

Zakladatel Zootu Ladislav Trpák - skáče do bazénu -  
a investor Oldřich Bajer.

# Sovy nejsou tím, čím se zdají být

Obchod s oblečením Zoot, který kombinuje on-line nakupování s kamennými výdejny, čtyři roky po sobě zdvojnásobuje obrát. Nabízí 300 značek, své Výdejny radosti buduje také v Rumunsku a na Slovensku a zaměstnává 500 lidí. O tom, jak ze startupu vybudovali úspěšnou mezinárodní firmu, hovoří zakladatel **Ladislav Trpák** (40) a investor **Oldřich Bajer** (40).



„Nechceme hodnotit, nabízíme různé styly. Jde o to, mít chuť být svůj,“ odpovídá Oldřich Bajer (vpravo) na dotaz, jak se dívá na vkus Čechů.

#### **Platí, že šaty dělají člověka?**

**LADISLAV TRPÁK:** Jo a v tom je krása módy a Zootu. Olda dělá do hudby (*podílí se na festivalu Rock for People či projektu Kašpárek v rohlíku*) a mně připadá, že jsou tam velké paralely. Jak v hudbě, tak v módě jsou lidi, kteří silně ovlivňují ostatní, zvláště v době sociálních sítí. A jako jsou hudební hity, vznikají i hity v módě, lidé najednou něco opravdu chtějí. Z hlediska e-commerce je móda nejdynamičtější. Zkrátka prodáváme pěkný hadry, ale to nejlepší zažíváme svlečený.

**OLDŘICH BAJER:** To je Láďova kampaň, tu vymyslel a dostal i do televize. V módě vidíme smysl, protože může ovlivnit společnost. Estetika je nedílnou součástí našich životů. Existuje přímá souvislost mezi estetikou a kulturností národa, jeho schopností a chutí někam dojít, mít vizi. Pro mě je móda, hudba, umění hybatelem rozvoje společnosti, možná ne tak viditelným jako HDP, ale o to silnějším.

#### **Jak se díváte na vkus Čechů, který ovlivňujete tím, co jim nabízíte?**

**OLDŘICH BAJER:** Nechceme hodnotit, nabízíme různé styly. Jde o to, mít chuť být svůj.

**LADISLAV TRPÁK:** Na druhou stranu jsme tak trochu šašci a občas můžeme říkat věci, za jaké by král někomu jinému setnul hlavu. Móda by se neměla brát tak vážně. Ve finále je to jen oblečení, které nám může zlepšit den. V módě není nic správně a špatně, jde jen o to, jak se cítíte. Když chcete nosit ponožky do sandálů, což se teď ukazuje jako trend, noste je. My vás do nich oblíkneme.

**OLDŘICH BAJER:** S módou je to jako se vším v životě. Je rozdíl mít a nemít názor. Když ho máte, jdete dopředu, když ne, stojíte na místě, lážo plážo ještě nikoho nikam neposunulo.

**LADISLAV TRPÁK:** Češi jsou hodně zaměřeni na funkčně sportovní styl, musejí mít

lavinový hlásič na bundě i ve městě. Ale třeba Oldova zamilovaná země je Anglie a tam je vidět, že to jde i bez lavinových hlásičů. A jde to skvěle.

OLDŘICH BAJER: Nebo na Islandu v outdoorovém oblečení do baru chodí jen Češi, místní nosí kravaty.

#### **U vás nakupují převážně ženy...**

OLDŘICH BAJER: V Česku. V Rumunsku je to padesát na padesát, na Slovensku trošku převažují ženy. Jsme mezinárodní firmou, dá se říci, že čím více na východ, tím je móda pro lidi důležitější.

LADISLAV TRPÁK: Češi do módy investují v porovnání s jinými zeměmi nejméně.

#### **Proč to tak je?**

OLDŘICH BAJER: Ležíme na úpatí Německa, jsme racionální. Ale Němci, hlavně ti západní, se v rámci estetiky vyvíjeli, my tady kvůli historickým konotacím ne. Teprve teď se to začíná měnit. Na východě byla móda otázkou statusu a radostí ze života. Moc rád jezdím do Bukurešti, vidíte, jak si lidé chtějí užívat života, bavit se a být u toho dobře oblečení.

