

# Úspešné ženy

INŠPIRÁCIE PRE ÚSPEŠNÉ PODNIKATEĽKY A MANAŽÉRKY

03

24

Elektronický  
časopis  
Úspešné  
ženy vydáva  
Združenie  
podnikateľiek  
a manažérok

## ROZHOVOR:

Elena Kohútiková:  
**Viac žien vo vedení?  
Potrebujeme odvahu  
a zmenu myslenia.**

**TÉMA:**  
**10 tipov, ako  
efektívne  
využiť LinkedIn  
na budovanie  
osobnej značky**



ZDRUŽENIE  
PODNIKATEĽIEK A MANAŽÉROK

Milé dámy,

Leto máme úspešne za sebou. Pre niektoré z nás to bolo obdobie dovolení, oddychu a plánovania aktivít a rozpočtov na najbližšie obdobie. Pre nás v združení však bolo leto jedno z najrušnejších období. Pripravovali sme Akadémiu pre začínajúce podnikateľky, ktorá s podporou grantu amerického veľvyslanectva pomôže desiatkam začínajúcich podnikateľiek z Trnavského, Banskobystrického a Nitrianskeho kraja v ich podnikaní.

S cieľom podpory a zviditeľnenia slovenských podnikateľiek sme pripravili pre naše zahraničné partnerky promo balíčky slovenských výrobkov. Je to jedinečný spôsob prezentácie a propagácie slovenských výrobkov od slovenských podnikateľiek pre naše partnerky v rámci projektu CIPE Europe & Eurasia.

Za dverami nám klope jeseň, ktorá býva plný rôznych aktivít a podujatí. Tešíme sa, že sa uvidíme na podujatiach, ktoré sme vás pripravili.

V našom aktuálnom čísle nájdete inšpiratívny rozhovor s bývalou vrchnou riaditeľkou ekonomického úseku a neskôr viceguvernerkou NBS, pani Euro, pani Elenou Kohútikovou.

Ďalej sa pozrieme na 10 tipov, ako efektívne využiť LinkedIn na budovanie osobnej značky a zvýšenie viditeľnosti.

Byť autentickou sa oplatí, tak na manažérskych aj riadiacich pozíciách, čo nám potvrdí Dana Miňová, ktorá uznávam líderstvo postavené na hodnotách, integrite, ľudskosti.

Bojíme sa zmien. Vo firmách, aj v životoch. Prečo je to tak sa dozvieme z pohľadu manažérky, ktorá sa dlhé roky venovala príprave a implementácii biznis stratégií, Katarína Lucinová.

Ako sa pripraviť efektívne na tendre a ako vyhrať obchodnú súťaž nám poradí skúsená projektová manažérka Dana Straková.

Pre umelou inteligenciou sa nedá skryť. Ako ju však využiť vo svoj prospech nám poradí Špecialistka na umelú inteligenciu v copywritingu Ivana Latiaková.

V časopise sa dozvieme aj tajomstvo obsahového marketingu a SEO od expertky Kataríny Rušňákovej.

Účtovné okienko v podaní finančnej a daňovej poradkyne Gabriely Jurečkovej sa venuje radám, ktoré vám pomôžu odštartovať úspešné podnikanie.

V daňovom okienku sa budeme venovať téme, čo ak ste boli nechtiac zapojení do daňového podvodu.

V časopise tiež predstavujeme naše nové členky.

Prajem príjemné čítanie!



**Ing. Ivana Kondášová**  
 Riaditeľka  
 Združenie podnikateľiek a manažérok

ROZHOVOR // Elena Kohútiková: <b>Viac žien vo vedení? Potrebujeme odvahu a zmenu myslenia</b>	05
Marta Pálešová <b>10 tipov, ako efektívne využiť LinkedIn na budovanie osobnej značky a zvýšenie viditeľnosti</b>	10
Dana Miňová <b>Byť autentickou sa oplatí</b>	12
Katarína Lucinová <b>Bojíme sa zmien. Vo firmách, aj v životoch. Prečo je to tak?</b>	16
Dana Straková <b>Tendrujeme efektívne. Ako vyhrať obchodnú súťaž</b>	20
Ivana Latiaková <b>Mnohotvárnosť umelej inteligencie: lákavá i zradná technológia našej doby</b>	24
Katarína Rušňáková <b>Raketový vzostup na google</b>	30
Gabriela Jurečková <b>Účtovná poradňa: 7 rád, ktoré vám pomôžu odštartovať úspešné podnikanie</b>	35
Lenka Paluchová <b>Právna poradňa: Čo ak ste boli nechtiac zapojení do daňového podvodu?</b>	38
<b>Predstavujeme nové členky</b>	40
<b>Výhody členstva v združení</b>	42

## Elena Kohútiková: Viac žien vo vedení? Potrebujeme odvahu a zmenu myslenia

INŠPIRATÍVNA CESTA PRVEJ VICEGUVERNÉRKY NBS

Pred dvadsiatimi rokmi bola *Elena Kohútiková* prvou ženou vo vysokej riadiacej pozícii. Podieľala sa na založení NBS, bola členkou bankovej rady a aj viceguvernérkou NBS. Zároveň pôsobila v Európskej centrálnej banke a Svetovej banke, bola tiež členkou Výboru OECD.

Ako podpredsedníčka predstavenstva VÚB a členka správnej rady Nadácie VÚB podporovala ženy v podnikaní. Počas svojej kariéry musela skĺbiť náročný pracovný život s rodinou. Je zástankyňou a podporovateľkou väčšieho zastúpenia žien vo vysokých riadiacich pozíciách ako aj žien v podnikaní.

ELENA KOHÚTIKOVÁ



**Pani Kohútiková, dostať sa na vysokú manažérsku pozíciu je náročné, najmä pre ženy. Prezradíte, aká bola Vaša cesta?**

Bola to dlhá a náročná, no zároveň veľmi inšpirujúca cesta. Po vysokej škole som začínala ako úradníčka v ZŤS Dubnica nad Váhom, tam som sa mala možnosť priučiť korporátnej kultúre. Potom som osem rokov pracovala v základnom výskume – v SAV a dala som sa na diaľkové štúdium vedeckej ašpirantúry – tak sa vtedy volalo doktorandské štúdium. Po jeho ukončení som čoskoro prešla do Štátnej banky česko-slovenskej, kde som tiež začínala na pozícii referenta. Veľmi skoro nasledovalo rozdelenie republiky, vznik Slovenskej republiky a budovanie vlastnej menovej politiky. Postupne som sa vypracúvala vyššie v rebríčku a to aj tým, že som okrem vedomostí získavala aj manažérske skúsenosti.

**Dlhé roky ste boli jednou z malého počtu žien vo vysokých riadiacich pozíciách. Zmenilo sa podľa Vás postavenie a vnímanie žien v spoločnosti a na vysokých pozíciách?**

Žiaľ, ani po mnohých rokoch na túto otázku neexistuje jednodušná odpoveď. Mnohokrát – a môj príklad do potvrdzuje – ak sa na vysoké pozície dostane žena a z akéhokoľvek dôvodu z pozície odíde, je nahrádzaná opäť mužským kolegom. Nevytvárame dostatočnú zásobáreň šikovných žien, ktoré by mohli na tieto vysoké manažérske pozície nastúpiť.

Tam máme stále veľký dlh. Vidíme to aj vo vláde, aj v parlamente, že počet žien v týchto grémiách nezodpovedá podielu žien v spoločnosti, aj keď úplne vyvážený stav pravdepodobne nikdy nedosiahneme.

Napríklad Fínsko aj Švédsko zaviedli kvóty na podporu rodovej rovnosti. Taktiež tu máme Smernicu EP a Rady EÚ k zlepšeniu rodovej vyváženosti medzi riadiacimi pracovníkmi kótovaných spoločností. Myslíte si, že je to správny postup ktorý môže viesť z zlepšeniu postavenia žien?

Dlho som proti kvótam bojovala a verila som, že sa myslenie v spoločnosti postupne začne meniť. No asi sa nejakým systémom regulácie nevyhneme, dnes určitá regulácia platí pre nevykonné funkcie pre kótované firmy na burze, v budúcnosti by to malo platiť aj na štátnom vlastnené firmy a ostatné spoločnosti, aj pre vládu. Tu na Slovensku nemáme

veľa firiem na burze, čiže príkladov veľa nenájdeme. Osobne pokladám za kľúčové, aby sa viacej žien objavovalo vo firmách buď štátom vlastnených, alebo s podielom štátneho vlastníctva. To by mohol byť signál, že to so spravodlivejším rodovým zastúpením vo vedení firiem myslíme vážne.

Podľa štatistík vyššie percento žien vyštuduje VŠ.

Aj napriek bohatým skúsenostiam je stále menej žien na vyšších a riadiacich pozíciách. Je možné s tým niečo urobiť?

Musíme sa prestať na ženu pozeráť ako na muža. My máme stále tzv. „mužský“ model riadenia. Treba vytvárať

*“Mnohokrát – a môj príklad do potvrdzuje – ak sa na vysoké pozície dostane žena a z akéhokoľvek dôvodu z pozície odíde, je nahrádzaná opäť mužským kolegom.”*

podmienky najprv v spoločnosti a potom aj vo firmách, aby ženy čo najmenej trpeli dilemou – práca či rodina. Aby jednoducho dokázali sklbiť prácu a rodinu bez toho (aj keď sa tomu úplne vyhnúť nedá), aby mali výčitky svedomia, že niektorú časť zanedbávajú. Aby mohli mať deti a zároveň zastávať zodpovedné funkcie. Na to potrebujú potrebnú infraštruktúru napr.: - jasle, škôlky, ale aj potrebnú flexibilitu v pracovnej oblasti. Dlhá materská dovolenka oslabuje schopnosť ženy a dôveryhodnosť samu v seba pri budovaní kariéry. Aj tu by sa vyžadovala vyššia flexibilita, no tá samotná bez infraštruktúry a flexibilnejších pracovných podmienkach nepomôže.

