

Úspešné ženy

INŠPIRÁCIE PRE ÚSPEŠNÉ PODNIKATEĽKY A MANAŽÉRKY

02
24

Elektronický
časopis
Úspešné ženy
vydáva Združenie
podnikateľiek
a manažérok

TÉMA:
Výsledky
veľkej
SEO štúdie

ROZHOVOR:

Monika Spolníková
Bahno, ktoré lieči
telo aj dušu



ZDRUŽENIE
PODNIKATEĽIEK A MANAŽÉROK

Milé dámy,

blíži sa leto, čas prázdnin, dovoleníek a oddychu. Letné mesiace nám ponúkajú priestor na aktívny oddych, načerpanie nových síl ale aj na plánovanie budúcich podujatí, projektov, spoluprac.

V našom aktuálnom čísle nájdete inšpiratívny rozhovor so zakladateľkou značky Blackmud, ktorá sa venuje morskej kozmetike, konkrétne liečivému morskému bahnu. Ďalej sa pozrieme na krízu ako príležitosť k rastu a na to, ako podpora osobných značiek kľúčových zamestnancov môže byť výhodná pre zamestnávateľa. Dobre nastavený CEO na Google je kľúčom k úspechu a lepšiemu vyhľadávaniu našej firmy na internete. Ako nám môže umelá inteligencia pomôcť v podnikaní?

Na záver prinášame daňové okienko na tému prevodu nehnuteľnosti zo spoločnosti na spoločníka fyzickú osobu. Účtovné okienko nám vysvetlí, čo je a čo nie je Švarc systém. Ponúkame tiež možnosť zapojiť sa do našej Akadémie pre začínajúce podnikateľky. V časopise zároveň predstavujeme naše nové členky.

Prajem príjemné čítanie!



Ing. Ivana Kondášová
 Riaditeľka
 Združenie podnikateliek a manažérok

Bahno, ktoré lieči telo aj dušu Rozhovor s podnikateľkou Monikou Spolníkovou, zakladateľkou značky Blackmud.	04
Kríza ako príležitosť k rastu Ako premeniť životné výzvy na osobný rozvoj tvrdí na základe svojich skúseností Executive Search konzultantka, mentorka, motivačná rečníčka a lektorka Denika Voleková.	10
Podporiť kľúčových zamestnancov v komunikácii ich osobných značiek je win-win Odborníčka na osobné PR a budovanie osobných značiek, Lucia Pekaríková nám poradí ako nám pomôže osobná značka sa zviditeľniť, odlišiť a otvoriť dvere do budúcnosti.	14
„Is SEO really dead?“ Zistíme z veľkej štúdie SEO výsledkov zákazníkov spoločnosti ONLINE TOTO od CEO, SEO & Online strategist Kataríny Rušňákovej.	18
Nový asistent v tíme v podobe umelej inteligencie nám vie byť veľmi nápomocný pri podnikaní Článok pripravila marketérka, AI konzultantka a špecialistka na umelú inteligenciu v copywritingu, Ivana Latiaková.	28
Prevodu nehnuteľnosti zo spoločnosti na spoločníka fyzickú osobu Právna poradňa v podaní Lenky Paluchovej advokátky a daňovej poradkyni špecializujúcej sa na DZP a medzinárodné zdaňovanie.	32
Čo je a čo nie je ŠVARCSYSTÉM Účtovná poradňa vám prináša mentorka, ekonómka a účtovníčka, Tatiana Šándorová.	34
Splňte si svoje podnikateľské sny - náš nový projekt: Akadémia pre začínajúce podnikateľky.	38

Monika Spolníková:

Moja práca ma naplňa a baví, nemám potrebu si cieľene od nej oddýchnuť.

Bahno, ktoré lieči telo aj dušu

MONIKA SPOLNÍKOVÁ



- Bahenný zábal pre liečbu tela aj duše
 - Liečivá morská kozmetika
- Produkty s vysokým obsahom horčička
 - Pohybový aparát, kožné ochorenia
- Regenerácia a zlepšenie zdravotného stavu

V exkluzívnom rozhovore s *Monikou Spolníkovou*, zakladateľkou značky Blackmud, odhaľujeme príbeh za jedinečnou kozmetikou z čierneho bahna, ktorá prináša liečivé účinky morského bahna a lúhu na Slovensko.

Monika nám prezradí, ako vznikol nápad na podnikanie, s akými výzvami sa musela vyrovnáť a aké má plány do budúcnosti. Objavte, prečo sa čiernomorské bahno stáva populárnym nielen medzi zákazníkmi, ale aj v kúpeľoch a medzi športovcami.

Samotný názov Blackmud nám napovie, že ide o čierne bahno. Ako vznikol nápad začať podnikat' a práve v oblasti kozmetiky?

Nápad na založenie vlastnej značky prišiel nečakane počas dovolenky v Bulharsku, kde som prvýkrát vyskúšala účinky morského bahna a morského lúhu. Sama na sebe som účinky precítila a z poznatkov o účinkoch na zdravie som bola natoľko očarená, že som mala potrebu priniesť tieto zdravotné benefity aj na Slovensko.

Vždy som inklinovala ku starostlivosti o zdravie a telo. Absolvovala som masérsky kurz na klasickú masáž pod garanciou Červeného kríža. Všetky moje práce ma formovali a smerovali k založeniu vlastnej značky, kde naplno viem využiť skúsenosti z rôznych oblastí.

Prečo práve liečivé bahno?

Liečivé čiernomorské bahno je prírodný produkt s preukázaným komplexným chemickým zložením a optimálnymi fyzikálno-chemickými vlastnosťami. Bahno vzniká pod vplyvom faktorov: klíma, voda, pôda, rastlinné a živočíšne organizmy. Má výrazné protizápalové a analgetické účinky, zlepšuje krvný obeh, aktivuje metabolizmus a posilňuje imunitu.

Výrazne zlepšuje stav pacientov s kožnými ochoreniami ako sú psoriáza, ekzémy, akné a mykózy. V porovnaní s inými morskými bahnami sú produkty z Čierneho mora bohatšie o organické látky kvôli pestrej flóre a faune.

Čiernomorské bahno je obohatené aj o morský lúh s vysokým obsahom horčička, vápnika, síry a iných minerálnych látok a spolu s bahnom vytvárajú synergický efekt.

Produkty s morským lúhom sú u nás na Slovensku unikátne. Obidva produkty sú čisto prírodné.

Spomínate si, aké boli Vaše začiatky v podnikaní? Aké prekážky ste museli prekonávať? A ako sa Vám darí teraz?

Podnikať som začala pred dvoma rokmi. V tom čase povedomie o morskom lúhu nebolo žiadne. Okrem obchodnej činnosti bola potrebná aj masívna osvetová činnosť.

Slovné spojenie morský lúh je v slovenčine novotvar. V Bulharsku sa morský lúh používa od nepamäti, na Slovensku však bol de facto neznámy. Keďže som videla potenciál morského lúhu a bahna v účinkoch na zdravie, chcela som, aby sa

“Keďže som videla potenciál morského lúhu a bahna v účinkoch na zdravie, chcela som, aby sa s našimi produktmi robili procedúry v kúpeľoch, z toho dôvodu, aby z benefitov mohlo čerpať čo najviac pacientov.”

s našimi produktmi robili procedúry v kúpeľoch, z toho dôvodu, aby z benefitov mohlo čerpať čo najviac pacientov. V tom čase som ale nemala žiadne referencie v kúpeľoch, ani v iných prevádzkach. Mala som jednoduchý e-shop, na ktorý v začiatkoch zablúdilo pár zákazníkov. Napriek tomu sa

naše produkty momentálne používajú v procedúrach v štyroch kúpeľoch a v ďalších si ich môžu zákazník zakúpiť na recepcii.

Postupne rastie povedomie o produktoch a pribúdajú partneri, ktorí s nami spolupracujú.

Mali ste rozbehnutú úspešnú kariéru a zrazu ste sa vrhla na podnikanie. Neľutujete?

Nie, popravde si už ani neviem predstaviť, aby som robila niečo iné.

Čo Vám pri podnikaní najviac pomohlo?

Viera v to, že je to moje poslanie, že to pomôže mnohým ľuďom. Poslaním Blackmud je prinášať liečivé účinky morského bahna a morského lúhu všetkým tým, ktorí to potrebujú. A zlepšiť im kvalitu života.

Kozmetika nie je iba pre ženy. V čom je Váš sortiment iný a pre koho je určený? Ako reagujú dámy a páni na „čiernu masku“ na tvári?

Liečivá morská kozmetika Blackmud je určená pre všetkých, či už z pohľadu prevencie, podpory zdravia alebo odstraňovania a zmiernenia následkov rôznych chorôb, respektíve

zdravotných neuhov. Vďaka vysokému obsahu horčička sú naše produkty určené aj na regeneráciu športovcov. S našimi produktmi regenerujú viacerí špičkoví športovci, za všetkých spomeniem Juraja Slařkovského, ktorý má pod značkou Blackmud aj vlastnú edíciu produktov. Bahenná maska sa stala našim poznávacím znamením, vďaka nej sme ľahšie rozpoznateľní a zapamätateľní. Zákazníci sa stretávajú s bahennou maskou najmä počas našich prezentačných dní v kúpeľoch a iných prevádzkach, kde ju veľmi vítajú a pri aplikácii masiek je aj veľa zábavy.

Kde všade Vás nájdeme?

Nájdete nás napríklad v procedúrach v kúpeľoch: Bardejovské kúpele, Kúpele Nimnica, Prírodné jódové kúpele Číž a Kúpele Lúčky, v hoteli Hviezda Dudince. A taktiež vo vybraných predajniach EXIsport a v ďalších prevádzkach, ktoré sú uvedené na našom eshope.



**Čo by ste poradili začínajúcim podnikateľkám ?**

Veriť v svoj podnikateľský nápad a nenechať sa odradiť svojim okolím.

Aké sú vaše plány do budúcnosti? Plánujete rozšíriť svoje podnikanie alebo pridať nové produkty?

Dostať sa do ďalších kúpeľov, osloviť hotely a wellness zariadenia a časom expandovať do zahraničia. Pridávanie nových produktov momentálne neplánujem, ale ak sa ukáže potreba doplnenia sortimentu, som tomu otvorená a teším sa z každého nového produktu, ktorý pribudne do portfólia.

Čo je pre Vás najväčšia inšpirácia?

Inšpiruje ma postupný progres. Rada si dávam veľké ciele a postupne na nich pracujem.

Ako sa vám darí zosúladiť svoje podnikanie s osobným životom? Aké stratégie používate na dosiahnutie rovnováhy medzi prácou a súkromím?

Podnikanie je už neoddeliteľnou súčasťou aj môjho osobného života, pri podnikaní nikdy „nepadla“, často aj pri oddychu a voľnočasových aktivitách premýšľam o ďalších krokoch a smerovaní. Moja práca ma naplňa a baví, nemám potrebu si cieľene od nej oddýchnuť.

Nemám na to stratégiu, ale rada si doprajem domáce procedúry s našimi produktmi.

Eshop blackmud nájdete na www.blackmud.eu

**TVÁR Z OBÁLKY**

Verite v svoj podnikateľský nápad a nenechať sa odradiť svojim okolím.



Krízka ako príležitosť k rastu: Ako premeniť životné výzvy na osobný rozvoj



DENISAVOLEKOVA.COM

Každá kríza, či už osobná, profesionálna alebo globálna, predstavuje jedinečnú príležitosť k rastu a osobnému rozvoju. Ako sa však vysporiadať so životnými výzvami, ktoré prinášajú neistotu a strach? V našom článku preskúmame, ako môžeme premeniť krízové situácie na katalyzátory pozitívnej zmeny. Dozviete sa o dôležitosti pozitívneho prístupu, sile vďačnosti a vytváraní podpornej siete. Príbeh autorky Denisy Volekovej, ktorá našla svoju cestu po odchode z vysnívaného zamestnania a objavila nové kariérne možnosti, ukazuje, že krízy nás môžu posilniť a otvoriť nám nové horizonty. Objavte, ako premeniť prekážky na príležitosti k rastu a dosiahnutiu osobného rozvoja.

