EXPORT A PODNIKÁNÍ

Foto: AB Max

Firmě AB Max v současnosti chybí minimálně 20 kvalifikovaných pracovníků, nedostatek lidí řeší stále větší automatizací výroby.

Němci neradi chodí kolem horké kaše

Platí vzorně. Pokud vznikne problém, nebojí se o něm promluvit bez okolků. Takoví jsou němečtí klienti lisovny plastů AB Max. Němci také všechno dlouho a pečlivě zvažují. Nového zákazníka v Německu prý firma nikdy nezískala rychleji než do roka a do dne od prvního kontaktu.

V motorech lokomotiv a lanovek, v elektromobilech nebo třeba v rozvodnách elektrického proudu. Tam všude lze najít termoplasty a elektronické součástky, které lisuje česká společnost AB Max v Kovářově na Přerovsku. Firma vyváží tři čtvrtiny své produkce do Evropské unie, přičemž klíčovým trhem je pro ni Německo, přesněji spolková země Bavorsko. Mezi odběratele patří takové německé kolosy, jako jsou koncerny ABB nebo Siemens. Přes ně se dostává i na třetí trhy – česká firma například zásobuje 14 zahraničních poboček Siemensu v deseti zemích světa.

Lisovna si pochvaluje spolupráci s Němci kvůli jejich bezproblémové platební morálce. „V Indii, v Číně nebo ve Vietnamu a na podobných trzích máme někdy s platební morálkou odběratelů problém. V Německu nikdy. Tamější partneři mají ceny dobře zmapovány a platí včas," říká jednatel společnosti Miroslav Kubíček, který vstoupil do vedení firmy v roce 2004 po malé privatizaci jako krizový manažer. Tehdy podnik demontoval drobné telefonní ústředny, protože nebyly lepší zakázky.

NIKDY NE NA PRVNÍ DOBROU

Právě i díky spolupráci s Němci se firma vrátila do vysokých obrátek a prodává nyní přes 750 tisíc dílů měsíčně. Spolupráce se západními

sousedy vyžaduje trpělivost. „Nikdy nedokážeme v Německu získat zakázku dřív než za rok od prvního kontaktu s klientem," říká šéf lisovny. „Když překonáte tu první bariéru a dostanete se k člověku s rozhodovací pravomocí, dále už jsou Němci velice příjemní," dodává. Kubíček doporučuje jednat pokud možno v němčině: „Angličtina je sice dobrá, ale v tom prvním kontaktu s nákupčími je němčina velkým přínosem."

Rozvážnější německé tempo potvrzuje i ředitel kanceláře CzechTrade v Düsseldorfu Adam Jareš, který expanzi české firmy na německém trhu dlouhodobě podporuje. „Jeden můj známý vždycky říká: Nepočítejte s tím, že Německo dáte na první dobrou. Základem úspěchu je telefon a telemarketing. Sami Němci o sobě říkají, že všechno u nich trvá dlouho. Na všechno mají interní procesy," říká Jareš.

Je lepší, když řeknete hned pravdu, než když budete každý týden přicházet s jinou verzí vysvětlení, proč zrovna uvázla dodávka zboží.

FIRMA AB MAX

Lisovna plastů z Kovářova byla založena už v roce 1964. Ryze česká společnost se zaměřuje na zpracování termoplastů a výrobu dílů pro elektrotechnický průmysl. V současnosti dává práci asi 70 lidem. Loni vyrobila průměrně 750 tisíc dílů měsíčně a utržila 100 milionů korun. Společnost vyváží své výrobky na tři kontinenty.

S PRAVDOU RADĚJI HNED VEN

V průběhu obchodního vztahu doporučuje Miroslav Kubíček otevřenost: „Němci nejsou tvrdí vyjednávači o ceně, zato rádi nazývají věci pravými jmény. Nechtějí chodit kolem horké kaše, pokud vznikne problém. Je lepší, když řeknete hned pravdu, než když budete každý týden přicházet s jinou verzí vysvětlení, proč zrovna uvázla dodávka zboží." Němečtí zákazníci jsou podle Kubíčka ve všech směrech náročnější než Češi. „Já říkám našim pracovníkům, že musíme očekávání Němců přinejmenším naplnit, když ne překonat," podotýká. Pro dopravu zboží k německým odběratelům doporučuje tamější dopravce: „Musím říct, že tak v šedesáti procentech případů vycházejí logistické firmy z Německa kupodivu levněji než ty české."

Do deseti let by mohl na jednu směnu v celé fabrice stačit jeden kontrolor, jeden technický pracovník a jeden operátor.

TENTO NÁM UHRADÍ

Podle Kubíčka je pro udržení a rozvoj držav na německém trhu nutné pravidelně navštěvovat tamější obchodní výstavy. „Nebojte se německých veletrhů. Na rozdíl od těch českých na ně jezdí hodně byznysmenů. Pod hlavičkou CzechTrade účast není nijak finančně náročná, my tak jezdíme do Německa už pět let," říká šéf lisovny. Letos v říjnu se společnost opět chystá na výstavu K 2019 v Düsseldorfu, což je největší veletrh plastů a výrobků z gumy na světě.

Jako určitou psychologickou pomůcku pro výstavní stánek si Miroslav Kubíček vymyslel heslo S-O-Ú. „Znamená to trojici sebevědomí, odvaha, úsměv. Když člověk stojí osm hodin na stánku a pořád s někým jedná, je to dost vyčerpávající. Tak myslím na S-O-Ú a vždycky, když někdo přichází k našemu stánku, představuji si, že mi říká: Uhradíme vám," vysvětluje právě s tím úsměvem Miroslav Kubíček.

NA VÝROBU MÁ STAČIT TŘÍČLENNÁ SMĚNA

Lisovna z Kovářova je typickým zástupcem současného českého průmyslu v tom, že má víc než dost zakázek, ale nedostává se jí pracovníků. Počet zaměstnanců klesl z 90 na současných zhruba 70 a firma nyní hledá především dvacítku pracovníků na pozici operátora lisu. Kovářovská firma je ale zároveň i typickou ukázkou toho, že nedostatek lidí na trhu práce může nakonec popohnat český průmysl k inovacím. „Jak snižujeme počet zaměstnanců, zvyšujeme produktivitu a robotizaci. Do deseti let by mohl na jednu směnu v celé fabrice stačit jeden kontrolor, jeden technický pracovník a jeden operátor," formuluje vizi firemní budoucnosti jednatel Miroslav Kubíček. x

Tomáš Stingl