**Aj Vy sama ste podporovali ženy a pomáhali im, aby sa dostali na vyššie pozície. Aké aktivity ste vyvíjali?**

Samozrejme, najbežnejšia aktivita je vytipovať si ženy, ktoré majú

schopnosti a vôľu ísť vyššie a potom s nimi pracovať. Individuálny koučing je tým najjednoduchším, no zároveň i najdôležitejším krokom v procese budovania kariéry, získavanie sebavedomia – a to aj na príkladoch žien, ktoré týmto procesom už prešli. Vo VÚB banky sme mali projekt nazvaný „Kolegynka na slovíčko“, kde sme sa spolu so sociologičkou pýtali našich kolegyň rôzne otázky súvisiace s ich kariérou, osobným životom a rodinou a na základe vyhodnotenia týchto otázok a diskusií v špeciálne kreovaných skupinách, sme navrhovali predstavenstvu opatrenia, ktoré mali viesť k lepšej harmónii medzi prácou a rodinou.

Mnohé ženy, aj na vysokých aj nižších riadiacich pozíciách zápasia so získaním prirodzeného rešpektu. Na druhej strane vnútorne zápasia s časom, aby si udržali Work-life balance. Čo by ste nám poradili, sama ste dlhé roky bola vo vysokej funkcii a taktiež ste vychovávala svoje deti.



Jednoduchý recept neexistuje. Prirodzený rešpekt som získavala tak, že som veľa študovala, vždy som bola pripravená na rokovania a postupne som sa stala istejšou i pri kladení otázok či vystupovaní v diskusii. Veľa napomôže i to, ak chodíme prednášať buď na školy, alebo na konferencie. Aj tam sa získava sebavedomie. Work-life balance v určitom období, keď má žena malé deti, sa dá dosiahnuť, u mňa to bolo na úkor koníčkov a voľného času. Ale to je prechodné obdobie, pokiaľ sú deti malé. Ak začneme viacej zapájať deti a partnera do domácich prác, aj tam si vieme „ukrojiť“ čas pre seba, prípadne pre prípravu do práce. Každá žena si to musí nastaviť individuálne, ale dá sa to. A paradoxne, a vysvetľujem to aj ženám, materstvo žene pomôže v mnohých ohľadoch aj pre vykonávanie vysokých manažérskych funkcií. Žena sa naučí pracovať s časom, určovať priority, rýchlo a efektívne rozhodovať, narábať s financiami. To všetko potrebuje aj pri vysokých manažérskych funkciách. Dokonca, niektoré ženy si počas materskej dopĺňajú vedomosti, napr. sa zdokonaľujú v cudzích jazykoch. Myslím si, že túto časť života ženy sme ešte dostatočne nedocenili.

**Ako členka správnej rady Nadácie VÚB podporovala ženy v podnikaní. Veľa žien má veľký sny ale má strach začať podnikáť. Čo by ste im odkázali?**

Odkázala by som im, aby išli za svojim snom. Možno sa nesplní dnes ani zajtra, ale určite, ak pôjdu za ním dôsledne, tak sa im ten sen splní. Postupne, po malých krokoch, ale nezastať a ísť ďalej.

**Na druhej strane sa nám dostáva, že podpora žien je diskriminačná a nie je potrebná. Aký je Váš názor?**

Diskriminačné je to, ak neurobím nič a potom iba plním kvóty bez ohľadu na to, či na to tá žena má alebo nemá. Ale ak so ženami pracujeme, ak im

pomáhame prekonať určitý prirodzený strach z vysokých funkcií, potom sa to berie ako normálny proces a nikto to za diskrimináciu nebude považovať. Pretože tá žena na to bude mať nielen profesionálne, ale aj ľudsky.

**Aké vlastnosti by mali mať ženy (manažérky) prípadne podnikateľky aby uspeli?**

To nie je jednoduchá otázka. V každom prípade by mali na sebe veľa pracovať, nebáť sa ísť do rizika a byť vytrvalé. Dať si dosiahnuteľné – viditeľné ciele medzi ciele, ktoré by nás mali do viesť ku konečnému cieľu. Pripravovať sa

*“Čas môže byť vynikajúcim priateľom pre ženy, lebo ich núti efektívne pracovať a rozhodovať, ale aj nepriateľom, pokiaľ ho „neosedláme“.”*

pravidelne a poctivo na rokovania a nebáť sa povedať svoj názor alebo námet. Tak si postupne získajú rešpekt medzi kolegami. A mali by zostať ženami, nesnažiť sa preberať mužský prístup k manažovaniu. Iba vtedy budú „uveriteľné“.

**Často sa diskutuje potreba a rozdielnosť medzi ženským a mužským lídershipom. Aká je Váš názor?**

Podľa mňa je v tom rozdiel a takto má byť, iba vtedy sa z oboch systémov riadenia dosiahne vyššia pridaná hodnota. Žena prináša do riadenia aj viac intuície a odvahy – nemá problémy zobrať osobnú zodpovednosť za rozhodnutia a využiť aj ten svoj „šiesty“ zmysel.

**Hovorí sa, že keď mužovi ponúknete**

**vysokú pozíciu, bez váhania (väčšinou aj bez dostatočných skúsenosti) ju veľakrát aj hneď prijme. Ženy často váhajú aj napriek bohatým skúsenostiam. Prečo to tak je? Čo by nám ženám mohlo pomôcť?**

Je to pravda. Ženy si menej veria (nie všetky, ale v priemere), obávajú sa zodpovednosti a zlyhania. A tiež toho, že nezvládnu rodinu a prácu zároveň. Muži tieto obavy nepociťujú, a ak áno, nedávajú ich najavo. A práve preto treba so ženami pracovať, budovať ich sebavedomie a naučiť ich čo najefektívnejšie pracovať s časom. Čas môže byť vynikajúcim priateľom pre ženy, lebo ich núti efektívne pracovať a rozhodovať, ale aj nepriateľom, pokiaľ ho „neosedláme“.

**Roky ste bola vo vysokej riadiacej funkcii. Keď sa spätne pozriete na vaše manažovanie, je niečo, na čo ste najviac hrdá?**

Určite som hrdá, ako sme zvládli vybudovanie Národnej banky Slovenska a zavedenie eura. Oboch týchto významných aktivít som sa zúčastnila a profesionálne to boli najkrajšie moje roky.

**Spomeniete si aj na prípadne neúspechy a zlyhania, ktoré Vás posunuli vpred?**

Boli aj také. Naučili ma, že nielen ja musím byť presvedčená o určitých krokoch, ale musím o tom lepšie presvedčiť aj kolegov a iných ľudí – čiže intenzívnejšie a efektívnejšie komunikácii pred

každou veľkou zmenou. A tiež to, že prílišný perfekcionizmus na netrpezlivosť môžu byť viac na škodu ako na úžitok. Každý sme iný a treba sa u svojich kolegov naučiť budovať na tom, v čom sú silní. Tak dosiahneme úspech všetci.

**Zmenili by ste dnes niečo, keby ste sa mohli vrátiť v čase?**

Nie.

**Pre mnohé manažérky ste vzorom Vy. Máte aj Vy svoj vzor?**

Áno, Edit Piaff a Marie Curie-Sklodovská.

Ďakujeme za rozhovor!



**ELENA KOHÚTIKOVÁ**

Osobne pokladám za kľúčové, aby sa viacej žien objavovalo vo firmách buď štátom vlastnených, alebo s podielom štátneho vlastníctva. To by mohol byť signál, že to so spravodlivejším rodovým zastúpením vo vedení firiem myslíme vážne.

# 10 tipov, ako efektívne využiť LinkedIn na budovanie osobnej značky a zvýšenie viditeľnosti

MARTA PÁLEŠOVÁ



*Ak chcete na LinkedIn zaujať a získať pozornosť, odporúčam riadiť sa mojimi tipmi nižšie. Dosiahnutie želaných výsledkov však môže trvať 4 až 6 mesiacov, v závislosti od toho, v akom stave sa váš profil momentálne nachádza. Pri niektorých profiloch sa zlepšenie viditeľnosti a dosiahnutie vašich cieľov dá získať aj skôr.*

**1** Stanovte si svoj cieľ: Rozanalyzujte si svoje ciele na LinkedIn. Prečo chcete mať profil na LinkedIn? Čo chcete na LinkedIn dosiahnuť? Chcete byť na LinkedIn z dôvodu hľadania novej práce, získania nových klientov, zvýšenia tržieb? Akých klientov chcete k sebe pritiahnúť? Kto je vaša cieľová skupina? Všetky tieto otázky vám pomôžu lepšie formulovať obsah, ktorý je nevyhnutné publikovať na svojom súkromnom profile.

**2** Optimalizujte svoj profil: Základom prezentácie na LinkedIn je vytvorenie si kompletného a profesionálneho súkromného profilu. Profil by mal

obsahovať kvalitnú fotografiu tváre, pozadie (Background photo), ktoré odzrkadľuje vaše pracovné zameranie, pútavý nadpis (Headline), zhrnutie vašich schopností, skúseností a úspechov. Nemusí to byť však kópia vášho životopisu. Zamerajte sa na to, čo chcete profilom dosiahnuť.

**3** Publikujte hodnotný obsah: Zdieľajte príspevky, články alebo videá, ktoré sú relevantné pre váš odbor alebo cieľovú skupinu. Zamerajte sa na obsah, ktorý poskytuje hodnotu, vzdeláva, informuje alebo inšpiruje. Každý príspevok by mal byť hodnotný.

**4** Budujte svoju sieť kontaktov: Aktívne nadväzujte spojenia s ľuďmi vo vašom odbore, potenciálnymi klientmi alebo zamestnávateľmi. Nezabudnite na personalizované pozvánky na prepojenie, aby ste zaujali ich pozornosť a druhá strana sa s vami chcela prepojiť.

**5** Zapájajte sa: Komentujte, lajkujte a zdieľajte príspevky ostatných používateľov, najmä tých, ktorí sú relevantní pre vaše ciele. Týmto spôsobom sa dostanete do pozornosti ostatných a budete viditeľnejší. Ľudia k vám recipročne prídu.

**6** Používajte kľúčové slová: Uistite sa, že váš profil a príspevky obsahujú kľúčové slová vhodné pre váš odbor. Tieto slová pomáhajú k vašej lepšej dohľadateľnosti.