Každá kríza, či už osobná, profesionálna alebo globálna, predstavuje jedinečnú príležitosť k rastu a osobnému rozvoju. Záleží však na našom individuálnom prístupe a postoji, ako sa k týmto výzvam postavíme. Môžeme sa nechať paralyzovať strachom a neistotou, alebo môžeme prijať zmenu a adaptovať sa na novú realitu. Kľúčom je uvedomiť si, že máme na výber, ako budeme reagovať na životné prekážky. Ak sa rozhodneme vnímať krízu ako šancu na zmenu a posun vpred, otvárajú sa pred nami nové možnosti a horizonty. Rast často prichádza práve cez prekonávanie prekážok a vystúpenie z našej komfortnej zóny. Každá kríza nás teda môže posilniť, ak k nej pristupujeme s odvahou, vierou a odhodlaním pracovať na sebe.

Keď som odchádzala po pár mesiacoch zo svojho vysnívaného zamestnania v Boston Consulting Group sklamaná s tým,

že tak takto to skutočne nechcem. Vôbec som nevedela kam ďalej. Okrem plaču som začala hľadať a pozeráť sa na rôzne smery. Spoznávala som seba cez rôzne testy schopností, networkovala, aj aplikovala na rôzne pozície aj som pracovala s mentorkou. To čo som nechcela som vedela, zostávalo najsť to, čo som chcela. A našla som. Na tom najneočakávanejšom mieste v štátnej energetickej spoločnosti ČEZ. Len tak, na základe LinkedIn správy v roku 2008. (Áno už LinkedIn existoval). Pozícia, na ktorú nenajímali kandidátov cez inzerát.

Na pohovor som nechcela ísť, energetika nie, na strednej

“Môžeme sa nechať paralyzovať strachom a neistotou, alebo môžeme prijať zmenu a adaptovať sa na novú realitu. Kľúčom je uvedomiť si, že máme na výber.”

škole som fyziku nemala rada a na exkurziu do jadrovej elektrárne som odmietla ísť. Avšak, keď som vstúpila do budovy, hneď som vedela, že tu chcem pracovať a moja intuícia ma nesklamala. Bola to nádherná cesta, ktorú som si užívala plnými dúškami. Napríklad, kúpili a postavili sme najväčšiu slnečnú elektráreň v Českej republike, dohovorili zmluvy na výstavbu novej jadrovej elektrárne. Odvtedy som s energetikou zostala.

Odvtedy sa tiež pozerám na krízy inak. Namiesto toho, aby som sa poddala zúfalstvu a beznádeji, vnímam tieto chvíle ako jedinečné príležitosti k osobnému rastu a rozvoju. Chápeť, že krízy a problémy môžu byť mocnými katalyzátormi pozitívnej zmeny, ak k nim pristupujeme s odvahou, vierou a odhodlaním pracovať na sebe.

Význam postoja a nazerania na životné výzvy je kľúčový pre naše zvládanie náročných situácií a osobný rast. Spôsob, akým vnímame a interpretujeme prekážky a problémy, s ktorými sa stretávame, má obrovský vplyv na našu schopnosť prekonať ich a poučiť sa z nich. Pozitívny a odolný postoj nám umožňuje vidieť výzvy ako príležitosti k rastu a rozvoju, namiesto toho, aby sme sa cítili ochromení strachom a bezmocnosťou. Keď sa naučíme pozeráť na životné ťažkosti ako na dočasné prekážky, ktoré nás môžu posilniť a posunúť vpred, začneme sa na ne pozeráť v novom svetle. Budovanie odolnosti a optimistického nazerania na svet si vyžaduje čas a úsilie. Je to ale investícia, ktorá sa mnohonásobne vráti.

Môžeme začať tým, že si uvedomíme svoje automatické negatívne myšlienkové vzorce a nahradíme ich povzbudivejšími a konštruktívnejšími perspektívami. Tiež je dôležité obklopiť sa ľuďmi, ktorí nás podporujú a inšpirujú svojim pozitívnym prístupom k životu. Vyhľadávanie mentora alebo vzoru, ktorý prekonal podobné výzvy, nám môže poskytnúť cenné rady

a motiváciu. Napokon, praktizovanie vďačnosti a súcitu voči sebe aj ostatným nám pomáha udržať si zdravú perspektívu v ťažkých časoch. Keď sa zameriame na to dobré vo svojom živote a prejavíme si láskavosť a porozumenie, budujeme svoju odolnosť a schopnosť zvládať životné búrky s vyrovnanosťou a odvahou.

Zmena uhla pohľadu môže zásadne ovplyvniť to, ako zvládame náročné situácie. Keď sa na problém pozeráme z inej perspektívy, často sa nám otvoria nové možnosti a riešenia, ktoré sme predtým nevideli.

Napríklad:

- Namiesto vnímania straty zamestnania ako tragédie, môžeme to vidieť ako príležitosť začať novú kariéru, ktorá nás bude viac naplňovať a využije naše silné stránky.
- Keď prechádzame bolestivým rozchodom, môžeme sa na to pozeráť ako na šancu spoznať seba samých, pracovať na svojom osobnostnom raste a pripraviť sa na zdravší a uspokojivejší vzťah v budúcnosti.
- Vážne zdravotné problémy nás môžu prinútiť prehodnotiť naše priority a začať si viac vážiť maličkosti v živote, ktoré sme predtým brali ako samozrejmosť.
- Neúspech v podnikaní môže byť cennou lekciami, ktorá nás naučí, čo funguje a čo nie, a pomôže nám v budúcnosti vybudovať silnejšiu a odolnejšiu spoločnosť.
- Keď sa naučíme pozeráť na životné výzvy ako na príležitosti k rastu a zmene namiesto prekážok, ktoré nás majú zlomiť, stávame sa odolnejšími a adaptabilnejšími. Táto zmena myslenia nám pomáha zvládať stres, udržať si pozitívny postoj a vytrvať aj v tých najťažších časoch.

TIPY, AKO SI VYBUDOVAŤ ODOLNOSŤ A POZITÍVNY PRÍSTUP K PROBLÉMOM

1. PRAKTIZUJTE VĎAČNOSŤ

Sústredte sa na to dobré vo svojom živote, aj keď čelíte výzvam. Každý deň si zapíšte aspoň tri veci, za ktoré ste vďační. Tento jednoduchý zvyk vám pomôže udržať si pozitívny pohľad na svet a posilní vašu odolnosť.

2. ZMEŇTE SVOJ VNÚTORNÝ DIALÓG

Všímajte si svoje myšlienky a to, ako hovoríte sami so sebou. Namiesto negatívneho a kritického vnútorného hlasu sa snažte pestovať súcitný a povzbudzujúci dialóg. Keď sa pristihne pri negatívnych myšlienkach, vedome ich nahraďte optimistickjšími a konštruktívnejšími alternatívami.

3. VYTVORTE SI PODPORNÚ SIEŤ

Obklopte sa ľuďmi, ktorí vás inšpirujú a podporujú váš rast. Nájdite si mentora alebo sa pripojte k skupine ľudí s podobnými cieľmi a hodnotami. Keď máte okolo seba silný podporný systém, ľahšie prekonáte náročné obdobia.

Každá kríza, , predstavuje jedinečnú príležitosť k rastu a osobnému rozvoju. Kľúčom je zmena perspektívy a nazerania na životné výzvy. Namiesto toho, aby sme sa nechali paralyzovať strachom a neistotou, môžeme prijať zmenu a adaptovať sa na novú realitu. Dôležité je tiež vyhľadať pomoc a podporu počas ťažkých období, či už vo forme mentora, terapeuta alebo podpornej skupiny. Krízové situácie môžu byť katalyzátorom osobného rozvoja, ak sa naučíme identifikovať a využiť potenciál rastu v týchto momentoch.

V neposlednom rade je významná aj príprava na zvládanie náročných situácií prostredníctvom tréningu odolnosti

a budovania vnútornej sily. Ak prijmemo životné výzvy ako príležitosti k rastu a osobnému rozvoju, môžeme prekonať zdanlivo nemožné prekážky a stať sa ilnejšími a odolnejšími jedincami.

“Pomôžem vám rozšíriť váš tím, zvládnuť výzvy vám aj vašej firme a rozhorieť motiváciu.”



Autor: Mgr. Denisa Voleková
Executive Search konzultantka v spoločnosti Pedersen&Partners.
Mentorka, motivačná rečníčka a lektorka.
Inštruktorka firewalkingu.
Prvá Slovenka na Severnom póle.

Budovanie osobnej značky

Lucia Pekaríková

PODPORIŤ KLÚČOVÝCH ZAMESTNANCOV
V KOMUNIKÁCIÍ ICH OSOBNÝCH ZNAČIEK JE WIN-WIN

Budovanie osobných značiek je dnes širokou témou. Nesporne ide o jeden z nástrojov komunikácie, ktorý je nám na ľudskej úrovni blízky a nesie so sebou množstvo výhod. Tvár a autenticita odborníka dokáže efektívne doručiť komunikačné posolstvo cieľovej skupine, inšpirovať aj vzdelávať. A to sú benefity, z ktorých môžu ťažiť aj firmy.

Dôvody pre osobné PR vo firmách

V Public Relations začínala CEO PR agentúry KOMUNIKA x YOU ARE PR, Lucia Pekaríková pred 16 rokmi. V tom čase bolo osobné PR využívané ako jeden z nástrojov korporátnej komunikácie, s cieľom zviditeľniť tvár spoločnosti.

Postupne siahali po budovaní osobnej značky čoraz viac podnikatelia a tvorcovia projektov. Súviselo to nielen so spoločenským vývojom, ale aj s nástupom sociálnych sietí a tech možností.

Prirodzene, s rýchlou dobou rástlo aj konkurenčné prostredie a najmä podnikatelia hľadali efektívny spôsob, ako sa odlíšiť a zviditeľniť. Budovanie osobnej značky prinieslo odpovede na otázky:

Pozitívna reputácia značky sa nevybuduje cez noc. Má však vplyv na množstvo rozhodovacích procesov a napredovanie firmy.

Ako byť top of mind vo svojom segmente?

Ako efektívne zviditeľniť firemný brand?

Ako to dosiahnuť autentickou cestou?

To sú dôvody, prečo sú osobné značky také úspešné v dosahovaní cieľov. A tiež argumenty pre firmy, aby investovali do kľúčových ľudí a podporovali ich komunikáciu na sociálnych sieťach či v médiách.

Firma získa „ľudskú tvár“. A ešte omnoho viac

Na MasterClass #youarePR, ktoré v rámci ich agentúry organizujú a tiež na školeniach pre firmy či podnikateľské združenia dáva účastníkom jednu otázku – Kedy si informáciu zapamätáte jednoduchšie? Keď vám ju odkomunikuje firma alebo keď počúvate napríklad podcast? Rozhovor s inšpiratívnym človekom a na tému, ktorá vás zaujíma?

Samozrejme, je to rozhovor. Ak odborník zastupuje firemnú značku, tá získava reálnu tvár, zosobnenie emócií. Dôležité je však i uvedomenie, že tou navnímanou informáciou z podcastu môžu byť hodnoty alebo posolstvo firemnej značky. Skrátka to, čo firma

potrebuje odkomunikovať v rámci budovania jej pozitívnej reputácie. Cez kľúčového človeka to dostane k cieľovej skupine prirodzenou cestou.

Nebrzdite možnosti rozvoja

Pri budoaní osobných značiek kľúčových zamestnancov sa objavuje najmä situácia, kedy firmy prevedú svojich vybraných ľudí tým, prečo je dobré, aby komunikovali. Chýba však dôležitá časť: Ako týchto ľudí motivovať k pravidelnej komunikácii na sieťach či v médiách?

Dovoľte vašim zamestnancom spoznať ich osobné značky, v ktorých sa budú cítiť prirodzene a ukážte im, ako ich uchopiť.

Tak ako každá značka, aj tá osobná má mať svoju identitu a stratégiu komunikácie. Dovoľte vašim zamestnancom spoznať ich osobné značky, v ktorých sa budú cítiť prirodzene a ukážte im, ako ich uchopiť. Keď sa začne dariť v komunikácii im, stúpne nielen ich angažovanosť v tomto smere, ale firma z ich komunikácie získa budovanie pozitívnej reputácie prirodzeným spôsobom. Win-win.

