

Deloitte.

50 | Technology **Fast 50**
2017 CENTRAL EUROPE



Deloitte Technology Fast 50 CE
Česká republika
2017

Slovo na úvod...

Deloitte Technology Fast 50 CE: Soutěž pro nejrychleji rostoucí technologické firmy v regionu střední Evropy. Už 18 let sestavujeme žebříček, který hodnotí veřejné či soukromé společnosti.

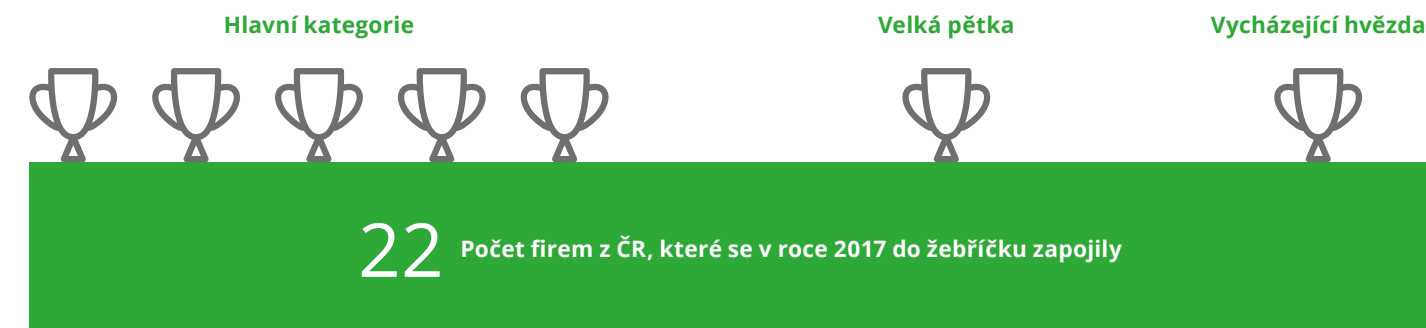
Naším cílem je podporovat firmy, které rostou tempem, jež rozhodně stojí za pozornost. Jsou to společnosti udávající nové trendy. Přináší nový pohled na technologie i jejich aplikaci do každodenních životů. Jestli někdo přispívá k inovacím, pak právě ony.

Těší nás, že jsme každoročně svědky toho, jak se z malých hráčů na českém trhu stávají velké společnosti, které obstojí v konkurenci i mezinárodním srovnání. Máme radost z toho, že se zvyšuje počet českých firem v žebříčku pro střední Evropu...

A že české firmy bodují!

Soutěž Deloitte Technology Fast 50 ve střední Evropě v roce 2017 totiž ovládly právě české společnosti.

Český úspěch dle jednotlivých kategorií



Obsah

Přehled soutěžních kategorií	4
Technology Fast 50 ve střední Evropě	5
Ročník 2017: Úspěch pro ČR	8
Příběhy firem	11
Deloitte a startupy	39
Proč se do žebříčku přihlásit?	45
Závěr	49
Kontakty	50

Přehled soutěžních kategorií

Fast 50

Fast 50 je hlavní kategorií soutěže, v rámci níž Deloitte oceňuje 50 nejrychleji rostoucích technologických firem v regionu, a to na základě růstu výnosů v posledních čtyřech letech.

Velká pětka

Velká pětka je speciální kategorií pro technologické firmy, které jsou zpravidla příliš velké na to, aby z hlediska růstu výnosů soupeřily s menšími firmami figurujícími v hlavním žebříčku Fast 50. Stále ale vykazují velký růst.

Vycházející hvězdy

Vycházející hvězdy jsou kategorií pro rychle rostoucí firmy, které jsou na trhu příliš krátce, proto nemohou soutěžit v hlavní kategorii.

Nejvíce disruptivní inovace

Speciální cena pro nejvíce disruptivní inovaci udělovaná firmě, jež vyvinula unikátní a inovativní produkt či poskytuje služby, které mají revoluční dopad na trh.

Přinášíme vám příběhy těch, kteří se hrdě mohou hlásit mezi nejrychleji rostoucí technologické firmy. Mnohdy nejen v Evropě. A přejeme hodně štěstí všem, kteří se o to pokoušejí.

Technology Fast 50 ve střední Evropě



Máme za sebou další ročník soutěže Deloitte Technology Fast 50 CE. Význam tohoto programu každoročně roste, stejně tak počet firem z České republiky, které v žebříčku bodují. Každý rok navíc pozorujeme, jak se i díky naší soutěži z nastupujících hráčů stávají společnosti, které obstojí v konkurenci i mezinárodním srovnání.

Mám opravdu velkou radost z toho, že české firmy v roce 2017 v žebříčku významně uspěly. Celkově se v registračním procesu kvalifikovalo 22 českých společností, z toho se jich mezi padesátku nejrychleji rostoucích technologických firem ve střední Evropě probojovalo hned pět. Dvě firmy získaly první místo v dané kategorii.

Tři společnosti obsadily klíčové příčky. Společnosti z ČR byly navíc zastoupeny v každé ze čtyř kategorií soutěže včetně boje o inovativní produkt. A to jsou opravdu velmi dobré výsledky.

Proč si myslím, že se českým firmám daří? Trhy ve střední a východní Evropě vykazují ekonomický boom, na trhu je dostatek peněz, místní i zahraniční investoři o ně mají zájem, a technologické společnosti dovedou nejvíce profitovat z invence a talentu, kterým náš region tradičně vyniká. Velký posun ale vidím hlavně u samotných společností – jsou mnohem lépe připraveny na to, aby se na trhu prosadily, mají kontakty i touhu uspět za každou cenu.

A pak jsou to samozřejmě jejich produkty či nabídka služeb, které se střetávají do mezery na trhu nebo jsou natolik převratné, že trh od základu změní.

Výsledky v roce 2017 ukázaly, že Česká republika má co nabídnout. Věřím, že tento trend udržíme také v budoucnu.

Diana Rádl Rogerová

Řídící partnerka, Deloitte Česká republika

Větší ambice, zodpovědnost, o dost více zkušeností...



„Společnosti dnes mají mnohem větší ambice. Soutěž berou zodpovědněji, jsou výrazně lépe připraveny na to, aby uspěly celosvětově. A je úžasné, že se jim to daří.“

Jiří Sauer, ředitel projektu Fast 50 Česká republika

Jaké jsou firmy, které se do žebříčku Technology Fast 50 hlásí?

Dříve byla soutěž úzce specializovaná na IT, dnes jde o podstatně širší oblast. Přibývá společností, které se zabývají nejen softwarem, ale i výrobou hardwaru, sofistikovanými technologiemi, případně sdílenou ekonomikou. Hlavně ale jde o firmy s jedinečným nápadem a příběhem. Moderní technologie překonávají geografická omezení, firmy mohou oslovit velké množství zákazníků, což jim hraje do karet.

V čem jsou společnosti jiné... Hledají možnosti, kde by mohly uspět, a to zejména v oblastech, kde to před nimi ještě nikoho nenapadlo. Je to přirozené: technologie jsou dnes v oborech, kde bychom je dříve vůbec nehledali. A ekonomicky aktivní je generace, která s technologiemi vyroste.

Co jim pomáhá... Firmy jsou dnes mnohem více připraveny už od začátku. To dříve nebylo pravidlem. Mají zkušenosti, velké ambice i odhodlání, kontakty. Vše je hodně profesionální. Díky tomu mají šanci uspět kdekoli na světě.

Proč to mají jednodušší... Skoro to vypadá, že snad každý mladý člověk chce mít svůj startup. Na trhu je dostatek peněz, které dokáží podpořit i ty projekty, jež se dříve mohly zdát příliš rizikové. Kolikrát se rozvíjí myšlenka, u které se úspěch nedal jednoduše předpovídat, ale díky volným financím na trhu se zrealizuje a firma zazáří.

Jeden hlavní nápomocný faktor... Jednoznačně internet. To je propojený, unifikovaný svět, stačí málo, a o firmě a jejím úspěchu se hned ví také za hranicemi. Firmy dnes mají kontakty v zahraničí, dokáží si je sehnat, spojit se s lidmi, které potřebují. Pak samozřejmě pomáhá i to, že spousta českých společností už v zahraničí uspěla. Velcí investoři se nebojí podpořit místní firmy.

Jakou roli v tom hrají jejich zákazníci... Rozhodující. Čím dál tím více porovnávají nabídky a hledají řešení s nejlepším poměrem cena/výkon. A české firmy tohle dokáží nabídnout.

Šanci na úspěch dnes má... Cokoliv, co dokáže zjednodušit život. Pokud firma přijde s produktem či službou, které jsou univerzální a využitelné všude, má velkou šanci uspět.

Jsou obory, které budou hrát prim... Hodně to bude souviset s tím, co nám opravdu zjednoduší život. A jak se technologie zapojí do běžného života. Aktuálně se očekává, že prim budou hrát umělá inteligence, robotizace, úspory energií, využití chytrých budov, sdílená ekonomika.

