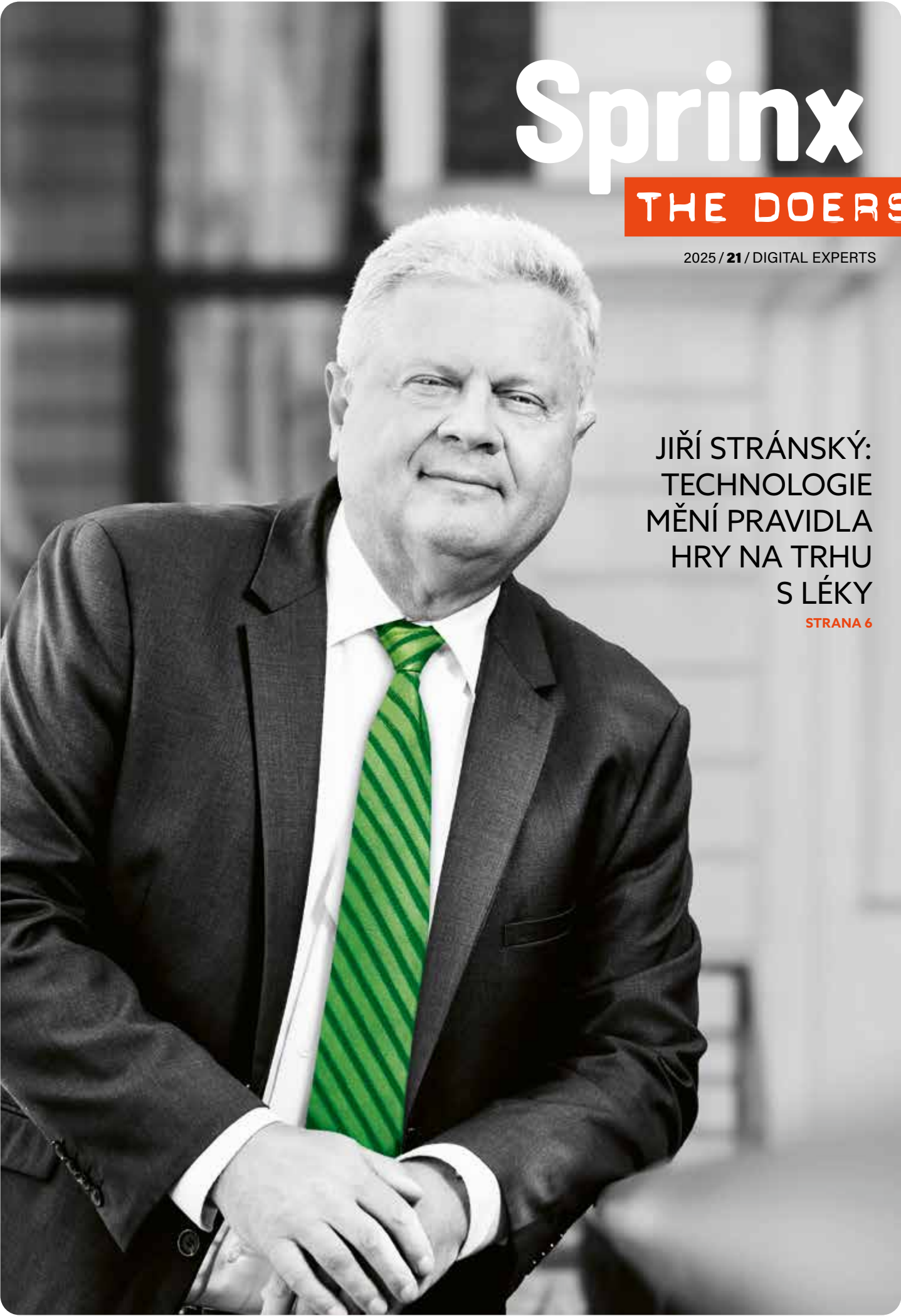


A black and white portrait of Jiří Stránský, a middle-aged man with short, light-colored hair, wearing a dark suit, white shirt, and a green tie with diagonal stripes. He is looking slightly to the right with a subtle smile. His hands are clasped in front of him.

Sprinx

THE DOERS

2025 / 21 / DIGITAL EXPERTS

JIŘÍ STRÁNSKÝ:
TECHNOLOGIE
MĚNÍ PRAVIDLA
HRY NA TRHU
S LÉKY

STRANA 6

21

Sprinx

Sprinx je na trhu již od roku 1996 a po celou dobu se specializuje na CRM a obchodní systémy na míru. Cílem firmy je zákazníkovi poskytnout komplexní a vzájemně integrovaná technologická řešení, která jsou potřebná pro úspěch na poli digitální ekonomiky. Zákazníkům nabízíme tvorbu a implementaci Sprinx CRM, robustních e-shopů a portálů s nejmodernějšími marketingovými nástroji či aplikační hosting a IT outsourcing. Sprinx je také významný dodavatel IT řešení do farmaceutického průmyslu a produktů HPC (High Performance Computing).

THE DOERS

TEXT: Jiří Stránský, Vladimír Hirner, Radek Kubeš, Martin Böser, Jaroslav Kašický, Patrik Kraus, Barbora Holická, Hana Tomešová

FOTO: Václav Jedlička, Barbora Holická, Shutterstock

T: 251 014 211

E: obchod@sprinx.com; pharma@sprinx.com

A: Sprinx Systems, a. s.

Údolní 212/1, 147 00 Praha 4

SPRINX THE DOERS SPRINX
UMÍ ZABRAT A NABÍZÍ
FUNKČNÍ ŘEŠENÍ. CHCE
BÝT SVÝM KLIENTŮM
SPOLEHLIVÝM PARTNEREM,
KTERÝ RUČÍ ZA VÝSLEDEK.



DOERS
správná výslovnost:
Doer - [du:er]

THE DOERS znamená, že pro Sprinx je důležitý výsledek práce. Záleží mu na spokojenosti klienta. Zná cestu od myšlenky k její realizaci.



DATUM VYDÁNÍ: 1. 12. 2025, pololetník, **MK ČR E 23939, MÍSTO VYDÁNÍ:** Praha
VYDAVATEL A VÝROBA: Sprinx Systems, a. s., Údolní 212/1, 147 00 Praha 4, IČ: 26770211, tiskové chyby jsou vyhrazeny.
GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ: Boomerang Communication, s. r. o., Nad Kazankou 708/37, 171 00 Praha 7, www.boomerang.agency



Vážení a milí čitatelia,

mám rád citáty, a tak uvediem dva moje obľúbené k téme AI:

„Umelá inteligencia bude to najlepšie alebo to najhoršie, čo kedy ľudstvo vymyslelo.“

„Umelá inteligencia je štetec, ale ľudská intuícia je stále umelec.“

Ten prvý napísal na Twitter v roku 2017 Elon Musk, ten druhý sa pripisuje Rayovi Kurzweilovi z Google, avšak podľa AI ide o parafrázu jeho iných citátov.

Keď som AI poprosil, aby napísala tento úvodník, dostal som bezchybné texty, okamžite vhodné na opublikovanie. Mohol som si ušetriť kopec času, ale intuícia mi to nedovolila. Radšej použijem teda AI iba ako „štetec“.

A tak by som sa s vami chcel podeliť o pár mojich tipov na oblasti, v ktorých sa AI uplatní vo farmaceutickom priemysle:

- Prinesie obrovské časové a finančné úspory pri vývoji nových liekov. Nové molekuly sa budú hľadať pomocou počítačových simulácií namiesto reálneho syntetizovania, rovnako tak sa bude simulovať aj ich účinok. Firma Insilico Medicine má aktuálne ukončenú fázu druhého klinického skúšania na liek Rentosertib, prvý na svete vytvorený výlučne AI.
- V marketingu a predaji prinesie nové možnosti analýzy rozsiahlych súborov údajov. V Sprinx Pharma už pripravujeme nášho vlastného „bota“, ktorý umožní našim klientom analyzovať predajné dáta.
- Pri tvorbe marketingových stratégií umožní identifikovať korelácie medzi preskripcným správaním a marketingovými intervenciami a modelovať pravdepodobnosť reakcie na konkrétny obsah, kanál či čas doručenia.

A to sú len tri príklady, prečo verím, že z toho citátu Elona Muska sa snáď naplní tá pozitívnejšia časť. Príjemné obohatenie vašej neumelej inteligencie pri čítaní tohto čísla nášho magazínu vám prajem!

Váš

Rastislav Božek

OBSAH



**POSTARAJ SE
O NÁS ROBOTI
A AI LÉKAŘI?**

4



**6
TECHNOLOGIE
MĚNÍ PRAVIDLA HRY
NA TRHU S LÉKY**



**LIDÉ BY SE NEMĚLI
SAMÍ LÉČIT S AI**

10



**SHOPIFY:
OBCHODOVÁNÍ
BEZ HRANIC**

12



**DIGITALIZUJEME
ZAKÁZKOVOU VÝROBU**

16



PŘÍSNĚJŠÍ REGULACE KYBERBEZPEČNOSTI

Nový zákon o kybernetické bezpečnosti vstoupil v platnost 1. listopadu 2025 a přináší zásadní změny v oblasti digitální ochrany českých organizací. Implementuje evropskou směrnici NIS2, rozšiřuje okruh regulovaných subjektů a zpřísňuje požadavky na řízení kybernetické bezpečnosti. Vedení firem bude nově odpovědné za bezpečnostní politiku i hlášení incidentů.

Do 60 dnů od účinnosti zákona musí většina subjektů ohlásit své regulované služby Národnímu úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost. Zákon zavádí dvě úrovně povinností – nižší pro menší podniky a vyšší pro kritickou infrastrukturu a strategické služby. Vyšší úroveň znamená povinné audity, pokročilé technické nástroje a přísnější režim hlášení incidentů. Firmy budou muset více zohledňovat bezpečnost v rámci dodavatelského řetězce a aktivně řídit kybernetická rizika.