Ukážte vašim ľuďom, ako na to

Našich klientov a účastníkov na prednáškach učím, ako vystavať komunikačný základ pre svoju osobnú značku a komunikovať ju naozaj dobre. Vedia, ako postupovať v komunikácii a postupne sa stávajú sebavedomými a inšpiratívnymi. Nemíňajú energiu, čas a financie na živelnú komunikáciu, ak im napríklad 3 posty na sociálnych sieťach, dobre vyskladané z pohľadu komunikácie osobnej značky, dokážu priniesť rovnaký alebo dokon-

ca lepší výsledok ako 10 živelne publikovaných postov.

Komunikačné posolstvo a hodnoty v súlade

Čo môžeme komunikovať a čo už nie? To je otázka, s ktorou sa stretávam pomerne často. Odpovede je potrebné hľadať v identite firemnej značky a komunikačnej stratégii. A mám aj otázku na zamyslenie, ktorá s touto témou úzko súvisí - sú hodnoty a vízia značky len vytlačené a prilepené na stene v kancelárii alebo nimi vaši zamestnanci naozaj žijú?

Ak nastavujeme osobné značky ambasadorov z radov firmy, komunikované hodnoty sú vždy v súlade s firemnými. Taktiež musia poznať posolstvá, ktoré by mali v komunikácii sledovať. Pravidlá sú namieste, je tam však „ale“.

Dôverujte

Dôležité je ponechať vybraným zástupcom priestor. Nechajte ich v rámci nastavených pravidiel komunikovať ich vlastným autentickým štýlom, ktorý je uveriteľný a vzbudzuje dôveru. Autentickosť robí zázraky a bude z nej profitovať celá spoločnosť. Nielen externe, teda vo vzťahoch s klientmi a partnermi, ale aj v rámci internej komunikácie. A nepochybne sa stane tiež účinnou súčasťou employer branding. Ukážte, že pre vás pracujú tí najlepší.

Osobné PR ako výhoda pre firemný brand

Pozitívna reputácia značky sa nevybuduje cez noc. Má však vplyv na množstvo rozhodovacích procesov a napredovanie firmy. A nielen to, účinne vás podrží aj v čase krízovej komunikácie a zmierni dopady nepriaznivých podmienok. Osobné značky vašich kľúčových ľudí môžete teda efektívne prepojiť nielen s externými kampaniami, ale táto symbióza skvele poslúži aj účelom internej komunikácie.

PREČO SA FIRMÁM OPLATÍ ROZVÍJAŤ OSOBNÉ ZNAČKY KĹÚČOVÝCH ZAMESTNANCOV?

1. DÔVERA V OSOBNÚ ZNAČKU = DÔVERYHODNOSŤ FIREMNÉHO BRANDU

Ľudia komunikujú s ľuďmi. Je to pre nás prirodzené, a aj preto dokážu byť osobné značky tak úspešné. Silné osobné značky odborníkov dokážu rýchlejšie budovať pozitívny vplyv firmy

2. PRIRODZENÍ AMBASÁDORI

Kto vie o firemnom brande viac než jeho zamestnanci? Kľúčoví ľudia majú potenciál rozšíriť povedomie o značke na základe svojej odbornosti a získať tak pre firmu cenné publikum. Vedia byť prirodzenými ambasádormi značky, a to nielen v rámci B2B komunikácie.

3. PODPORA POZITÍVNEJ REPUTÁCIE FIRMY

Okrem toho, že firma zviditeľňuje osobné značky svojich expertov, zároveň cez nich komunikuje efektívnym spôsobom aj firemný brand. Buduje tým svoju pozitívnu reputáciu, ktorá vie značku podržať aj v čase krízy.

4. PRE FIRMU PRACUJÚ ODBORNÍCI

Personálnym PR zameraným na kľúčových ľudí firma deklaruje, že pre ňu pracujú prvotriedni odborníci. Nielenže buduje ich lojalitu podporou a dôverou v podobe zviditeľnenia ich osobnej značky, zároveň cez nich stavia uveriteľný a pozitívny firemný obraz v médiách, na sociálnych sieťach či biznis podujatiach.

5. LÍDRI A INTERNÁ KOMUNIKÁCIA

Lídri so silným osobným brandom výrazne podporujú firemnú kultúru a celkovú internú komunikáciu. Cez rozhovory a iné aktivity lídrov je možné efektívne odkomunikovať dôležité posolstvá, inšpirovať a motivovať zamestnancov.



Autorka článku:

Lucia Pekariková

CEO PR agentúry KOMUNIKA & YOU ARE PR

Známa odborníčka na osobné PR a budovanie osobných značiek, mentorka a spíkerka.

www.linkedin.com/in/luciapekarikova
www.komunika.sk | www.youarepr.com

VEĽKÁ ŠTÚDIA SEO VÝSLEDKOV

ČO SA DOZVIETE Z VEĽKEJ ŠTÚDIE SEO VÝSLEDKOV?

- Prvých 5 organických výsledkov v Google získa až 67,60% klikov.
 - Najviac sme zákazníkom zvýšili počet konverzií trojnásobne. Až 70% zákazníkov sme zvýšili konverzie viac než dvojnásobne.
 - Až 90% zákazníkom sme zvýšili počet návštev na web o minimálne polovicu.
 - Najlepšie výsledky sme dosiahli u zákazníkov, s ktorými sme spolupracovali minimálne 1 rok a viac – až 62% z nich sme zvýšili konverzie viac ako dvojnásobne, u 75% sme zvýšili organickú návštevnosť o viac ako polovicu.
 - Zákazníci, ktorým sme zvýšili všetky merané metriky o viac ako 50% (návštevnosť, konverzie, počet kľúčových slov na 1. stránke v Google), míňajú na SEO v priemere 1100 € mesačne.



Autorka článku:

Ing. Katarína Rusňáková

CEO, SEO & Online strategist ONLINE TORO

T: +421 907 824 213 // M: katarina.rusnakova@onlinetoro.sk

Is SEO
really dead?

Roky sa na internete objavujú články s nápisom „SEO is dead“ (SEO je mŕtve). Články s takýmto alebo podobným nadpisom sú klasickými „clickbaits“, tzv. návnadami na kliknutie, ktorých úlohou je vzbudiť pozornosť a získať čo najviac klikov. O tom, ako to so SEO skutočne je, si môžete prečítať v našej veľkej SEO štúdiu, ktorú sme pre vás vypracovali na 32 zákazníkoch počas 2 rokov spolupráce.

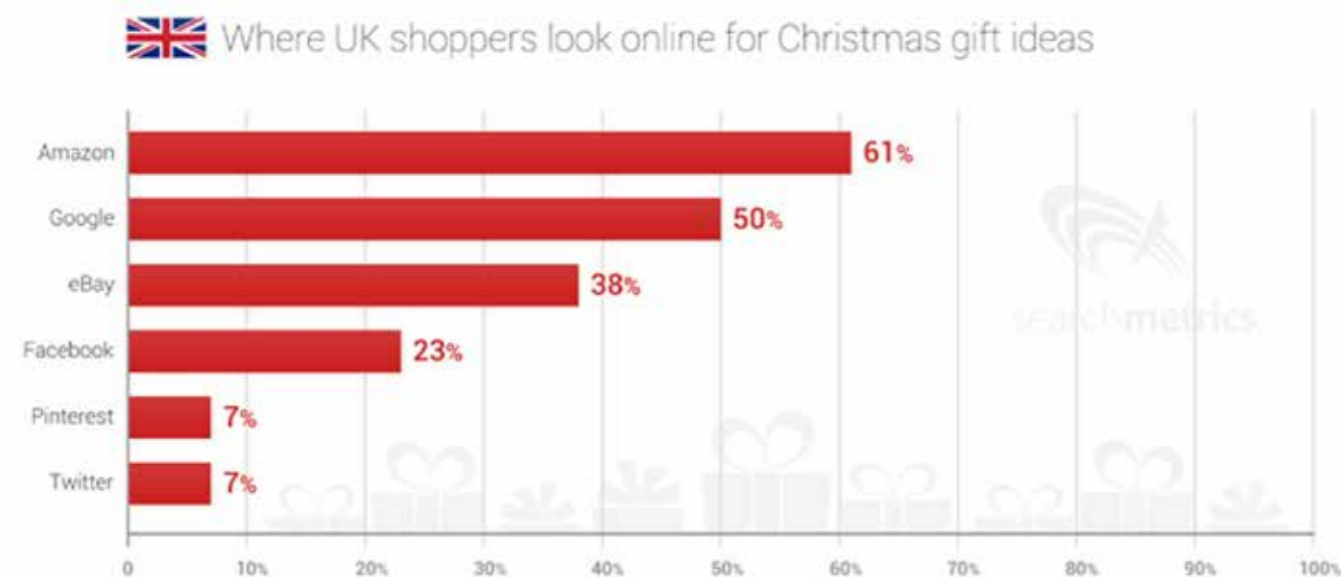
Je SEO skutočne mŕtve?

Podľa štatistík, až 91% webstránok nikdy nezíska organickú návštevnosť z Google. Najčastejšie je to z dôvodu, že nemajú vybudované kvalitné spätné odkazy na web¹. Keď ide o marketing, alebo reklamu ako takú, majitelia firiem radšej investujú do niečoho, z čoho majú hmatateľné výsledky. Billboardy, pekná bannerová reklama, video – pekne spracované vizuály vyvolávajú emócie a tie predávajú. S nákladmi na marketing sa akosi automaticky počíta často v desiatkach tisíc €. Ale presvedčiť zákazníka o tom, aby vsadil na SEO, z čoho možno rok neuvidí výsledky a ani nevieť presne vyčísliť, koľko na tom zarobí, znie ako priveľké riziko. Faktom však je, že v

našich zemepisných šírkach väčšina ľudí, ktorí sú v nákupnom správaní, vyhľadávajú cez vyhľadávače. **Na Slovensku až 97% ľudí použije vyhľadávač Google, pričom 57% ľudí cez desktopové zariadenia, takmer 40% cez mobily a necelé 3 % cez tablety².**

Ak sa pozrieme do iných európskych krajín, veľkú úlohu zohrávajú najmä giganty ako Amazon, alebo Ebay, v našom prostredí to zľahka supľujú porovnávače cien, avšak veľká väčšina tak či tak klikne najskôr na Google.

Štúdia vyjadrujúca nákupné správanie počas vianočných sviatkov v UK a kanály, cez ktoré spotrebiteľia hľadajú vianočný tovar:



zdroj: Fourthsourse³

Mať webstránku na prvých pozíciách môžeme považovať bezpochyby za vašu vstupenku k novým zákazníkom a vyšším ziskom. Ak sa bavíme o tom, koľko vás SEO bude stáť, **najčastejší problém vidíme v tom, že v SEO nemáte tzv. Quick wins a skutočné výsledky sa začnú prejavovať často po roku/rokoch.** Napriek tomu, že SEO pripomína skôr investíciu ako marketingovú aktivitu, treba si uvedomiť, že to nie sú cenné papiere s vopred definovaným úrokom v určitom časovom období. **Do SEO nemôžete investovať. SEO taktiež nemôžete vyskúšať na pár mesiacov. SEO sa buď rozhodnete budovať, alebo nie.** Nič medzi tým. Bodka.

Rozhodnutie budovať SEO je ako postaviť základný kameň pre váš vysnívaný dom. Čím viac času a peňazí dáte do jeho budovania, tým skôr môžete očakávať výsledky. Všeobecne u nás platí, ak sa už pre niečo rozhodneme, robíme to poriadne. Preto sme u nás v ONLINE TORO vypracovali komplexnú SEO štúdiu, ktorá vám majiteľom a marketérom pomôže nastaviť očakávania od SEO, ale taktiež identifikuje nevyhnutné

podmienky na to, aby to u vás fungovalo.

Aké mať zo SEO očakávania? Majitelia firiem často zabúdajú, že marketing je podpora predaja. Preto, či v konečnom dôsledku predáte viac tovaru, alebo služieb, záleží len a len od vás. **SEO agentúra je tu od toho, aby vám priniesla nových potenciálnych zákazníkov z Google.** Dobrá SEO agentúra vie vyčísliť, koľko nových zákazníkov ste momentálne schopní osloviť cez vašu webovú stránku. Vie taktiež vyčísliť, aký veľký trh vo vašom segmente je a koľko % by ste z neho mohli „ukrojiť“ v prípade, že SEO začnete budovať.

Vedeli ste, že prvých 5 organických výsledkov v Google získa až 67,60% klikov?

Poznáte svoje konverzné pomery?