LADISLAV TRPÁK: Lidé v Německu mají více peněz, my v Česku více řešíme, za co peníze utratit. Jsme také mnohem opatrnější v utrácení. V Rumunsku lidi také nemají peníze, ale utratí je za dobré jídlo a chtějí u toho dobře vypadat. U nás je stále, tedy u mužů, důležitější auták a další statusové věci jako třeba hodinky. Ale nám se daří věci otáčet: vezměte si, o kolik líp vypadají chlapi, kteří nakupují na Zootu, a jak jim to pomáhá v rámci profesní kariéry. Lidi, kteří lépe vypadají, jsou v práci úspěšnější. Na Zootu je také klíčová velká úspora času. Původně jsme si mysleli, jak bude naše cílovka kolem 25 let, ale máme velmi silnou skupinu žen 40 plus. Jde o ženy, které mají děti, chodí do práce a nemají čas – díky Zootu si rychle vyberou, co chtějí, ráno jim do mailu přijde denní dávka inspirace, spousta žen si to čte stejně jako muži noviny. V Praze mají oblečení na výdejně během tří hodin, vyzkouší si je a zaplatí jen to, co chtějí. Naše holky na výdejních znají podle tváře padesát procent zákaznic – ten vztah se otáčí z digitální do osobní roviny.

OLDŘICH BAJER: My tady máme stylistku, která začala oblékat lidi z top managementu různých firem, chlapi už chtějí být víc sví, nechťejí jen kvádro s bílou košilí

od pondělí do pátku. Jednou za kvartál jde s nimi do Zootu, připraví jim oblečení, oni utratí i 50 000 korun. Móda je nástroj na vyjádření osobnosti. I na naší zákaznické lince děvčata radí, mají dobrý přehled o tom, co prodáváme. Když jim paní řekne, že by potřebovala něco červeného, umějí jí to nabídnout.

LADISLAV TRPÁK: Nakupování jsem dotáhl do absolutní dokonalosti, mně oblečení stylistka přinese sem a holky z customer care mě bodují čísly. Tím se bavíme.

OLDŘICH BAJER: (*směje se*) Ale on má vlastní názor.

LADISLAV TRPÁK: Vidíš okamžitou emoci celého fóra holek, rozumíš? Je to dobrá zábava, jen leze do peněz.

#### **To napadlo vás, Láďo, výdejny radosti?**

LADISLAV TRPÁK: Je to vždy proces, jsme z digitálního prostředí naučení neustále něco zkoušet, říká se tomu AB testování: zkoušíte, která ze dvou stránek má lepší dopad. A to se dá dělat i v off-linovém prostředí. Řekli jsme si, že lidi jsou zvyklí chodit do kamene vyzvedávat si elektroniku, tak pojďme v kanceláři udělat místo se zrcadlem, kde je to hezký.

OLDŘICH BAJER: A mimochodem to začalo tím, že nám naši kamarádi říkali, hele, to je hezký, móda on-line, dokonce bychom si tam něco vybrali, ale když doma zjistíme, že nám to není, nechceme s tím jít na poštu, stát frontu. Když jsme překonali začátky, aby nás lidé vůbec znali, nastal problém, že své nákupní chování nezmění. A výdejny nám otevřely úplně jiný svět.

#### **Jste i na Slovensku, v Rumunsku.**

##### **Proč právě Rumunsko?**

LADISLAV TRPÁK: Oslovil nás jeden velký on-linový hráč, zda bychom s ním nedělali módu v Rumunsku. Ale ukázalo se, že jsou pomalejší a náš vztah by byl od začátku komplikovaný. Řekli jsme si tedy, že to zkusíme sami.

OLDŘICH BAJER: Rumunsko je druhá největší země střední a východní Evropy, za módu utrácení dvojnásobek toho, co Češi. Ano, Polsko je největší, ale cítíme, že na jejich trh se musíme dobře připravit. Rumunsko je velmi dobrá škola, pokud jde o zmezinárodnění startupu. Láďa tam otevřel kancelář, kde máme patnáct lidí, devět výdejen a na nich dalších 25 lidí. To už je mezinárodní expanze.



„Možná mám jiné autory na jiný druh literatury,“ odpovídá Ladislav Trpák na otázku po svých oblíbených módních designérech.



„Jsem mainstreamový konzument módy, nemyslím si, že ty nejkrásnější věci musejí nutně udělat pařížští návrháři,“ říká Oldřich Bajer.

**LADISLAV TRPÁK:** Snažíme se zakořenit v lokální komunitě. Pokud máte jen on-lineový obchod, je velmi těžké budovat lojalitu zákazníka, jste pro něj čistě uživatelská věc. Cesta přes výdejny je složitější, ale věříme, že dlouhodobě udržitelnější – známe zákazníka, jeho tvář. A to má v digitálním světě velkou hodnotu. Proč jsme rozhovor neudělali přes mail?