AŽ ŽIJE NOVÉ SEO: SOUMLAK ORGANICKÉ NÁVŠTĚVNOSTI

Data našich klientů ukazují, že stále více uživatelů internetu používá k vyhledávání informací jazykové modely AI. Podle zkušeností ovšem až 90 % uživatelských dotazů dokážou obsloužit AI modely přímo, aniž uživatele odvedou na cílový web. V praxi to pro provozovatele webů může znamenat zásadní pokles organické návštěvnosti z klasických vyhledávačů. Přelomovou změnou je zavedení funkce AI Overviews ve vyhledávání Googlu, kde vidíme pokles návštěvnosti z organického hledání o 40–70 %.

Z pohledu majitelů webů to znamená nové závody v tom, jak donutit AI, aby se učila primárně z jejich stránek a doporučovala právě jejich produkty. Celý trh se nyní snaží najít správné techniky, jak toho dosáhnout.

Ve Sprinxu to vidíme jako přirozenou evoluci SEO, kdy každý web bude muset prezentovat autentický obsah a zkušenosti, které nejsou generovány AI. Proto očekáváme, že se na weby i e-shopy začnou vracet blogové příspěvky, rady, návody i obsah vytvořený na základě reálných zákaznických zkušeností.

90 %

UŽIVATELSKÝCH
DOTAZŮ DOKÁŽOU
OBSLOUŽIT AI
MODELY PŘÍMO.



ETICKÝ MARKETING NENÍ JEN TREND, ALE KONKURENČNÍ VÝHODA

Etika a udržitelnost hrají při nákupním rozhodování zákazníků stále větší roli. Dnes už nestačí nabídnout kvalitní produkt za dobrou cenu – zákazníci chtějí vědět, jak, kde a za jakých podmínek výrobek vznikl. Tento posun přináší značkám nové příležitosti, ale i nutnost větší transparentnosti.

Podle aktuálních studií by 89 % spotřebitelů s větší pravděpodobností nakoupilo u značky, která je environmentálně odpovědná. Globálně je více než 80 % zákazníků ochotno zaplatit za udržitelné produkty přibližně o 10 % více, a ve střední a východní Evropě si dokonce téměř pětina lidí připlatí až 20 % navíc.

V Česku je situace umírněnější. Přestože Češi environmentální dopady vnímají, za nákup dražších eko výrobků je ochotno si připlatit pouze 12 % spotřebitelů. Stejně tak značkám často chybí dlouhodobá strategie. Jen 34 % firem má udržitelnost pevně zakotvenou ve své firemní kultuře, ostatní ji vnímají spíše jako součást jednotlivých kampaní.

Zaměření na produkty z udržitelných zdrojů však představuje nejen potenciál pro vyšší cenovou prémii, ale především stále výraznější konkurenční výhodu.

POSTARAJÍ SE O NÁS ROBOTI A AI LÉKAŘI?

CO PŘINESE NÁSLEDUJÍCÍCH 15 LET VE ZDRAVOTNICTVÍ A FARMACII? JÁ TO VIDÍM OPTIMISTICKY – NĚKDY MOŽNÁ AŽ PŘÍLIŠ. PRVNÍ POZITIVUM JE, ŽE POKUD SE SÁM NĚJAK NEPŘIČINÍM O OPAK, ZŘEJMĚ BUDU STÁLE NAŽIVU A PŘIMĚŘENĚ AKTIVNÍ. TO V GENERACI NAŠICH OTCŮ A DĚDŮ VŮBEC NEBÝVALO BĚŽNÉ. NÁŠ OBOR SE ZA POSLEDNÍCH TŘICET LET ZÁSADNĚ PROMĚNIL A MŮŽEME BEZ OBAV ŘÍCT, ŽE V NĚKTERÝCH VĚCECH JSME PŘEKONALI I TY NEJODVÁŽNĚJŠÍ SNY. TAK SNĚME DÁL.

Za 15 let bude individualizace terapie tak daleko, že bude možné připravit genovou nebo jinou biologickou léčbu prakticky pro každého – když to bude účelné. Stále ovšem půjde spíše o menší oblasti medicíny – co do počtu pacientů, nikoli závažnosti.

S rozvojem technologií se instrumentální diagnostika dostane blízko k hranici jistoty. Díky miniaturizaci budeme svá diagnostická zařízení mít neustále u sebe, na sobě nebo v sobě. Jen doufáme, že bude stále záležet na našem rozhodnutí a mentálním naladění, do jaké hloubky detailu svého lékaře pustíme. A pokud jde o sběr diagnostických informací, bude to samozřejmě virtuální lékař s pokročilou AI, kdo nás bude sledovat. Skutečného lékaře AI přivolá, jen když to bude nutné. Lékaři pak už nebudou přetíženi profesionálové se spánkovou

deprivací – zejména proto, že už jich nebude tolik potřeba (a tak jich nebude ani tolik chybět). Specializovaní odborníci se budou věnovat oblastem, které „robůtci“ nevyřeší.

Bouřlivým vývojem jistě projde i segment výrobců a distributorů léčiv a zdravotnických prostředků. Ti jsou ostatně už dnes technologicky v mírném předstihu. Rozhodně to platí pro oblast vysoce inovativních přípravků stejně jako výroby. Zde AI pomáhá řešit otázku, jak produkovat každý rok stamiliony balení léčivých přípravků stále levněji, a přitom s přiměřenou mírou zisku.

Do virtuální roviny se přesune setkávání zákazníků – lékařů a lékárníků (jestli tedy ještě nějakí za 15 let zbydou) – s medicínskými reprezentanty. V technicko-odborné rovině si AI systémy jedné i druhé strany popovídají na vysoké úrovni a osobní setkávání čekají dvě cesty. Budťo úplně zmizí, nebo se posunou tam, kde kdysi začínaly – na úroveň profesně přátelských vztahů, které s obchodem na první pohled nemají mnoho společného. Ten se přece bude rozumět sám sebou.

Až těsně před probuzením z našeho růžově podbarveného snu se možná objeví malé nevýznamné otazníčky. Třeba co budou dělat všichni ti dnešní prvňáčci, kteří sní o tom, že budou pan doktor nebo paní doktorka, v éře rozsáhlé automatizace s nálepkou „AI powered“? A vyprodukuje v ostatních oblastech dostatek prostředků, abychom mohli všechny tyto sny financovat? A nebude to nakonec všechno úplně jinak?

JIŘÍ STRÁNSKÝ

Od roku 2012 vede jako business director divizi Pharma společnosti Sprinx Systems, která poskytuje informační technologie zákazníkům z oblasti farmacie. Řešení Sprinx Systems jsou určena především pro podporu prodeje a optimalizaci procesů spojených se vstupem na trh, exportem léků či zpracováním objednávek. Mezi klienty Sprinx Pharma patří velké i malé, originální i generické společnosti.



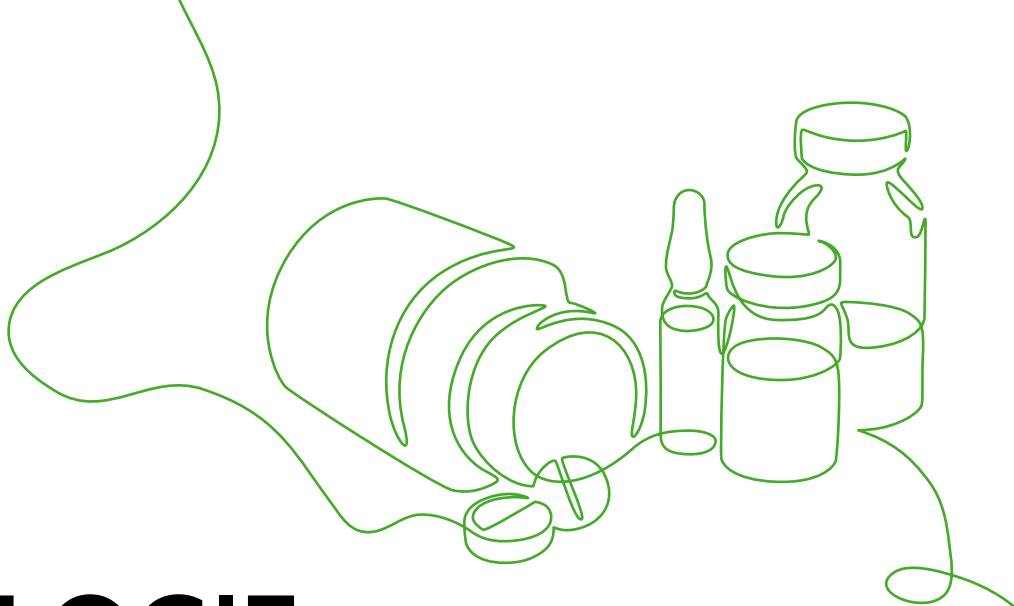
TIP

KDYŽ POSKYTNEME UMĚLÉ INTELIGENCI PRODEJNÍ DATA O LÉCÍCH, ZÍSKÁME ÚPLNĚ NOVÉ, UŽITEČNÉ POHLEDY NA CELÝ TRH.

SEGMENT OŠETŘOVATELSTVÍ
A SOCIÁLNÍ PÉČE OBSTARAJÍ
HUMANOIDNÍ ROBOTI. JESTLI TO
BUDE VYPADAT JAKO V KNIHÁCH
A FILMECH NA TOTO TÉMA, NEVÍM,
ALE NĚKTERÉ SOUČASNÉ POČINY
V TÉTO OBLASTI JSOU DOCELA
ROZTOMILÉ.