Viete, koľko ľudí príde na váš web a koľko z nich nakúpi, alebo vyplní kontaktný formulár (zatelefonuje/napíše mail)? Dobrá agentúra zanalyzuje súčasný stav, prípadne nastaví meranie cieľov tak, aby čoskoro vedela pracovať s presnými dátami.

VÝSLEDKY SEO ŠTÚDIE

Štúdiu sme vypracovali na základe analýzy dát našich 32 zákazníkov, s ktorými sme spolupracovali, resp. spolupracujeme počas dvoch rokov. Do štúdie sme zahrnuli tých, ktorí sú našimi zákazníkmi minimálne 4 mesiace. Buď sme s nimi spolupracovali od januára 2018 po september 2020, alebo spolupráca trvala už od roku 2015 a skončila v roku 2017. Zahrnuli sme aj zákazníkov, s ktorými kooperujeme od roku 2019.

Z tejto databázy sme vybrali portfólio 32 štandardných zákazníkov, kde sme spracovali nasledovné údaje:

- návštevnosť na začiatku a na konci spolupráce
- konverzie / ciele merané na začiatku spolupráce a na konci
- počet kľúčových slov na prvej stránke v Google na začiatku a na konci spolupráce

Konverzie

Viac ako 90% našich zákazníkov sme zvýšili konverzie z Google – organic o viac ako 50%, pričom:

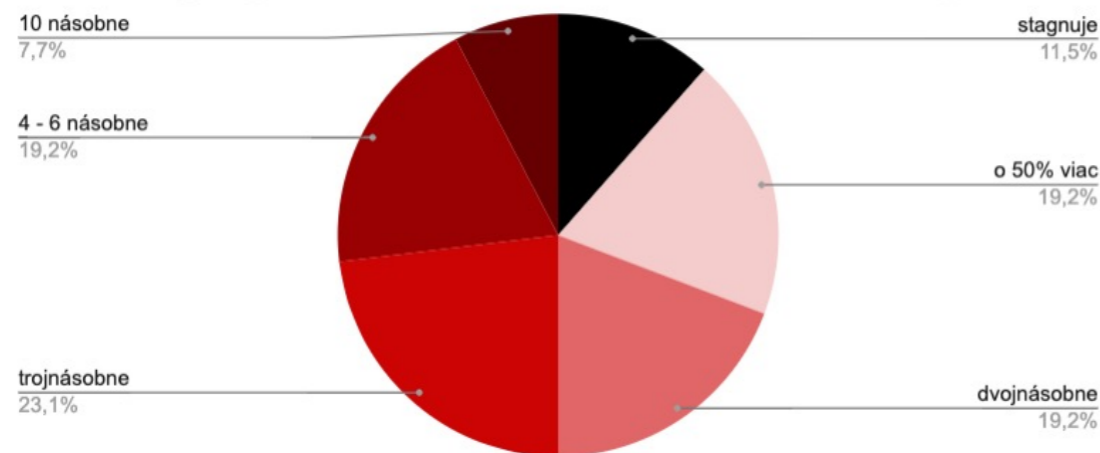
- 23% zákazníkom sme zvýšili konverzie trojnásobne,

- 19% v priemere pätnásobne,
 - 19% dvojnásobne,
 - 9% viac ako o polovicu,
 - takmer 8% sme zvýšili konverzie 10-násobne,
 - 11% zákazníkom sa nezmenil počet konverzií (vrátane obdobia počas COVID-19).
- „Najviac zákazníkom sme zvýšili počet konverzií trojnásobne.“

Organická návštevnosť

Takmer 90% zákazníkom sme zvýšili organickú návštevnosť z Google o viac ako 50%, pričom 22% z nich dvojnásobne a ďalším 22% trojnásobne.

Ako sa zvýšil počet konverzií našich zákazníkov z Google

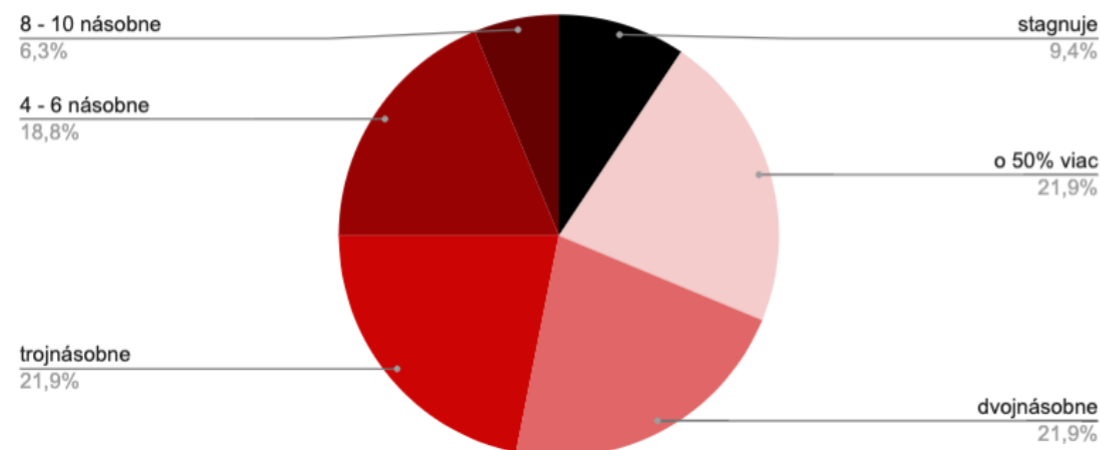


„Až 90% zákazníkom sme zvýšili počet návštev na web o minimálne polovicu.“

Počet kľúčových slov na prvej strane v Google

18% zákazníkov sme zvýšili počet slov na prvej strane v Google v priemere pätnásobne. Dvomi zákazníkom sme zvýšili počet slov na 1. stránke v Google až osemnásobne. Trom zákazníkom sa samotný počet slov na 1. stránke v Google nezmenil. Zmenili sa však slová, na ktoré sa zobrazujú. Teraz na viac vyhľadávané a strategickejšie kľúčové slová.

Ako sa zvýšil počet slov na prvej strane v Google



„Počet kľúčových slov na 1. stránke v Google sme 22% zákazníkov zvýšili trojnásobne, 22% dvojnásobne, a 22% o viac ako polovicu.“

Prečo niektorí zákazníci stagnujú? Najčastejšie dôvody:

- nedokončený web, chyby na stránke, prázdne podstránky, nezpracované texty, chybné presmerovania, 404-ky,
- meranie konverzií na začiatku spolupráce nemali správne nastavené, prípadne sa nemerali vôbec,
- počas spolupráce zákazníci znížili rozsah aktivít alebo zmenili nami navrhnutú stratégiu,
- boli s nami kratšie ako šesť mesiacov,
- zákazníkov z niektorých oblastí (napr. z cestovného ruchu) zasiahlo pozastavenie služieb kvôli COVID-19.

* ďalšie dôvody, ktoré môžu mať za následok zhoršenie výsledkov, sú podrobnejšie popísané v časti: Aké sú ostatné predpoklady na to, aby SEO fungovalo?

Spojte sa s nami online a my vám darujeme hodinovú SEO konzultáciu k vášmu webu ZARMA. Pre prvých 3 najrýchlejších záujemcov vypracujeme taktiež analýzu kľúčových slov a analýzu vašej konkurencie.

„Vždy, keď počujem frázu ‚SEO is dead‘, pomyslím si: ‚dead‘ bude skôr vaša webstránka v Google.“

DOBA SPOLUPRÁCE

Z výsledkov štúdie sme zistili, že dôležitá bola dĺžka spolupráce. Časový úsek meraných spoluprác je od 4-mesačnej spolupráce až po 7-ročnú.

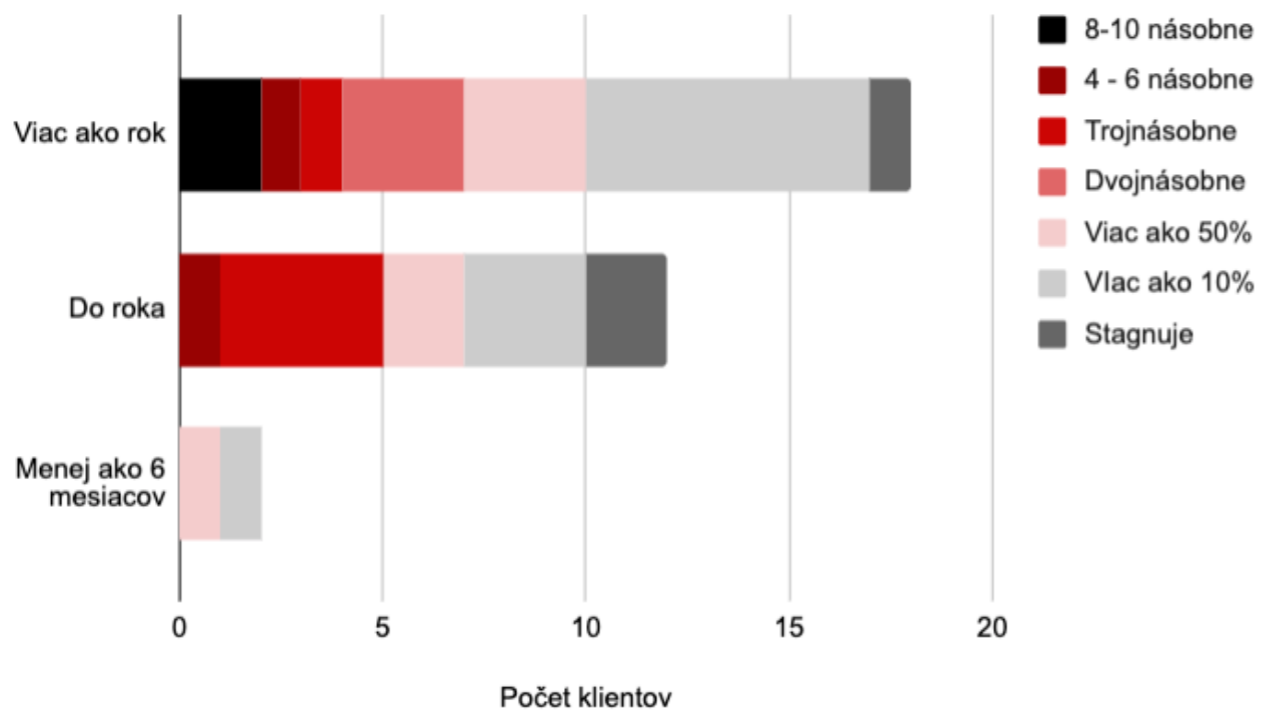
Pri spolupráci dlhšej ako jeden rok:

- z pohľadu organickej návštevnosti: Až polovici zákazníkov sme zvýšili organickú návštevnosť o viac ako 50%, pričom 25% zákazníkov sa zvýšila organická návštevnosť trojnásobne až desaťnásobne.
- z pohľadu konverzií: Až 62% zákazníkov sme zvýšili konverzie viac ako dvojnásobne. U ďalších 25% zákazníkov došlo k navýšeniu konverzií od 10% do 50%.
- z pohľadu nárastu kľúčových slov na 1. stránke vo vyhľadávaní Google: Darilo sa nám zvýšiť počet kľúčových slov aj u zákazníkov, ktorí s nami spolupracujú menej ako šesť mesiacov, avšak v priemere od 10 do 50%. Až 28% zákazníkov sme zvýšili počet kľúčových slov na 1. stránke v Google pätnásobne. Ďalším 6% deväťnásobne.