„Co mě na žebříčku Deloitte Technology Fast 50 nejvíc baví? Že často uspěje firma, do které by to člověk ze začátku vůbec neřekl. Nebo se najednou objeví odvětví, o kterém jsme vůbec netušili, že bude existovat.“



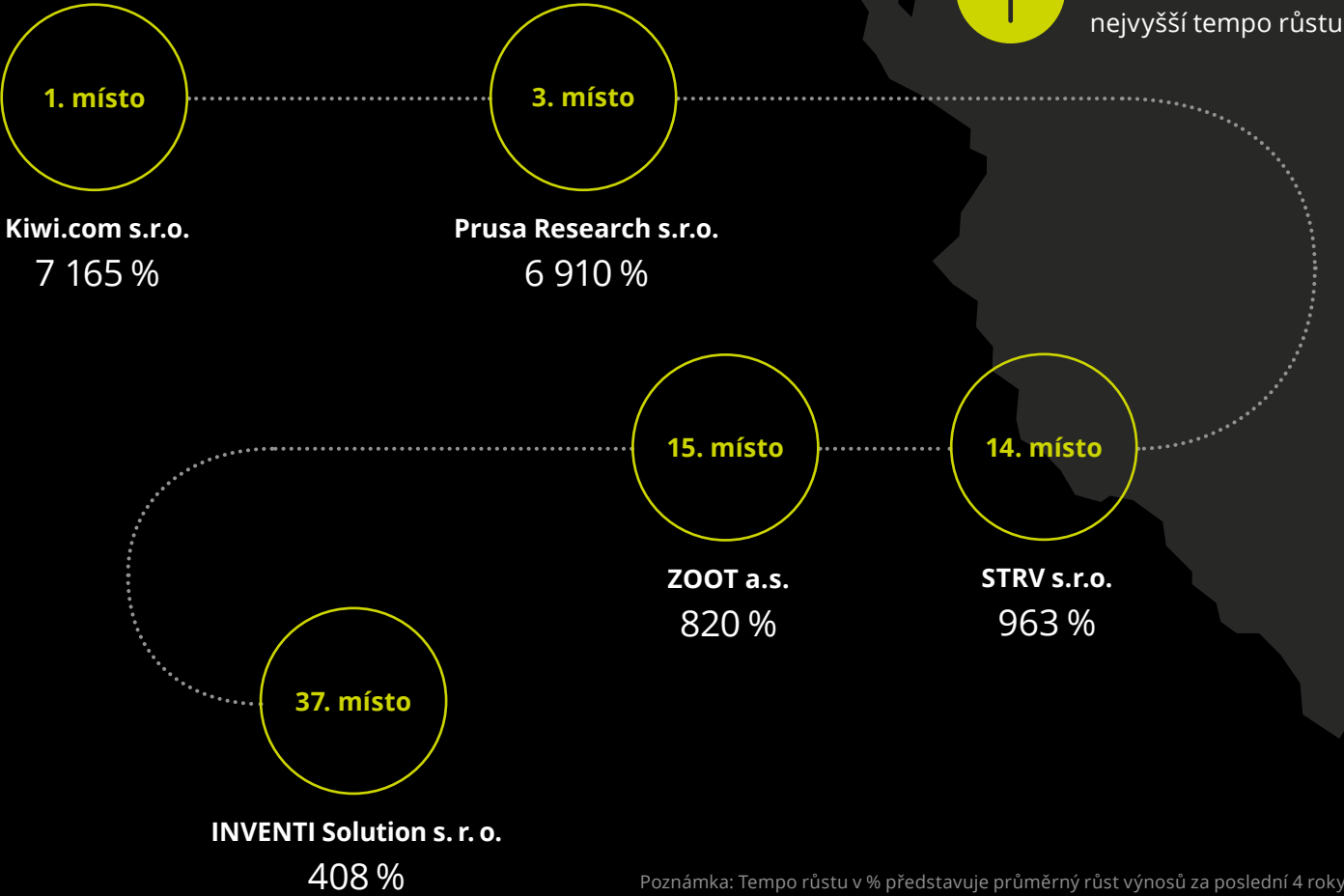
Technologický pokrok v praxi: Deeper Sonar

Sonar pro vyhledávání ryb, který prakticky bez čekání dokáže určit, zda se v daném úseku ryby nacházejí. Místo hodin vysedávání na břehu řeky tak během chvilky rybář ví, jestli se vyplatí na daném místě zdržet. Jasný příklad toho, jak technologie pronikají do oblastí, kde bychom je ještě před pár lety nečekali. To dříve bychom si na břehu setsakra počkali...

Deeper Sonar je firma z Litvy, jejíž produkt se probojoval mezi 10 finalistů v kategorii „Nejvíce disruptivní inovace“. Zastoupení měla i ČR, ve finále byl produkt firmy IDEA StatiCa. Zajímá vás příběh této české společnosti? Najdete ho na straně 28.

Ročník 2017: Úspěch pro ČR

Nejrychleji rostoucí technologické firmy ve střední Evropě



Velká pětka



Vycházející hvězdy



Nejvíce disruptivní inovace



Další firmy z ČR, které se v roce 2017 zapojily do žebříčku Technology Fast 50 ve střední Evropě

- | | |
|-------------------------------|---------------------|
| manGoweb, s.r.o. | Sunfox s.r.o. |
| Cloud4com, a.s. | Startupedia s.r.o. |
| Flowmon Networks a.s. | Takeplace, s.r.o. |
| eWay System s.r.o. | Juicymo s.r.o. |
| atlantis telecom spol. s r.o. | ROUCEK Group s.r.o. |
| ABRA Software a.s. | PROGRAMM s.r.o. |
| Jaguara s.r.o. | |
| Profinit EU, s.r.o. | |
| ELKO EP, s.r.o. | |



Poznámka: Tempo růstu v % představuje průměrný růst výnosů za poslední 4 roky v kategorii Fast 50 a za 3 roky v kategoriích u Velké pětky a Vycházející hvězdy.

Příběhy / rozhovory

Firmy, které se umístily v žebříčku Technology Fast 50 CE 2017:

Kiwi.com / Prusa Research / STRV / ZOOT / inventi /

Pilulka Distribuce / IDEA StatiCa

Stačila **jedna cesta**, na níž se zrodil nápad na nový byznys



1. místo v žebříčku Technology Fast 50 ve střední Evropě

Jestli má nějaký startup šanci na úspěch, pak ten, který dotáhne k dokonalosti věc, kterou běžně řešíme. Třeba úsporu nákladů při koupi letenek. Aby se ale dostavil úspěch velkých rozměrů, je potřeba najít mezeru na trhu. Jako se to podařilo firmě Kiwi.com.

Ten příběh dnes zná snad už každý. Jenže bez něj by firma nevznikla: Píše se rok 2011 a Oliver Dlouhý hledá pro cestu do Porta nejlevnější letecké spojení. Vyhledávače mu ale nabízejí letenky, které jsou příliš drahé. Sám proto začne složitě kombinovat dopravce, aby ušetřil několik tisíc. Výsledek? 8 tisíc v kapse. A geniální nápad na nový byznys je na světě.

Ale zpátky na zem, zase tak velká pohádka s happyendem to nebyla. Oliver Dlouhý nebyl rozený programátor, ale samouk s kódovacím minimem, který se práci s technologiemi učil za pochodu. Nápad měl ale přidanou hodnotu, proti konkurenci algoritmus Kiwi.com začal vyhledávat nejlevnější letenky i mezi nabídkami lowcostových aerolinek, které mezi sebou nemají uzavřenou partnerskou smlouvu.



„Letenky jako komodita mají jen dva parametry: cenu a čas. Jakkoliv komplexní naše technologie je, vše má nakonec za výsledek to, že jsme schopni najít levnější či rychlejší spojení. Anebo obojí.“

Oliver Dlouhý, zakladatel a CEO Kiwi.com

Vyhledávač Kiwi.com se prakticky ihned po spuštění v roce 2012 umístil v žebříčku New York Times mezi top 10 nejužitečnějších weby pro cestovatele. O rok později už firma prodávala letenky. Stačilo jen pět let na trhu, aby vygenerovala obrat přesahující 8 miliard korun ročně. Přes vyhledávač Kiwi.com se denně zrealizuje více než 6 500 rezervací, firma roste zběsilým tempem. V roce 2017 se stala nejrychleji rostoucí technologickou společností ve střední Evropě.

Příběh Kiwi.com aneb Jak cestující dostat v co nejkratším čase za co nejvýhodnější cenu kamkoliv po světě. Osobní zkušenost je rozhodně cestou, jak dosáhnout úspěchu. Jen se toho nesmíte bát.



Kiwi.com – obyčejně neobyčejný startup



Raketový růst během pouhých pěti let



Dobrý nápad podpořený osobní zkušeností



Roční obrat přesahující 8 miliard korun



Co dříve trvalo i několik dní, je dnes díky algoritmu **Kiwi.com** otázkou několika minut. Vyhledávač letenek vyhledává mezi dostupnými lety všech dopravců. Unikátní je v tom, že pokrývá lowcostové společnosti i ty přepravce, kteří mezi sebou nespolupracují. Výsledkem je pak letenka za cenu až několika-násobně levnější, než kdyby byla zakoupena běžnou cestou.

Kiwi.com: Nejrychleji rostoucí firma v roce 2017

„Člověk musí mít stále pocit, že mu něco uniká, jinak nemá motivaci inovovat a zkoušet nové věci.“

Oliver Dlouhý, zakladatel a CEO Kiwi.com

Pokud bych firmu zakládal dnes, má startovací pozice by byla rozhodně jiná. Za těch 5 let jsem se naučil strašně moc, získal kontakty, zkušenosti. Nedá se to srovnávat.

Prostředí jsem znal pouze z uživatelského hlediska. Cestování je mým velkým koníčkem, vždycky jsem uměl nacházet dobré ceny letenek nebo hotelů. Jak to ale chodí v byznysu, o tom jsem neměl ani páru, což nyní považuji za obrovskou výhodu. Kdybych totiž už tehdy tušil, jak komplexní byznys to je, nevím, jestli bych našel odvahu se do toho pustit...