T Jiří Stránský F Václav Jedlička, Shutterstock



TECHNOLOGIE MĚNÍ PRAVIDLA HRY NA TRHU S LÉKY

TRH S LÉKY ROZHODNĚ PATŘÍ K TĚM NEJNÁROČNĚJŠÍM A NEJVÍCE REGULOVANÝM. SVÝM KLIENTŮM POMÁHÁME NEJEN SPLNIT POŽADAVKY REGULACE, ALE TAKÉ ZÍSKAT KONKURENČNÍ VÝHODU DÍKY DATOVÉ ANALÝZE.

Farmaceutický trh v České republice je živý organismus, který není nikdy v klidu. Jednotlivá období se odlišují různými charakteristikami, například mírou výskytu inovací. Jsou období, kdy jimi trh doslova překypuje, ale pak i taková, kdy byste je hledali jako příslušnou jehlu v kupce sena.

Fázový posun oproti inovacím mívají období regulací vstupu na trh. Tyto etapy nastávají vždy po erupcích inovativnosti, kdy jsou zdravotnické systémy na jedné straně vystaveny touze lékařů po nových terapiích, ale na straně druhé také touze výrobců po prémiových cenách. Proti těmto tužbám jde touha systému po stabilitě, která bývá někdy silnější, jindy slabší – každopádně v příkladně vedených systémech nikdy neutichá.

Tato období pomáhají uživatelům „bez ztráty kytičky“ přežít naše systémy pro Market Access, zejména modulární systém Market Access Toolbox, který umožňuje ad hoc nebo automatizovaný monitoring všech důležitých procesů v této oblasti.

REPORTY NAD DATY Z VEŘEJNÝCH ZDROJŮ

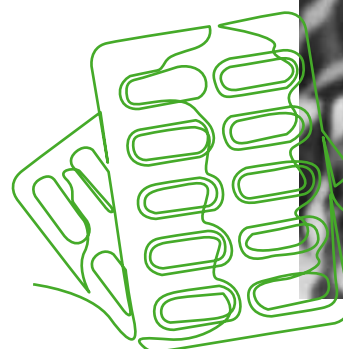
Dalšími vlivy, které udržují farmaceutický trh v pohybu, jsou aktuální poměry

na tomto trhu, respektive v jeho jednotlivých segmentech. Vždy když se některému hráči, až už díky inovativnosti, dobré cenotvorbě, nebo inovativnímu přístupu k práci s lékaři či lékárníky, podaří výrazný start, po kterém v krátké době může dojít k dočasné dominanci v segmentu, sledují ho ostatní ostřížím zrakem. Analyzují jeho kroky v souvislostech a vyhodnocují, u kterých skupin zákazníků je úspěšný, a následně se také snaží zjistit proč.

Někdy to je snadná úloha, jindy ne. Ale bez dokonalého přehledu o tržních datech by to bylo zřehla nemožné. Významná inovace, která se nám ve Sprinx Pharma podařila, patří právě do této skupiny. Jde o to, že jsme data z veřejného zdroje ÚZIS/NZIS zpracovali do reportů Target Max a Target Max Hospi. Tato data, buď ve formě výše zmíněných reportů, nebo v podobě analytického přístupu přes OLAP kostku, poskytují uživatelům dokonalý přehled o pohybu jednotlivých léčivých přípravků, uhrazených zdravotními pojišťovnami, systémem.

Target Max umožňuje sledovat prodeje v lékárenském segmentu s granularitou až na úroveň jednotlivých lékáren a ambulancí nebo nemocnic, které konkrétní léčivý přípravek

VEDLE KOMPLEXNÍHO
SYSTÉMU PRO MARKET
ACCESS VYVÍJÍ
SPRINX PHARMA TAKÉ
DÍLČÍ NÁSTROJE
PRO ANALÝZU DAT
A AUTOMATIZACI
POVINNÝCH HLÁŠENÍ.



předepsaly. Produktový manažer tak vidí nejen celkové trendy, ale může identifikovat například region, kde jeho přípravek náhle ztrácí pozici, nebo naopak lékárnu, která začala jeho produkt aktivně vydávat. Target Max Hospi pak poskytuje analogická data z nemocničního prostředí, včetně informací o spotřebě v jednotlivých odděleních a klinikách.

Doposud nepříliš přehledný trh se tím dostává pod drobnohled a obchodní a marketingoví stratégové mohou nyní velmi přesně cílit své aktivity. Jako třetí na dortu se v paletě dostupných datových služeb vyjímají syntetická data ÚZIS. Cíleným dotazem, směřovaným do tohoto zdroje, je možné

získat prakticky jakákoli data, která ÚZIS aktuálně nebo v minulosti sbíral a uchovával. Samozřejmě v anonymované podobě. Tímto způsobem je možné získat například údaje o počtech léčených pacientů podle jednotlivých diagnóz nebo o počtech a typech jednotlivých diagnostických či léčebných procedur.

PŘÍSNĚJŠÍ PRAVIDLA REGULACE

Třetí oblast, která logicky trh ovlivňuje, jsou regulace související s dostupností léčivých přípravků. Tato oblast je u nás poměrně nová a podobně jako u cen a úhrad se jedná o oblast „evropskou“ – v tom smyslu, že se regulační kroky jednotlivých zemí navzájem ovlivňují.

PREVENCE VÝPADKŮ V DOSTUPNOSTI LÉČIV

Podobně jako v ostatních evropských státech se také v České republice potýkáme s dočasným nedostatkem některých léčivých přípravků na trhu. Mezi hlavní příčiny výpadků patří systém nízkých cen a úhrad léků, kdy jsou léčivé přípravky vázané na recept obecně velmi levné, a proto často dochází k reexportu léků do zahraničí za mnohem vyšší ceny. Dalším faktorem je nízká variabilita léčivých přípravků. Pokud totiž určitou léčivou látku dodávají na trh pouze jedna nebo dvě farmaceutické firmy, může výpadek u jedné z nich způsobit vážný nedostatek na celém trhu. A pak jsou zde také problémy související s výrobním a dodavatelským procesem, včetně například nedostatku obalových materiálů.

Dodavatelé léčivých přípravků mají proto od června 2024 podle novely zákona o léčivech povinnost Státnímu ústavu pro kontrolu léčiv (SÚKL) nahlásit zahájení uvádění léčivého přípravku na trh, stejně jako případné přerušení, následné obnovení či ukončení dodávek. SÚKL všechna tato hlášení každý den zpracovává a vyhodnocuje nahraditelnost takových léků. Pokud zjistí, že lék není nahraditelný a jeho vývoz ohrožuje dostupnost na českém trhu, informuje Ministerstvo zdravotnictví, které může vývoz konkrétního léčiva formou opatření obecné povahy zakázat.





TIP

VEDLE KOMPLEXNÍHO SYSTÉMU PRO MARKET ACCESS VYVÍJÍ SPRINX PHARMA TAKÉ DÍLČÍ NÁSTROJE PRO ANALÝZU DAT A AUTOMATIZACI POVINNÝCH HLÁŠENÍ.

V případě České republiky jde o zpřísnění pravidel pro situace předpokládaných výpadků léčiv. Cílem regulace je zajistit, aby byl přípravek i po ohlášeném výpadku dostupný alespoň po časově omezenou dobu a příslušné orgány mohly pracovat na náhradním řešení. Jde o velmi citlivou oblast jak pro výrobce, tak pro pacienty a nedostupnost konkrétních léků se nezřídka stává také významným tématem v médiích.

Jak je naším zvykem, začali jsme ve Sprinx Pharma s přípravami našich řešení na změnu regulace s dostatečným předstihem. Především jsme vyladili modul SÚKL Agendy tak, abychom svým zákazníkům dokázali pomoci automatizovat celý proces. Usnadňujeme přípravu ze zákona povinných hlášení, sledování skladových zásob i výpočty a evidenci zásob. V kombinaci s automatizovaným sledováním hlášení výpadků a možností evidovat vlastní dodávky je dnes modul SÚKL Agendy velmi robustní nástroj, který našim zákazníkům šetří čas i nervy.

NEZTRAŤTE SE V BONESECH

Poslední oblastí, která pravidelně vytváří vlny na hladině rybníka českého farmaceutického trhu, jsou slevy a bonusy. Je to dlouhodobě diskutované téma, které naposledy rezonovalo začátkem podzimu 2025 v souvislosti s přípravou úhradové vyhlášky.

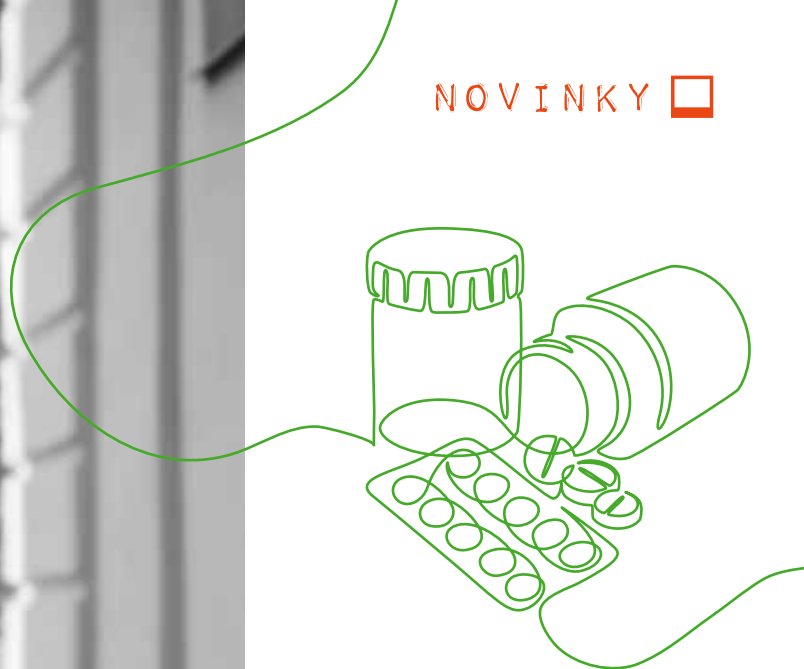
Bonusy jsou v současné době fenoménem zejména nemocničního prodeje, ale nevyhýbají se jim ani lékárenské řetězce nebo větší lékárny. Pokud má zpracování bonusů probíhat přesně podle pravidel regulace, což je v zájmu naprosté většiny bonusujících i bonusovaných, jedná se o administrativně velmi náročnou činnost. Ta je navíc značně náchylná na chyby lidského faktoru.