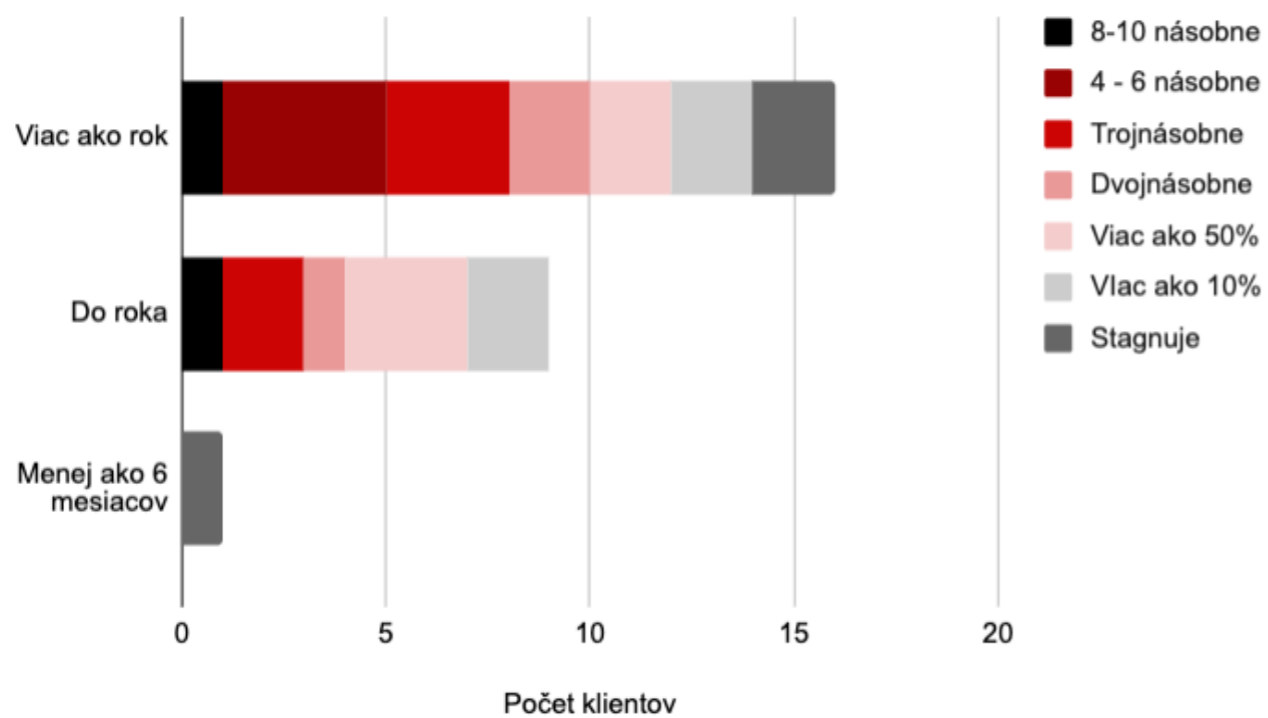
Pri spolupráci kratšej ako šesť mesiacov:

- z pohľadu organickej návštevnosti: Tu sme dosiahli spravidla nižšie výsledky – organická návštevnosť sa zvýšila od 10% do 50%.
- z pohľadu konverzií: U týchto zákazníkov došlo k stagnácii, znamená to, že počet konverzií z organického vyhľadávania sa nezmenil.
- z pohľadu nárastu kľúčových slov na 1. stránke vo vyhľadávaní Google: Aj kratšia doba spolupráce pomohla zákazníkom začať sa zobrazovať vo vyhľadávaní Google, pričom sme dostali do vyhľadávania Google v priemere 7-násobne viac kľúčových slov, ako pred spolupracou. Išlo však o menej konkurenčné kľúčové slová v porovnaní s kľúčovými slovami, na ktoré sme dostali do vyhľadávania zákazníkov s dlhšou dobou spolupráce – viac ako jeden rok.

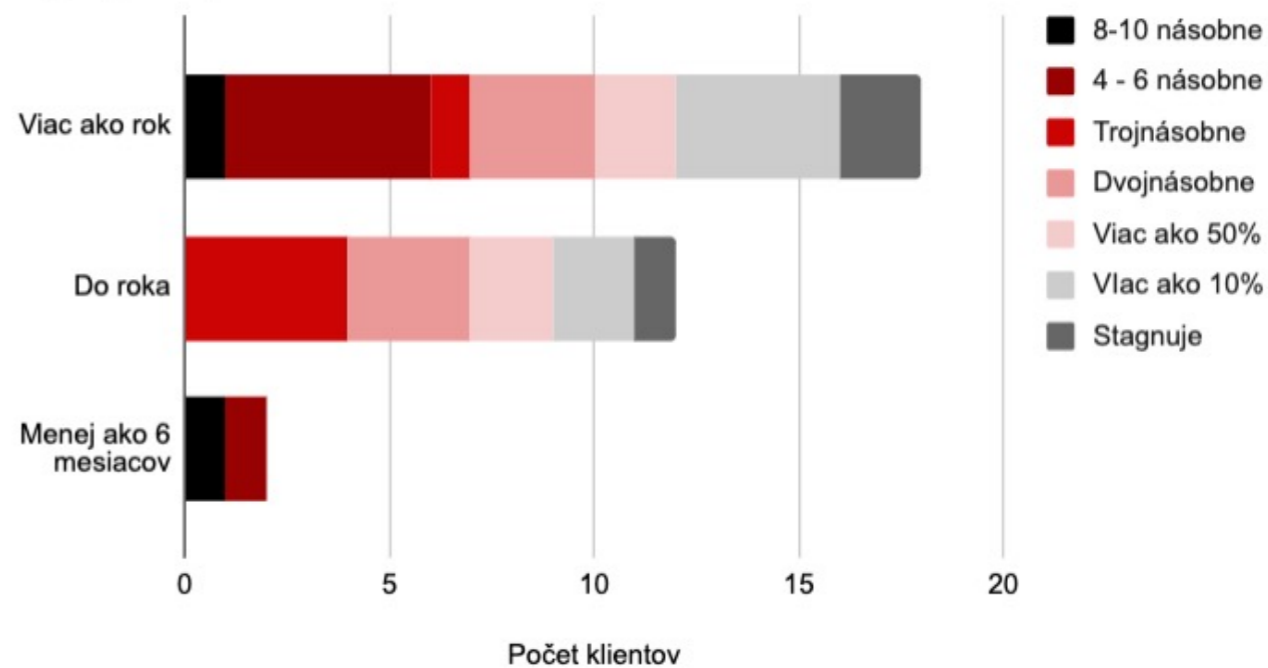
Nárast návštev podľa doby spolupráce



Nárast konverzií podľa doby spolupráce



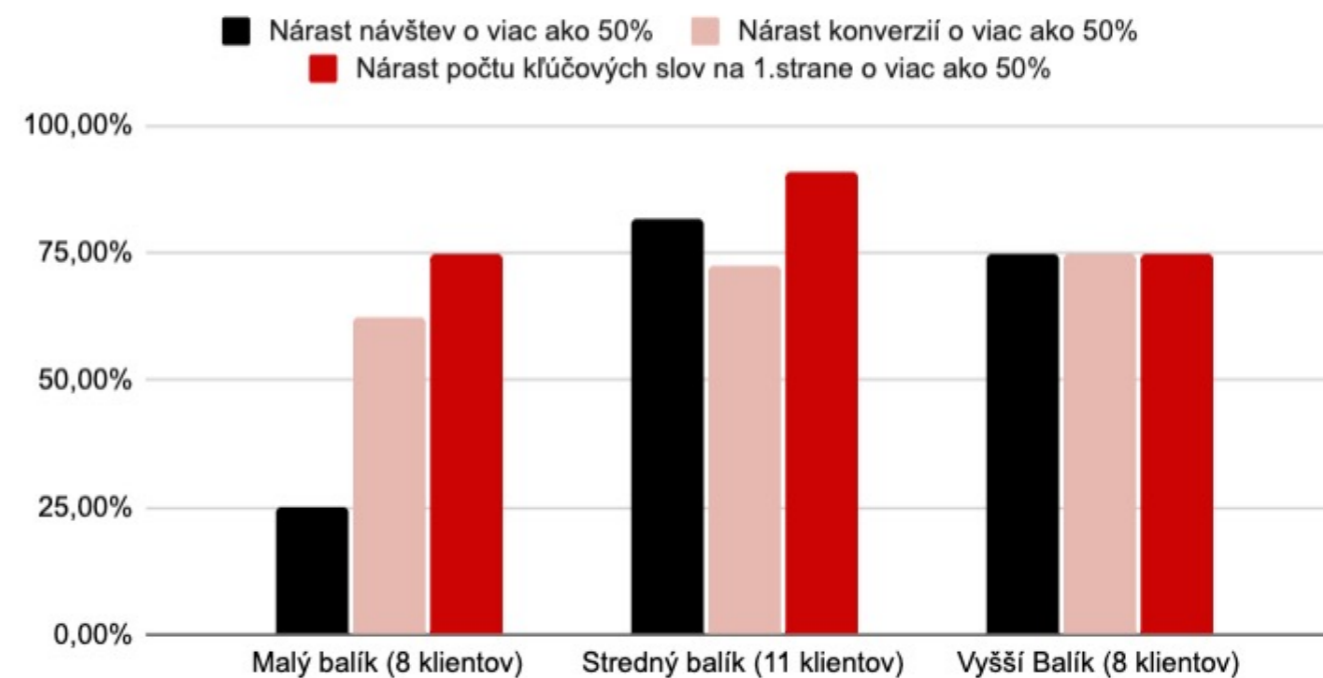
Nárast kľúčových slov na prvej strane v Google podľa doby spolupráce



ROZPOČET A ROZSAH AKTIVÍT

Ďalším faktorom, ktorý evidujeme ako kritický, je rozsah služieb SEO, ktoré sa so zákazníkom robili. Podľa zosumarizovaných výsledkov v tabuľke nižšie je zrejmé, že najlepšie výsledky dosahovali zákazníci so stredným a vyšším balíkom. Rozdiel medzi danými balíkmi tvoril približne 400 € mesačne. Medzi malým a veľkým balíkom to bolo v priemere 700 €. Počítame tu však len so zákazníkmi (27), kde sa merali všetky tri typy cieľov (návštevnosť, konverzie, počet slov na 1. stránke v Google).

Vývoj meraných návštev, konverzií a kľúčových slov podľa veľkosti rozsahu služieb

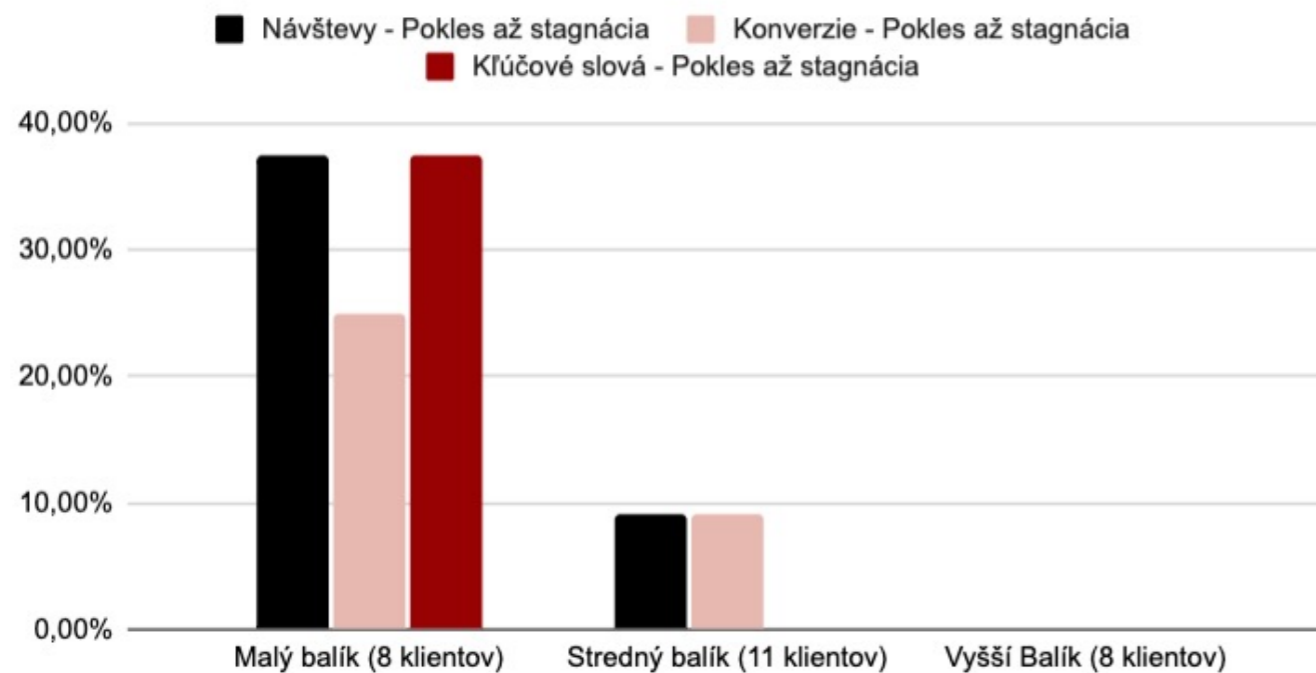


„Zákazníci, ktorým sme zvýšili všetky merané metriky o viac ako 50% mňajú na SEO v priemere 1100 € mesačne.“

„Zákazníci s najmenším rozpočtom v období 1. roka spolupráce môžu stagnovať. Preto sa treba pripraviť na výsledky v dlhšom horizonte, alebo rozpočet navýšiť.“

Zanalyzovali sme taktiež zákazníkov, ktorým sa nedarí dvíhať všetky spomínané metriky. Radi by sme upozornili na to, že primálny rozpočet môže byť dôvodom toho, že obdobie 1 roka jednoducho nebude stačiť na dosiahnutie výsledkov v SEO. Z 27 zákazníkov 3 zákazníci stagnovali pri návštevách na web a pri zlepšovaní pozícií kľúčových slov, dvaja pri zvyšovaní konverzií. Tu je viditeľné, že zvyčajne šlo o zákazníkov, ktorí spolupracovali s minimálnym rozpočtom.