Nápadů má každý spoustu. Ale jen malé procento lidí je ochotné jim obětovat čas a peníze, promyslet exekuci, přesvědčit lidi. My jsme byli od začátku hodně motivováni a byznysu jsme obětovali hodně. I přesto byly začátky hodně těžké a trvalo dlouho, než jsme našli náš aktuální modus operandi.

Jsme český startup. Nemáme ambice dobývat Silicon Valley. Máme ambice dobýt světový trh s travelem. Ale to můžeme i jako malý český startup. Až se to povede, tak už možná budeme trochu větším českých startupem, ale věřím, že naše identita i styl zůstanou stejné.

Bez našich zaměstnanců by to nešlo. Aktuálně jich pro nás pracuje 1 400 na plný úvazek. Bez našich kolegů by firma nemohla existovat. Podíleli se a stále podílejí na růstu firmy zásadním způsobem. Každá firma stojí a padá s lidmi. A já mám, z nějakého důvodu, na lidi obrovské štěstí. Mám pocit, že své kolegy jsem vyhrál v loterii...

Další plány? Dále budeme rozšiřovat nabídku letů a zároveň přidáme i pozemní dopravu. Připravujeme také revoluční uživatelské rozhraní, které našim zákazníkům umožní najít v záplavě nabídek ten správný let nejrychleji na trhu. A samozřejmě plánujeme spoustu dalších novinek. Pokud jde o investice do vývoje, jedná se rámcově o stovky milionů korun ročně.

„Abych mohl vyřešit problém, musím ho nejdříve pochopit. A abych ho správně pochopil, je nejlepší zažít ho na vlastní kůži.“

Prusa Research: Kolik materiálů tiskneš, tolikrát jsi tiskárnou

**PRUSA
RESEARCH**
by JOSEF PRUSA



3. místo v žebříčku Technology Fast 50 ve střední Evropě

V kanceláři v pražských Holešovicích má mapu světa a v ní spoustu zapíchnutých vlaječek. Musíte přijít hodně blízko, abyste na ní našli prázdné místo. Josef Průša, zakladatel a CEO společnosti Prusa Research, si takhle mapuje, do jakých zemí 3D tiskárny už vyvezli. Červené vlaječky jsou skoro všude.

Daří se jim, rostou čím dál tím víc. Určitě i proto, že jejich 3D tiskárny jsou cenově dostupné. Špičkové. Převratné. Patentovat si je ale nenechávají. Josef Průša na to má jednoduchou odpověď: „V Číně vás okopírují tak jako tak. Lepší je pořád inovovat.“

Proč jsme se rozhodli, že naše tiskárny budou cenově dostupné i pro širší veřejnost... Máme pak daleko větší zásah. Děláme produkty pro reálné lidi a ne pro malou skupinu vyvolených...

Co potřebujeme pro to, aby naše produkty byly nejlepší na světě... Musíme nejenom vytvářet skvělý hardware, ale dělat i perfektní zákaznickou podporu.

Naše přístroje – tiskárny nenecháváme patentovat, protože... Podle nás je to ztráta času. Energii raději věnujeme dalšímu vývoji a tomu, aby lidé mohli co nejlépe tisknout.



Josef Průša, zakladatel a CEO Prusa Research

Bez zaměstnanců kolem nás bychom si... Tiskárny museli skládat sami. Ale teď vážně: Jsou pro nás klíčoví.

Kdy jsem uvěřil tomu, že tiskárny mohou tisknout další tiskárny... Naprosto od začátku, neměl jsem žádné pochyby.

Co bych si chtěl na 3D tiskárně vytisknout? Robota, co za mě bude odpovídat na zvědavé otázky.

S problémy musíte počítat, rostoucí firmy jsou prakticky pořád v krizi

STRV



14. místo v žebříčku Technology Fast 50 ve střední Evropě

STRV: Firma, která se bez nadsázky vypracovala mezi největší vývojáře mobilních aplikací. Své služby poskytuje výhradně na trhu v USA, i když nesmazatelné stopy za sebou nechala také u nás.



„Jsme hrdí na to, že se nám podařilo zapustit kořeny na americkém trhu, a to jako jedné z mála firem ve střední Evropě. Navíc jsme dali dohromady špičkový tým skoro 200 technologicky zaměřených lidí.“

Lubo Smid, spoluzakladatel a COO STRV

Úspěch jménem STRV

Začátky: Na počátku našeho podnikání nebyla myšlenka vybudovat STRV do současné podoby. Začínali jsme na malých technologických zakázkách v podobě webových stránek a aplikací. Postupem času se začala zvětšovat velikost projektů, stejně tak náš tým. Podařilo se nám dát dohromady skupinu lidí, kteří mají velký zájem o technologie a neustále se ženou dopředu.

Poučení: Dnes bychom nejspíš jinak nic neudělali, některé věci se nám podařilo exekuvovat daleko rychleji, než jsme plánovali, naopak u jiných to nebylo tak jednoduché, jak jsme si mysleli. Ale to není nic neobvyklého – většinou se nestává, aby vše šlapalo podle plánu.

„Na základě dílčích výsledků a dostupných informací je potřeba byznys plán neustále upravovat. A počítat s tím, že v průběhu budování firmy člověk narazí na mnoho problémů. Pak je potřeba naučit se jim čelit a řešit je.“

Inspirace: Kdo nás ovlivňuje? Ostatní technologické společnosti, s nimiž soupeříme o stejný talent. Proto na sobě neustále pracujeme, abychom si drželi náskok.

Rada: V průběhu budování firmy člověk narazí na mnoho problémů. Rychle rostoucí firmy jsou prakticky neustále v krizi, a s tím je potřeba se naučit pracovat. Nám se třeba osvědčilo využívat byznys model i příležitosti, které se objevují naplno. Výzvám a příležitostem jsme se postavili čelem, což vyústilo v to, že se nám jako jedné z mála českých firem podařilo proniknout na americký trh.

Vzdělání: V technologiích je takřka nemožné uspět bez vzdělávání a jeho podpory napříč týmy. Konkurence nikdy nespí. My tak podporujeme naše lidi, kde můžeme.

Další plány: Máme radost, že se nám podařilo vybudovat jednu z nejznámějších technologických firem na českém trhu. Nyní pracujeme na tom, aby se nám něco podobného podařilo také v USA. Tam je naše značka vlastně stále v začátcích, ale potenciál růstu tam je značný.

Móda naruby na třetí pokus. Aneb jak Čechy naučit nakupovat šaty online



1. místo v kategorii
Velká pětka



15. místo v žebříčku Technology
Fast 50 ve střední Evropě

Říkájí o sobě, že dvakrát umřeli, než začali fungovat v podobě, v jaké je známe dnes. I tak se jim podařilo převrátit vnímání módy a nákupních zvyklostí u nás. Přivedli do ČR nové značky, zkombinovali koncept online prodeje s kamennými výdejními a ukázali, že to, co funguje u nás, může obstát i za hranicemi. To je ZOOT: Lovebrand, kterému to na třetí pokus vyšlo.

Píše se rok 2009, vzniká firma ZOOT. Původně nikoliv jako obchod s módou, ale tzv. „brandbook“, jehož cílem je vytvořit místo, v němž se fanoušci propojí s oblíbenými značkami. Ukazuje se ale, že projekt nefunguje – je potřeba neustálý kontakt s brand manažery daných značek z evropských i světových centrál.

A tak firma mění byznys model a přichází s konceptem tzv. „nadenakupovače“, který zákazníky propojí se zbožím, o němž mají opravdový zájem. „V e-shopech s oblečením máte většinou obrovskou nabídku zboží, ve které se špatně orientujete. Chtěli jsme od lidí nejdřív zjistit, jaké mají rádi značky, styly oblékání, barvy a tomu pak přizpůsobit nabídku, která se jim zobrazí,“ vzpomíná na druhý pokus Ladislav Trpák, spoluzakladatel a CEO společnosti ZOOT. „Dost peněz ale bohužel nevydělával ani model agregátoru s módou. Pro spoustu lidí jsme sice byli dobrý inspirační zdroj, ale nefungovalo to obchodně.“

Pak přichází nápad, jaký známe dnes. Ani do třetice se ale ze začátku nedá mluvit o sázce na jistotu, online nakupování módy u nás v té době příliš zažitá není. „Nikde v zahraničí taková inspirace s nakupováním módy nebyla. Spojení pestrosti online výběru s osobní zkušeností a s možností, že si člověk nakonec nemusí koupit vůbec nic z toho, co si vybral, byla v té době do značné míry unikátní věc,“ připomíná Ladislav Trpák. Vyhrává ale potřeba nakupovat nové značky, jednoduchý výběr i úspora času: Místo odpoledne stráveného v přeplněném obchodáku objednávka z pohodlí domova. Anebo během obědové pauzy – ZOOT zaváží zboží do svých pražských výdejen třikrát denně.

V roce 2015 firma úspěšně vstupuje na rumunský a slovenský trh. „První naší velkou expanzí bylo Rumunsko. Tamní lidé módu milují a jsou ochotni za ni utratit mnohem více než Češi,“ doplňuje spoluzakladatel ZOOTu.