Ve Sprinx Pharma proto již několik let pečlivě kultivujeme zázračnou plodinu nazvanou e-Finance, která je sice na pěstování poměrně náročná, ale těm, kteří jí věnují svou trpělivost a péči, se velmi odvděčí. Tento systém, který funguje jako rozšíření nad zpracovanými prodejními daty, umí ušetřit spoustu času a rutinní práce s Excelem. A především obvykle nedělá chyby.

Systém e-Finance umí zpracovávat nejen bonusy, ale i přímé slevové akce s vlivem na cenu. Umí také pracovat s kompenzacemi ve formě opravných daňových dokladů a může pomoci i při zpracovávání kompenzačních seznamů. A právě toto není zrovna snadné – kompenzační seznam je totiž obvykle tabulka o stovkách až tisících řádků, prostřednictvím které si distributor nárokuje kompenzaci za provedené slevy. Naše e-Finance umí tyto tabulky načítat a automaticky porovnat s počty prodaných kusů, aby bylo možné ověřit, zda je nárok na kompenzaci oprávněný, nebo nikoli.

UMĚLÁ
INTELLIGENCE
MÁ ÚŽASNOU
SCHOPNOST
POSKYTOVAT
JASNÉ ODPOVĚDI
NA DOTAZY
POKLÁDANÉ
V PŘÍROZENÉM
JAZYCE.





JAK PRACUJEME S VEŘEJNÝMI DATY Z NZIS?

Národní zdravotnický informační systém (NZIS) je jednotný celostátní informační systém veřejné správy, spravovaný Ústavem zdravotnických informací a statistiky ČR (ÚZIS). Jsou v něm shromažďovány a zpracovány údaje ze základních registrů orgánů veřejné správy a ministerstev, stejně jako od poskytovatelů zdravotních služeb a dalších subjektů. Součástí NZIS je mimo jiné Národní registr hrazených zdravotních služeb, který obsahuje data o všech léčivých přípravcích hrazených zdravotními pojišťovnami.

Jednorázové výstupy z NZIS představují zpracování a analýzu dat pro konkrétní potřebu žadatele ve formě tabulek, grafů nebo sumárních čísel. ÚZIS také nabízí otevřená data ve zdravotnictví, která jsou dostupná ve formátech umožňujících snadné strojové zpracování, jako je CSV, JSON nebo XML. V České republice je aktuálně registrováno téměř 56 000 variant léků, z toho je více než 8 000 variant aktivně obchodováno.

Umělá inteligence dokáže v datech z NZIS identifikovat skryté vzorce, které by při manuální analýze zůstaly nepovšimnuty. Může predikovat budoucí trendy ve spotřebě léčiv, optimalizovat distribuční řetězce a pomáhat s identifikací rizikových oblastí, kde může hrozit výpadek dodávek. Pro obchodní a marketingové týmy to znamená možnost rychle a velmi přesně reagovat na změny trhu.

BEZ AI TO NEPŮJDE

Když hovoříme o softwarových systémech a nástrojích určených ke zpracování dat, nemůžeme se vyhnout tématu umělé inteligence. Pokud totiž dáme dohromady data ze svých i veřejných zdrojů a AI, samozřejmě v zabezpečeném prostředí, můžeme získat nejen rychlé odpovědi na všechny otázky kolem prodeje léčiv, ale také úplně nové pohledy na celý trh.

AI má navíc úžasnou schopnost poskytovat jasné odpovědi na dotazy pokládané v přirozeném jazyce. Jakmile vytrénujeme svůj model nad daty z veřejných zdrojů nejen k tomu, aby správně odpovídal, ale aby také správně rozuměl otázkám (což je někdy mnohem složitější), odpoví našim zákazníkům na otázky typu kdy, kde, kolik a čeho bylo pacientům předepsáno a kde si pacienti své léky vyzvedli. A k tomu nabídne AI také nové pohledy na data, které by vás možná dříve ani nenapadly.

V praxi to funguje tak, že místo sestavování složitých SQL dotazů nebo nastavování filtrů v OLAP kostce může produktový manažer položit otázku: „Které kraje měly v posledním kvartálu nejvyšší růst předepisování statinů?“ nebo „Jak se změnila distribuce mého přípravku mezi věkovými skupinami po změně úhrady?“ AI pak odpoví včetně konkrétních čísel a grafů, ale také automaticky upozorní na zajímavé korelace – například že v krajích s rostoucím předepisováním statinů statisticky významně klesá podíl hospitalizací s kardiovaskulárními diagnózami.

Usilovně vyvíjíme, testujeme a ladíme, abychom vám mohli naše produkty vybavené umělou inteligencí poskytnout už během následujících měsíců. Nepochybujeme o tom, že právě zpracování dat pomocí umělé inteligence bude další „velkou věcí“ na farmaceutickém trhu. ●



T Vladimír Hirner, Radek Kubeš F archiv, Shutterstock

LIDÉ BY SE NEMĚLI SAMI LÉČIT S AI

VLADIMÍR HIRNER JE PŮVODNÍ PROFESÍ LÉKAŘ, OVŠEM UŽ SKORO 30 LET VEDE SLOVENSKOU POBOČKU NĚMECKÉ FARMACEUTICKÉ FIRMY SCHWABE. OBDIVUJE POKROK, KTERÝM MEDICÍNA ZA POSLEDNÍ DVĚ DESETILETÍ PROŠLA, ALE SOUČASNĚ VARUJE: „MUSÍME BÝT OSTRÁŽITÍ – SVĚT SE MĚNÍ, TECHNOLOGIE NABÍZÍ NOVÉ MOŽNOSTI, ALE PŘINÁŠÍ I RIZIKA A NEPŘÍJEMNÁ ROZHODNUTÍ. MODERNÍ LÉČBA JE STÁLE KVALITNĚJŠÍ, ALE TAKÉ DRAŽŠÍ. JAKO SPOLEČNOST SI BUDEME MUSET ODPOVĚDĚT NA OTÁZKU, JESTLI BUDE MÍT NA NEJNÁKLADNĚJŠÍ LÉČBU NÁROK OPRAVDU KAŽDÝ, TŘEBA I TI, KDO SE O SVÉ ZDRAVÍ CELÝ ŽIVOT NESTARALI.“

Schwabe na Slovensku už řadu let používá řešení od Sprinx Pharma. Jak vám pomáhá?

Na základě požadavků našich reprezentantů jsme vytvořili řešení, které jim umožňuje lépe, aktivněji a racionálněji pracovat v terénu. Především jsme schopni lépe informovat odbornou veřejnost – lékaře a lékárníky – o svých léčivech. A to je velmi důležité, protože na Slovensku, stejně jako v celé Evropské unii, není možné reklamou podporovat léky dostupné jen na lékařský předpis. Proto musí veškerá komunikace probíhat na odborné úrovni a úloha výrobců léků je v této souvislosti velmi důležitá. Naše léky pomáhají už 150 let a na Slovensku patří k nejpoužívanějším. Skoro každý obyvatel Slovenska za posledních 10 let měl některý z našich léků.



VLADIMÍR HIRNER



ANALÝZA OBCHODNÍCH DAT S VYUŽITÍM AI MŮŽE POSKYTNOUT ZCELA NOVÉ POHLEDY A SOUVISLOSTI, KTERÉ BY VÁS MOŽNÁ ANI NENAPADLY.

A pokud jde o volně dostupné léčivé přípravky?

Zde je situace trochu jiná. Ostatně některé léky, dříve dostupné pouze na předpis, se postupem času staly volně prodejnými. Už proto je důležitá také informovanost pacienta, aby měl možnost samoléčby. Takže například náš léčivý přípravek Kaloba na léčbu infekcí dýchacích cest můžeme podporovat prostřednictvím reklamy v televizi, rádiu nebo třeba v tisku. Ale každý pacient je samozřejmě léčen svým lékařem a ten by měl být v plné míře informovaný o vlastnostech léčivých přípravků. A většina pacientů stále (naštěstí) na doporučení svého lékaře dbá. Takže se vracíme k důležitosti komunikace našich reprezentantů s lékaři a lékárníky.

Lidé dnes čerpají informace hlavně z internetu, myslíte si, že to může do budoucna mít vliv na regulaci léčiv?

Přísná regulace reklamy na léky v rámci EU je pozitivní a správná. Například je zakázáno, aby léky propagovali odborníci. Nicméně třeba u potravinových doplňků to možné je – a to už je problém. Tyto produkty, které nejsou léky, nejsou nijak kontrolovány z hlediska jejich účinků a výrobce si o nich může v podstatě napsat, co chce. O to důležitější je kontrola léků ze strany státu. Například každá změna ve složení, indikaci nebo nežádoucích účincích musí být státními orgány zkontrolována a teprve následně může být lék uvolněn do oběhu. Další stupeň kontroly představují lékárníci, kteří poskytují pacientům třeba i doporučení, jaké přípravky lze užívat současně. Na internetu je ale možné koupit si cokoli, včetně produktů, které nejsou ověřené, a na to si opravdu musíme

dávat pozor. Proto bude i do budoucna důležitá edukace. Musíme ji vykonávat sofistikovaně, dostat informace k pacientům i k lékařům a lékárníkům a vysvětlit jim, že za našimi léky jsou reálná a relevantní data.