Pokles až stagnácia výsledkov pri rozličných rozsahoch služieb



ZÁVER SEO ŠTÚDIE

- Prvých 5 organických výsledkov v Google získa až 67,60% klikov.
- Najviac sme zákazníkom zvýšili počet konverzií trojnásobne. Až 70% zákazníkov sme zvýšili konverzie viac než dvojnásobne.
- Až 90% zákazníkom sme zvýšili počet návštev na web o minimálne polovicu.
- Najlepšie výsledky sme dosiahli u zákazníkov, s ktorými sme spolupracovali minimálne 1 rok a viac – až 62% z nich sme zvýšili konverzie viac ako dvojnásobne, u 75% sme zvýšili organickú návštevnosť o viac ako polovicu.
- Zákazníci, ktorým sme zvýšili všetky merané metriky o viac ako 50% (návštevnosť, konverzie, počet kľúčových slov na 1. stránke v Google) mňajú na SEO v priemere 1100 € mesačne.

Aké sú ostatné predpoklady na to, aby SEO fungovalo?

- Web musí byť po technickej stránke OK, inak je potrebné okamžite riešiť kritické faktory (rýchlosť načítania, duplicitný obsah, responzivnosť, chyby na stránke...),
- zapracovanie SEO on page dokumentu zákazníkom do 1. mesiaca od začiatku spolupráce,
- fungujúce procesy – ak už na začiatku zákazník nedokáže zapracovať on page, alebo upraviť obsah na webstránke, zapracovať call to action prvky v pomerne krátkej dobe (max. 2 – 3 mesiace), je lepšie spoluprácu ukončiť, ušetriť si veľa nervov a v konečnom dôsledku aj veľa peňazí,
- publikačný plán – články a blogy sa publikujú v dohodnutom rozsahu a načas,
- spolupráca so zákazníkom trvá aspoň 1 rok,
- mesačný rozsah aktivít aspoň: 10 – 15 liniek z 5 externých domén a aspoň 1 obsah mesačne na vašej webovej stránke (minimum 2 interné linky),
- potrebujeme prístupy do Google Analytics a Search console, prípadne do Google Tag manager,
- základné SEO znalosti a personálna kapacita aj na strane zákazníka (na úpravu webu, dodanie podkladov do publikovaných obsahov a podobne).

Najčastejšie problémy, s ktorými sa stretávame:

- Web zákazníka je extrémne pomalý a vykazuje viditeľné chyby na stránke a ani po odporúčaní sa to naďalej nerieši,
- zákazník nezpracuje SEO ON PAGE na svoj web, alebo zapracuje len to, čo z jeho pohľadu „stačí“,
- zákazník chce začať spoluprácu bez prvotného obsahového a technického auditu stránky, skontrolovania správne zapracovaných on page faktorov či optimalizácii štruktúry webu, ak je potrebná,
- zákazník žiada počas spolupráce zmeniť rozsah služieb, alebo stratégiu (často meniace sa optimalizované kľúčové slová, zníženie rozpočtu),
- zle nastavené očakávania zákazníka, ktorý požaduje od SEO hmatateľné výsledky do pár mesiacov.

Spojte sa s nami online a my vám darujeme hodinovú SEO konzultáciu k vášmu webu ZDARMA. Pre prvých 3 najrýchlejších záujemcov vypracujeme taktiež analýzu kľúčových slov a analýzu vašej konkurencie. Požiadajte o ňu tu:

BEZPLATNÁ KONZULTÁCIA



NOVÝ ASISTENT V TÍME:
**Nástroje umelej
 inteligencie pomáhajú
 pri podnikaní každý deň**



Čas - komodita, ktorá sa nedá kúpiť ani vyrobiť. Práve preto je v podnikaní taký vzácny. Čím efektívnejšie ho využijete, tým viac toho dokážete. Ako by vyzeral váš deň, keby ste mali poruke niekoho, kto za vás zvládne rutinné úlohy, pomôže s tvorbou obsahu alebo optimalizuje marketingové aktivity? Zoznámte sa s umelou inteligenciou.

Okamžitá pomoc pre vaše podnikanie

Využívať pri práci nástroje umelej inteligencie je ako mať neúnavného asistenta. Pracuje 24/7, na nič sa nestažuje a zvládne množstvo úloh. Samozrejme, má limity, ako každá technológia. No jej prínosy pre váš biznis ďaleko prevyšujú drobné nedostatky.

Najväčšou výhodou týchto nástrojov je **časová úspora**. Nástroje umelej inteligencie pomáhajú s vykonávaním opakujúcich sa úloh, inšpiráciou, odbúraním kreatívneho bloku a prieskumom nových tém.

Dokážu:

- generovať texty, obrázky, dokonca aj videá a hudbu
- tvoriť pútavý obsah pre

Napísať kvalitný text, či vytvoriť hodnotný obsah trvá niekoľko hodín až dní. Rozoznať dobrý trvá skúsenému oku sekundy / minúty.

sociálne siete, na webové stránky aj do tlačných médií

- prekladať texty aj videá v rôznych jazykoch
- analyzovať dáta a mnoho ďalšieho.

Analýza predajných dát - znie to zložito? V skutočnosti je pritom práve s novými technológiami jednoduchá. Existujúce nástroje sú intuitívne a ich ovládanie sa dá ľahko naučiť. Na **základnú analýzu údajov** môžete pritom využiť konverzačnú umelú inteligenciu, napríklad najznámejší nástroj ChatGPT. K dispozícii máme aj ďalšie špecializované nástroje umelej inteligencie určené pre oblasť zjednodušenia manažmentu úloh, prácu so zahraničnými zdrojmi aj kreatívne úlohy.

Generatívna AI: Nenahraditeľný pomocník pre profesionálov aj začiatočníkov

Nástup generatívnej AI prináša nový rozmer do práce odborníkov aj bežných užívateľov. V oblasti copywritingu a marketingu sa v súčasnosti najlepšie darí tým, ktorí dokážu využívať silu umelej inteligencie popri znalostiach a skúse-

nostiach zo svojej tzv. primárnej profesie. Práve hlboké porozumenie pôvodným marketingovým princípom, schopnosť pracovať s jazykom a kontextom, sú kľúčovými predpokladmi pre maximálne využitie AI nástrojov. Umelá inteligencia tak slúži ako výborný pomocník, ktorý umocňuje a zefektívňuje prácu skúseného copywritera alebo marketéra.

“Napísať kvalitný text, či vytvoriť hodnotný obsah trvá niekoľko hodín až dní. Rozoznať dobrý trvá skúsenému oku sekundy /minúty.”

Hoci umelá inteligencia nedokáže plne nahradiť služby profesionálov, môže vám významne uľahčiť a zefektívniť tvorbu marketingových textov a obsahu. Vďaka AI nástrojom dokážete pri písaní textov rýchlejšie generovať nápady, získavať inšpiráciu, či dokonca vytvárať prvotné návrhy textov, ktoré následne môžete upraviť podľa svojich predstáv.

V marketingu oceníte generovanie obrázkov, automatickú tvorbu titulkov, či pokročilú analýzu údajov. Existuje tiež množstvo ďalších nástrojov určených na zefektívnenie podnikateľskej agendy. To šetrí čas a energiu, ktorú by ste inak museli venovať zdĺhavým procesom.

Zároveň to neznamená, že umelá inteligencia nahrádza ľudskú kreativitu. Práve naopak. Ide o pomocníka, ktorý vám uvoľní ruky a umožní sústrediť sa na to, čo je naozaj dôležité – rozvoj vášho podnikania.

“Skutočný úspech využívania umelej inteligencie spočíva v rozpoznaní jej síl a zároveň uvedomení, kedy je čas na ľudský zásah.”

Ovládať len technológie nestačí

Jednou z najväčších výziev pri práci s AI je neustála potreba vzdelávania sa a sledovania najnovších trendov. Svet umelej inteligencie sa vyvíja neuveriteľne rýchlo a to, čo platilo včera, už dnes nemusí byť relevantné. Byť úspešným pri využívaní umelej inteligencie znamená byť neustále zvedavým, otvoreným voči novým poznatkom a ochotným učiť sa. Len tak dokážeme

držať krok s rýchlym tempom inovácií a dosahovať naše ciele.

Umelá inteligencia však nie je všemocná. Z vlastnej skúsenosti viem, že nestačí len ovládať konkrétne AI nástroje. Rovnako dôležité je rozumieť princípom, na ktorých sú postavené, ich silným a slabým stránkam, ako aj etickým a spoločenským dopadom ich používania.

Kľúčová je tiež schopnosť **kritického myslenia a overovania výstupov AI**. Hoci tieto nástroje dokážu generovať pôsobivé texty a nápady, nie vždy sú bezchybné alebo vhodné pre daný kontext. Je na nás, aby sme ich výstupy dokázali vyhodnotiť, upraviť a prispôbiť tak, aby skutočne slúžili svojmu účelu.

Je tu ešte jeden dôležitý moment v celom procese tvorby. Keď generatívna AI dostane dobré zadanie, zvládne neuveriteľne veľa vecí. Chýba jej však reálna skúsenosť. Doplňte ju do výstupov preto vy. Dajte si tiež pozor na prezentovanie výstupov generatívnej AI ako vlastnej práce. Dôsledkom by mohla byť strata dôveryhodnosti a spochybnenie expertízy.

“Nepoužívajte umelú inteligenciu, ak jej výstupmi chcete nahradiť vašu expertízu, skúsenosti alebo úsudok.”

Preto nezabúdajte na **rozvoj vlastných zručností a kreativity**. Len ak budete neustále pracovať na sebe a zdokonaľovať sa vo svojom remesle, dokážete najnovšie technológie a nástroje využiť naplno.

Vaša vlastná výbava pre úspešné podnikanie

Možno sa pýtate, ako vyzerajú tie záračné AI nástroje v praxi a ako ich môžete využívať práve vy?

Predstavte si to ako vlastný “kufrík s náradím” na mieru pre vás. Nájdete v ňom nájdete širokú škálu aplikácií. Medzi najobľúbenejšie a najdostupnejšie AI nástroje patria:

- ChatGPT a Gemini: Všestranný nástroj

na tvorbu textov, preklady, zhrnutie textov, brainstorming a mnoho ďalšieho.

- Canva: Jednoduchý nástroj na tvorbu profesionálnych grafík, prezentácií, videí a ďalšieho vizuálneho obsahu.
- DeepL: Prekladač, ktorý vyniká presnosťou a prirodzeným jazykom.
- Leonardo AI, DALL-E či Midjourney: Nástroje na generovanie obrázkov pomocou AI.

Nebojte sa experimentovať a hľadať kombináciu nástrojov, ktorá vám bude najviac vyhovovať! S nástrojmi umelej inteligencie získate čas na to naozaj dôležité - na rozvoj svojho podnikania a naplnenie vašej vízie.

Výhody a výzvy využívania umelej inteligencie

Medzi najväčšie výhody používania generatívnej AI patrí **rýchlosť a efektívnosť**. Rutinné úlohy zvládnete s menšou námahou a v kratšom čase. Umelá inteligencia dokáže spracovať obrovské množstvo informácií a zrýchľuje časovo náročné činnosti, ako napríklad prieskum. Pri integrácii AI do procesu tvorby textov sa otvárajú nové možnosti a spôsoby využitia. Vo svojej praxi preto občas využijem celé časti výstupov pokročilých nástrojov, inokedy len myšlienku, ktorej sa chytím.

