přípravků, jejich kombinace, podstaty, nemohou s námi spolupracovat. Nejprve je to naučíme, objasníme náš styl salónní péče. Ony pak mohou předávat v praxi know-how GERnétic klientkám a klientům, mohou jim dopřát špičkové ošetření. Regenerovat jejich organizmus, napomoci lepší náladě, pocitu, že dobře vypadají. Využívají možnosti jednotlivých přípravků a doplňují je svými schopnostmi. A o tom je i ta moje radost. Že děláme něco, co má smysl, že děláme to, co člověk potřebuje. A k tomu přistupuje vědomí toho, že tělo, pokud se o něj dobře staráte, se vám odvděčí. Pak se člověku lépe dýchá, je šťastnější. To je významné posláním kosmetiky. A stojí za to cítit se dobře

a uvědomovat si to. Naším cílem je přinášet lidem do života to, co jim pomáhá. A to je přece něco nádherného.

### Konkurence na trhu kosmetiky je obrovská, přesto vznikají další a další značky. Kdo má šanci uspět? Jaké produkty a služby?

Uspěť mohou pouze ti, kteří mají vynikající výrobky a něčím se od ostatních odlišují. Nedávno jsme si spočítali, že je na českém trhu zhruba 1500 kosmetických značek, a ještě více dezinformací. Běžný člověk se velmi těžko orientuje v tak rozsáhlé nabídce, navíc je ochoten uvěřit i různým nepravdám, které se šíří na sociálních sítích. S rostoucí konkurencí se ukazuje, že je stále možné přinášet na trh něco jiného, co tu dosud nebylo. My jdeme cestou rozvážnou, Laboratoře GERnétic neuvádějí rok co rok za každou cenu novinky, ale až tehdy, když jsou si jejich specialisté jisti, že je inovace v něčem revoluční, že přinese další přida-





nou hodnotu. Čili naši podnikatelskou filozofii je neřítit se k úspěchu bezhlavě, nesazíme se prodat milióny kelímků a tub. Ale postupovat uvážlivě, stavět na nejvyšší kvalitě, postupně rozšiřovat salóny, vkládat úsilí do vzdělávání kosmetiček, dbát o jejich růst v roli podnikatelek. Uvědomujeme si také, že jít na kosmetiku je zbytečná služba, na níž se dá ušetřit. Prioritou je mít kde bydlet, co jíst, mít si co obléct. Teprve potom, když zbudě, si rodina dopřeje něco navíc, ženy třeba kosmetiku. Svým způsobem ale kosmetičky doplňují i lékaře. Mají na rozdíl od něj na příchodícího čas, snaží se pochopit jeho problém, umí odhadnout, co se děje, když vidí oteklé nohy, dokážou určit, čím to je, vidí-li otoky kolem očí, vědí, že něco signalizují. A mohou doporučit, co dělat lépe, aby tělo fungovalo. Učí také mít rád sám sebe. Když lidé své tělo mají rádi, funguje lépe. Největší průšvih je, když se žena sama sobě nelíbí. Usilujeme o to, aby tomu tak nebylo. A možná ještě jedna poznámka. Lidé žijí strašně rychle, všichni chceme všechno a hned. Jenom spěcháme. My zázraky hned a teď neumíme. GERNétic je o systematickosti, stálosti, postupných výsledcích. Ty skutečně přicházejí. Určitě i proto, že máme v rukou špičkovou kvalitu. Úspěch je také o tom, že jsme se naučili plnit přání klientů, tedy jim naslouchat, máme k nim úctu a vážíme si jejich přízně. Snažíme se být užiteční. Pro mě je úspěchem stále tvoření a rozrůstání rodiny Gerneticienne.