Hodně lidí se, ještě než jdou k lékaři, radí s AI chatboty. Může to být nebezpečné?

Na jedné straně je jistě dobře, že mají pacienti svobodný přístup k informacím, třeba i prostřednictvím umělé inteligence. Ale musíme prostě počítat s tím, že tyto informace mohou být nesprávné a zavádějící. Takže ano, AI sice může

Opravdu hodně – umožňuje nám věci, které dříve nebyly reálné, a zrychluje i zlepšuje naše procesy. Šetří nám čas a pomáhá najít nová řešení problémů, nad kterými jsme dříve pracovali celé týdny. A velmi důležitá je pro nás také analýza obchodních dat pomocí AI. Reporty a přehledy, které nám dříve zabraly spoustu času, teď máme hotové za minutu.

Kde se podle vás zdravotnictví za poslední desetiletí nejvíce posunulo?

Za posledních 20 let šla medicína o tisíce procent dopředu – pokud jde o léky, přístroje nebo třeba chirurgii. Máme okamžitě dostupné rentgeny nebo vyšetření na CT, které pomáhá posuzovat umělá

KAŽDÝ LÉKAŘ, LÉKÁRNÍK NEBO PACIENT SE KAŽDÝ DEN SETKÁ S OBROVSKÝM MNOŽSTVÍM INFORMACÍ Z CELÉHO SVĚTA. VYZNAT SE V OCEÁNU INFORMACÍ – CO JE SPRÁVNÉ, RELEVANTNÍ A CO POMÁHÁ ZDRAVÍ, TO JE VÝZVA.

pacientovi poradit s diagnózou, léčbou i dalšími postupy, ale určitě by neměla nahrazovat vyšetření lékařem. Ostatně AI vám neprovede krevní testy nebo jiné laboratorní vyšetření.

Ale jinak má AI ve zdravotnictví asi velký potenciál...

To nepochybně. Třeba v Číně už dnes používají AI k diagnostice tisíců pacientů, ale stále jsou zde lékaři, kteří na výsledky dohlížejí a řeší případy, se kterými si umělá inteligence neví rady. Takže ano, AI je velmi důležitý pomocník pro nemocnice a lékaře, ale je problematické, když ji budou využívat sami pacienti.

Jak umělá inteligence pomáhá konkrétně vám ve Schwabe SK?

inteligence, a obecně lze díky technologickým diagnostikovat obrovské množství lidí v krátkém čase. Na rychlé a přesné šití se používají roboty a operovat lze třeba i z druhého konce světa. Ten pokrok je skutečně obrovský.

A nechal byste se sám operovat na dálku?

Já ano – třeba robotická operace prostaty, vedená chirurgem, který takovou věc dělal třeba už padesátkrát, je podle mě přesná, rychlá a méně riziková. ●



T Martin Böser F archiv, Shutterstock

SHOPIFY:

OBCHODOVÁNÍ BEZ HRANIC



PLÁNUJETE ROZŠÍŘIT
SVOJE OBCHODOVÁNÍ
PO INTERNETU
NA NOVÉ TRHY?
PAK MOŽNÁ U SVÉ
STÁVAJÍCÍ E-COMMERCE
PLATFORMY NARÁŽÍTE
NA ŘADU OMEZENÍ.

Česká e-commerce je příběhem úspěchu i tvrdé konkurence. V zemi s největším počtem e-shopů na obyvatele v Evropě se vysoká kvalita e-shopu stala nutností. Technickým zpracováním, designem a obsahem se tak české online obchody řadí ke světové špičce. Internet dnes používá přes 90 % populace a pro většinu lidí jsou online nákupy běžnou součástí života.

Jenže zatímco e-shopů přibývá, počet zákazníků zůstává víceméně stejný. Lidé navíc mění své nákupní zvyklosti – dle Eurostatu uskuteční Češi už jen 61 % objednávek u domácích obchodníků a zbytek míří do zahraničí. Tento trend ukazuje, že zákazníci jsou připraveni nakupovat globálně a také že se českým obchodníkům otevírá příležitost pro dávání na zahraničních trzích. Otázka tedy zní: jste na zahraniční expanzi připraveni?

S Shopify to zvládnete bez zbytečných komplikací – bez desítek oddělených webů, složitých integrací nebo nejasných procesů, na jedné platformě pro neomezený počet trhů a příležitostí.

SNADNÁ EXPANZE DO ZAHRAJNÍČÍ

Rozšíření e-shopu na zahraniční trhy běžně znamená nutnost pořídit další licenci e-shopové platformy, provést úpravy podle příslušné legislativy a také zajistit integrace s dalšími systémy, například ERP nebo CRM. To vše

stojí nejen čas, ale také hodně peněz. Existuje ale řešení, které je pro obchodování na více trzích přímo postavené. Hovoříme o platformě Shopify, na níž je dnes provozováno téměř 5 milionů aktivních e-shopů s více než 875 miliony zákazníků. Kolem 25 % z těchto e-shopů působí v Evropě a tento podíl dále roste.

SNADNÉ OBCHODOVÁNÍ NA VÍCE TRZÍCH

Shopify už v základním tarifu umožňuje expandovat s obchodováním na libovolný počet různých trhů. Aktuálně pro obchodování nabízí 238 oblastí (států či celých regionů). Technicky to znamená, že namísto budování samostatných e-shopů pro každou ze zemí, kde chcete obchodovat, nabízí Shopify modul „Markets“, se kterým lze velmi rychle spustit a dále efektivně řídit různě verze e-shopů, přizpůsobené konkrétním trhům. Každý může mít vlastní doménu, měnu, jazyk, a dokonce také odlišný katalog produktů – přesně podle požadavků obchodníka a případných legislativních omezení v dané zemi nebo lokalitě.

Celé řešení funguje na principu vrstvené editace obsahu. Základní produktová karta obsahuje standardní informace o produktech ve výchozím systémovém jazyce a nad ní se nachází vrstva s obsahem přizpůsobeným konkrétnímu trhu. Shopify přitom poskytuje neomezenou škálovatelnost, takže lze teoreticky vytvořit e-shopy pro všechny země světa a spravovat je z jediného místa.



TIP

NEJVYŠŠÍ VERZE SHOPIFY PLUS ŘEŠÍ
VŠECHNA OMEZENÍ A NEDOSTATKY
NIŽŠÍCH TARIFŮ TÉTO
E-COMMERCE PLATFORMY.



NA CO SI DÁT POZOR

Shopify je výkonná a velmi spolehlivá e-commerce platforma s obrovskou nabídkou funkcí a možností integrací. Přesto je třeba pamatovat na několik specifických vlastností Shopify, které mohou obchodníky překvapit.

Poplatek za platební bránu – Shopify poskytuje spolehlivou a bezpečnou platební bránu pro online transakce. Ta je ovšem zpoplatněna 2 % z každé transakce. Kombinací vyššího tarifu a alternativní platební brány lze poplatek snížit pod 1 %, přesto zůstává mírně vyšší, než jsou obchodníci u lokálních řešení zvyklí. Alternativou mohou být okamžité platby přes QR kód.

(Ne)konverze měn manuálních plateb – Shopify automaticky přepočítává ceny produktů do cizích měn dle aktuálního kurzu. Při platbě bankovním převodem, dobírkou nebo pomocí externí platební brány ale zákazníci musí platit v měně obchodu. V cizí měně mohou zákazníci zaplatit pouze pomocí platební brány Shopify Payment. Toto omezení mizí až v nejvyšším tarifu Shopify Plus.

Chybějící podpora výdejních míst – Shopify nativně nepodporuje stále oblíbenější možnost doručení zboží na výdejní místa nebo do výdejních boxů. Tento způsob dopravy lze integrovat dodatečně, ale s určitými omezeními.

Omezené B2B funkce – Shopify je primárně B2C platforma, a proto v základní verzi postrádá možnost práce s IČ a DIČ při firemních nákupech i automatické řešení reverse charge v rámci EU. Řešením je rozšíření o specializované aplikace třetích stran. Vzhledem ke zvyšujícímu se podílu Shopify v Evropě ale můžeme očekávat základní práci s IČ i v nativní formě.

Absence generátoru feedů – specifickým české e-commerce je vysoká závislost na srovnávacích cen, jako je Heureka.cz. Shopify nativně generuje feedy pouze pro Google a Meta (Facebook, Instagram ad.), ale pro napojení na lokální srovnávače cen je nutné využít aplikace třetích stran.

Struktura a lokalizace URL – v rámci obsahu lze lokalizovat prakticky všechny jeho části. Určité omezení ale představují samotné URL adresy, které obsahují pevně dané segmenty, jako například „collections“, „products“ nebo „cart“. Tyto prvky nelze přeložit, což může být z pohledu SEO jistou nevýhodou. Na druhou stranu, s ohledem na aktuální trendy už samotná URL adresa nehraje v optimalizaci pro vyhledávače tak významnou roli, jakou měla dříve.

S dalším vývojem Shopify můžeme očekávat, že bude většina omezení, která se týkají především evropského trhu, vyřešena v následujících aktualizacích platformy. Nahlédnutí do vývojářské dokumentace k API naznačuje brzké zavedení podpory nákupů na DIČ včetně reverse charge a zjednodušeného odvodu DPH (OSS), stejně jako další úpravy dle evropské legislativy.

ZAPOJTE UMĚLOU INTELIGENCI

S využitím AI Shopify nativně podporuje automatické překlady obsahu do různých jazyků. V současnosti lze takto pracovat se dvěma jazyky. S rostoucím podílem evropských obchodníků, kteří Shopify používají, se ovšem očekává rozšíření funkcionality a zrušení omezení automatických překladů. Alternativně lze pro automatizované překlady využít externí aplikaci z oficiálního Shopify APP Storu.