#### **To v Espritu neděláme.**

**LADISLAV TRPÁK:** Máte z nás nějaký pocit, zapojujete všechny smysly, vidíte nás fyzicky, nemáte v hlavě jen patičku mailu.

#### **Je nějaký návrhář, český nebo světový, kterého máte rádi?**

*(smějou se)* **LADISLAV TRPÁK:** V módních designérech jsem nedotčený, což je vtipný v tom, že vedu firmu s módou. Možná mám své jiné oblíbené autory na jiný druh literatury.

**OLDŘICH BAJER:** Jsem mainstreamový konzument módy, nemyslím si, že ty nejkrásnější věci musejí nutně udělat pařížští návrháři.

**LADISLAV TRPÁK:** Olda ale má své oblíbené značky. On zkonzumuje denně neuvěřitelné množství informací, je to kombajn na informace. Mně připadá, že dnešní svět je informačně náročný, každý den se na nás řítí tisíce sdělení. A tak jsem vypnutý, důležité věci se ke mně dostávají skrze jiné lidi. Řeknou mi, že je něco důležité.

**OLDŘICH BAJER:** Jsme domluvení, že když bude válka, řeknu mu to. On by si toho nevšiml.

#### **V poslední době se mi zdá, že všude – a to on-line i off-line, jak říkáte – narážím na Zoot. Jaký je to pocit, vnímáte to?**

**OLDŘICH BAJER:** Datově to vidíme, každý rok se nám daří zdvojnásobovat obrat a počet zákazníků.

**LADISLAV TRPÁK:** *(zamyslí se)* Spíš jsme měli velkou radost, když byl Zoot vyhodnocen jako jeden z love brandů v České republice. A měli bychom se ptát, co nám ta značka přináší: v Zootu máme určitou kulturu. Máme třeba set firemních koučů, kteří pomáhají lidem rozvíjet. Ano, jsme komerční firma a máme vydělávat prachy, ale z druhé strany také máme kultivovat prostředí. My podnikatelé máme možnost skrze lidi, které zaměstnáváme, a skrze zákazníky, po-

souvat společnost. Práce by nás měla bavit, o to jde zejména mladé generaci. My starší, čtyřicátníci, to máme tak, že musíme vydělávat peníze, chodit do práce. Mladší se mnohem víc ptají po smyslu práce, co se naučí, zda v ní mají přátele. Mám taky radost, když mi lidi napíší spokojený mail, už tři týdny jsem nedostal žádný negativní.

#### **Podnikáte v módě. Naučili jste se díky tomu něco o ženách, co jste nevěděli?**

**OLDŘICH BAJER:** Největší škola nauky o ženách je manželství, v pozitivním slova smyslu. A pak firma, pracuje tu 80 % nás žen. Oproti jiným byznysům je tu méně testosteronu a více citu. Není to úprk za každou cenu, i když já osobně bych někdy za každou cenu utíkal.

**LADISLAV TRPÁK:** Naše firma přitahuje určité lidi, jsou mnohem otevřenější. Fascinuje mě, že se s 23letými lidmi mohu bavit o smyslu bytí, jdou do hloubky. Já to tak v jejich věku neměl: řešil jsem, co si koupím a kdy už budu milionář, abych nemusel nic dělat.

#### **Hodně mluvíme o cestě, osobním rozvoji. Máte nějaký byznys plán, nebo to jede, jak to jede?**

*(smějou se)* **LADISLAV TRPÁK:** To máme. Jsme už tak trochu korporace. Pět set lidí neuzíváte tím, že to bude tlupa. Máme procesní řízení, projektové řízení, finanční planning, firma musí být totálně zorganizovaná. Jinak by vás to při našich objemech zabilo za měsíc. Vy musíte umět vyvážit money talks, protože tenhle svět je o penězích. A zároveň nesmíte být stroj, protože v tu chvíli přijdete o talenty, o lidi, kteří tomu dávají duši. Ale zároveň duši prodáváte, dábel si za váš krvavý úpis vždycky něco odnese. Takhle to v byznysu chodí: když si od někoho vezmete peníze, vždy ztratíte kus duše. A nám jde byznysově o to, nepřijít o duši a držet to v nějaké míře udržitelnosti: tedy ve smyslu toho, jak mají peníze firmou téct, do čeho je firma vkládá.