**7** Publikujte príspevky a články: Publikujte príspevky, ktoré poukazujú na vašu expertízu. Pomáha to zvýšiť vašu viditeľnosť a autoritu.

**8** Používajte rôzne formáty príspevkov: Obohaťte svoj profil a príspevky o fotografie, info grafiky, videá alebo prezentácie. Obsah tak bude atraktívnejší a môže zvýšiť angažovanosť vašich sledovateľov.

**9** Požiadajte o referencie: Požiadajte svojich kolegov, klientov alebo manažérov o odporúčania a schválenia vašich zručností. Referencie môžu posilniť dôveryhodnosť vášho profilu.

**10** Využívajte štatistiky: Sledujte štatistiky vášho profilu a príspevkov, aby ste lepšie porozumeli tomu, čo funguje a čo priťahuje pozornosť vašej cieľovej skupiny.



**Marta Pálešová**  
**Marta Palesova Consulting**  
**LinkedIn konzultant**  
**TOP 20 najplyvnejší tvorca na slovenskom LinkedIn**  
[www.martapalesova.com](http://www.martapalesova.com)  
[hello@martapalesova.com](mailto:hello@martapalesova.com)

*“Byť autentickou, znamená, že sme pravdivé, originálne, pravé, úprimné, skutočné. Sme prirodzené, neumelé a spoľahlivé.”*

*Táto doba je akási rýchla, však? Keby len rýchla, ona je veľmi instantná. To rýchle, čo rýchlo príde, rovnako rýchlo, častokrát aj rýchlejšie, odíde. Jedinou istotu dnešných dní je neistota. A zmena je našou spoločníčkou skoro na každom kroku. Ako zvládnuť partnera, deti, biznis, klientov, zamestnancov? Nezabudli sme na niečo? Na seba, lebo tu treba začať. Autenticita.*

Téma autenticity je vysoko aktuálna v súčasnej dobe, kde je silný tlak na konformitu a prispôsobenie sa spoločenským očakávaniam, čo vedie k narastajúcej potrebe objavovať a žiť autentickým spôsobom.

#### **Čo znamená byť autentickou?**

Je to spojenie samého so sebou samým. Autenticita je nevyhnutnosťou prežitia. A zároveň najvyššia forma pohody. Tak nejako to hovorí skvelý Gábor Maté vo svojej knihe Mýtus normálnosti.

Mne sa k tomu hodí aj odpoveď na jednoduchú otázku:

Pasuje obraz a zvuk?

Žijem svoj život? Alebo život niekoho, koho vo mne vidia a chcú vidieť iní v mojom okolí?

Autenticita je často spájaná s vedením, osobným rozvojom a tiež s autentickým líderstvom. Autentický líder, či líderka, je charakteristický/á pravdivosťou, transparentnosťou. Takáto líderka je vnímaná ako dôveryhodná.

V pracovnom aj osobnom živote je autenticita považovaná za kľúčový prvok úspechu. Pomáha budovať dôveru, vytvárať pravdivejšie a úprimnejšie vzťahy. Plus podporuje osobnostný rast. No a kto by toto nechcel?

Byť autentickou, znamená, že sme pravdivé, originálne, pravé, úprimné, skutočné. Sme prirodzené, neumelé a spoľahlivé. Niečo z toho, zo synonym k pojmu autenticita.

Jednoducho sa to hovorí a píše. Realita je vždy trochu komplikovanejšia.

Ako si zachovať svoju tvár:

- Keď viem, že nie vždy autentickou so
- Keď často krát na otázku, ako sa mám, odpoviem: Výborne. Je moja odpoveď úprimná? Alebo naučená fráza, lebo tak sa má odpovedať?
- Keď úprimne poviem, že sa mám dobre a okolie mi neverí, lebo si myslí, že to moje „mám sa dobre“ je zas a znova iba fráza?
- Keď sa prichytíme pri tom, že hovoríme, alebo píšeme niečo iné, čo si myslíme?
- Predstierame radosť z niečoho, čo nás vo vnútri akosi prestáva baviť?
- Sme ticho, aj keď niekde hlboko vo vnútri tá moja Danka kričí.

Autenticita a oproti tomu očakávania a normy.

Ladí to spolu?

Byť autentickou pre mňa znamená:

- **Veriť svojim hodnotám** – Keď stojíme, dámy, pevne za tým, čomu veríme, zákazníci a partneri to cítia. Práve to vytvára dôveru a dlhodobé vzťahy. Poznať svoje talenty a rozvíjať ich. Či naopak, dokázať „na prvú“ pomenovať naše „tie opačné stránky“. Áno, tie slabé, rozvojové.
- **Prijať vlastnú cestu** – Každá z nás, milé dámy, má iný príbeh. Nebojme

**Byť autentickou  
sa oplatí**

DANA MIŇOVÁ



sa ukázať svoje úspechy, ale aj chyby a výzvy, ktoré nás posúvali a posúvajú vpred. To je to, čo nás odlišuje od ostatných. Cítite to?

- **Nebáť sa zraniteľnosti** – Byť autentická neznamená byť vždy silná. Je to o tom, byť skutočná, aj keď sa veci nevyvíjajú podľa našich predstáv. Ľudia oceňujú našu odvahu a snahu byť úprimné. Aj v líderstve sa stále častejšie hovorí a tzv. slúžiacom lídrovi. Už neplatí zlatá premisa, že líder má byť ten, kto jediný dokáže rozhodnúť. Participatívne vedenie veľmi úzko spolupracuje s autenticitou, pravdivosťou.

Autenticita nie je slabosť.

Byť autentický neznamená, že do sveta vypustím každú blbosť, ktorá sa mi urodí v hlave.

Na ceste, ktorej mílniky zdieľaš, ostaň sama sebou.

Podložené hodnotami, kompasom v nás.

Lebo ináč iba vajatáme.

Toto sa mi spája s hodnotovým nastavením, autentickým líderstvom, ľudskosťou.

Sebavedomím, ruka v ruke s pokorou.

Láskavým zrením.

Je to naša sila.

V dnešnom rýchlom svete je práve naša pravdivosť a schopnosť byť sama sebou tým, čo nás posúva ďalej a robí naše podnikanie úspešným a jedinečným.

#### **Viete prečo?**

Lebo ľudia chcú mať vzťahy s ľuďmi.

Lebo ľudia sa chcú učiť od ľudí.

Lebo ľudia sa chcú inšpirovať od ľudí.

Také obyčajné, jednoduché a náročné zároveň.

Buďte autentické. Buďte samé sebou.

Pretože táto doba, s prívlastkom instantná, nás, milé autentické dámy, silno

potrebuje.

Čo v živote chceme, milé dámy?

Byť autentická je o zodpovednosti. O radošti.

Tvorte to, čím ste,

Nech ostaneme samé sebou.

A na záver: sebaúcta, autenticita a vzťah k sebe sú základom pre akýkoľvek pokrok.

A ak k autenticite pridáme dodržiavanie morálnych hodnôt a súlade s našimi vnútornými hodnotami, ktoré uznávame a za ktoré sa nehanbíme, vtedy hovoríme o integrite človeka.

O našej konzistentnosti, Vtedy ladí obraz a zvuk. Dokonca aj vtedy, keď sa nikto nepozera. Alebo keď čelíme tlaku konať inak.

Integrita lídra/líderky.

Prajem nám, milé dámy, veľa energie na ceste byť autentickou osobnosťou.

Naše presvedčenia o sebe, o rodine, o biznise, o klientoch, zásadne ovplyvňujú náš úspech.

Ak toto neladí, okolie to vníma, cíti. Potom nám neuverí a neverí.

Konajme tak, aby nám verili.

Ale hlavne, uverme v tú silu, dámy, ktorú v sebe máme.

V silu byť autentickou.

*Autorka článku: Dana Miňová*

*V manažérskych pozíciách v oblasti HR pôsobím od roku 2001. To čo robím, ma vystimuje, charakterizuje, tým žijem. HR je pre mňa o ľuďoch, pre ľudí a s ľuďmi. Komunikáciu pokladám za základ, alfu a omegu, všetkého, čo robím. A tiež dáta, ktoré ale bez ľudskosti nedávajú kompletný obraz. Spájanie generácií, práca so skúsenosťou a mladosťou je pre ma v dnešnej dobe nevyhnutnou samozrejmosťou.*

**Mgr. Dana Miňová, PhD.**  
**HR Leader 2023 | ExCHRO**  
**Transformation & Change management leader**  
**Mobil: 0903 / 787 015**  
**E-mail: danamnv@gmail.com**





# Bojíme sa zmien. Vo firmách, aj v životoch. Prečo je to tak?



KATARÍNA LUCINOVÁ



*My ľudia nemáme radi zmeny. Zmena je ohrozenie toho, čo máme, toho čo funguje a na čo sme si zvykli. Prečo máme tieto pocity a do zmien sa nám nechce? Môže za to biológia.*

*Každá zmena vyžaduje energiu. A ľudské telo aj mozog funguje tak, aby vždy vydalo čo najmenej energie. Preto tá nechť ísť behať alebo cvičiť, začať sa učiť niečo nové, či odstrániť zlozvyk a nahradiť ho niečím, čo prináša úžitok.*

*Aby sme začali niečo nové robiť, musí nás postrčiť naša vôľa, disciplína a sebauvedomenie. Mozog nám totiž našepkáva, že netreba nič meniť, že takto je to dobre.*

*Platí to v našich súkromných životoch, aj vo firmách.*

## Ako na zmeny vo firmách?

### 1. SPŮŠŤAČ ZMENY

Ak vidíme, že sa finančné výsledky firmy zhoršujú, odchádzajú zákazníci alebo zamestnanci, konkurenti inovujú, či prichádzajú s novými produktami a my nestíhame, máme nutkavý pocit, že

niečo musíme zmeniť. Pozn: Tento pocit urgencie obvykle manažérov vo firmách motivuje k zmene).

### 2. ANALÝZA A NÁVRH RIEŠENIA

Musíme najprv zistiť, kde je pes zakopaný, kde máme problém a analyzovať ho. Keď to už vieme, navrhujeme, ako ho vyriešiť. Ak máme viacero variant, vyberiem jednu, aby sme netrieštili našu pozornosť a nemrhali kapacitami.