Zastavit se? To e-shop s módou nemá v plánu, společnost řeší další expanzi. Poohlíží se v Maďarsku a Polsku. „Zatím není nic jisté, ale rozhodně chceme v rámci středovýchodního regionu růst a být lídrem,“ zdůrazňuje šéf firmy, která za rok 2016 vykázala tržby přesahující 700 milionů korun (bez DPH).

ČR	Rumunsko
V 80 % módu objednávají ženy, v 20 % muži	60 % objednávek vytvoří ženy, 40 % muži
Za módu utratí kolem 2,8 % příjmů	Za módu dají kolem 5 % příjmů
Méně nakupují přes mobil	Více nakupují přes mobil
Trvalo jim o něco déle, než pochopili všechny výhody Výdejen radosti, ze začátku byli opatrnější	Model začali využívat mnohem rychleji, nebáli se objednávat více stylů, barev i velikostí
Český trh má největší podíl na obratu celé skupiny (81 %)	Rumunský a slovenský trh se na obratu podílejí 19 %

Zdroj: ZOOT

„Věděli jsme, že zákazníci mají zájem o pestrost, o zahraniční značky, které na našem trhu nejsou a mají zajímavý příběh. A tak jsme je sem přivedli a položili základy kombinace online prodeje s kamennými výdejními.“



Zákazník

- ZOOT mu chce ukázat, že móda může být zábavná.
- Podává mu pomocnou ruku při výběru oblečení i stylingu.
- Díky Výdejnám radosti je s ním v přímém kontaktu.
- Stará se o to, aby se výběr oblečení i jeho nákup staly zážitkem.

Nedorazily šaty na svatbu, protože selhal dopravce? Nepanikařte! Někdo ze ZOOTu vám je doručí osobně!

ZOOT: Vítěz Velké pětky



„Když jsme v Čechách začínali, převládala u módy obava ‚tohle mi prostě nebude‘. A když mi to nebude, tak si to nekoupím. Nám se ale podařilo lidem ukázat, že to může být zábavné, protože máme spoustu zajímavých značek, které tady nejsou, navíc díky tomu není potřeba trávit odpoledne v obchodáku.“

Ladislav Trpák, spoluzakladatel a CEO ZOOT

Tisknu, tiskneš, tiskneme: A časopis je na světě!

Příběhy jsou to, na čem v ZOOTu staví. Proč je nešířit dál, když je to baví? Asi takhle nějak se v roce 2015 zrodil nápad na tištěný časopis. Ten neslouží jen jako marketingový nástroj k prezentaci módních kousků a budování identity, ale současně jako místo pro vyprávění příběhů známých i neznámých značek. Cíl má přitom smělý: Konkurovat tradičním lifestyleovým magazínům z velkých vydavatelských domů. Dvoutměsíčník vychází v Čechách v nákladu 50 tisíc kusů, kromě české má i slovenskou a rumunskou mutaci. Téměř 3 tisíce odběratelů si každé číslo nechává zdarma posílat až domů.

Vyber online, vyzkoušej offline: Dojdi si do Výdejny pro radost

Dva neúspěšné modely podnikání, dvě zkušenosti. Do jisté míry metoda pokusu-omylu, která stála za vznikem Výdejen radosti. ZOOT věděl, že zákazníci chtějí pestrost, ale že se do jisté míry stále obávají nakupovat módu online, proto zkombinoval princip online prodeje v kombinaci s kamennými výdejny. Společnost původně sídlila v pražské Melantrichově ulici, kde zákazníci vůbec poprvé dostali možnost vyzkoušet si zboží ještě předtím, než ho zaplatili. Ukázalo se, že je to správná cesta. ZOOT na svých Výdej-
nách radosti postavil novou strategii.

1. místo
Kiwi.com s.r.o.
7 165 %

Oliver Dlouhý, Kiwi.com

„Účast v letošním ročníku Technology Fast 50 považujeme za velmi pěkné navázání na naše loňské umístění v kategorii Vycházející hvězda. Letošní výhra je pro nás obrovskou poctou a také potvrzením, že jdeme správnou cestou směrem k našemu dlouhodobému cíli – stát se jedničkou v online cestování v roce 2021. Jednou z věcí, která nás v minulosti hnala dopředu, byl právě náš růst. Vítězství je pro nás dalším důvodem pro to, abychom toto úsilí ještě zvýšili. Celý náš byznys je založený na jedinečné technologii sběru a zpracování obrovského množství dat a je pro nás zajímavé, že můžeme získat srovnání s ostatními technologickými hráči v regionu.“

3. místo
Prusa Research s.r.o.
6 910 %

Josef Průša, Prusa Research

„Během několika málo let a bez jakýchkoliv vnějších investic jsme se stali jednou z nejvíce inovativních a rostoucích společností v 3D průmyslu. V současné době vyrábíme více než 6 tisíc 3D tiskáren měsíčně.“

14. místo
STRV s.r.o.
963 %

Lubo Smid, STRV

„Soutěž nám pomohla zviditelnit to, co děláme, a upozornit na naše úspěchy, kterých jsme dosáhli v relativně krátké době.“

15. místo
ZOOT a.s.
820 %

1. místo
v kategorii
Velká pěťka

Ladislav Trpák, ZOOT

„Deloitte sleduje růst nejrychleji rostoucích firem ve střední a východní Evropě, my se mezi ně řadíme, proto je pro nás umístění v Technology Fast 50 velmi prestižní záležitostí. Jsme technologická firma, technologie obecně tvoří naše DNA, proto jsou pro nás účast a dobré umístění důležitou metou. Letošní úspěch je pro nás důkazem toho, že to, co děláme, děláme správně. A zároveň je to motor pro to, abychom makali dál.“

Kiwi.com – Prusa Research – STRV – ZOOT

Růst a úspěch: Názor odborníků z Deloitte

Jiří Sauer, ředitel projektu Fast 50 Česká republika

Společnost **Kiwi.com** má celosvětovou působnost a neustálou chuť růst. Nahrává jí i potřeba lidí cestovat, o zákazníky by proto neměla mít nouzi. Služba navíc šetří peníze díky tomu, že umožňuje cestovat za velmi výhodné ceny. A právě kvůli tomu Kiwi.com oslovuje i ty zákazníky, kteří by dříve s ohledem na cenu volili alternativní způsob přepravy. Firma se navíc netají plány uspět také v oblasti dalších služeb, které souvisejí s cestováním.

Úspěch společnosti **Prusa Research** má globální dopad. Firma svůj hardware úspěšně exportuje do celého světa. Její apetit i schopnost expandovat se zdají být nekonečné. Ve svém oboru už nyní představují standard kvality, s nímž se ostatní poměřují. S rozrůstajícími se schopnostmi 3D tisku a jeho čím dál větší popularitou mají našlápnuto k tomu, aby se stali významným hráčem na globálním trhu. I díky nim se Česká republika zařadí mezi klíčové výrobce hardwaru.

STRV zase dokáže perfektně skloubit péči o své celosvětové zákazníky se schopnostmi svých zaměstnanců a spolupracovníků v České republice. I když společnost působí na vysoce konkurenčním trhu, daří se jí prosazovat u těch nejprestižnějších zákazníků.

Po úspěchu v České republice **ZOOT** vstupuje na zahraniční trhy, a pokud dokáže zopakovat úspěch z domova i za hranicemi, jejímu výkonu to jen a jen prospěje. Pevně věřím, že dokáží zúročit zkušenosti a podaří se jim koncept vnímání nákupu módy a módních doplňků postavit na hlavu také v dalších zemích.

Senta Čermáková, ředitelka pro strategické projekty, vedoucí projektu Deloitte startups

Kiwi.com skvěle vyhmátlo segment a pro jeho disruptci využilo ty nejlepší technologie na trhu, které byly v danou chvíli k dispozici. Díky tomu firma vykazuje fantastický růst. Co stojí za úspěchem **ZOOTu**? Zamysleli se nad tím, co člověka štvě, když jde nakupovat, a z běžných nákupních problémů udělali byznys model. Zaměřili se na mladou generaci, která chce všechno hned, za dobrou cenu a flexibilně.

Kateřina Novotná, specialistka na technologické firmy

V dnešní turbulentní době je nadmíru důležité pružně reagovat na trendy trhu a držet krok s technologickými novinkami. Pokud by existovala Darwinova teorie podnikání 21. století, pak by jistě hlásala, že na vrcholu není ten největší, ale ten nejprizpůsobivější. Kromě toho, že **Kiwi.com**, **Prusa Research** a **ZOOT** byli schopni přesně vystihnout trendy a přizpůsobit se potřebám svých zákazníků, nabízí ještě perfektní produkt. **STRV** je mladá dynamická firma, které se podařilo zaujmout stejně mladé a šikovné lidi. Je mi blízka jejich uvolněná firemní kultura, je vidět, že je to doopravdy baví. Na nic si nehrají, jsou prostě takoví.



Příběh **JaMaTo**: Trojice CEO, která vede inventi



Když Tomáš Vodenka s Honzou Kašturou přišli v roce 2011 s nápadem založit firmu, která se bude zabývat vývojem softwaru, mobilních aplikací a nezávislým testováním, okolí je od tohoto kroku zrazovalo. V Česku akorát doznívala ekonomická krize a konkurence ve vývojářském prostředí byla velická. Oba ale měli zkušenosti z předchozích zaměstnání, síť kontaktů i dostatek odvahy.

Skeptické ohlasy je nezastavily. Firmu inventi založili. Ekonomická krize jim nakonec hrála do karet. Během ní totiž příliš nových společností v oblasti vývoje softwaru nevznikalo, ty existující zase krize paralyzovala natolik, že měly co dělat samy se sebou. Prostor na trhu inventi využilo ve svůj prospěch.