#### **Bavili jsme se o mladé generaci, jak vy osobně máte nastavený work-life balance?**

**OLDŘICH BAJER:** Mně spíš začíná práce chybět. Děti rostou a už není nutné být s nimi každé odpoledne doma, jak jsem chtěl dřív. Už tátu moc nepotřebuju



Oldřich Bajer (vlevo) a Ladislav Trpák se seznámili během práce pro reality show Vyvolení v roce 2005.

a táta přemýšlí, co se sebou. Samozřejmě že rovnováha mezi prací a volným časem je klíčová.

LADISLAV TRPÁK: Vždy je to o balancování – máte rodinu, čas na sebe, musíte se rozhodnout. A ideální je, když práce není práce. Já třeba mám už léta ve středu home office – rozdělí týden na dvě půlky a dává mi možnost stihnout věci, na které není v běžném provozu čas.

OLDŘICH BAJER: Přijďte ve středu do týhle firmy. *(směje se)*

LADISLAV TRPÁK: Ve středu jsme firma duchů. A třeba v pondělí tady vždycky jeden tým upeče a připraví snídani pro ty ostatní. Nebo minulý čtvrtek jsme měli party. Lidi se tu hodně potkávají mezi sebou a nevnímají to jen jako práci. Z toho mám opravdu radost.

**Oba jste spjatí s internetem, na něm jste vybudovali své firmy. Co si vybavíte, když řeknu internet?**

*(oba mlčí)* OLDŘICH BAJER: Zrychlení světa. LADISLAV TRPÁK: Pro mě je to jen síť, pavučina. Druhá věc je, čím se plní. My síť dáváme obsah.

OLDŘICH BAJER: Zcela jistě je vidět, že žijeme v další z revolucí, v internetové revoluci. I to dnešní rozkolísání světa má za příčinu právě zrychlení skrz technologie. Cítím, že internet může za něco, s čím společnost neví rady. A v dalších dekádách bychom měli dokázat přenastavit mysl. Na jedné straně internet poskytuje skvělé příležitosti, na straně druhé tak rychlá změna tady ještě nikdy nebyla. Vše se děje na úplně jiných principech, principy se navíc neustále mění.

**Co znamená Zoot pro vás osobně?**

OLDŘICH BAJER: Pro mě osobně je to příběh, obrovská knížka. Zevně pak krása. LADISLAV TRPÁK: Teď jsi vstoupil do mé role. Pro mě je to svým způsobem největší obchod s módou, minimálně z hlediska zna

ček. Naše ambice ale je, aby to byl největší obchod s módou, i co se týče obratu. Vnitřně je pro mě Zoot učení se, přešli jsme přes tolik překážek, tolikrát někdo řekl, že nemáme šanci. Je to vlastně parádní workshop, kdy se učíme, jak odstranit své vnitřní bloky, jak sami sebe rozvíjet.

**Kdy jste měli pocit, že jste překonali, posunuli hranici? Jakoukoliv.**

LADISLAV TRPÁK: Určitě na byznysové úrovni tím, že teď jednáme s největšími evropskými investory. Jsou to chytrí lidi, kteří říkají, že budujeme věc jinak, nově. To je určitě překonání hranic. Z hlediska osobního pak tím, jak se bavíme s Oldou, ne na všechno máme stejné názory, ale vzájemně si umíme posunout hranice, jsme teď víc na hranici spirituality, energií, týmovosti než kdy dřív. Olda je víc orientovaný na byznys, já spíše spirituálně, ale tyhle dva světy se v nás obou potkávají, má to dynamiku.

OLDŘICH BAJER: Hranice se posouvají skrze relativní detaily, které se ukážou až zpětně. Teď je těžké je rozeznat. Já jsem například přestal kouřit, stal jsem se svobodným, to je také posunutí hranice.

LADISLAV TRPÁK: Téma bez hranic se týká hranic v našem vědomí. Když prožijete změněné stavy vědomí, zjistíte, že klasické bariéry vlastně nejsou, že si je jen sami stavíme. Hranice si vytváříme my sami, vlastně ani neexistují.

OLDŘICH BAJER: Kvíz. Sovy nejsou tím, čím se zdají být.

**David Lynch?**

OLDŘICH BAJER: Městečko Twin Peaks.

LADISLAV TRPÁK: Škatulky, krabičky, hranice – jak chcete – si nosíme v sobě, vytvářejí nám je rodiče, společnost i my sami. A Zoot by měl být o tom, jak se z těch krabiček dostat. Jak dokázat skrze módu překonat hranice. ●