### 3. PLÁN REALIZÁCIE

Preveríme, či máme k dispozícii: ľudské kapacity, technické prostriedky, priestory a financie na realizáciu zmeny. Ak nie, najprv musíme vyriešiť tento základ. Potom môžeme nastaviť časový harmonogram a plán realizácie. Obvykle nasleduje schvaľovanie na úrovni vedenia, že sa zmena ide implementovať. Ak je to odsúhlasené, pokračujeme.

Pozn: Analýzu problému, návrh riešenia a plán realizácie pripravujte so svojimi kľúčovými ľuďmi. Budete sa neskôr môcť o nich oprieť a pomôžu vám zmenu presadiť.

### 4. ZMENA ZAČÍNA ALEBO KICK-OFF

Najprv moment pravdy, zodpoviem si tieto otázky: som presvedčený/á o potrebe zmeny? Som motivovaný/á do toho ísť? Som pripravený/á dotiahnuť zmenu do konca? Ak sú odpovede ÁNO, môžeme predstúpiť pred tím a zmenu vysvetliť.

Potrebujeme, aby zmenu členovia tímu kúpili a zapojili sa aktívne. Len vtedy sa zmena podarí. Tu už ide do tuhého. Toto je pre tím nové a iné, nechť k zmene býva obvykle prvá reakcia.

Pozn: Získajte pre zmenu najprv seba a potom ostatných. Ved' nie nadarmo sa hovorí: „Zapáliť môže len ten, kto sám horí.“

Stojíme pred tímom. Čo mu povieme?

- vysvetlíme úprimne, prečo robíme zmenu
- čo nové a lepšie zmena prinesie každému v tíme
- je dôležité, aby každý priložil ruku k dielu
- vysvetlíme, ako to bude vyzerat': harmonogram, potreba ich zapojenia, ako to zladíme s denným programom
- vypočujeme si obavy a námietky tímu. Tie relevantné zapracujeme do zmeny.

*Pozn: Uistite členov tímu, že ste súčasťou tímu a problémy po ceste určite spoločne vyriešite. Tím potrebuje uverit', že to dá, že na to má.*

## 5. ČO ROBÍME ĎALEJ V PRIEBEHU ZMENY?

- držíme pevne v rukách harmonogram
- komunikujeme pravidelne s tímom, informujeme o postupe, čo už máme, čo nás čaká
- opätovne vysvetľujeme, trpezlivo odpovedáme na otázky tímu
- riešime problémy, odstraňujeme prekážky
- oceňujeme výsledky: chválime, prideliujeme odmeny

*Pozn: Motivujte, buďte s tímom, žite zmenu. Oslávte každý dosiahnutý úspech. Nevzdajte sa, keď sa nedarí a vydržte do konca.*

Na záver: Keby som mala povedať jedno slovo, ktoré je kľúčové pre úspešnú zmenu, bolo by to SPOLU. Nie je manažér a tím. Je len tím a VY ako manažér/ka ste jeho súčasťou.



Autorka článku:

**Mgr. Katarína Lucinová**

**V roliach CEO a riaditeľky pre predaj sa venovala príprave a implementácii biznis stratégií. Viedla veľké tímy a transformačné projekty v oblasti predaja, zákazníckych služieb, IT systémov, výroby, aj firemnej kultúry. Venuje sa aj téme leadershipu. V rokoch 2021 a 2022 úspešne previedla spoločnosť Probugas energetickou krízou.**



# Tendrujeme efektívne. Ako vyhrať obchodnú súťaž?

DANA STRAKOVÁ



*Obchodné ponuky sú kľúčom k získaniu zákaziek vo verejnom aj komerčnom sektore. Či už ide o tender alebo verejnú obchodnú súťaž, správne napísaná ponuka otvára dvere k novým obchodným príležitostiam. V článku sa pozrieme na to, čo je obchodná ponuka, ako ju pripraviť a čo je potrebné vedieť o súťažných podkladoch, aby ste mohli efektívne konkurovať a rozšíriť svoje podnikanie.*

## **Obchodné ponuky**

Ako hľadáte svoje obchodné príležitosti? Na internete a na obstarávacích portáloch je neskutočne veľa dopytov na dodanie tovarov a služieb. Možno máte skúsenosť, že ste sa dozvedeli o zaujímavej obchodnej súťaži a zvažovali ste, že predložíte ponuku a budete súťažiť. Možno vás odradili podmienky účasti a časová náročnosť prípravy ponuky. V každom prípade obchodné súťaže sú možnosťou ako rozšíriť svoje portfólio klientov vo verejnom alebo komerčnom sektore a tak zvýšiť svoje zisky.

## **Čo je obchodná ponuka, resp. ponuka podľa zákona o verejnom obstarávaní?**

Ponukou prejavíme svoj záujem zúčastniť sa tendra a obstarávateľovi tak poskytujeme informácie o našich tovaroch a službách. Keď píšeme obchodnú ponuku, musíme mať na zreteli viaceré faktory, ktoré priamo ovplyvňujú celý proces písania. Existujú rôzne typy obchodných ponúk, ako napríklad komerčné ponuky, korporátne ponuky, cenové ponuky, alebo ponuky podľa zákona o verejnom obstarávaní. V tomto článku si proces prípravy obchodnej ponuky skratke priblížime.

## **Tender alebo verejná obchodná súťaž**

Obchodnú súťaž si predstavme ako proces obstarávania, ktoré vyhlási inštitúcia štátnej správy alebo firma. Obstarávateľ týmto spôsobom získa informácie o tovaroch a službách a ich cene v danom odvetví. Tento proces zvyčajne končí uzatvorením zmluvy s úspešným uchádzačom.

## **Obstarávateľ**

Obstarávateľ je inštitúcia alebo firma, ktorá vyhlasuje obstarávanie, a ktorá sa riadi

najmä princípmi hospodárnosti a efektívnosti. V podstate je to náš potenciálny klient, u ktorého môžeme týmto spôsobom získať zákazku. Pri písaní obchodnej ponuky máme na zreteli jeho ciele, lebo v ponuke mu ponúkame riešenie ako ich dosiahne a podľa nich ohodnotí naše ponúkané riešenie.

### Súťažné podklady

Súčasťou výzvy na predloženie obchodnej ponuky sú súťažné podklady, v ktorých obstarávateľ vymedzuje podmienky účasti pre záujemcov, ktoré rozdeľujeme do troch kategórií:

- všeobecné a/alebo formálne informácie o osobnom postavení
- informácie o ekonomickej situácii
- technické vybavenie a odborná spôsobilosť

V súťažných podkladoch nájdeme aj nasledovné informácie:

- vymedzenie predmetu zákazky
- spôsob ako komunikovať s obstarávateľom
- termín predloženia ponuky
- dodacie podmienky
- návrh zmluvy, vyhlásenia a potvrdenia

- kritériá hodnotenia
- Záujemca vo svojej ponuke reflektuje všetky požiadavky zo súťažných podkladov, aby v prvom rade splnil podmienky účasti a v druhom rade ponúkol obstarávateľovi jedinečné riešenie.

### Tímová práca

Na príprave konkrétnej obchodnej ponuky sa zvyčajne podieľa tím odborníkov, v ktorom má každý jeden člen svoju špecifickú rolu:

- account manažér poskytne informácie o klientovi a prípadnej konkurencii
- technickí odborníci a experti spracujú technické riešenie na požadované tovary a služby
- právnici revidujú návrh zmluvy a vyhlásenia
- proposal manager zodpovedá za riadenie celého procesu prípravy ponuky ako aj za prezentovanú firemnú identitu uchádzača

### Termíny

Keď sa nám dostane do ruky nová výzva na predloženie ponuky alebo súťažné podklady, hľadáme termín dokedy môžeme klásť obstarávateľovi otázky a

termín na predloženie ponuky. Tieto dva termíny ovplyvnia intenzitu s akou budeme pracovať na ponuke. Metodika APMP odporúča, aby sa úvodné stretnutie celého tímu konalo do 48 hodín od prijatia výzvy na predloženie ponuky. Potom sa tím stretáva zvyčajne jeden až dvakrát za týždeň osobne alebo online. Príprava komplexnej obchodnej ponuky môže trvať od dvoch do šiestich týždňov.

Proces prípravy ponuky je štruktúrovaný a zrozumiteľný. Jednotlivé fázy procesu prípravy ponuky sú predvídateľné. Tím sa venuje príprave dokumentov vzhľadom na požadovaný obsah a formát vrátane analýzy požiadaviek. Spolupracuje s technickými odborníkmi, aby zosúladi technicky precízne informácie orientované na zákazníka. Pri finalizácii celý tím kontroluje konzistentnosť

jednotlivých častí, profesionálny jazyk, obrázky a tabuľky, a preveruje použitie všetkých dostupných zdrojov informácií.


Účast v obchodnej súťaži zvyšuje pravdepodobnosť úspechu podnikania na verejnom alebo komerčnom poli pôsobnosti. Nové skúsenosti prinášajú nové šance.



Autorka článku:

**Mgr. Dana Straková**  
**Certified Proposal Manager**  
**Konzultantka v oblasti tendrovania a**  
**obchodných príležitostí**  
**Projektový manažér**  
**www.rfpecko.eu**





# Mnohotvárnosť umelej inteligencie: lákavá i zradná technológia našej doby

*Umelá inteligencia ponúka množstvo nástrojov, ktoré môžete využiť na zefektívnenie svojej činnosti - od automatizácie každodenných úloh až po predvídanie trendov na trhu. Ako každá nová technológia, prináša aj svoje výzvy. Je dobré vedieť, čo všetko dokáže a aké sú jej limity. V tomto článku nebudeme nič prikrášľovať, ale ani príliš strašiť rizikami. Na konkrétnych príkladoch si vecne a prakticky ukážeme, ako umelá inteligencia funguje v podnikaní, aké výhody prináša a na čo si treba dať pozor.*

## Výhody AI: Keď technológia pracuje pre vás

Využívať pokročilé nástroje pri každodennej práci dnes už nie je také náročné ako kedysi. Zoznam výhod je naozaj dlhý, poďme sa pozrieť na niektoré z nich.