A přibralo třetího do party – na palubu nastoupil ještě Marek Mach. „Naše jména pak dala téhle trojité roli i název JaMaTo. Říkají nám tak už i inventáři, název se postupně dostává i mimo firmu,” vysvětluje Honza Kaštura, jeden ze tří lídrů v inventi.

Společnost rychle roste a rozhodně nemá v plánu polevovat. „Chceme růst už jen proto, abychom dokázali uspokojit poptávku našich klientů a neklamali jejich důvěru,” zdůvodňuje Honza. V nejbližší době chtějí vstoupit na zahraniční trh a otevřít svou pobočku v Německu nebo na Slovensku.



37. místo v žebříčku Technology Fast 50 ve střední Evropě

„Každý den narazíte na něco, co se může na první pohled jevit jako překážka – přeplácení lidí, jejich nedostatek, nedostatečná kvalifikace pro danou roli nebo vás prostě někdo podrazí. A buď to tak berete a perete se s tím, nebo to vezmete jako příležitost něco zlepšit, nebo změnit. V každé situaci máte dvě možnosti. Buď se s ní smíříte, nebo ji změníte. My jsme se vydali cestou změny. Věci měníme tak, aby nás posouvaly dopředu.“

Tomáš Vodenka, lídr v inventi



Ja: Jan Kaštura
Ma: Marek Mach
To: Tomáš Vodenka

Jsme JaMaTo: Tři lidé, tři CEO

„Už od začátku jsme nebyli jeden CEO, ale dva. Jenže ve dvou jsou to jen dva názory a nám postupem času začal chybět někdo do třetice. Tak jsme ještě přibrali Marka. Naše jména pak dala téhle trojité roli i název JaMaTo.“



Ženy do IT patří!

V inventi to ví. Vybočují ze zasetých kolejí a bez ostychů říkají, že IT je sice mužské odvětví, ale ženy v něm bez debat své místo mají. Ve firmě tak mezi zaměstnanci najdete dvakrát více žen, než je v Česku běžné. Zastoupení ve vedení firmy je dokonce trojnásobné, než je český průměr. Ženy tu pracují nejen v oblastech typických pro IT, jako je backoffice nebo HR, ale také ve vývoji aplikací, analýzy a návrhu softwarového řešení či testingu.

„K lidem se chováme s respektem a důvěrou. Všichni, kteří zvládnou nést odpovědnost za to, co dělají, a umí o tom, co dělají, přemýšlet, u nás zůstávají. Ti ostatní v takové kultuře dlouho fungovat nedokáží.“

Honza Kaštura, lídr v inventi

Hi5: Projekt inventi, který pomáhá rozjet vlastní byznys



Myšlenka projektu Hi5 vznikla před dvěma lety, kdy inventi proniklo do startupové scény. Firma zjistila, že startupisté mají relativně snadný přístup k financím, ale o to méně možností získat reálné zkušenosti, které jim dokáží pomoci s vlastním byznysem. Proto kolem sebe postupně navázali několik začínajících firem a některé z nich sami pomohli rozjet. Když se rozhodli rozšířit kancelářské prostory, věnovali jejich část právě konceptu, který má těmto startupům umožnit trávit více času s lidmi z inventi a získat tak cenné zkušenosti a třeba i možnost podílet se na jejich komerčních projektech.

„Zásadní milník přichází s nástupem každého nového inventáka. Každý z nich může přinést něco nového, všechny někam posunout. Takto vznikla naše plzeňská pobočka a personální agentura. Lídři, kteří inventi vedou, vyrůstají z inventáků.“

Marek Mach, líder v inventi

Budoucnost lékárenství? Stejná služba ve všech dostupných kanálech



7. místo v kategorii
Vycházející hvězda

Stačily dva roky na trhu, aby skupina kromě e-shopu Pilulka.cz a Pilulka.sk vybudovala ještě vlastní síť kamenných lékáren a rozjela další lékárenskou společnost: Pilulka Distribuce, která zabodovala v kategorii Vycházející hvězda.

Petr Kasa, CEO Pilulka Lékárny

Růst firmy: Za raketovým růstem holdingu Pilulka stojí především promyšlené plánování jednotlivých kroků a fází vývoje našich společností. Každá firma je v těchto fázích velmi náchylná na koordinaci nábory kvalitních lidí, udržení efektivity a zároveň zajištění dostatečných finančních zdrojů. To vše se nám zatím daří velmi dobře.

Kombinace kamenné lékárny s online prodejem léčiv: Dle naší strategie je to jediné správné řešení. Budoucnost retailu, i toho lékárenského, který je v mnoha ohledech hodně specifický, je jednoznačně v omnichannel přístupu. Zákazník očekává, že dostane stejnou kvalitu služeb za srovnatelných podmínek ve všech dostupných kanálech. Ať už se jedná o kamenné lékárny, internetový prodej či odborné poradenství.

Legislativa prodej léčiv online omezuje: Možnosti prodeje léčiv prostřednictvím internetu jsou sice legislativně velmi omezené, na druhou stranu náš přístup k zákazníkovi nebo pacientovi je postaven především na prevenci a důvěře. Velmi významnou

část našich prodejů tvoří nelékové portfolio. Ať už se jedná o dermokosmetiku, speciální potraviny, doplňky stravy nebo třeba pomůcky pro dentální hygienu.

Na českém i slovenském trhu: Maximum aktivit se snažíme centralizovat, především s ohledem na profesionalizaci a efektivitu provozu. Oba trhy jsou velmi podobné. Poohlídíme se ale i po dalších, rádi bychom brzy vykročili mimo „Československo“.



„Moderní lékárna tu není od toho, aby jen zákazníkovi vydávala to, co si přinese napsané na receptu, ale především proto, aby s ním aktivně pracovala.“

Petr Kasa, CEO Pilulka Lékárny

Místo hodin minuty: Nástroj pro návrh konstrukčních prvků **šetří statikům čas**

IDEA StatiCa®

Calculate yesterday's estimates

Vyrábějí software pro statiky a stavební inženýry. Ti jsou zodpovědní za bezpečnost všech nových či rekonstruovaných staveb. Proč by ale měli trávit nad návrhem desítky hodin, ptali se ve firmě IDEA StatiCa. A přišli s řešením, které při zachování všech bezpečnostních požadavků v krátkém čase spočítá i ty nejsložitější konstrukční prvky. Nástroj IDEA StatiCa dokáže stavebním inženýrům ušetřit desítky hodin práce.

Juraj Šabatka, CSO&CFO, IDEA StatiCa

Nastartovat náš byznys nám pomohla půlroční cesta do Singapur, kam jsme čtyři roky po založení firmy jeli v rámci programu, který firmám pomáhá získat zkušenosti s podnikáním v zahraničí. Tam jsme si konečně jasně definovali, kam na trhu zapadáme, kde je volné místo, kde se dá uspět. Kdybychom firmu zakládali dnes, jeli bychom tam rovnou.

Celosvětový trh je rozdělen mezi ekosystémy šesti velkých hráčů. Definovali jsme si místa, kde jejich produkty pokulhávají, vyvinuli naše aplikace jako přídatné moduly k těmto jejich programům a navázali s velkými hráči technologická partnerství. „Velké šestce“ nekonkurujeme, děláme s nimi co-marketing.



Technology Fast 50 ve střední Evropě
Mezi 10 finalistů v kategorii
„Nejvíce disruptivní inovace“

„Srdeční záležitostí“ pro nás vždy budou česko-slovenští statici, ale 90 % nového obchodu v roce 2017 je již ze zahraničí. Mezi největší trhy patří Německo, Polsko, UK, Španělsko, Itálie a Skandinávie.

Další plány? Škálovat! Máme technologii prověřenou trhem, slušný základ mezinárodní prodejní sítě a otestované metody prodeje a marketingu. Nyní potřebujeme interně určit náš růst a multiplikovat prodejní aktivity po světě přes prodejní síť i online.



„Ve vývoji softwaru na statiku se dají utratit miliony dolarů na tvorbu pokročilých řešení, za které ale zákazníci nezaplatí.“

Juraj Šabatka, CSO&CFO, IDEA StatiCa



IDEA StatiCa Connection

Produkt IDEA StatiCa Connection se probojoval mezi deset nejlepších finalistů v kategorii „Nejvíce disruptivní inovace“. Jedná se o nástroj pro návrh a posouzení všech ocelových styčníků dle stavebních norem. Jádrem programu je unikátní výpočetní metoda, která dokáže simulovat chování ocelových styčníků v jakkoliv složitých ocelových konstrukcích. „S dostupnými nástroji navrhují statici složité ocelové styčníky klidně 20 hodin, s IDEA StatiCa Connection 20 minut,“ zdůrazňuje Juraj.

Příběhy / rozhovory

Firmy, které se zapojily do žebříčku Technology Fast 50 CE 2017:

PROFINIT / Flowmon Networks / ABRA / ROUCEK Group

Důraz na **kvalitní vzdělání inženýrů** jsme zakódovali do naší DNA

PROFINIT

NÁSKOK DÍKY ZNALOSTEM

Mám takový sen... Chtěl bych vybudovat softwarovou firmu. Fascinují mě počítače, zkušenosti mám, trh se prudce vyvíjí, tak proč to nezkusit, říkal si Tomáš Pavlík v 90. letech. Jak se mu ze snu podařilo přejít do reality a vytvořit firmu, která v oblasti vývoje softwaru dodává řešení do Evropy i USA?

