

Lékař „nesplněných“ klukovských přání

Pane doktore, vysvětlete mi prosím, jak se úspěšný lékař, neurolog a s fungující praxí rozhodne hodit veškerou dosavadní kariéru za hlavu a jít pracovat do rodinné firmy na pozici šéfa prodejce aut?

MUDr. Miloš Vránek, dnešní obchodní ředitel společnosti Renocar BMW a člen tříčlenného „rodinného klanu“, který loni významně pomohl k úspěchu značky BMW na českém trhu, na této změně nespátřuje nic nepatřičného. Hned na úvod schůzky, která proběhla v pražském centru jinak brněnské firmy, mi prozradil, že se po maturitě rozhodoval mezi studiem medicíny a zahraničního obchodu. Nakonec zvítězila medicína, neurologie. „Lékařské prostředí mi bylo známé z častých návštěv ordinace, kde pracovala matka jako zdravotní sestra. Volba medicíny měla i pragmatický důvod. Na rozdíl od zahraničního obchodu nebyl tento obor nikdy poplatný době budování „rozvinutého socialismu“.

Bílý plášť za sako

Na přechodu ze světa medicíny k byznysu se podepsalo hned několik faktorů. Již od dětství byl Miloš Vránek svým okolím považován za člověka s obchodním duchem. „Medicína mne maximálně uspokojovala po stránce pracovní. Nebylo to ale povolání, kterým by se mohl člověk uživit. Jedenáct tisíc korun „čistého“ za 230 hodin strávených na nemocničním oddělení nebyla rozhodně záviděníhodná mzda.“ Důvody výměny bílého pláště za sako přišly ale později. Až v době, kdy se objevovala stále větší potřeba posílit tým rostoucí rodinné firmy. „Rozhodujícím argumentem pro mé rozhodnutí „přehodit výhybku“ byla pracovní vytíženost otce. Díky své zodpovědnosti řešil mnohé úkoly za zaměstnance. Nakládal si toho na sebe stá-

le více a pracovní stres se začal podepisovat na jeho zdravotním stavu. Rozhodl jsem se vypomoci,“ vzpomíná. „Zpočátku jsem žil v poněkud naivní představě, že budu kombinovat auta a medicínu. Záhy jsem ale dospěl k přesvědčení, že je to nemožné. Stále častěji totiž docházelo ke schizofrenním situacím, kdy jsem seděl ve firmě zavalený prací a do toho mi volal pacient s žádostí o radu. Rozhodnutí „medicína nebo rodinná firma“ muselo přijít.....“

Jak medicínská praxe pomáhá byznysu

Přesto, že se již praktické medicíně nevěnuje deset let, uznává MUDr. Vránek, že studium a následující praxe položily základ jeho dnešnímu úspěšnému podnikání. Medicína ho naučila vybočovat



z pracovního stereotypu a zavedených klíšé, což se dnes v byznysu hodí. „Pokud něco v mém případě spojuje medicínu a prodej aut, je to snaha nabídnout pacientovi - klientovi o hodně něco více, než co běžně očekává. V obojím případě je nezbytné určit správnou diagnózu a vědět, že pro úspěch musíte něco udělat. Stejně jako musí umět dobrý lékař naslouchat svým pacientům, musí umět dobrý obchodník pečlivě vyslechnout přání a potřeby zákazníka, aby pak sám vytvořil v zákazníkovi potřebu si nabízený vůz koupit.“ Pokud má byznys svá velká úskalí, pak je Miloš Vránek vidí jednoznačně ve výběru správných spolupracovníků. „Jako lékař jsem byl na tom lépe. V nemocnici jsme pracovali jako tým. Pracoval jsem s pacienty, kteří měli zájem na zlepšení svého stavu a spolupracovali. Kdybych měl stanovit univerzální zaměstnaneckou diagnózu, popsal bych ji spíše symptomaticky. Bohužel ještě stále hodně zaměstnanců odmítá pochopit, že jim firma nemůže

dát více, než oni dají firmě. Jakou léčbu naordinovat? I když je to tvrdé, řešil bych ji chirurgicky, radikálně. Lék nacházím pouze ve vyšší nezaměstnanosti. Jen tehdy si někteří začnou vážit dobré práce“.

BMW za 10 tisíc měsíčně už není „science fiction“

Přesto, že se ještě stále hovoří o ekonomické recesi, společnost Renocar hledala a zdá se, že i našla recept, jak tou správnou „infuzí“ oživit automobilový byznys. A to zejména díky přístupu managementu a vedení mnichovské automobilky. Výsledkem složitých jednání byl speciální program zvýhodnění pro lékaře „Vůz BMW řady 3 dnes nabízí Renocar lékařům za 600 000 korun. K tomu pětiletý servis zdarma.“ Tato nabídka bourá podle názoru MUDr. Vránka mýtus o tom, že BMW je primárně značkou určenou pouze k potěše milionářů.

Rád jsem se mylil

Co stojí za úspěchem rodinné firmy? „Poněkud neskromně si troufám říct, že na trh působí pozitivně síla značky a osobní nasazení každého našeho spolupracovníka. BMW nabízí špičkové technologie s vynikajícími parametry. Přesto se jedná o auta ekologická a dnes už i cenově dostupná,“ vysvětluje zaníceně. Před deseti lety, kdy jsem změnil profesi, jsem nevěřil, že se našimi zákazníky stanou někdy moji kolegové, lékaři. Rád jsem se mylil, když jsem tvrdil, že se nedožiji doby, kdy si bude moci český lékař pořídit vůz stejné značky, jako kolegové na západ od našich hranic. Je nám ctí, že dnes může Renocar nabídnout mnohé modely lékařům téměř o čtvrtinu výhodněji. Tím rád splácím svůj dluh vůči svým kolegům.“

Rozhovor vedl PharmDr. Zdeněk Procházka