Automatizácia opakujúcich sa úloh – časová úspora

Nástroje umelej inteligencie dokážu nahradiť mnoho časovo náročných činností, ktoré zaberajú veľkú časť pracovného dňa. Automatizácia úloh, ako sú:

- odpovede na bežné otázky zákazníkov,
- spracovanie objednávok, alebo
- riadenie sociálnych médií,

umožňuje sústrediť sa na strategickejšie úlohy. Napríklad chatboty v zákazníckom servise dokážu efektívne vybaviť rutinné dotazy, čím uvoľnia kapacitu vás alebo vašich spolupracovníkov na riešenie komplexnejších problémov.

## AI ako digitálny poradca v rozhodovaní

Umelá inteligencia je stále viac vnímaná ako pomocný nástroj pri strategických rozhodnutiach. Či už uvažujete nad novým smerovaním biznisu, plánovaním marketingovej kampane alebo investíciou do nového produktu, AI prináša dôležité poznatky, ktoré môžu vášmu rozhodnutiu pridať hodnotu. Ako?

Prečo AI zohráva dôležitú rolu pri rozhodovaní?

### 1. Nezaujatý pohľad:

Pomáha odstrániť emocionálne skreslenie a osobné predsudky, čím prináša dátovo podložené a

objektívne odporúčania.

## 2. Rýchla a efektívna analýza:

Dokáže analyzovať obrovské množstvo dát omnoho rýchlejšie ako človek, čo umožňuje reagovať promptne a informovane.

## 3. Simulácia a predvídanie:

Vie rýchlo vytvárať a hodnotiť rôzne scenáre, čo poskytuje lepší prehľad o možných dopadoch vašich rozhodnutí.

## 4. Neustála dostupnosť a podpora:

S umelou inteligenciou máte prístup k digitálnemu expertovi, ktorý je k dispozícii 24/7 a pripravený vám pomôcť v každej situácii.

## 5. Podpora kompetencií:

Aj keď AI nedisponuje vašou osobnou expertízou, pri správnom nastavení dokáže spracovať a zanalyzovať množstvo relevantných dát, čím obohacuje vaše rozhodovanie o nové perspektívy.

*Príklad z praxe: Marketingová agentúra implementovala AI systém na analýzu úspešnosti kampaní. Tento nástroj dokáže nielen vyhodnocovať minulé výsledky, ale aj predpovedať, ktoré typy obsahu a kanály budú mať najväčší dosah v budúcnosti. Vďaka tomu agentúra*

*optimalizovala svoje stratégie a dosiahla nárast ROI pre svojich klientov.*

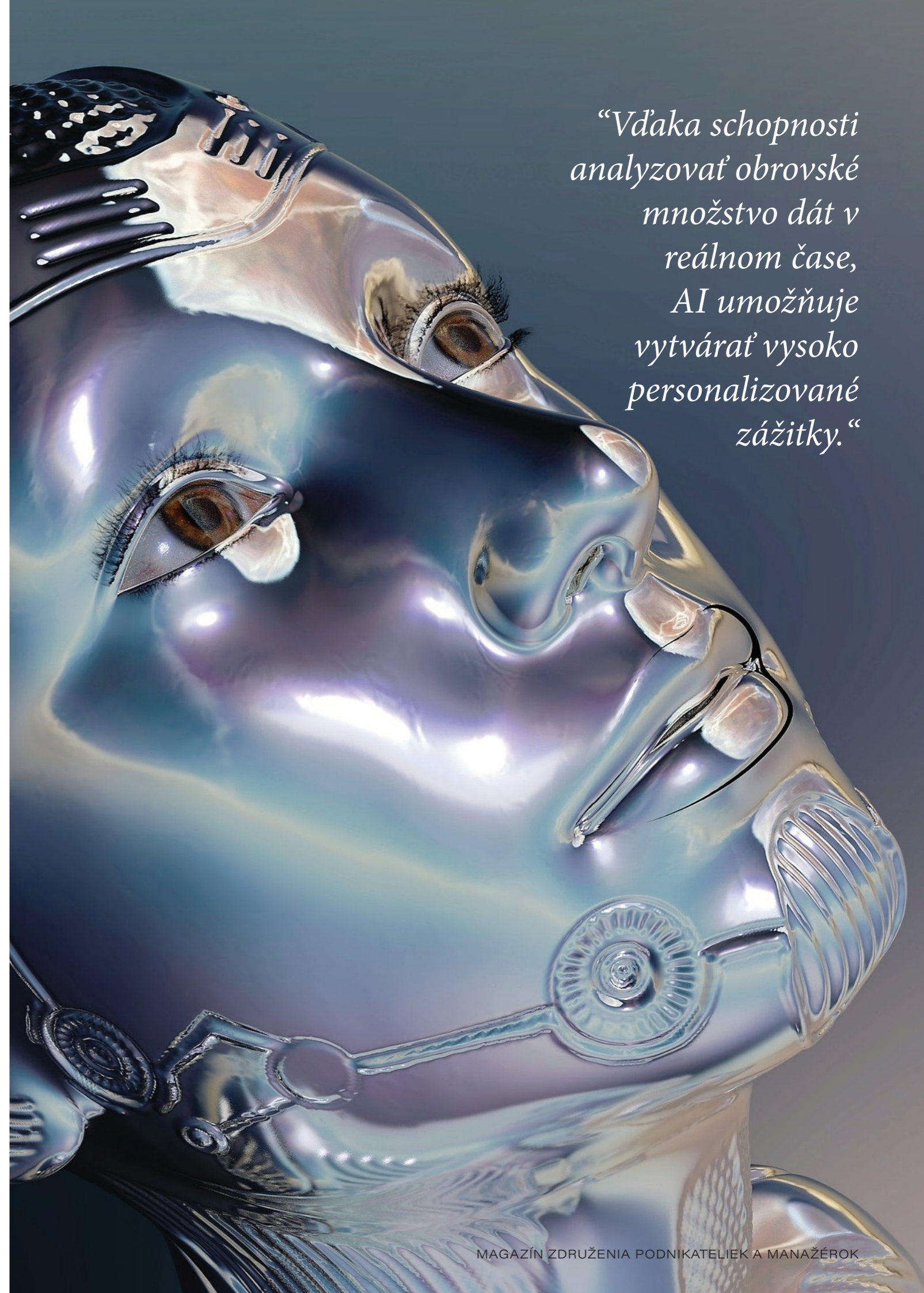
## Personalizácia a zlepšenie zákazníckeho zážitku

Nástroje umelej inteligencie prinášajú revolúciu v spôsobe, akým firmy interagujú so svojimi zákazníkmi. Vďaka schopnosti analyzovať obrovské množstvo dát v reálnom čase, AI umožňuje vytvárať vysoko personalizované zážitky. Môžeme si to predstaviť na príklade prediktívneho odporúčania produktov. AI algoritmy analyzujú históriu nákupov, prehliadania a ďalšie údaje o správaní zákazníkov. Na základe týchto dát dokážu presne predpovedať, o aké produkty by mohol mať zákazník záujem.

*Príklad z praxe: Napríklad, e-shop s oblečením môže automaticky zostaviť outfit podľa predchádzajúcich nákupov a preferencií zákazníka. Tento outfit už dnes dokonca dokáže priamo na vašej fotografii "vyskúšať" a priniest vám tak reálny pohľad na seba vo vybranom oblečení.*

Je však dôležité pamätať na etické aspekty personalizácie a zabezpečiť, aby zákazníci mali kontrolu nad svojimi údajmi a mohli sa rozhodnúť, do akej miery chcú personalizované

*“Vďaka schopnosti analyzovať obrovské množstvo dát v reálnom čase, AI umožňuje vytvárať vysoko personalizované zážitky.”*



služby využívať.

## Nevýhody AI: Moderné digitálne nástroje sú skvelé, ale nie je bezchybné

Rovnako ako každá technológia, aj umelá inteligencia má svoje slabé miesta, ktoré je dobré poznať.

### Možné zneužitie a dezinformácie (deepfakes)

AI technológie môžu byť ľahko zneužitú na vytváranie falošných informácií, manipuláciu s obrazmi a videami (deepfakes) alebo šírenie dezinformácií. Tieto praktiky podkopávajú dôveru verejnosti a môžu poškodiť reputáciu firiem. Pre podnikateľky a manažérky firiem, ktoré AI využívajú, je preto dôležité nielen sledovať technologický vývoj, ale aj zavádzať opatrenia na ochranu pred potenciálnym zneužitím.

Pre menšie podniky a jedno osobové firmy môžu byť užitočné tieto tipy na opatrenia proti zneužitiu umelej inteligencie:

**1. Používajte cenovo dostupné nástroje na detekciu falošného obsahu** – Bezplatné riešenia pomôžu odhaliť deepfakes a manipulácie.

### 2. Budujte autentickú značku

– Silná online prítomnosť a komunikácia zvyšujú dôveru a odolnosť voči dezinformáciám.

### 3. Pravidelne sledujte online zmienky o vašej firme

– Sledujte zmienky a recenzie o vašej firme.

**4. Vzdelávajte sa v oblasti kyber bezpečnosti** – Sledujte trendy a naučte sa identifikovať hrozby.

**5. Zabezpečte svoje účty a dáta** – Používajte silné heslá, dvojfaktorové overovanie a zálohovanie.

**6. Majte plán na krízovú komunikáciu** – Rýchla a transparentná reakcia pomôže zmierniť škody.

**7. Spolupracujte s komunitou a odborníkmi** – Vyhľadajte podporu a rady od iných podnikateľov a freelancerov.

Tieto kroky zvýšia ochranu aj pri obmedzených zdrojoch.

### Bezpečnosť a nákladnosť implementácie

Zavádzanie AI do podnikania nie je lacná záležitosť. Vývoj, údržba a aktualizácie softvérov sú finančne aj časovo náročné. Okrem toho, bezpečnostné riziká spojené s používaním AI, ako sú kybernetické útoky alebo úniky

dát, môžu mať vážne následky. Preto je dôležité investovať nielen do technológie, ale aj do robustných bezpečnostných opatrení.