Tomáš Pavlík, CEO Profinit

Můj sen vybudovat velký software house se zrodil krátce po listopadu 1989, když jsem ještě studoval na matfyzu. Nevznikl z nějaké sofistikované analýzy trhu, ale z toho, že mě fascinovaly možnosti počítačů a jejich potenciál zlepšit snad všechny oblasti lidského života.

V roce 1998 jsem dostal v rámci tehdejšího českého zastoupení Sybase příležitost vybudovat softwarovou firmu. V té době jsem už měl pár let zkušeností se softwarovými systémy pro velké zákazníky. Tato znalost trhu a vazba na Sybase byly v prvních letech velkou výhodou a značnou měrou přispěly k tomu, že v roce 2004 se Profinit od Sybase oddělil a začal používat vlastní značku pro vlastní služby.

Vyvíjet software na zakázku nebyl žádný geniální nápad. Šlo o velký trh, který se v devadesátých letech prudce rozvíjel, a my jsme prostě byli ve správný čas na správném místě. Za našimi hlav-

ními konkurenty jsme ale měli pár let zpoždění, a to byl zpočátku problém. Tento problém jsme si sami nějakou dobu prodlužovali tím, že jsme odpojení od Sybase dlouho protahovali a nedokázali se díky tomu plně soustředit na zakázkový vývoj jako na jedinou linii našeho businessu.

Investovat do lidí se vyplácí. Znalosti a důraz na kvalitní vzdělání našich inženýrů je součástí DNA Profinitu a je to klíč k našemu úspěchu. Nikdy jsme neakceptovali přístup, že software může vyvíjet kdokoli po absolvování 14denního školení. Nemůže. A pokud nějaký vyvine, tak to rychle poznáte na nákladech na údržbu a provoz. Kvalita u softwarového vývoje je argument, který se zákazníkům těžko prodává, protože ho začnou oceňovat většinou až po několika měsících vzájemné spolupráce.

Spolupráce s vysokými školami dává smysl. Začali jsme s ČVUT, Matematicko-fyzikální fakultou UK a dalšími kvalitními vysokými školami. Spolupráce má u nás dlouholetou tradici a mnoho podob. Zpočátku jsme univerzity podporovali finančně, ale postupně se ukázalo, že mnohem cennější než peníze jsou společné projekty a výuka. Studenti u nás mají možnost poznat, jak se vyvíjí software ve velkém. Mohou u nás psát bakalářské nebo diplomové práce, v minulosti jsme měli několik grantů společně s ČVUT a řada studentů vyšších ročníků v Profinitu normálně pracuje.

Pracují u nás téměř výhradně absolventi vysokých škol v oborech jako informatika, computer science a podobně. Přijímací pohovor do Profinitu někdy uchazeče překvapí. Není to posezení u kávy s kráskou z HR, ale podobá se spíše zkoušce na vysoké škole. Zkoušející je váš budoucí šéf nebo kolega, který rozhoduje o tom, jestli máte potenciál být užiteční v rámci projektu, za který zodpovídá vlastní hlavou.



BUY OUT od Rakušanů v roce 2015

„Hlavní hnací silou pro buy out bylo, že jsme nevěřili v úspěch tehdejší nové holdingové strategie. Zjednodušeně měla vést k tomu, že Profinit přestane dělat vývoj softwaru na zakázku a místo toho bude v ČR prodávat balíkové softwary vyvinuté v ostatních firmách holdingu. Uvědomovali jsme si rozdílnost českého trhu, který je mnohem vyspělejší a bližší západní Evropě než ostatní země, kde holding působil. Poslední tři roky v holdingu Profinit stagnoval, od buyoutu v roce 2015 zaznamenáváme prudký růst. Naše rozhodnutí se ukázalo jako správné.“

Tomáš Pavlík, CEO Profinit

Firma se v roce 2017 zapojila do žebříčku Deloitte Technology Fast 50 ve střední Evropě

Nebojíme se říct, že chceme dosáhnout dramatického růstu



Flowmon Networks, společnost, která si cestu k úspěšnému byznysu prošlapala řešením v podobě monitoringu vysokorychlostních sítí. I díky tomu dnes IT experti mohou klidně spát, protože ví, že jejich systémy jsou imunní vůči kybernetickým hrozbám, na které už standardní zabezpečení nestačí.

Jiří Tobola, spoluzakladatel Flowmon

S řešením pro monitoring vysokorychlostních sítí to byla trefa do černého a pokrytí díry na trhu. Nikdo z velkých hráčů to tehdy nedělal – bylo to moc drahé, technologicky složité a okruh zákazníků omezený. Celá oblast rychle narostla na významu. My jsme naše řešení rozvinuli tak, že dnes běžně slouží v bankách, datacentrech, u poskytovatelů internetových služeb i v menších firmách.

Trh jsme znali. Věděli jsme, s jakými technologiemi budeme s konkurencí soupeřit. To bylo fajn. O obchodu jsme toho naopak moc nevěděli. Měli jsme ale velmi zajímavý produkt, který nám otevřel dveře k zákazníkům. V kombinaci s týmem lidí, kteří měli zápal a ambice, to byl základ úspěchu.



„Status technologického lídra chceme využít a přeměnit firmu na tržního lídra v globálním měřítku. A to při zachování firemní kultury, kde jsou lidé pyšní na to, čeho jsou součástí, a jejich práce je naplňuje.“

Jiří Tobola, spoluzakladatel Flowmon Networks

Za 10 let se oblast síťového monitoringu hodně změnila.

Zatímco na začátku naši technologii trh téměř neznal a vlastně po ní ani nebyla tak silná poptávka, dnes tvoří základ správy sítí a moderní administrátoři se bez ní neobejdou. To nám přirozeně nahrává. Je to ale důsledek desetiletí vývoje, rozšiřování funkcí, budování fungující podpory a sbírání zpětné vazby od zákazníků.

Důležité je, že nabízíme all-in-one řešení pro správu i bezpečnost sítí.

Jsme snad jediná firma, jejíž řešení vychází vstříc potřebám menších firem i provozovatelů obřích páteřních sítí – to vidíme při pohledu na naše reference.

Nyní se soustředíme na rozvoj zahraničních trhů.

Nebojíme se říct, že chceme dosáhnout dramatického růstu, a to přesto, že jsme významně posilovali už v předchozích letech.

Ted' to ale chceme posunout ještě o úroveň výš. První krok je vybudovat zastoupení v každém evropském regionu. To máme v plánu zvládnout během roku 2018. Zároveň ale budeme zpracovávat plány, jak dobýt Ameriku a jak se z velmi úspěšného Japonska rozšířit do dalších asijských zemí.



Spolupráce s vysokými školami: Cesta, jak získat nové talenty

Společnost Flowmon Networks spolu s Masarykovou univerzitou a VUT v Brně vypisuje témata bakalářských a diplomových prací, která jsou zaměřena na síťovou bezpečnost. Po celou dobu psaní práce je studentovi k dispozici expert, s nímž vše konzultuje. Po jejím obhájení pak studující mohou navázat stáží ve firmě, nebo získat jiný pracovní úvazek. Spolupráce touto formou se osvědčuje, je to jedna z cest, jak získat talenty. Mladí lidé díky tomu pracují na něčem, co pak v praxi skutečně uplatní.

Nezdary? Těch byla spousta. Všechny **firmu posílily**



Poskytují informační systémy pro firemní finance, prodej, výrobu a služby, včetně online a cloudových řešení, e-commerce a mobilních zakázkových aplikací. Jejich aplikace firmám uvolňují ruce od zbytečné administrativy a dovolují jim co nejlépe využít schopnosti lidí i jejich tvořivou sílu.

Jaroslav Řasa, zakladatel společnosti ABRA Software a předseda představenstva

Naše začátky? Na počátku devadesátých let začalo hodně lidí podnikat. Přišlo nám správné, začít pro ně dělat software. Viděli jsme v nich nositele pokroku, kteří posouvají svět dopředu. Tehdy byla nová doba, vládlo více nadšení a méně profesionality.

V čem jsme silní? V systémech pro obchodní firmy, velkoobchod, maloobchod i výrobní firmy, zejména ve strojírenství, elektrotechnice a plastikářské výrobě.

Nezdary? Těch bylo spoustu, naštěstí nás všechny posílily. Prostě jsme si to museli odpracovat, zlepšit se, jít do sebe.

Jak se lidem u nás pracuje? To se zeptejte jich. Myslím, že milují svou práci. Ví, že změna je život, že zítra mohou být věci jinak, a že je to normální. Zároveň také ví, že pracujeme v souladu s našimi hodnotami, takže je pro ně firma bezpečným prostředím.



„Objevte svět, kde chytrý software pracuje za vás.“

Jaroslav Řasa,
zakladatel společnosti ABRA
Software a předseda
představenstva

Co zaměstnancům nesmí chybět? Rozhodně jistota, že dělají smysluplné a užitečné věci, a že to oceňujeme. A samozřejmě nesmí chybět vynikající sociální zázemí, mzda...

Jak může soukromý sektor pomoci školám? Má hledat především ukázky a praktické příklady, které vtáhnou mladé do skutečných záležitostí. A školám je pak nabízet. Pomoc je určitě potřeba, mladí lidé musí vidět, jaké jsou možnosti. Proto spolupracujeme s řadou vysokých škol, založili jsme projekt Můžeš podnikat. Tato iniciativa si klade za cíl inspirovat studenty, šířit povědomí o tom, co podnikání skutečně obnáší. Také jsme dlouhé roky vyhlašovali Diplomovou práci roku.