- AI nástroje ponúkajú tiež ďalšie výhody:
- pomáhajú prekonávať tvorivé bloky
- prinášajú nové nápady a uhly pohľadu
- analyzujú veľké množstvá textu a dát
- pracujú s kontextom a využívajú rôzne formy vstupov aj výstupov

Najlepšie výsledky pritom prináša kombinácia výstupov umelej a ľudskej inteligencie. Zapojenie vlastnej kreativity, expertízy a vlastných podnikateľských riešení predstavuje obrovskú pridanú hodnotu.

Budúcnosť patrí tým, čo sa neboja nových výziev

Najbližších niekoľko rokov nás čaká

zaujímavá spolupráca človeka a umelej inteligencie, nie súperenie. Tým sa prirodzene mení charakter práce, čo však nevyhnutne neznamená, že o ňu prichádzate. Zmeny sa dejú aj vo vnútorných procesoch firiem. Implementácia umelej inteligencie je **strategický krok**, ktorý mení pravidlá podnikania. Preto je dôležité začať sa vzdelávať a postupne ju zavádzať do svojich firemných procesov. Len tak môžete naplno využiť potenciál tejto prelomovej technológie.

Kľúčom k úspechu v najbližších rokoch bude jednoznačne schopnosť adaptovať sa na meniace sa prostredie a hľadať spôsoby, ako AI využiť vo svoj prospech. Nejde však len o zvládnutie technických zručností, ale aj o **rozvoj kritického myslenia, kreativity a empatie**. Každý má jedinečnú príležitosť formovať spôsob, akým bude AI vo jednotlivých odboroch využívaná. Začnite s touto premenou už dnes! Vyberte si na začiatok jednoduchý nástroj, ktorý najlepšie vyhovuje vašim potrebám. Presvedčte sa sami, ako vám dokáže uľahčiť prácu a posunúť vašu tvorbu vpred. Nezapovedajte, že konkurencia tieto nástroje už dávno skúša alebo používa.



Autorka článku:

Ing. Ivana Latiaková

marketérka,

AI konzultantka

Špecialistka na umelú inteligenciu v copywritingu

www.contentmaster.sk

Prevod nehnuteľnosti zo spoločnosti na spoločníka fyzickú osobu

LENKA PALÚCHOVÁ



Jednou z často riešených daňových otázok prevod nehnuteľnosti, ktorá bola nadobudnutá spoločnosťou na jej spoločníka, ktorý je fyzickou osobou.

V tomto prípade je potrebné si dať pozor najmä na

- Transferové oceňovanie, keďže táto transakcia sa považuje za kontrolovanú transakciu, ktorá má byť uskutočnená za cenu nezávislú na trhu.

To znamená, že spoločnosť by mala spoločníkovi predať nehnuteľnosť za cenu trhovou. Trhovou cenou je cena, za ktorú by tú istú nehnuteľnosť predala niekomu tretiemu. Napr. spoločnosť vlastní nehnuteľnosť, ktorú by vedela predať niekomu tretiemu za 100 000 EUR. Spoločnosť však túto nehnuteľnosť v roku 2024 predá svojmu spoločníkovi za 30 000 EUR. V takomto prípade má spoločnosť povinnosť o rozdiel medzi trhovou cenou 100 000 EUR a cenou, ktorú zaplatí spoločník 30 000 EUR zvýšiť základ dane. To znamená, že spoločnosť k svojmu základu dane za rok 2024 pripočíta sumu 70 000 EUR. A to aj v prípade, že v skutočnosti výnos z predaja tejto nehnuteľnosti je 30 000 EUR.

Zároveň má spoločnosť povinnosť vypracovať transferovú dokumentáciu. Po zvážení jednotlivých kritérií spoločnosť vypracuje skrátenú, základnú alebo úplnú transferovú dokumentáciu. Druh dokumentácie, ktorú musí spoločnosť viesť záleží najmä od druhu a veľkosti transakcií, ktoré spoločnosť uskutočňuje.

- Režim DPH, a teda či je možné previesť nehnuteľnosť na spoločníka s DPH alebo bez DPH.

Predať nehnuteľnosť bez DPH je možné

ak od kolaudácie nehnuteľnosti uplynulo aspoň 5 rokov (časový test). V opačnom prípade musí spoločnosť k cene, za ktorú nehnuteľnosť bude spoločníkovi predávať pripočítať DPH. Z pohľadu spoločníka fyzickej osoby je toto značne nevýhodné, keďže si uplatnenú DPH nemôže odpočítať.

V tejto časti nadviažeme na posledný článok uverejnený v prvom čísle časopisu v roku 2024. Ak je splnený časový test na oslobodenie predaja nehnuteľnosti od DPH, spoločnosť by si mala zároveň overiť, či nebude musieť vykonať úpravu odpočítanej dane. Inými slovami, či spoločnosť nebude povinná časť DPH, ktorú si pri nadobudnutí nehnuteľnosti odpočítala vrátiť. Čo sa môže tiež za istých okolností javiť ako značne nevýhodné.

Uvedená úprava sa obdobne bude vzťahovať aj na transakcie medzi spoločnosťou a jej konateľom.

Prevody majetku, či už ide o nehnuteľnosti alebo iný majetok by mala spoločnosť starostlivo zvážiť z pohľadu dane z príjmov (transferové oceňovanie) ako aj z pohľadu DPH. Vyhnite sa tak nepríjemným prekvapeniam.



Autorka článku:

Ing. Mgr. Lenka Paluchová, LL.M.
Advokátka a daňová poradkyňa
špecializujúca sa na daň z príjmov
a medzinárodné zdaňovanie.

ÚČTOVNÁ PORADŇA

Čo je a čo nie je ŠVARCSYSTÉM

TATIANA ŠÁNDOROVÁ

Miroslav Švarc bol veľmi podnikaný človek. Podnikal v stavebníctve a začiatkom 90. rokov ukončil pracovný pomer so všetkými svojimi zamestnancami. Vyzval ich, aby si založili živnosť a uzavreli s ním obchodné zmluvy. Obsah a spôsob výkonu ich práce sa nezmenil - vznikol tak fenomén známy ako wsystém. Švarcsystém však nie je "schwarzsystém", teda práca na čierne.

Pozrime sa, čo presne znamená.

Dôvod vzniku Švarcsystému

Hlavným dôvodom prechodu na švarcsystém je vysoké daňovo-odvodové zaťaženie práce:

1. zamestnanec platí daň z príjmu vo výške 19 %, odvody do SP a ZP vo výške 13,4 %, plus zamestnávateľ platí za zamestnanca odvody vo výške 35,2 %
2. SZČO platí odvody vo výške 33,15 % (do podania prvého DP DPFO B však nemusí platiť odvody do SP), daň z príjmov 15 % pri príjme do 60 000 €.

Výsledkom je, že SZČO môže mať vyšší príjem ako zamestnanec v pracovnom pomere.

Riziká pre SZČO

Samostatne zárobkovo činná osoba nemá rovnaké práva ako zamestnanec:

- **dovolenka:** bez nároku na dovolenku – ak nepracuje, nemá príjem
- **sociálne dávky:** bez odvodov do SP nevzniká nárok na materské dávky, dávky PN či OČR; dôchodok je minimálny
- **výhody zamestnancov:** bez nároku na

obedové prestávky, príspevky na stravovanie, pracovné pomôcky, odstupné

- **zmluvné ukončenie:** zmluvný vzťah môže byť ukončený okamžite bez výpovednej lehoty
- **podpora v nezamestnanosti:** náročnejší prístup k podpore v nezamestnanosti

Znaky závislej práce

Ak spolupráca medzi SZČO a odberateľom vykazuje nižšie uvedené znaky, ide o švarcsystém:

1. dlhodobý a výlučný výkon práce pre jedného odberateľa
2. vzťah nadriadenosti a podriadenosti
3. práca na dobu určitú
4. používanie pracovných pomôcok a priestorov odberateľa bez prenájmu alebo akejkoľvek inej dohody
5. práca v mene odberateľa (napr. používanie firemných vizitiek)
6. práca na náklady a zodpovednosť odberateľa
7. pevne dohodnutá pracovná doba

Kedy nejde o švarcsystém

- ♥ Ak je práca vykonávaná na základe iných zmlúv, napr.
- ♥ Zmluva o spolupráci
- ♥ Zmluva o obchodnom zastúpení
- ♥ Mandátna zmluva
- ♥ Zmluva o sprostredkovaní
- ♥ Zmluva o dielo

V týchto prípadoch dodávateľ používa svoje vlastné priestory a pracovné prostriedky, nepodlieha pracovným pokynom zamestnávateľa a poskytuje služby viacerým odberateľom.

Sankcie

Za porušenie zákazu nelegálneho zamestnávania môže byť zamestnávateľovi

udelená pokuta od 2 000 € do 200 000 €. Pri nelegálnom zamestnávaní 2 a viac fyzických osôb je výška pokuty najmenej 5 000 €. SZČO hrozí pokuta do 331 €.

Opakované porušovanie zákazu nelegálneho zamestnávania môže viesť k zrušeniu živnostenského oprávnenia.

Riešenia a perspektíva

Spolupráca so SZČO nemusí automaticky znamenať, že ide o závislú prácu o švarcsystém. Dôležité sú reálny spôsob, forma a účel spolupráce.

Jedným z možných riešení je zosúladienie daňových a odvodových podmienok pre zamestnancov a SZČO tak, aby ekonomická motivácia využívať švarcsystém bola čo najnižšia.

To by si však vyžadovalo len mierne zvýšenie zaťaženia SZČO, aby sa neutlmila podnikateľská aktivita a zároveň veľmi výrazné zníženie zaťaženia zamestnancov.

Dôsledkom by nevyhnutne bol nižší výber daní a poistného pre štátnu pokladnicu. Aby si štát mohol niečo také dovoliť, musel by zásadne zvýšiť efektivitu svojho fungovania, a to nie náhodným prepustením niekoľkých úradníkov, ale najmä poctivou reformou svojich agend a digitalizáciou služieb.

Toto všetko je viac-menej utopická predstava, švarcsystém tu s nami zrejme bude ešte dlhé roky.

A Miroslav Švarc?

O svojom systéme najprv diskutoval s členmi vlády, no nakoniec bol švarcsystém zakázaný. V roku 1993 bol Miroslav Švarc niekoľkokrát pokutovaný. V roku 1994 bol obvinený zo sprenevery dávok sociálneho zabezpečenia. Štát mu splácanie obrovského dlhu neumožnil a jeho kedysi miliardovú spoločnosť poslal do konkurzu.

V roku 1999 bol odsúdený na 18 mesiacov nepodmienečného trestu odňatia slobody, z ktorého si v tom čase odsedel 9 mesiacov.

Po návrate z väzenia v roku 2001 žil ako pustovník na Slapskej priehrade, neskôr pracoval ako šéf stavebných robotníkov. Do dôchodku odišiel v roku 2008.

“Aspoň niečo po mne zostane,” - povedal.



Autorka článku:
Tatiana Šándorová

- mentorka, ekonómka a účtovníčka
- mojou vášňou je zrozumiteľné vysvetľovanie čísel, vzťahov a súvislostí
- spolupracujem s podnikateľkami, majiteľkami malých firiem a menšími n.o.

Nájdete ma:
LI: Tatiana Šándorová
FB: Tatiana Sandorova

PREDSTAVUJEME NAŠE NOVÉ ČLENKY



Marcela Lauková
Founder & managing director
Agritours Slovakia
DiscoverSlovakiaTours

Volám sa Marcela a ak ma ešte nepoznáte, milujem tvoriť zážitky!

S #Agritours Slovakia konferencie, poznávačky a pobyty šité na mieru v zahraničí

Hiking, opera či cesta za históriou po Strednej Európe s #DiscoverSlovakiaTours



V Koštovke za Vás vyriešime problém s hľadaním skvelého firemného darčeka.

Farmársky kôš či eco-box plný slovenských farmarských dobrôt!