Prvým, menej nákladným opatrením, ktoré môže byť výhodné opäť najmä pre malé firmy, tímy, manažérky a podnikateľky sú pravidelné školenia a vzdelávanie zamestnancov o kybernetickej bezpečnosti a bezpečnom používaní technológií. Týmto spôsobom sa zvyšuje povedomie o potenciálnych hrozbách, ako sú phishingové útoky alebo malvér, a zároveň sa posilňuje schopnosť tímu reagovať na bezpečnostné incidenty.

### Závislosť na technológii a sociálne riziká

AI môže vyvolať v ľuďoch falošný pocit, že technológia dokáže nahradiť ľudskú odbornosť. Zníženie kreativity, strata kritického myslenia a závislosť na technologických riešeniach sú riziká, ktoré môžu negatívne ovplyvniť pracovnú kultúru. Zamestnanci sa môžu cítiť nahraditeľní, čo vedie k obavám o budúcnosť ich práce.

### Energetická náročnosť a udržateľnosť

AI systémy sú energeticky

náročné, čo má negatívny dopad na životné prostredie. Prevádzka veľkých dátových centier, ktoré poháňajú AI, vyžaduje obrovské množstvo energie. Preto je dôležité pri výbere AI riešení zohľadňovať aj ich environmentálny dopad a hľadať udržateľnejšie alternatívy.

### Umelá inteligencia ako váš partner, nie súper

Ani najmodernejšie technológie ako umelá inteligencia tu nie sú preto, aby nás nahradili. Práve naopak, podporujú nás v tom, čo robíme najlepšie. Keď ju správne využijeme, môže nám otvoriť nové príležitosti a posilniť naše schopnosti. Budúcnosť patrí tým, ktorí dokážu spojiť technológie s ľudským prístupom a neboja sa inovovať.



Autorka článku:

**Ing. Ivana Latiaková**

Marketérka, AI konzultantka  
Špecialistka na umelú inteligenciu v  
copywritingu  
[www.contentmaster.sk](http://www.contentmaster.sk)

# Raketový vzostup na Google: Tajomstvo obsahového marketingu a SEO

**BLOGY +  
SEO = 43 000  
ZOBRAZENÍ  
MESAČNE,  
KLÚČ K 2,5  
NÁSOBNÉMU  
RASTU  
VIDITEĽNOSTI  
BIZNISU V  
GOOGLE**

**VEĽKÁ PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA  
PRE PODNIKATEĽKY**

*Prípadovú štúdiu vám prináša ONLINE TORO*

*Spojenie obsahového marketingu so SEO prináša úžasné výsledky.*

*Ako efektívne spojiť kvalitný obsah na vašej stránke so SEO stratégiou?*

*Ako môže webová stránka 2,5 násobne vzrásť v zobrazeniach Google za 9 mesiacov?*

*Ako získať z pôvodných 18 000 zobrazení webu takmer 43 000 zobrazení za mesiac? Ponúkame vám pohľad do zákulisia spolupráce na SEO obsahovej stratégii zákazníka z oblasti zdravotníctva.*

**Sme toreádori v online priestore. Bavi nás SEO a performance marketing. Krotime Google vyhľadávanie. Ponúkame 15 rokov "ľudských" skúseností v SEO vylepšených AI technológiami.**

Vid': Obrázok 1: Nárast zobrazení v google

**Pre koho je SEO obsahová stratégia určená?**

Táto stratégia je určená nielen copywriterom, ale predovšetkým majiteľkám webových stránok, či podnikateľkám, ktoré si na svojich stránkach pravidelne vytvárajú obsah, či už formou článkov, noviniek alebo produktových popisov.

**Východisková situácia zákazníka**

- Zákazník zo zdravotníckeho sektora sa už nachádzal na prvých 5. pozíciách pre väčšinu kľúčových slov vo svojej oblasti.
- Pozície zákazníka boli výborné, ale stále sme videli príležitosť na zlepšenie a

prilákanie nových zákazníkov.

- Zákazník mal silnú autoritu domény a kvalitné portfólio externých odkazov.
- Zákazník disponoval odbornými skúsenosťami, ktoré mu umožňovali tvoriť kvalitný a hodnotný obsah.
- Články mali rozsah 700 – 1100 slov a boli optimalizované SEO špecialistom s dôrazom na kľúčové výrazy a SEO parametre.
- Kľúčové výrazy používané v článkoch mali strednú až vyššiu vyhľadávanosť (200 – 5000 vyhľadávaní mesačne) a neboli najkonkurenčnejšími výrazmi v odbore.

**Aké boli výsledky po 9 mesiacoch?**

Za 9 mesiacov sa nám podarilo posunúť až 50 % vybraných kľúčových slov z druhej a ďalších strán na prvú stránku vyhľadávania v Google.

Ešte zaujímavejšie je, že niektoré kľúčové slová, ktoré boli na začiatku roka na 5. a ďalších stranách, sa do konca septembra dostali na úplne prvú pozíciu. Na začiatku roka sa webová stránka zobrazila na prvej pozícii viac než 18 000-krát, a za 9 mesiacov toto číslo vzrástlo na takmer 43 000, čo predstavuje viac ako dvojnásobok.

Vid': Obrázok 2 - Posun kľúčových slov

**Ako sme to dosiahli krok po kroku? Inšpirujte sa našimi tipmi**

Pre zvýšenie viditeľnosti vašich textov, či blogov na Google sa môžete inšpirovať našimi overenými krokmi:

**1. Identifikujte svoju unikátnu predajnú výhodu (USP):**

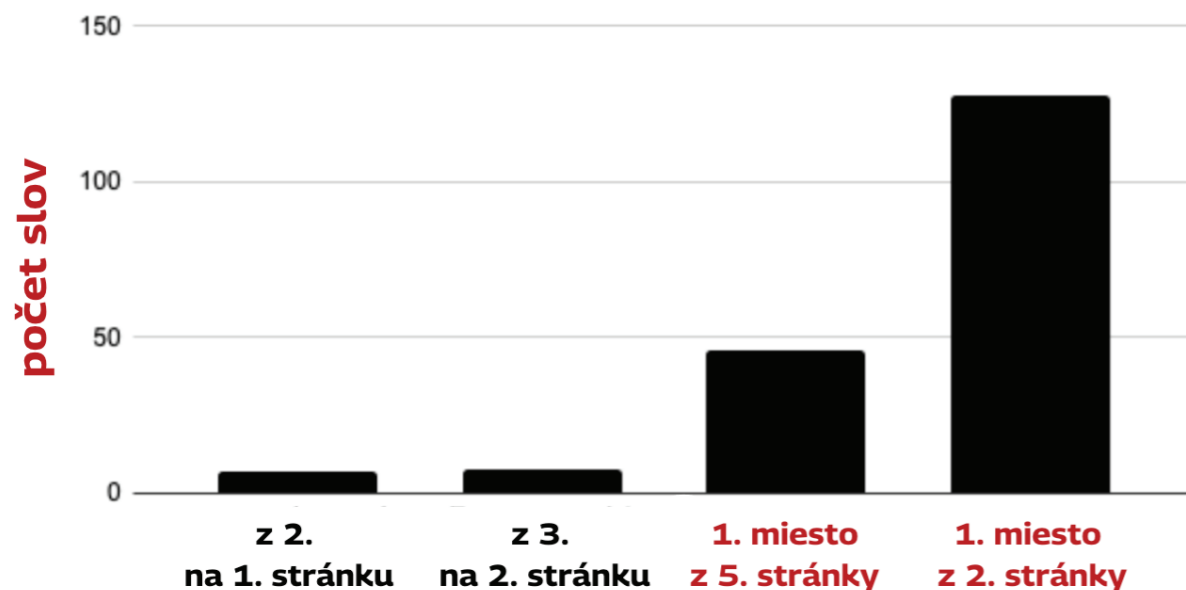
Prvým krokom je jasne definovať, čo vás odlišuje od konkurencie. U nášho klienta sme identifikovali kľúčové benefity jeho



## Posun klíčových slov v Google za 9 mesiacov



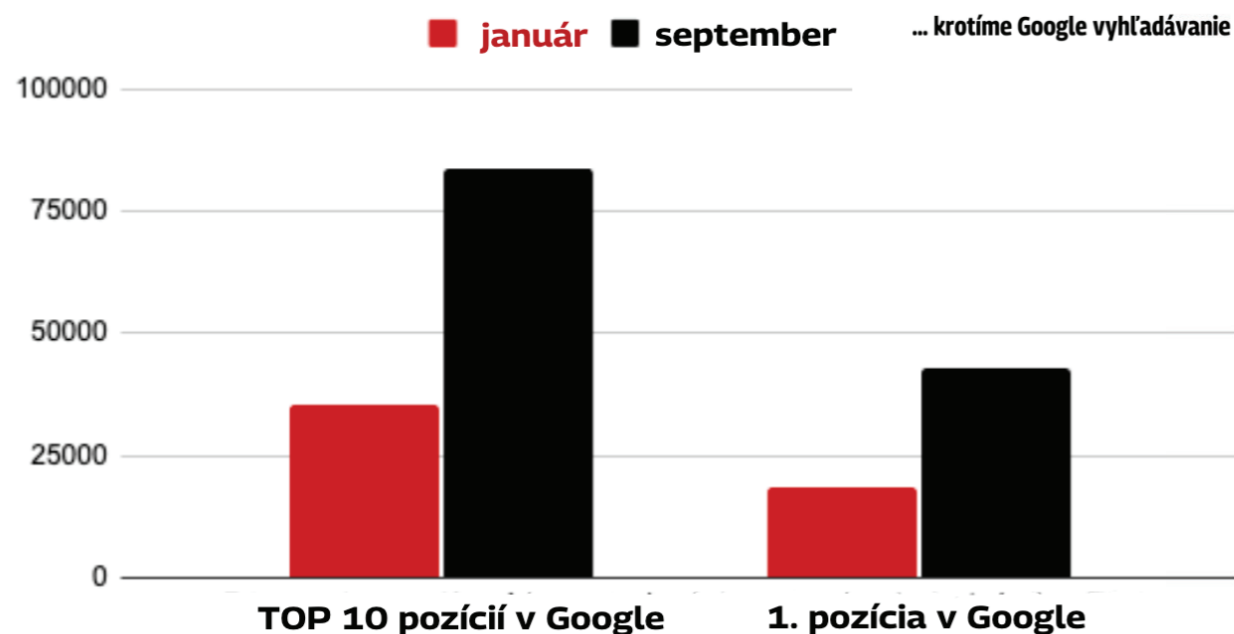
... krotíme Google vyhľadávanie



## Nárast zobrazení v Google



... krotíme Google vyhľadávanie



produktov a služieb, ktoré sme následne integrovali do obsahovej stratégie. Tento krok vám pomôže vytvoriť obsah, ktorý priamo osloví vašich zákazníkov a odliší vás na trhu.