Shopify obsahuje také pokročilé AI nástroje, které zásadně zrychlují vstup do online obchodování. AI například nativně dokáže vytvořit popisy produktů v e-shopu na základě jejich obrázků a klíčových slov.

Shopify je první e-commerce platformou, která již nyní podporuje nákupy, resp. celý checkout přímo z prostředí ChatGPT. Uvidíme, kam nás tento způsob nakupování zavede, ale již nyní lze očekávat velkou transformaci obzvláště v B2C e-commerce. Tuto převratnou funkci zatím testují pouze uživatelé v USA.

INTEGRACE S PODNIKOVÝMI SYSTÉMY

Propojení e-shopu, jako jednoho z prodejních kanálů, s ERP a dalšími podnikovými systémy dnes už není výhodou, ale naprostá nutnost. Důležité zde je, že i v případě teoretického prodeje ve všech zemích světa stačí u Shopify pouze jedna integrace, bez ohledu na počet trhů. Všechna data tak míří do stejného systému, což zjednodušuje účetnictví i skladové hospodářství a otevírá nové možnosti personalizovaných vztahů se zákazníky.

V reportingu ale Shopify jednotlivé trhy rozlišuje. Můžete tak sledovat výkonnost jednotlivých zemí, porovnávat konverzní poměry nebo analyzovat nejprodávanější produkty v konkrétních regionech. Vše v reálném čase a na jednom místě.

VYRAZTE DO SVĚTA

Naši klienti provozují na platformě Shopify e-shopy v řadě evropských zemí. Při nasazení této cloudové e-commerce platformy zajišťujeme správnou konfiguraci e-shopu, integraci s ERP a skladovým nebo účetním systémem i nastavení produktových feedů. ●

T Radek Kubeš, Jaroslav Kašický F archiv, Shutterstock

I TRADIČNÍ ŘEMESLO POTŘEBUJE MODERNÍ TECHNOLOGIE



DOBŘÍ OBLEK SEDÍ PŘESNĚ, STEJNĚ JAKO IT ŘEŠENÍ. SPRINX UŠIL PRO DELOR CLOUDOVOU INFRASTRUKTURU, KTERÁ PODPORUJE DALŠÍ RŮST ZAKÁZKOVÉHO KREJČOVSTVÍ.

Delor je prémiové zakázkové krejčovství se sídlem na pražských Vinohradech, specializované na šití košil a obleků na míru. Firma funguje jako franšíza se sítí poboček v Praze, Brně a Bratislavě, které pracují pod jednotnou značkou a využívají společné IT systémy. V současnosti má Delor přibližně 60 zaměstnanců a obléká top manažery firem i známé osobnosti.

RYCHLÝ RŮST VYŽADUJE STABILNÍ IT

Delor spolupracuje se Sprinxem již od roku 2012, kdy krejčovství začalo využívat Sprinx CRM a také na zakázku vyvinutý konfigurátor košil. S expanzí firmy a rozšiřováním franšízové sítě se začal Delor potýkat s dostupností a pomalou odezvou ERP systému Vario, provozovaného externím dodavatelem.

Díky pozitivním zkušenostem s CRM a konfigurátorem proto Delor v roce 2015 popsal právě Sprinx s požadavkem na migraci ERP systému na výkonnější a spolehlivější cloudovou platformu.

FLEXIBILNÍ CLOUDOVÝ HOSTING

Sprinx provedl kompletní migraci IT infrastruktury firmy Delor na svoji platformu AppOn.cloud, vhodnou především pro spolehlivý a bezpečný provoz podnikových systémů typu ERP a CRM i účetních a dalších aplikací.

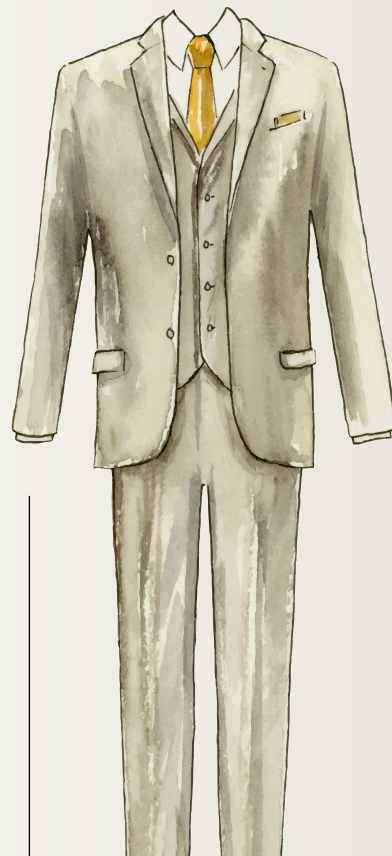
V současné době Sprinx na AppOn.cloud pro Delor spravuje:

- **Sprinx CRM** – systém pro evidenci zákazníků a zakázek i kontrolu výkonu jednotlivých franšíz.
 - **Konfigurátor košil** – unikátní aplikace, vyvinutá Sprinxem, která pomáhá odstranit chyby při měření zákazníků automatickou kontrolou zadaných rozměrů.
 - **ERP systém Vario** – vedení účetnictví, skladu a kompletní administrativy.
 - **Centrální datové úložiště** – ukládání historie zakázek, fotografií produktů a veškerých firemních dat.
 - **E-mailový server** – kompletní hosting firemní pošty.
- Jako Microsoft Gold Certified Partner zajišťuje Sprinx pro zaměstnance firmy Delor také všechny licence produktů Microsoft.

CENOTVORBA ŠITÁ NA MÍRU

S ohledem na specifické fungování firmy Delor, kdy má management, administrativa i výroba odlišné požadavky na přístup k podnikovým systémům a aplikacím, připravil Sprinx flexibilní systém balíčků služeb. Každý balíček obsahuje jinou kombinaci přístupů (CRM, konfigurátor, ERP, e-mail, Office), podle toho, co konkrétní role vyžaduje. Pro Delor to znamená přehlednou strukturu nákladů na provoz centrály i jednotlivých poboček, kdy platí pouze za služby, které se skutečně využívají.

Od migrace na cloudovou platformu AppOn.cloud se výrazně zlepšila dostupnost a rychlost všech systémů firmy Delor. Krejčovství neprovozuje žádnou vlastní infrastrukturu IT kromě koncových zařízení, která se přihlašují k systémům a aplikacím provozovaným v cloudu. Sprinx zajišťuje kompletní technickou podporu, aktualizace i zabezpečení a firma Delor se může plně soustředit na to, co umí nejlépe – šít prémiové obleky a košile na míru. ●



KLID V CLOUDU

„Cloudové služby Sprinxu nám vyřešily všechny technické starosti. Máme zajištěn rychlý a spolehlivý přístup k ERP i dalším aplikacím a můžeme investovat energii tam, kde je to pro nás nejdůležitější – do kvality svých produktů a péče o zákazníky.“

JAROSLAV KAŠICKÝ
majitel společnosti Delor



DELOR



OUTSOURCING IT A CLOUDOVÉ
SLUŽBY MOHOU PODPÓRIT
RŮST TRADIČNÍCH ŘEMESEL
I BEZ INVESTIC DO VLASTNÍ
INFRASTRUKTURY.

**JAN TOMČÍK:**

SNAŽÍME SE BÝT O KROK NAPŘED

STEJNĚ JAKO OSTATNÍ SPOLUZAKLADATELÉ SPRINXU SE I JAN TOMČÍK ZAČAL O SVĚT IT ZAJÍMAT UŽ PŘI STUDIU NA FJFI ČVUT. OD STAVĚNÍ POČÍTAČŮ ALE RYCHLE PŘEŠEL K SOFTWARE A POZDĚJI TAKÉ K INTERNETU – TENKRÁT ÚPLNĚ NOVÉMU FENOMÉNU. SPOLUVYTVÁŘEL PORTÁL ATLAS.CZ A PAK ZE SPRINXU ODEŠEL NA PÁR LET DO SVĚTA NA ZKUŠENOU.

Od roku 2002 je zpět a věnuje se vývoji produktů nově založené divize Sprinx Pharma. Dnes řídí vývojový tým a rozvoj produktů Market Access nebo e-Finance. Ještě větší radost než získání nových klientů mu dělají úspěchy jeho dětí. Cestuje po světě a rád si udělá čas na kolo.

1 Jaká byla vaše první zkušenost s řešeními pro klienty z oboru farmacie?

V roce 2002 se Radku Jelínkovi podařilo prodat naše CRM farmaceutické firmě UCB. Ale na rozdíl od ostatních implementací pro lidi pracující v kancelářích jsme museli systém upravit tak, aby s ním mohli obchodní zástupci pracovat celý den offline a všechna data synchronizovat až po návratu domů. Mobilní internet tenkrát ještě vůbec nepřípadal v úvahu. Podařilo se, klient byl spokojený a my jsme získávali s farmacií další zkušenosti. Později jsme převzali dvě společnosti z oboru a rozšířili svoje portfolio produktů.

2 Ve farmacii působí hlavně velké nadnárodní koncerny, které si mohou pořídit jakékoli řešení. Jak se vám daří udržet si takové klienty?

Myslím, že především díky naší rychlosti a flexibilitě. Snažíme se být vždy o krok napřed, takže když se například změní

legislativa a klienti se nás ptají, kdy to začneme řešit, většinou už máme své produkty připravené. Navíc je umíme přizpůsobit konkrétním potřebám, což se o velkých, korporátních řešeních úplně říci nedá. A v neposlední řadě je důležitá naše historie. Na trhu se všichni znají a o nás se ví, že jsme zde už dlouho a že je na nás spoleh.