**Intenzivně podporujete budování a rozšiřování sítě kosmetických salónů po celé České i Slovenské republice. Co je na tom nejsložitější?**

Asi cesta k tomu, aby si jednotlivé kosmetičky uvědomovaly svou hodnotu, svou cenu, aby se cítily rovnocenné jiným profesím, jiným podnikatelským subjektům. Často jsem se dříve setkával s tím, že neuměly svoji práci náležitě ohodnotit, neuměly adekvátně své námaze stanovit cenu za ošetření v domnění, že by byly pro zákaznice moc drahé. Tentó jejich pohled se snažíme změnit, vysvětlit jim a ukázat, jak je jejich povolání náročné a vyčerpávající,

a že to není jen o tom, kolik krémů na pokožku nanesou. Ony svým přístupem ke klientce plní roli psychologa, zpovědníka, pečovatelky... Když večer vyprovázejí poslední klientku ke dveřím, určitě by si zasloužily ony samy, aby si lehly na lehátko a někdo je chvíli hýčkal tímž způsobem, jako ony hýčkají klientku po celou pracovní dobu.

**Kosmetičky se tedy snažíte povzbudit v jejich činnosti i tím, že je vedete k patřičnému sebevědomí, k pochopení ekonomických souvislostí jejich práce, zdůrazňujete, že jsou podnikatelky, a nejen odbornice, které navracejí pleti jiskru a pečují o kondici klientů. Daří se vám to?**

Myslím si, že ano. Na jejich přístupu k povinnosti je to velice znát. Hodně se naučily, jejich sebevědomí vzrostlo. Proměnil se jejich pohled na svoji vlastní zodpovědnost a ekonomickou soběstačnost. S kosmetikou GERNétic není jednoduché zacházet, proto se většinou aplikuje jen v salónech a některé přípravky se ženy učí používat pro domácí péči nejprve pod vedením kosmetiček. K tomu, aby se toto dařilo, využíváme řadu podpůrných aktivit, včetně soutěže Hvězda GERNétic Česko a Hvězda GERNétic Slovensko, do níž se nám hlásí stále

více zájemkyň. I tato soutěž vypovídá o tom, jak se z někdejších „pouhých“ kosmetiček staly vysoce fundované specialistky i hrdé podnikatelky. A to je velmi cenné. Když si ony při své činnosti uvědomí, že něco umí a že se na ně klientka může spolehnout, i pro ošetřovanou osobu je to velmi cenné. Cítí jistotu, oporu, může se spolehnout. Budují se vztahy založené na důvěře.

**Kolik přípravků již čítá vaše portfolio?**

Máme přes 80 produktů, letos k nim přibýly nové. V červnu jsme uvedli na trh moderní multifunkční gelový krém pro muže L' Homme. Nejžhavější novinkou jsou ampule pro intenzivní liftingovou péči Lift Express a Tenseur Flash. Velice příhodné je to, že se naše přípravky dají kombinovat podle kondice pleti, vrstvit tak, že navzájem násobí svou účinnost. Jsou mnohotvárné, vzájemně se doplňují. Stojí za nimi unikátní biotechnologie, výsledky geniality zakladatele značky doktora Alberta Laporta.

**Často prezentujete, že je značka GERNétic vždy v něčem napřed. Opravdu hraje výzkum a vývoj v tomto případě tak velkou roli?**

Je to složitá otázka. GERNétic není uspěchaný. Staví na stabilitě firmy i značky. Podstatné pro nás je vidět smysl práce i nadšení pro přípravky, s nimiž lidem pomáháme. Z hlediska výzkumu a vývoje je značka světovou špičkou, produkty prostě fungují. Než se objeví na trhu, jsou to roky ověřování, objevování, zkoumání. Je to odvaha vidět do budoucnosti a předvídat, co budou zákazníci potřebovat. Podnikatelská vize Laboratoří GERNétic se odvíjí od výzkumu a vývoje. Od zkoumání darů přírody a šetrného využití pro pomoc lidem. Od snahy porozumět především potřebám žen, které zakladatel značky tolik ctil. A na rozdíl ode mne jim skutečně rozuměl...

za rozhovor poděkovala Eva Brixí ■■■