### 2. Vykonaajte hĺbkovú analýzu klíčových slov:

Schopnosť pracovať s plánovačom klíčových slov môže byť pre vás veľkou výhodou. Pomocou Plánovača klíčových slov, Google našepkávača a ďalších nástrojov sme analyzovali klíčové slová, ktoré sú pre čitateľov a potenciálnych zákazníkov nášho klienta najrelevantnejšie. Vytvorili sme redakčný plán s témami, ktoré sú v súlade s týmito klíčovými slovami a zároveň reflektujú silné stránky klienta.

*Tip pre vás: Na prácu s klíčovými slovami využite bezplatné nástroje ako Google Trends, Plánovač klíčových slov v Google ads alebo, Marketing miner, či Collabim, ktoré vám pomôžu identifikovať najlepšie klíčové slová pre váš obsah.*

*“Pamätajte, že každý úspech začína prvým krokom. Nie je dôležité, kde začínate, ale kam smerujete.”*

### 3. Kvalitná tvorba obsahu:

Obsah bol vytváraný odborným garantom, špecializovaným na medicínske témy, čím sme zabezpečili vysokú kvalitu a relevantnosť k daným problémom. Takto odborný obsah naši copywriteri “poľudštili” a optimalizovali pre Google vyhľadávanie - doplnili sme texty o klíčové slová, pripravili titulky, meta popisky a linky na ďalší užitočný obsah.

### 4. Pravidelné publikovanie obsahu:

Mesačne sme publikovali tri články. Štvrtý

článok bol tvorený na základe spätnej väzby od čitateľov - vytvárali sme FAQ sekciu, ktorá riešila najčastejšie otázky a odpovede, čím sme ešte viac zvýšili angažovanosť čitateľov.

*Tip pre vás: Pravidelnosť je kľúčová. Vyhradte si čas na publikovanie aspoň jedného článku mesačne, aby ste udržali svoj obsah na webe aktuálny a atraktívny pre svojich čitateľov.*

### 5. Monitorovanie a optimalizácia:

Po každom kroku sme sledovali výsledky - pozície blogov na dané optimalizované klíčové slová a na základe získaných dát sme optimalizovali ďalej (napr. prelinkovaním článku z externých portálov na klíčové slovo), alebo sme sa v novom blogu zamerali na novú klíčovú frázu. To nám umožnilo dosiahnuť neustále zlepšovanie pozícií vo vyhľadávaní a získavať ďalšie nové klíčové slová do vyhľadávania Google.

Takto sme postupne zvyšovali viditeľnosť stránky.

*Tip pre vás: Sledujte metriky, ako sú návštevnosť jednotlivých blogov, pozície blogov vo vyhľadávateľoch - na aké klíčové slová sa zobrazujú a angažovanosť čitateľov (napr. čas na stránke, cesta zákazníka po webe a pod.). Na základe týchto údajov môžete optimalizovať svoju stratégiu a dosiahnuť ešte lepšie výsledky.*

Pamätajte, že každý úspech začína prvým krokom. Nie je dôležité, kde začínate, ale kam smerujete.

Inšpirujte sa úspešným príbehom nášho zákazníka a začnite aj vy tvoriť obsah, ktorý raketovo vytlačí váš web do vyhľadávania Google.

Na záver, tu je check-list, ktorý vám pomôže implementovať všetky kroky z článku:

- Definujte svoju unikátnu predajnú výhodu
- Vykonajte hĺbkovú analýzu kľúčových slov
- Začnite tvoriť kvalitný obsah
- Publikujte pravidelne
- Merajte a optimalizujte výsledky

**Prevezmite kontrolu nad svojou online viditeľnosťou a vytvorte obsah, ktorý vás dostane na vrchol vyhľadávania!**



Autorka článku:

**Ing. Katarína Rusňáková**

CEO, SEO & Online strategist

ONLINE TORO

T: +421 907 824 213

M: katarina.rusnakova@onlinetoro.sk

...krotíme Google vyhľadávanie

ONLINE TORO

## Darčekový poukaz

### SEO audit a workshop

k webovej stránke

v hodnote

**1 650 €**



**Ing. Katarína Rusňáková**

SEO & online marketing strategy

+421 907 824 213

katarina.rusnakova@onlinetoro.sk



## ÚČTOVNÁ PORADŇA

# 7 rád, ktoré vám pomôžu odštartovať úspešné podnikanie



GABRIELA JUREČKOVÁ



*Mnohé z nás žien máme rôzne koničky, nápady, ktoré by sme radi zrealizovali. Realizovať sa a mať hobby je pekná vec. Ak sa chceme začať realizovať, byť paňou svojho času a premeniť hobby a myšlienky na zárobkovú činnosť, je potrebné uvažovať nad podnikaním.*

**Mať zaujímavú myšlienku a krásne hobby nestačí. Aby sme svoje sny premenili na zárobkovú činnosť, odporúčam si úprimne premyslieť týchto 7 rád.**

## 1 Spíšte si „pre a proti“

Pred samotným rozhodnutím podnikat' je vhodné zobrať si papier a spísať si všetky pre a proti. Treba mať odpovede na otázky: Prečo chcem podnikat'? Ako, kde a v čom chcem začať? Čo som ochotná pre svoj biznis obetovať? Čo je mojím cieľom a akým spôsobom ho chcem dosiahnuť? V čom sa odliším od konkurencie?

Dôležité je zväziť všetky riziká a určiť si dopredu priority. Je mylné očakávať, že vám hneď budú na bankový účet prichádzať tisícky eur a vy budete pracovať menej ako 5 hodín denne. Podnikanie si v začiatkoch vyžaduje dobré zvládanie stresových situácií a správny časový manažment, je vhodné prejsť a zoznámiť vaše rozhodnutie aj s rodinou.

## 2 Zistite Dopyt - životaschopnosť vašej služby/produktu

Mať nápad na podnikanie žiaľ nestačí. Treba si overiť, či ste si vybrali skutočne správny nápad. Určite treba začať v oblasti, ktorá vás baví, je vaším koníčkom, záľubou, ktorej rozumiete a overiť si, či existuje po vašej službe ale-

bo vašom produkte skutočný dopyt, či sú ľudia ochotní vám za toto zaplatiť.

Vhodné je urobiť si prieskum trhu. Dajú sa na to využiť voľne dostupné štatistiky úradov či Google, kde si pozriete vyhľadávateľnosť kľúčových slov, alebo si to jednoducho otestovať v rámci rodiny a známych. Jednoduchým krokom, ako to urobiť, je aj napríklad založiť si jednoduchú skúšobnú webstránku a sledovať, aká bude jej návštevnosť a vôbec záujem o kúpu vášho produktu/služby.

## 3 Podnikateľský plán.

Je vhodné napísať si podnikateľský plán a určiť si svoju misiu, víziu, čo, ako a kedy chcem dosiahnuť, za aké obdobie.

## 4 Správny výber názvu firmy.

Názov vašej firmy by mal byť: zapamätateľný, musí mať digitálnu identitu – názov, ktorý dobre vyznie aj v online priestore, pravopisne jednoduchý, prípadne by mal mať príbeh za menom.

## 5 Živnosť alebo s. r. o.?

Jednou z najčastejších otázok, ktoré od začínajúcich podnikateľov dostávam je, akú formu podnikania si vybrať?

Živnosť je najbežnejšou a pre začiatok asi aj najvhodnejšou, najrýchlejšou a najlacnejšou formou začínajúcich podnikateľov. Živnosť si založíte online alebo osobne na živnostenskom úrade, stačí splniť základné podmienky, a zaplatiť menší poplatok. Pozor však na to, že živnostník ručí za svoje záväzky neobmedzene, to znamená celým svojím majetkom!

Pri živnosti načriete do sveta podnikania, zoznámite sa s rôznymi novými, odbornými, účtovnými a daňovými pojma-

mi, dôležitými dátumami, spôsobmi vedenia účtovníctva, zistíte ako možno využiť napr. paušálne výdavky, atď.

S.R.O. pri založení je potrebné spísať zakladateľské dokumenty, opäť online alebo osobne u právnik. Po získaní Oprávnenia na podnikanie (živnostenské oprávnenie) treba podať návrh na zápis do Obchodného registra.

Ďalej zložiť - splatiť základné imanie (minimálna výška je 5000 eur). Spoločník s. r. o. ručí za záväzky len do výšky svojho nesplateného vkladu zapísaného v Obchodnom registri, čo je obrovská výhoda oproti živnostníkovi.

## 6 Reklama, sociálne siete.

Nákupné správanie zákazníka je ovplyvnené nielen cenou ale i značkou vášho produktu či služby, to znamená aký máte dizajn, logo, obal, príbeh vašej značky.

Veľkým pomocníkom nielen na otestovanie ale i na samotné rozbehnutie biznisu sú v dnešnej dobe aj sociálne siete. Dokážu priamo zacieliť na určenú skupinu a ponúknuť reklamu len tým zákazníkom, ktorých váš produkt alebo služba zaujíma.

Začínajúca podnikateľka by mala určite využiť všetky dostupné možnosti ako sa zviditeľniť na Google Business, Facebook, Instagram, lokálnymi a regionálnymi formami

Dovolím si upozorniť, že skôr ako začnete s nastavovaním reklamy na sociálnych sieťach, nezabudnite si vopred stanoviť rozpočet, koľko chcete na túto formu marketingu utrátiť.