3 A není už trh farmaceutických firem rozebraný? Jde ještě získat nové klienty?

Ano, pokud jde o Market Access nebo CRM, je na trhu poměrně malý prostor pro změny. Už proto, že nadnárodní kon-

cerny často používají jednotné, centrálně nasazené řešení. Ale to neznamená, že bychom nemohli uspět s dalšími produkty. Od začátku roku poskytuje ÚZIS otevřená data, ze kterých lze sledovat cestu léků od předepisujícího lékaře až k vydávající lékárně. My tato data zpracováváme například v systému e-Finance do přehledných reportů, velmi užitečných pro obchodníky farmaceutických firem. Během pár měsíců jsme pro tento produkt získali už asi 20 nových klientů.



4 Bude tedy datová analýza další „velkou věcí“ ve farmacii?

Určitě ano. Data o tom, kdo, kde a jaké léky předepisuje – a kde si je pacienti vyzvedávají – jsou pro obchod velmi důležitá. Stejně jako jejich přehledné analýzy, které klientům poskytujeme. Ale myslím si, že to hlavní teprve přijde. Aktuálně pracujeme na nasazení umělé inteligence nad těmito daty, což umožní klást dotazy v přirozeném

VE FARMACII SE VŠICHNI ZNAJÍ, A I KDYŽ LIDÉ MĚNÍ PRÁCI, V OBORU VĚTŠINU ZŮSTÁVAJÍ. VŠECHNY REFERENCE JSOU PROTO NA OSOBNÍ BÁZI – A TO JE NAŠE VÝHODA.

jazyce a získávat jasné odpovědi. Prostě se jen zeptáte „Kolik se v loňském roce v Jihočeském kraji spotřebovalo léků na dnu“ a náš systém poskytne přesnou odpověď včetně tabulek nebo grafů.

5 Kdy si o spotřebě léků obchodníci s AI takto popovídají?

Věřím, že velmi brzy. V současné době ladíme a trénujeme model, který následně integrujeme s našimi produkty na zpracování tržních dat. ●

DIGITALIZUJEME ZAKÁZKOVOU VÝROBU

VÝROBA NA MÍRU VĚTŠINOU ZNAMENÁ I SPOUSTU PRÁCE S KONFIGURACÍ A CENOVOU KALKULACÍ PRODUKTŮ. ČÍM SLOŽITĚJŠÍ PRODUKT S VÍCE VARIANTAMI PARAMETRŮ, TÍM JE KALKULACE NÁROČNĚJŠÍ A NÁCHYLNĚJŠÍ K CHYBÁM.

Vyrábíte produkty na míru, v mnoha variantách a přesně podle požadavků svých zákazníků? Pak to asi dobře znáte: Ráno otevřete e-mail a čeká na vás několik poptávek od obchodních partnerů. Každá obsahuje jiné rozměry, jinou kombinaci barev, různé doplňky a třeba i odlišný způsob montáže. K tomu dostanete stovební plány nebo vyfocené nákresy, kde chybí nedopočítané hodnoty i další parametry – a něco z toho možná ani nemůžete přečíst. Čeká vás den strávený telefonáty, přepočítáváním cen a kontrolou, jestli je vůbec možné požadované komponenty zkombinovat.

Nic z toho ale vlastně není nutné, když svým partnerům poskytnete přehledný konfigurátor, postavený na datech o vašich produktech a jejich parametrech. Zbavíte se tím nejen spousty práce, ale také omezíte množství chyb, nedorozumění a omylů, které stojí čas, peníze a často i důvěru zákazníků.

NAKLIKEJTE SI TO SAMI...

Digitalizace procesů v zakázkové výrobě začíná prvním důležitým krokem – automatizací tvorby nabídek, na základě kterých lze následně vytvářet objednávky a zadávat produkty do výroby. Klíčovým

nástrojem je webový konfigurátor, který vašim obchodním partnerům umožní samostatně zadávat poptávky a okamžitě získat cenové nabídky. Konfigurátor by měl mít několik základních funkcí:

- **Kontrola správnosti zadání** – konfigurátor automaticky ověřuje, zda jsou vyplněny všechny údaje nezbytné pro nacenění zakázky.
- **Ověření kompatibility** – na základě specifikací produktů konfigurátor ověří vzájemné závislosti parametrů a vyloučí nesmyslné nebo technicky neproveditelné varianty.
- **Okamžitý výpočet ceny** – kalkulace zohlední vstupní ceny materiálů, komponentů a práce, stejně jako individuální rabaty jednotlivých odběratelů.

Na první pohled je jasné, že digitalizace kalkulací cen může ušetřit hodiny každodenní práce při upřesňování požadavků a přípravě cenových nabídek, stejně jako vyřešit drtivou většinu potenciálních chyb, opomenutí a nedorozumění. To vše navíc neplatí jen pro výrobce, ale také pro jeho obchodní partnery. Ti mohou navíc získat rychlý přehled o všech svých poptávkách i zakázkách ve výrobě – kdykoli a bez nutnosti opakovaně kontaktovat výrobce.

JEŠTĚ O KROK DÁL

Vytvořením kalkulace a objednávky pro výrobu samozřejmě digitalizace a automatizace končit nemusí. Webový konfigurátor lze napojit na další podnikové systémy a posunout digitalizaci – a s ní i komfort pro vaše obchodní partnery nebo koncové zákazníky – ještě o krok dál. Integrace s dalšími systémy zajistí například:

- **Určení termínu dodávky hotových výrobků** – na základě propojení se skladovým a výrobním systémem lze poskytnout informaci o předpokládaném datu výroby. Navíc můžete zákazníkům poskytnout možnost zajistit si změnou parametrů dřívější dodání.
- **Vystavení zálohových a konečných faktur** – integrace s účetním systémem zajistí, že už nikdy nezapomenete vystavit fakturu. Nic se nemusí přepisovat ručně, takže nemusí dojít ke zbytečným chybám.
- **Efektivnější plánování výroby** – propojení objednávek s podnikovým ERP systémem pomůže s řízením a efektivnějším využitím potřebných zdrojů.

Jestliže své výrobky následně také montujete u zákazníka a zajišťujete jejich servis, nabízí se integrace



NĚKDY JE CESTA K DIGITALIZACI
VELMI SNADNÁ – MŮŽETE
ZAČÍT U TVORBY NABÍDEK
NA SVÉ PRODUKTY.

PATRIK KRAUS



s naší servisní aplikací Fiewo. Ta vám pomůže nejen efektivně naplánovat instalaci, ale také pravidelné servisní prohlídky nebo opravy na vyžádání zákazníka.

DIGITALIZACE
KONFIGURACÍ
A KALKULACÍ
ZAKÁZKOVÉ VÝROBY
PŘINÁŠÍ MĚRITELNOU
ÚSPORU ČASU, SNÍŽENÍ
CHYBOVOSTI I ZVÝŠENÍ
SPOKOJENOSTI
OBCHODNÍCH PARTNERŮ
A ZÁKAZNÍKŮ.

USNADNĚTE SI PRÁCI

Zakázková výroba může znamenat tisíce různých variant produktů. Na základě produktových katalogů je ale možné vytvořit konfigurator prakticky pro jakýkoli typ výrobků, nastavit výpočty pro naceňování a vše napojit na další podnikové systémy. Ze svých zkušeností vidíme, že se investice do takových řešení velmi rychle vrátí – nejen finančně, ale také ve výrazně vyšší spokojenosti obchodních partnerů a zákazníků. ●

RAJEK CZ: KONFIGURÁTOR MÍSTO PAPIRU

Společnost Rajek CZ je českým výrobcem stínicí techniky a garážových vrat. Na základě objednávek od desítek obchodních partnerů po celé republice vyrábí venkovní rolety a rolovací vrata přesně podle požadavků koncových zákazníků. Ti mají na výběr z rozsáhlé nabídky kombinací barev, způsobů montáže, pohonů i doplňkového vybavení. Hlavní problém? Zdlouhavý proces manuální tvorby nabídek na základě parametrů zaslaných e-mailem nebo třeba jen jako náskres vyfocený mobilem.

Kalkulace produktů vyráběných přesně na míru dle požadavků zákazníků obnáší kombinaci stovek různých parametrů, které se navzájem doplňují, ale často se mohou také vylučovat. K tomu se přidávají vstupní ceny materiálu, nezbytných komponentů a práce – a navrch samozřejmě také rabaty různých odběratelů, stanovené na základě jejich obrátu.

OKAMŽITÉ KALKULACE

Sprinx pro Rajek CZ vytvořil webový konfigurator, který po jednoduché registraci umožňuje partnerům vytvářet kalkulace venkovních rolet a rolovacích vrat na základě rozměrů a desítek dalších parametrů. Konfigurator kontroluje zadání všech nezbytných údajů a nabízí

pouze takové kombinace parametrů a prvků, které je možné skutečně vyrobit. Výsledkem je cenová kalkulace, na základě které lze rolety či vrata rovnou zadat do výroby.

„Postavit konfigurator našich produktů nebylo vůbec snadné, protože do každé kalkulace vstupují desítky parametrů a výsledkem mohou být tisíce kombinací rolet či vrat. Přesto se Sprinxu podařilo nastavit logiku webové aplikace tak, že našim partnerům okamžitě poskytne přesnou cenovou kalkulaci,“ říká Jakub Vondráček, obchodní manažer firmy Rajek CZ.

Obchodní partneři firmy Rajek CZ začali webový konfigurator masivně používat hned po jeho spuštění. V intuitivním prostředí zadávají nové poptávky a současně zde mají přehled o zakázkách ve výrobě i všech realizovaných projektech.