To je www.kostovka.sk



Certification:
APMP® Bid and Proposal
Management Foundation



Mgr. Dana Straková
Certified Proposal
Manager

- 20+ ročné skúsenosti s projektami a prípravou ponúk do súťaží
- Klienti/zamestnávateľia: IBM, Reprezentácia Európskej komisie, Hermes LabSystems, PricewaterhouseCoopers, ING
- Moje silné stránky: komunikatívnosť, lojalita a kreativita

Kontakt:
Mgr. Dana Straková
Mobil: 0907 184 695
E-mail: rfpecko@gmail.com

Čo robím:

Obchodné ponuky

- Monitoring a podpora pri obchodných príležitostiach
- Vyžiadanie a analýza súťažných podkladov
- Príprava dokladov a ponúk podľa podmienok účasti s ohľadom na Vaše firemné štandardy
- Kontrola ponúk a ich včasné predloženie v požadovanom formáte

Granty a projekty

- Komplexná príprava žiadostí o grant
- Riadenie projektov vrátane ich prípravy/písania po realizáciu a finálne zúčtovanie

Jazykové korektúry textov v slovenskom a anglickom jazyku

Administratívne služby, riadenie kancelárie a riadenie domácnosti

Vy získate:



- Skúseného človeka, ktorý vás odbremeni od operativity
- Viac času na svoje podnikanie a obľúbené aktivity
- Pomoc na pár hodín alebo dlhodobu, ako potrebujete
- Skvelého organizátora práce a eventov
- Vyššie zisky



RfPéčko je najmä o spracovaní obchodných ponúk pre dodávateľov, ktorí sa chcú zúčastniť verejného obstarávania alebo obchodnej súťaže. RfP pochádza z anglického „Request for Proposal“ a v slovenskom jazyku používame termín „výzva na predloženie ponuky“. V korporátnom alebo obchodnom sektore sa udomácnil slangový výraz „RfPéčko“.



Zrealizujte svoje podnikateľské sny pomocou Akadémie pre začínajúce podnikateľky

Akadémia pre začínajúce podnikateľky (Academy for Women Entrepreneurs – AWE) je certifikovaný vzdelávací program určený pre začínajúce podnikateľky ako aj ženy s podnikateľským nápadom.

Na Slovensku realizujeme AWE s podporou Amerického veľvyslanectva v Bratislave. Otvárame prvý ročník akadémie určený pre podnikateľky a budúce podnikateľky z Trnavského kraja.

Ide o jedinečný osvedčený vzdelávací program, ktorý funguje vo viac ako 100 krajinách vo svete a vďaka ktorému úspešne začali podnikáť viac ako 25 tisíc žien vo svete.

Absolvujte s nami online vzdelávacie moduly, skupinový aj inividuálny mentoring, spoločné stretnutia s podnikateľkami a pozvanými hosťkami a tiež hodnotný networking s cieľom výmeny informácií, inšpirácií a skúseností.

Akadémia pre začínajúce podnikateľky vám ponúka všetky potrebné informácie k podnikaniu v podobe 13 online modulov v anglickom jazyku k úspešnému rozbehu svojho podnikania.

Čo získate účasťou?

- Prístup do jedinečnej online vzdelávacej platformy so vzdelávacími modulmi
- Skupinový a individuálny mentoring
- Networking a výmenu skúseností, stretnutia s podnikateľkami
- Prezentáciu svojich biznis plánov
- Účasť na záverečnej konferencii
- K vášmu úspešnému podnikaniu.

INFORMÁCIE A PODMIENKY AWE NÁJDETE NA TOMTO LINKU:



Prečo sa stať členkou Združenia podnikateliek a manažérok?

Budujeme inšpiratívnu komunitu podnikateliek, manažérok a žien na vysokých riadiacich pozíciách, ktoré sa vzájomne inšpirujú, podporujú a prepájajú, pracujú na svojom osobnom a profesijnom rase, buduje vzťahy a kontakty.

Sme členom EWA (European Women Association). Sme partnerkami Women Entrepreneurship Platform a EWOB (European Women on Board Association).

Sme jediné združenie na Slovensku s aktívnou spoluprácou so zahraničnými partnerkami. Spolupracujeme s Veľvyslanectvami na Slovensku, vybranými zahraničnými obchodnými komorami, ako aj so slovenskými veľvyslanectvami v zahraničí. Máme bohatú históriu projektových spoluprác.

Zviditeľňujeme, podporujeme, vzdelávame, prepájame podnikateľky a manažérky. Inšpiratívne, zážitkovo a s úprimným záujmom.

- zameriavame sa na osobný a profesijný rozvoj
- lepšie Vaše rečnícke a prezentačné zručnosti potrebné v podnikaní, ako aj na manažérskych pozíciách
- stanete sa súčasťou inšpiratívnej komunity s cieľom výmeny informácií, inšpirácií, kontaktov a spoluprác
- získate nové informácie a inšpirácie z našich, ako aj partnerských podujatí
- budujeme vzťahy a kontakty medzi podnikateľkami a manažérkami
- prehlbujeme spoluprácu so zahraničnými podnikateľkami a manažérkami

Pridajte sa k nám. Prihláška tu:

Staňte sa súčasťou inšpiratívnej komunity. Spájame sa k spoločnému úspechu.

O NÁS

Sme jediné združenie na Slovensku s aktívnou spoluprácou so zahraničnými partnerkami. Spolupracujeme s veľvyslanectvami na Slovensku, so zmiešanými obchodnými komorami ako aj so Slovenskými veľvyslanectvami v zahraničí. Máme bohatú históriu projektových spoluprác. Zviditeľňujeme, podporujeme, prepájame a vzdelávame podnikateľky, manažérky a ženy vo vysokých riadiacich pozíciách. Pomáhame im v osobnom, ale aj profesijnom raste prostredníctvom vzdelávacích a networkingových aktivít, prepájania a vzájomnej spolupráce.

Sme členom

- ♦ The European Women Association
- ♦ The European Women on Boards

Sme partnerkami a podpovateľkami:

- ♦ The Women Entrepreneurship platform
- ♦ The European Women's Lobby
- ♦ WEDO – Women Entrepreneurs DO Make a Difference!

ČO S NAMI ZÍSKATE?

- ♦ **PODPORA A KOMUNITA**
Sme inšpiratívna komunita líderiek. Podporujeme, prepájame podnikateľky, manažérky a top manažérky z rôznych oblastí a profesií.
- ♦ **RAST A ROZVOJ**
Podnikania prostredníctvom našich workshopov, online webinárov, konzultácií, biznis meetingov, biznis návštev, exkurzií, konferencií, projektov a iných podujatí.
- ♦ **SPOLUPRÁCA A NETWORKING**
Vytvárame priestor pre zdieľanie informácií, inšpirácií, spoluprácu a partnerstiev.
- ♦ **ZVIDITEĽNENIE A MEDZINÁRODNÁ SPOLUPRÁCA**
Ponúkame možnosť prezentácie vašej spoločnosti, možnosť nadviazania kontaktov a spoluprácu v rámci našich zahraničných partnerstiev a členstiev.
- ♦ **MENTORING**
Podporujeme osobný a profesijný rozvoj manažérok prostredníctvom zdieľania skúseností s mentorkami a účastníčkami v konkrétnych firmách.
- ♦ **TRÉNING PREZENTAČNÝCH ZRUČNOSTÍ**
Pomáhame zlepšiť vaše prezentačné a komunikačné zručnosti, vaše vystupovanie, predstavenie vašej spoločnosti prostredníctvom tzv. Elevator pitch.
- ♦ **PROJEKTY**
Účasť na našich projektoch s partnermi z EÚ a mimo EÚ.

NAŠE PODUJATIA:

- ♦ Semináre, webináre a workshopy
- ♦ Dámske raňajky
- ♦ Konferencie
- ♦ Networkingové stretnutia
- ♦ Business návštevy – exkurzie
- ♦ Mentoringy vo firmách
- ♦ Podnikateľské misie
- ♦ Tréningy prezentačných zručností

Staňte sa aj Vy súčasťou inšpiratívnej komunity líderiek, ktorá sa vzájomne inšpiruje, podporuje a prepája, pracuje na svojom osobnom a profesijnom rase, buduje vzťahy a kontakty.

Tento leták bol vytvorený v rámci projektu WE-Champs realizovaného CIPE a financovaného Úradom pre globálne záležitosti žien (SGWJ) Ministerstva zahraničných vecí USA.

NAŠE PROJEKTY**WOMEN, FAMILIES, CAREERS
Digital solutions in adult learning**

Naše Zdrúženie podnikateliek a manažérok je slovenským partnerom v projekte „WOMEN, FAMILIES, CAREERS – Digital solutions in adult learning“ v rámci projektu Erasmus+. Projekt realizujeme spoločne s maďarskými a českými partnerkami.

Cieľom projektu je:

- ♥ Vytvoriť zbierku najčastejších aplikácií (mobilných a internetových), ktoré nám uľahčujú každodenný aj rodinný život,
- ♥ Zvýšenie motivácie k využívaniu digitálnych nástrojov v pracovnom aj bežnom živote k zefektívneniu našej práce
- ♥ Zvýšenie digitálnej gramotnosti.

Aké digitálne aplikácie na mobile alebo počítači používate vy? Či už v práci alebo v bežnom živote. Podelte sa s nami o Vami používané aplikácie, [na tomto linku](#).

Informácie o projekte:

- 1.6. 2023 sa konalo úvodné partnerské online stretnutie
- 28.6. 2023 sa konala konferencie s účasťou partneriek v Budapešti

Hlavný partner projektu: Családbarát Magyarország Központ

Projektové partnerky:

Asociácia pre rozvoj kariéry žien v Maďarsku (AWCDH)
Business & Professional Women CR z.s., Česká republika
Zdrúženie podnikateliek a manažérok

Projekt sa realizuje z programu Erasmus plus

Project no.: 2022-2-HU01-KA210-ADU-000098893 // Realizácia projektu: 02/2023–07/2024

Blížšie informácie poskytneme na e-maile: zdruzeniepam@gmail.com

**Erasmus+ KA210-ADU****Women, families, careers - Digital solutions in adult learning**

2022-2-HU01-KA210-ADU-000098893

02/2023 - 07/2024

This project has been funded with support from the European Commission. This publication and all its contents reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

NAŠE PROJEKTY**EWoB****The European Women on Board Association**

European Women on Boards

Zdrúženie podnikateliek a manažérok sa stalo partnerkami EWOB (the European Women on Board Association – európska nezisková asociácia pre rodovú rovnosť na úrovni rozhodovacích procesov), zameranú na vzájomnú podporu, vzdelávanie a prepojenie sa žien v správnych radách.

V rámci spolupráce s EWOB je našim cieľom prepojenie žien v Správnych radách žien a žien pôsobiach vo vysokých manažérskych a riadiacich pozíciách, zdieľanie prístupu k hodnotnému vzdelávaniu. Taktiež je našim cieľom aj zvyšovanie povedomia a podpora žien v nadväznosti na Smernicu EK o zavedení povinných počtov zastúpenia žien v spoločnostiach kótovaných na trhu.

Kontakt: zdruzeniepam@gmail.com



**ZAVOLAJTE NÁM
ALEBO NÁM NAPIŠTE:**

+421 948 266 993
zdruzeniepam@gmail.com
zdruzenie@zepam.sk

**SLEDUJTE NÁS
NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH:**

- [zdruzeniepodnikateliek](#)
- [uspesnezeny](#)
- [zdruzeniepodnikateliek](#)

Podporujeme podnikateľky, manažérky, líderky v osobnom a profesijnom raste. V spolupráci je sila.

Zdrúženie podnikateliek a manažérok
Bulíkova 2682/15
851 04 Bratislava
Slovenská republika
IČO: 36069795
DIČ: 2021602671
Kancelária:
Budova Blagohouse
Blagoevova 28
851 04 Bratislava

ÚSPEŠNÉ ŽENY

Zviditeľňujeme, podporujeme a prepájame podnikateľky, manažérky a ženy na vysokých riadiacich pozíciách prostredníctvom vzdelávacích a networkingových podujatí, vzájomnej podpory a spolupráce.

www.uspesnezeny.sk



ZDRUŽENIE
PODNIKATELIEK A MANAŽÉROK

Facebook Úspešné ženy

Elektronický časopis Úspešné ženy vydáva Združenie podnikateliek a manažérok, IČO: 36069795. V prípade záujmu o zasielanie časopisu, nás kontaktujte mailom na zdruzeniepam@gmail.com.

www.uspesnezeny.sk.