Firma se v roce 2017 zapojila do žebříčku Deloitte Technology Fast 50 ve střední Evropě

Stačí **najít nápad**, který skutečně řeší problémy firem



Společnost, která začínala s dvacetitisícovým kontokorentem, dnes nabízí v ČR i zahraničí vlastní internetové aplikace k pronájmu. Například Carplex, sofistikovaný software pro podporu prodeje a servisu nových vozů, Carcom, komunikační software stavěný na míru automobilovým prodejcům, nebo softwarové řešení pro měření a řízení zákaznické spokojenosti InsightSofa – to je jen zlomek z originálních aplikací, které firma na trh vyslala.

Aleš Rouček, CEO ROUCEK Group

Osobní zkušenost pro nás byla při zakládání firmy klíčová. Během studií na VŠE jsem pracoval v automobilovém průmyslu, kde byl absolutní nedostatek CRM řešení, které by pokrývalo potřeby prodejců aut.

A nápad byl na světě. Tedy řešení, které bude otevřené, bude poskytovat možnost spravovat více značek a umožní zákazníkům nahlížet do veřejných informací o svých vozech, a to i na svých mobilních telefonech. Jednoduše řečeno, pomocí moderních technologií propojit fungování dealerství a zákazníků.

Prostředí, kam jsme vstupovali, jsme relativně znali. Co jsme ale neznali, bylo prostředí tvorby firemního softwaru. Když si vzpo-



menu, jak často se měnil strategický plán při vývoji našeho prvního softwaru, divím se, že jsme to dokázali dotáhnout až do konce.

Původně to začalo pouze u automotive. Postupem času, a s nabírajícími zkušenostmi, jsme rozšiřovali naši působnost na více trhů. Momentálně nabízíme čtyři business aplikace pokrývající oblasti od řízení firem, promítání zpětné vazby zákazníků do jejich řízení až po software pro řízení a správu marketingu.

Nevím, jestli je to náhoda, nebo osud, ale většina našich klientů má nějaké to „nej“. Baví mě s nimi rozebírat problémy a navrhovat řešení. Kromě toho, že jim problém pomůžeme vyřešit, nás také vždy nesmírně obohatí jejich názory a přístup k věci.

V následujícím roce máme dva velké cíle. Prvním je rozšíření našeho týmu o schopné prodejní oddělení, druhým je expanze na dva další zahraniční trhy.

Firma se v roce 2017 zapojila do žebříčku Deloitte Technology Fast 50 ve střední Evropě

Deloitte a startupy

Budoucí hvězdy Fast 50

Deloitte a startupy

Zajímají nás startupy: Budoucí hvězdy Fast 50



„Proč spolupráce se startupy dává smysl? Je v ní budoucnost. Rodí se v ní nejlepší nápady. Lépe řečeno se rodí hodně nápadů. Průměrných, ale i vynikajících. A pokud takový máte, není dnes už problém na jeho základě vybudovat firmu, která bude smysluplná, na trhu přežije a ještě udělá zákazníkům radost.“

Senta Čermáková, ředitelka pro strategické projekty, vedoucí projektu Deloitte startups

Z jakých oblastí startupy jsou? Klíčové jsou pochopitelně technologie, většina se tohoto světa nějak dotýká. Možná je jich i víc než ve světě. Souvisí to s českou tradicí inženýringu ve spojení s kvalitním technickým školstvím, které je u nás stále na dobré úrovni.

Jací jsou lidé, kteří startupy zakládají? Vyznačují se praktičností a určitou univerzálností. Zlaté české ručičky nejsou jen otřepanou frází, ale výhodou, kterou třeba v západní Evropě nebo USA v takové míře nenajdete. Lidé jsou schopni si spoustu věcí zajistit, spravit nebo udělat svépomocí, a to opravdu v zahraničí není běžné.

V čem se liší od ostatních? Když se s nimi bavíte, tak zjistíte, že si nejvíc cení tří věcí. Že dělají práci, která je baví, že mají osobní svobodu a zároveň pocit, že vytvářejí něco důležitého. Umí anglicky a často i další jazyky, nebojí se riskovat, jít se svým nápadem do světa. Zdokonalili se v sebe prezentaci, bez obav vyjádří na konferenci do zahraničí, kde se poměří s konkurencí. Líbí se mi, jak se navzájem od sebe učí. Vlastně mezi nimi ani moc neexistuje konkurence.

Čím to? Každý podniká v trochu něčem jiném a spojuje je nadšení, vytrvalost a to, čemu se říká „tah na branku“. Zároveň se spolu stýkají a fungují jako komunita, takže se celé startupové prostředí zlepšuje. Každý do něj dává své zkušenosti a prožitky, předávají si zkušenosti, nikomu nevádí sdílet úspěchy, ale i neúspěchy. Otevřeně analyzují to, co se jim nepovedlo. Díky tomu se všichni rychleji posouvají dopředu.

Mají to jednodušší než jejich předchůdci, kteří startupy zakládali na konci 90. let? Dělají něco, co je dnes běžné a normální. Kdybych někomu před 25 lety řekla, že si chci založit startup, koukal by na mě dost divně. Dnes se nad tím nikdo nepozastaví a ještě se vám dostane podpory. Od jednotlivců i institucí. Existují platformy, kde se můžete ucházet o financování svého projektu.

A další výhody? Je stále jednodušší cestovat, bariéry padají i díky tomu, že se digitalizuje marketing. Když firma celý koncept promyslí a má dobrý marketingový plán, v celosvětové konkurenci se dokáže prosadit. Není to snadné, ba naopak, ale není to nemožné. To je strašně důležité. A pak je to rychlost. Startupy dokáží rychle zrealizovat prakticky jakýkoliv nápad. Mezi nápadem, vytvořením prvního produktu a jeho prezentací je jen malá bariéra.

Kdo má šanci uspět? Ten, kdo se nebojí dostat nápad do oblastí, kde pořád ještě není velká konkurence. Startupy jdou do míst, kde nefunguje určitá služba. Na poptávku pak rychle zareagují. Jsou velmi agilní, vidí, že byznys jde směrem od materiálu k technologii. Když firma celý koncept promyslí a má dobrý marketingový plán, nic jí nebrání v tom, aby se prosadila také v celosvětové konkurenci.

„Nebojme se technologií, začneme už u mladých lidí. Vychovejme si generaci, abychom za pár let byli hrdí na to, že máme chytré lidi, kteří jdou dál, pracují na něčem, co je doopravdy baví, dává jim to smysl a současně to dokáže zaměstnat i jiné, kterým to samozřejmě dává úplně stejný smysl.“

Deloitte a startupová scéna

Nová iniciativa v praxi

Technologie už dávno ovlivnily naše každodenní životy, startupy je posouvají ještě dál. V Deloitte si uvědomujeme sílu i význam inovativních nápadů, proto jsme v roce 2017 začali s novou iniciativou zaměřenou právě na ně.

„Zajímáme se o startupy a menší firmy, které své inovativní nápady dokáží dostat do oblastí, kde pořád ještě není velká konkurence,“ vysvětluje Senta Čermáková, ředitelka pro strategické projekty, vedoucí projektu Deloitte startups.

Pravidelně organizujeme tematické popup akcelerátory, na nichž se právě startupy setkávají s profesionály z Deloitte a dalšími zájemci, kteří jim poskytují expertizu v daném oboru. Firmy tak prostřednictvím inovací získávají další zkušenosti, zpětnou vazbu i novou formu spolupráce. Tím pádem vzniká nový prostor pro sdílení nápadů, inovací, vytváření nových partnerských projektů i propojování talentů.

„Vidíme, že zhruba 90 % našeho hlavního byznysu se díky digitálním technologiím, automatizaci či robotizaci přetváří. Tím, že jsme blízko startupům, se tak vlastně připravujeme na naši vlastní budoucnost. A to je na tom to nejlepší,“ doplňuje Senta.

V roce 2017 úspěšně proběhly akcelerátory zaměřené na nanotechnologie a biotechnologie, HR Tech, Internet věcí a chystají se další.

Zajímají vás další informace? Sledujte naše sociální sítě (Facebook, LinkedIn, Twitter), kde zveřejňujeme termíny i témata dalších popup akcelérátorů.

Akcelerátory, které už proběhly

Nanotechnologie, biotechnologie: Síla Deloitte a jeho lidí je v tom, že jsme širokospektrální. Máme expertizu ve zdravotnictví či farmacii, což nám dává obrovskou přidanou hodnotu pro spolupráci se startupy. Mohou od nás načerpat naše zkušenosti v oborech, které na trhu nejsou hojně zastoupené.

HR Tech: Málokdo by ještě před pár lety řekl, že startupy tato oblast bude zajímat. Dlouhou dobu to prostě byla jen nezáživná oblast. Jenže pak začal být na českém trhu nedostatek lidí a rázem se tento segment stal vysoce atraktivní. Technologie mohou určit, kde lidé jsou, a jak je namotivovat. Aplikace, které vznikají ve startupech, jsou fantastické. Málokdo tušil, co se za HR tech může skrývat.