## 7 Pozor, čo hovoria zákazníci, servis

Verejná mienka je vždy dôležitá a v prípade biznisu to platí dvojnásobne. Zákazníci dnes prihliadajú aj na služby a servis po zakúpení produktu/služby, čo

môže byť rozhodujúce pre úspešnosť vášho biznisu nápadu. Nie nadarmo sa predsa hovorí, že „najlacnejšia a najlepšia reklama je spokojný zákazník“.



Autorka článku:

**Ing. Gabriela Jurečková, MBA**

Ekonomicko – daňové a finančné služby

Podnikateľské benefity

Mobil: 0903 752 737

E-mail: ekonomicke.sluzby1@gmail.com

www.gabrielajureckova.sk

## PRÁVNA PORADŇA

# Čo ak ste boli nechtiac zapojení do daňového podvodu?

LENKA PALÚCHOVÁ



*Daňové úrady sa čoraz častejšie zaoberajú kontrolami subjektov spojených s daňovým podvodom. Tieto subjekty častokrát ani len netušia, že do nejakého podvodu boli zapojené.*

## Ako vznikne podvod na DPH?

Nakúpíte tovar alebo službu od dodávateľa – platiteľa DPH, ktorý vám za dodanie vystaví faktúru napr. na sumu 1 200 EUR (1000 EUR za tovar/službu + 200 EUR DPH). Dodávateľovi uhradíte plnú sumu uvedenú na faktúre, pričom DPH vo výške 200 EUR si odpočítate. Dodávateľ však DPH vo výške 200 EUR v daňovom priznaní neprizná a neodvedie do štátneho rozpočtu.

## Aké dôsledky má takéto konanie dodávateľa?

Ak vám správca dane preukáže, že ste mali alebo mohli vedieť, že váš dodávateľ DPH uvedenú na faktúre neprizná a neodvedie, nemáte právo na odpočet DPH z dodania tohto tovaru alebo služby. V zmysle uvedeného príkladu to znamená, že ak ste si DPH vo výške 200 EUR odpočítali, budete ju musieť vrátiť.

## Čo musí najprv správca dane preukázať?

Otázka je, ako by ste mali vopred vedieť, že vás dodávateľ uhradenú DPH neodvedie. Existujú indikátory, ktoré vám môžu napovedať, že dodávateľ je nespoľahlivý. Preto vám správca dane musí najskôr preukázať, že ste si dostatočne svojho dodávateľa nepreverili. Pretože ak by ste si ho pred uskutočnením spolupráce preverili, mohli ste napr. zistiť, že sa nachádza na zozname daňových dlžníkov, príp. subjektov u ktorých nastali dôvody na zrušenie

platiteľa DPH, alebo už bol v minulosti spojený s podvodmi na DPH. Z tohto dôvodu ste teda mali mať dôvodné podozrenie, že dodávateľ je nespoľahlivý a DPH uvedenú na faktúre, ktorú mu spolu s cenou za dodanie tovaru/služby uhrádzate neodvedie do štátneho rozpočtu.

## Ako sa v takejto situácii brániť?

Vašou úlohou bude správcovi dane preukázať, že ste konali v dobrej viere a riadne si preverili svojho dodávateľa. Ide o preverenie napr. cez rôzne platené monitorovacie systémy podnikateľovi, prípadne v zoznamoch, ktoré zverejňuje finančné riaditeľstvo. Musíte teda preukázať, že ste prijali všetky rozumné opatrenia, aby ste sa kúpou tovaru/služby od tohto dodávateľa nezúčastnili na podvode.

Predsa tú chýbajúcu DPH v štátnom rozpočte musí niekto zaplatiť.



Autorka článku:

**Ing. Mgr. Lenka Paluchová, LL.M.**

Advokátka a daňová poradkyňa špecializujúca sa na daň z príjmov a medzinárodné zdaňovanie.

## PREDSTAVUJEME NAŠE NOVÉ ČLENKY

Najhoršie rozhodnutie je, nerobiť žiadne rozhodnutia!

**Ing. Ľubica Krkošková, MBA**

- finančný manažment
- ekonomika, účtovníctvo
- HR, personalistika



**PODNIKATEĽSKÉ  
CENTRUM**

Môj život je celý neočakávaných zvrátov a udalostí. Nikdy sa mi nedostalo to, o to čo som prosila, ale dostala som to, čo som naozaj potrebovala. Dlhé roky som pracovala ako finančná riaditeľka v jednej stavebnej spoločnosti v rodinnej firme. Dobrá skúsenosť, kde som zažila aj generáciu výmenu vo vedení firmy. Ale keď som už cítila, že zmena je nutná, nielen potrebná, išla som pracovať do nadnárodnej spoločnosti ako vedúca finančného oddelenia. Výborná skúsenosť a naozaj som nabrala skúsenosti, aké sa v malej rodinnej firme nezažiješ.



Kto ma naozaj pozná, vie že som pracant, mnohí ma označujú za workoholika. Ak skutočne miluješ svoju prácu, nepracuješ. Užíváš si to. A práve preto, pre mňa nie je problém sklbiť rodinný život s tým profesným. Takže, byť na voľnej nohe bola len otázka času. Založila som si vlastnú firmu. Byť zodpovedná za svoje rozhodnutia a ísť do neistoty bolo to pravé "orechové", čo som vždy chcela. Momentálne vediem so svojim tímom poradenskú kanceláriu GESTIONNER s.r.o. a webovú stránku [www.podnikateleskecentrum.sk](http://www.podnikateleskecentrum.sk), ktorá prináša podnikateľom informácie zo sveta biznisu. Tým, že som pomáhala rozbiehať viaceré firmy a robila som aj manažéra intergoravných systémov, presne viem, čo potrebuje bežný podnikateľ ku svojmu podnikaniu.

V roku 2023 som prevzala portál [www.podnikateleskecentrum.sk](http://www.podnikateleskecentrum.sk). Nevedela som poriadne do čoho idem a čo ma čaká. Bola som dlhoročná prispievateľka portálu a písanie blogov bol môj koníček. Ale zrazu sa ocitnete mimo svojej komfortnej zóny. Výzvy mám rada a hneď som sa pustila do práce. Mojim snom bolo vždy viesť účtovnú kanceláriu a užítokovať svoje vedomosti z vrcholového manažmentu a riadenia. Mimo svojej práce som si vždy prívyrábala účtovníctvom, nie preto, že som musela, ale preto, že som chcela. Keď všetci oddychovali, alebo behali po horách, ja som účtovala, alebo sa vzdelávala.

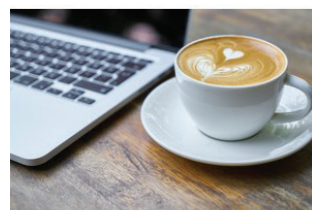
[www.podnikateleskecentrum.sk](http://www.podnikateleskecentrum.sk)



**Mgr. Dana Straková**  
Certified Proposal Manager



- ✓ **Obchodné ponuky**
- ✓ **Ponuky podľa zákona o verejnom obstarávaní**
- ✓ **Monitoring obchodných príležitostí**
- ✓ **Granty a projekty**
- ✓ **Jazykové korektúry textov**
- ✓ **Administratívne služby**



[www.rfpecko.eu](http://www.rfpecko.eu)



**Mgr. Eva  
Navrátil Trégerová**

CEO A MEDZINÁRODNE CERTIFIKOVANÝ NEUROLANGUAGE COACH®

+421 903 462 228

[eva.tregerova@elanlpartners.eu](mailto:eva.tregerova@elanlpartners.eu)

[www.elanlpartners.eu](http://www.elanlpartners.eu)

**1** EVERY  
LANGUAGE  
AGENCY  
N°  
PARTNERS

[f](#)

[@](#)

[in](#)



**ZAVOLAJTE NÁM  
ALEBO NÁM NAPIŠTE:**

+421 948 266 993

[zdruzeniepam@gmail.com](mailto:zdruzeniepam@gmail.com)

[zdruzenie@zpm.sk](mailto:zdruzenie@zpm.sk)



**SLEDUJTE NÁS  
NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH:**

[in](#) zdruzeniepodnikateliek

[f](#) uspesnezeny

[@](#) zdruzeniepodnikateliek

**Združenie podnikateliek a  
manažerok**

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

[www.uspesnezeny.sk](http://www.uspesnezeny.sk)

**ÚSPEŠNÉ  
ŽENY**

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

## Prečo sa stať členkou Združenia podnikateliek a manažerok?

Budujeme inšpiratívnu komunitu podnikateliek, manažerok 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 spolupracou 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 manažerky. 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
- prehľubujeme 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 spolupracou 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, manažerky 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, manažerky a top manažerky 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, spoluprác a partnerstiev.

#### ♦ ZVIDITELNENIE A MEDZINÁRODNÁ SPOLUPRÁCA

Ponúkame možnosť prezentácie vašej spoločnosti, možnosť nadviazania kontaktov a spoluprác v rámci našich zahraničných partnerstiev a členstiev.

#### ♦ MENTORING

Podporujeme osobný a profesijný rozvoj manažerok 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.

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



### NAŠE PODUJATIA:

- ♦ Seminára, 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.



ZDRUŽENIE  
PODNIKATELIEK A MANAŽÉROK

## NAŠE PROJEKTY

### WOMEN, FAMILIES, CAREERS Digital solutions in adult learning

Naše Združenie podnikateliek a manažerok 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  
Združenie podnikateliek a manažerok

Projekt sa realizuje z programu Erasmus plus

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

Bližšie informácie poskytneme na e-maile: [zdruzeniepam@gmail.com](mailto: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.



ZDRUŽENIE  
PODNIKATELIEK A MANAŽÉROK

## NAŠE PROJEKTY

### **EWoB** **The European Women on Board Association**



European Women on Boards

Združenie 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 EWOBO je našim cieľom prepojovanie žien v Správnych radách žien a žien pôsobiacich 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](mailto:zdruzeniepam@gmail.com)



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](mailto:zdruzeniepam@gmail.com).

[www.uspesnezeny.sk](http://www.uspesnezeny.sk)