„Naši partneři oceňují především rychlost, se kterou získají cenovou nabídku. Nám digitalizace šetří každý den hodiny práce a desítky zpráv i telefonátů, přes které jsme dříve řešili detaily kalkulace. Navíc jsme prakticky úplně ošetřili možné chyby vzniklé nesprávnými výpočty, nevhodně zvolenou kombinací prvků nebo jen nedorozuměním,“ dodává Jakub Vondráček z Rajek CZ.

BARBORA HOLICKÁ



ZÁVODĚNÍ, TO NENÍ JEN RYCHLOST

DOKÁZALA NĚCO, CO SE ZATÍM NIKOMU NEPODAŘILO – DOJET DO CÍLE RALLYE DAKAR CLASSIC S CITROËNEM 2CV. DOKONCE HNED DVAKRÁT PO SOBĚ. DRŽITELKA OCENĚNÍ NEJLEPŠÍ ŽENA V ANKETĚ ZLATÝ VOLANT, RALLYE ZÁVODNICE BARBORA HOLICKÁ SI SENZAČNÍM ZPŮSOBEM SPLNILA SVŮJ ZÁVODNICKÝ SEN. JAK NÁROČNÉ JE VYDAT SE NA DAKAR S VETERÁNEM?

Začala jste závodit až v pětadvaceti letech. Jak se to stane?

Vždycky jsem chtěla dělat všechno, co holky obvykle nedělají. Místo běžek jsem jezdila na snowboardu, místo silničního kola na BMX. Inklinovala jsem k překonávání hranic a riziku. Pak jsem se na pracovní schůzce potkala s člověkem, který organizoval závody. A začala jsem se ptát, jak se vlastně stát závodníkem. A on prostě řekl: „Koupíte si auto, uděláte si licenci v autoklubu a závodíte.“ Tak jsem vybrala stavební spoření, zaplatila akontaci a vzala si úvěr na závodní auto.

Kde jste trénovala na závody?

Přes kamarády jsem se seznámila s kluky, kteří jezdili se sportovními auty na letiště. A ti mi postavili trasu z pneumatik a učili mě, kdy řadit, kdy brzdit a tak. Měla jsem v podstatě sériové auto Citroën DS3, jen s bezpečnostními prvky, upraveným podvozkem a mírně zvýšeným výkonem. Ale už v roce 2017 se nám podařilo vyhrát naši třídu. Ono totiž nejde

tak úplně o nejrychlejší auto, ale spíše o to závod vůbec dojet. Rychle umí jezdit spousta lidí, ale třeba jenom půlku závodu.

Jak se zrodil nápad jet Dakar?

Pro mě byl Dakar něco nedostupného, nevěděla jsem, jestli vás tam někdo nominuje nebo jak se tam vůbec člověk dostane. Vždycky jsem se na to jenom

nedostupně. No a pak jsem ještě potkala Lucii Engovou, kterou ten nápad nadchnul tolik, že chtěla vyrazit se mnou jako navigátorka. Takže bylo rozhodnuto.

A proč zrovna s „kachnou“ – Citroënem 2CV?

Dakar Classic mohou jet historická auta, která se už dříve zúčastnila „velkého“ Dakaru. Olga mi dokonce nabídla, že mi

PRO NAŠE MECHANIKY BYL DAKAR MOŽNÁ JEŠTĚ NÁROČNĚJŠÍ. MY RÁNO ODJEDEME NA TRASU, ALE KLUCI MUSÍ VŠECHNO SBALIT, UJET STOVKY KILOMETRŮ A POTOM ZNOVU ROZLOŽIT BIVAK, ABY PAK PO KAŽDÉ ETAPĚ CELOU NOC OPRAVOVALI AUTO.

dívala v televizi. Ale pak jsem se na rallye veteránů potkala s Olgou Roučkovou, která jela Dakar na čtyřkolce a potom i Dakar Classic, a na všechno jsem se jí vyptala. Ve skutečnosti stačí mít závodnickou licenci, auto a zaplatit startovné 18 tisíc eur. To už nevypadalo zase tak

půjčí svoje auto – ale nebyl to Citroën a já věděla, že by to prostě nebylo ono. Na seznamu povolených aut je hodně Citroënů, včetně prototypů postavených na dálkové soutěže, ale to je pro mě finančně úplně mimo. Je tam ale taky kachna – a ta sice jela, ale ještě



s ní nikdo nedojel do cíle. Tak to by byla teprve pecka!

Co na to říkal váš mechanik Tomáš Neruda?

Tomáš ví o kachnách úplně všechno, takže řekl jen: „Já jsem s kachnou projel skoro celý svět, tak proč ne?“ Koupili jsme za 170 tisíc kachnu od pana Nováka, který s ní každý den jezdil do práce. Byla totálně před rekonstrukcí, takže hromadu peněz stály opravy a úpravy. Museli jsme upravit podvozek, posílit odpružení a pohráli jsme si i s motorem. Nikdy předtím jsem 2CV neřídila, takže mě Tomáš nechal půl roku jezdit se svou kachnou. A v dílně jsem se učila, jak to auto opravit.

Co byl největší problém přímo na Dakaru?

Určitě jízda přes písečné duny – tu jsem ani nemohla nikde natrénovat. A také jsme spotřebovali tolik náhradních převodovek, že nám další museli dovézt

lidi, co taky letěli na Dakar. Ale to zase není takový problém – převodovka kachny se vejde do příručního zavazadla. Jen to vysvětlujte při bezpečnostní kontrole na letišti...

Jak jste se po zkušenostech připravovali na druhý ročník?

Napodruhé už jsme nechtěli jen dojet, ale taky si trochu zazávodit. Uvažovali jsme o kachně se silnějším motorem, ale pak jsem se mohla projet s dvoudymotrovou kachnou Sahara, která se vyráběla pro francouzské kolonie v Africe. A to bylo přesně ono – stálý pohon na všechna kola řešil zahrabávání do písku a dva motory dodaly i vyšší výkon. Ale pak je tu pár „menších“ nevýhod – museli jsme řešit nádrže na benzín, zadní motor se přehřívá a spousta věcí, co se mohou rozbít, je v autě hned dvakrát. Takže jsme si ušetřili vyhrabávání auta z písku, ale



**BEZ NAVIGÁTORA A TÝMU MECHANIKŮ
ANI NEJLEPŠÍ ŘIDIČ DALEKO
NEDOJEDE – A STEJNÉ JE TO
I V BYZNYSU.**

o to náročnější byly opravy. Ale i napodruhé jsme dojeli a to je hlavní.

Co bude dál, máte ještě nějaký motoristický sen?

Já už si svůj největší splnila a ten zážitek mi nikdo nevezme. Příští Dakar ale vynechám. Jen příprava druhého auta stála milion a půl a asi pouze na třetinu celkových nákladů se podařilo sehnat peníze od sponzorů. Auto potřebuje dolaďit, všichni si odpočineme a třeba za rok to dáme znovu – a budeme chtít dojet do 30. místa v celkovém pořadí Dakar Classic. ●

JAK PEČUJEME O PSYCHICKÉ ZDRAVÍ ZAMĚSTNANCŮ?

T Hana Tomešová F archiv, Shutterstock

Vysoké pracovní nasazení, tlak na výkon i časté změny stupňují stres, se kterým se potýkají zaměstnanci většiny firem. Výsledkem je vyhoření, celková nespokojenost a často i zdravotní problémy. Jak se ve Sprinxu snažíme zajistit, aby naši lidé zůstali motivovaní, produktivní, a hlavně zdraví?

Pracujeme s motivací

Každý má jiné důvody, proč chodí do práce. A zdaleka to nemusí být jen peníze. Pochopení individuální motivace je proto základ úspěšného vedení lidí.

Vidíme hlavně člověka, ne jen zaměstnance

V práci trávíme spoustu času, a tak je nevyhnutelné, že se nám do ní promítá osobní život. Starosti i radosti nutně ovlivňují pracovní výkon, a proto je důležité brát zaměstnance jako komplexní osobnosti.

Pracujeme s talenty

Ve Sprinxu se snažíme pojmenovat, na co má zaměstnanec talent, a uzpůsobit pozici konkrétnímu člověku tak, abychom využili jeho silné stránky a podpořili jeho vnitřní motivaci. Pak se například stává, že zaměstnanec přejde z původní role testera do pozice projektového manažera – nebo třeba zvládá obojí. S každým zaměstnancem vytváříme také plán jeho dalšího rozvoje.

Bavíme se o smyslu práce

Lidé potřebují znát svůj cíl a vědět, kde je jejich přínos. Pocit smysluplnosti je nejlepší ochranou před vyhořením. Ale nepřijde sám od sebe – je potřeba se o něm bavit.

Ptáme se na názor

Zajímá nás, jak si Sprinx u zaměstnanců vede. Různými způsoby zjišťujeme zpětnou vazbu a trpělivě nasloucháme. Naše zjištění pak za HR projednáme s managementem.

Zajistíme profesionální pomoc

Při vážných problémech – v pracovním, ale i osobním životě – nabízíme možnost konzultace s psychologkou, se kterou dlouhodobě spolupracujeme také na rozvoji talentů.

Vybíráme podle osobnosti

Při náboru zaměstnanců preferujeme jejich osobnost před zkušenostmi. Technologie i postupy se talentovaní lidé v praxi snadno doučí. Ale když nezapadnou do týmu, nebude mít jejich práce dlouhodobě přínos pro nás ani pro ně samotné.

Lidé jsou základem úspěchu každé firmy. Dobře je motivovat, dát jim cíl, rozvíjet jejich schopnosti i osobnost a pečovat o ně se rozhodně vyplatí. ●



PÉČE O ZAMĚSTNANCE NEJSOU JEN EXTRA DNY VOLNA A DALŠÍ BENEFITY. NASLOUČEJTE JIM, AŽ ZJISTÍTE, CO JE TRÁPÍ.