Budoucnost je v technologiích

„Když chcete uspět, potřebujete čtyři věci. Samozřejmě **dobrý nápad**. Uspokojit nějakou potřebu či jít někam, kde ještě není velká konkurence nebo kde nějaká služba zatím nefunguje. Nápad je základ, ale na druhé straně se často přeceňuje. Druhou věcí jsou **kvalitní lidé**. Musíte mít tým, který ten nápad zrealizuje. Pak jsou to **investoři**, kteří týmu řeknou: co chcete dělat, se mi nezdá. Ale budu s vámi jako investor pracovat, protože se mi líbíte jako tým. Třetí nezbytností je vášeň – motor, který vás posouvá dopředu. A čtvrtá důležitá věc? Štěstí. Jednoduše mít **šťěstí** a být na něj připraveni.“

Senta Čermáková, ředitelka pro strategické projekty, vedoucí projektu Deloitte startups

Sázka na jistotu aneb 10 hlavních oblastí, v nichž startupy mohou uspět
V jakých oborech se vyplatí založit firmu?

- Sdílená ekonomika
- Inovativní hardware
- Robotika
- Umělá inteligence
- Nanotechnologie
- Biotechnologie
- Fintech
- Blockchain
- Zpracování a analyzování dat
- Internet věcí



Dobrý nápad



Kvalitní lidé



Investoři



Štěstí

Technology Fast 50 ve střední Evropě

Proč se do žebříčku přihlásit?

Proč se do žebříčku přihlásit příště?

Ocenění v soutěži Deloitte Technology Fast 50 CE zajistí vaší firmě výhodu zvýšené viditelnosti, posílení povědomí o značce i širší příležitosti pro další růst. Jsme si vědomi toho, že má-li se firma stát jednou z elitní skupiny nejrychleji rostoucích technologických firem, neobejde se to bez nadšení, úsilí a inovací. Umístění v soutěži Fast 50 pak posune vaši firmu ještě dál.

Výhody:

- Posílení image a povědomí o značce v očích potenciálních obchodních partnerů, investorů, klientů či zaměstnanců.
- Pozitivní mediální publicita na domácím i regionálním trhu.
- Přilákání nových talentů, o něž je na pracovním trhu nouze.
- Automatická nominace do soutěže Deloitte Fast 500 pro oblast Evropy, Blízkého východu a Afriky (EMEA), která vám poskytne příležitost oslovit širší publikum mimo hranice střední Evropy.
- Možnost získat cenu za nejvíce disruptivní inovaci ve střední Evropě.

„Fast 50 je soutěž, která je u nás na trhu nejdéle. V roce 2017 se konala už po 18. Prošly jí společnosti, které uspěly celosvětově a něco dokázaly. Když dokáží uspět, srovnám se s konkurencí, vím, na čem jsem. Díky tomu, že soutěž doprovází spousta publicity, rozšířím si kontakty, vejdu ve známost širší veřejnosti. Získám snazší přístup k financím i silného partnera, jenž může pomoci překonat nástrahy, které na firmy čekají...”

Jiří Sauer, ředitel projektu Fast 50 Česká republika

„Soutěž je skvělým PR s nulovými náklady. Umožňuje srovnání s mladými prestižními a dynamicky se rozvíjejícími firmami v širokém regionu střední a východní Evropy, který je z hlediska potenciálu budoucností pro celý evropský trh.”

Kateřina Novotná, specialista Deloitte na technologické firmy

Vítěz roku 2015: Simplity dva roky poté



Pomáhají klientům porozumět datům a přeměnit je v kvalitní podklady pro správné rozhodování. V roce 2015 se firma stala nejrychleji rostoucí technologickou společností ve střední Evropě. Kam se za dva roky posunula?

Kromě akvizice nových zákazníků mimo západní Evropu Simplity otevřela nová oblastní centra v Rumunsku a Srbsku a více než zpětinásobila počet kmenových zaměstnanců. „Přidali jsme také nové služby a produkty do našeho portfolia. V neposlední řadě nám publicita spojená se soutěží významně pomohla s posílením naší značky také v regionech, kde jsme do té doby byli naprosto neznámí,” říká Petr Mahdalíček, CEO Simplity.



1. místo v žebříčku Technology Fast 50 ve střední Evropě **v roce 2015**



„Vítězství v této soutěži nám všem velmi zvedlo sebevědomí a ujistilo nás, že máme i dále tvrdě pracovat na vytyčených cílech.”

Petr Mahdalíček, CEO Simplity

Závěr

Technology Fast 50 je soutěž s dlouholetou tradicí, která se v roce 2017 konala už po osmnácté. Za tu dobu jí prošly společnosti, jež dokázaly uspět celosvětově.

Ročník 2017 byl pro Českou republiku velmi úspěšný, a to nejen s ohledem na prvenství v hlavní kategorii. Nejrychleji rostoucí technologickou společností ve střední Evropě se už česká firma stala, například v roce 2015 Simplity, letošní výsledky ale byly unikátní s ohledem na počet všech ocenění.

České firmy jsou zkrátka dobré v tom, co dělají, ale hlavně – dokáží své nápady prodat. Aktuální prostředí takovému stavu přeje: Startupům se daří, protože dochází k efektivnímu zkombinování domácích podmínek s přístupem na mezinárodní trh, a to de facto bez omezení. Výsledky potvrzují, že české nápady a samotné společnosti mohou uspět i globálně.

Pozitivní trend je potřeba potvrdit také v budoucnosti. Realita je neúprosná, osamocený výsledek nemusí nakonec znamenat vůbec nic. Neustále se zlepšovat a obhájit umístění, to rozhodně nejsou jednoduché záležitosti. Pro české firmy to ale může být velká motivace, jak ještě více nastartovat svůj byznys.

A my jim při tom rozhodně budeme držet palce!

Rádi bychom poděkovali všem firmám, které se do žebříčku Fast 50 zapojily, a pogratulovali vítězům. A společně, jež letos zatím nebodovaly, zase dodali dostatek odvahy k tomu, aby se přihlášily i příští rok.

Aneb jak říká Kateřina Novotná, specialistka Deloitte na technologické firmy: „Výsledky jasně ukazují, že kromě zlatých českých ručiček máme také zlaté české nápady. Věřím, že příští rok urveme i to druhé místo!“

Hodně štěstí!

Tým Deloitte Technology Fast 50 v ČR

**Nominace do dalšího ročníku Deloitte Technology Fast 50 CE zahájíme již na jaře 2018.
Sledujte náš web: www.deloitte.cz/fast50**

Kontakty na lídry Fast 50 za ČR



Jiří Sauer
Ředitel
Fast 50 Česká republika
jsauer@deloittece.com
+420 739 057 351



Senta Čermáková
Ředitelka
Strategické projekty, vedoucí projektu
Deloitte startups
scermakova@deloittece.com
+420 604 222 190



Kateřina Novotná
Senior Manager
Daňové a právní poradenství
pro technologické firmy
knovotna@deloittece.com
+420 607 934 070



„Deloitte“ je značkou, pod níž desítky tisíc zkušených odborníků v nezávislých firmách po celém světě spolupracují při poskytování auditorských, konzultačních, právních a finančně poradenských služeb, služeb z oblasti řízení rizik a daňových a souvisejících služeb vybraným klientům. Tyto firmy jsou členy Deloitte Touche Tohmatsu Limited, britské privátní společnosti s ručením omezeným zárukou („DTTL“). Každá z členských firem DTTL nabízí služby v určité zeměpisné oblasti a podléhá zákonům a profesním předpisům země nebo zemí, v nichž působí. Každá členská firma DTTL má odlišnou strukturu, která odpovídá národním právním řádům, nařízením, obvyklým postupům a respektuje další faktory a která umožňuje poskytování odborných služeb na konkrétních územích prostřednictvím dceřiných a přidružených společností, případně dalších spřízněných subjektů. Jednotlivé členské firmy DTTL neposkytují veškeré služby, přičemž některé služby nemohou být použity pro ověření klientů z hlediska pravidel a předpisů veřejného účetnictví. DTTL a její členské firmy jsou samostatnými a nezávislými právními subjekty, které si nemohou navzájem ukládat povinnosti. DTTL a každá z jejích členských firem nesou pouze odpovědnost za vlastní konání či pochybení, nikoli za konání či pochybení ostatních členských firem. Společnost DTTL (dále též jako „Deloitte Global“) klientům služby neposkytuje.

Společnost Deloitte poskytuje služby v oblasti auditu, poradenství, právního a finančního poradenství, poradenství v oblasti rizik a daní a související služby klientům v celé řadě odvětví veřejného a soukromého sektoru. Díky globálně propojené síti členských firem ve více než 150 zemích a teritoriích má společnost Deloitte světové možnosti a poznatky a poskytuje svým klientům, mezi něž patří čtyři z pěti společností figurujících v žebříčku Fortune Global 500®, vysoce kvalitní služby v oblastech, ve kterých klienti řeší své nejkomplexnější podnikatelské výzvy. Chcete-li se dozvědět více o způsobu, jakým zhruba 244 000 odborníků dělá to, co má pro klienty smysl, kontaktujte nás prostřednictvím sociálních sítí Facebook, LinkedIn či Twitter.

Tato publikace obsahuje pouze obecné informace a společnost Deloitte Touche Tohmatsu Limited ani žádná z jejích členských firem či jejich spřízněných podniků (souhrnně „sít společností Deloitte“) jejím prostřednictvím neposkytuje odborné rady a služby. Přijetí jakéhokoliv rozhodnutí či jednání, které může mít dopad na Vaše finance či podnik, byste měli konzultovat s kvalifikovaným odborným poradcem. Žádný subjekt v rámci sítě společností Deloitte nenese odpovědnost za ztráty vzniklé jakýmkoli osobám v důsledku použití této komunikace.