Zdeněk Kukal

Založit si vlastní **cestovní kancelář** se Zdeněk Kukal rozhodl hned po převratu v roce 1989. S plavbami po Jadranu začal v první půlce 90. let, v roce 1999 zákazníkům poprvé představil **originální KOLOLOĎ**, což je program kombinující plavbu lodí po Jaderském moři a vyjížďky na kole po chorvatských ostrovech. Letos uvítá už **desetitisícího kololodníka**, a to vše bez klasické reklamy nebo expanze za cenu úvěrů.

Zdeněk Kukal vystudoval geografii na Přírodovědecké fakultě Univerzity Karlovy, na stejné fakultě studovali kdysi i jeho rodiče. Zatímco tatínek je proslulý geolog a oceánograf, maminka stála v 90. letech při založení cestovní kanceláře Geotour. „Moje vystudovaná specializace mi při práci v cestovním ruchu hodně pomáhá. Příprava cest, plánování cyklotras, tvorba map i prostorová logistika – při tom všem své geografické vzdělání používám," konstatuje Zdeněk Kukal.

> Vytváříme i vlastní mapy.

Kolo + loď = kololoď

Už během studia si přivydělával jako externí průvodce Čedoku a přitom přemýšlel, jak by šlo dělat věci lépe, chytřeji a s individuálním přístupem a jaké by to asi bylo, kdyby se dalo svobodně podnikat. Není tedy divu, že jakmile to šlo, založil si vlastní cestovku.

„V 90. letech dělali snad všichni všechno. Geotour nejdřív „vyráběl" třeba čtyřdenní zájezd do Londýna s karosou od JZD Písková Lhota, geografické a ekologické exkurze v Česku pro zahraniční studenty nebo lyžařské a poznávací zájezdy." Potom začal s plavbami po Jadranu a záhy uvedl na trh pozoruhodný program KOLOLOĎ.

TEXT: LUCIE KETTNEROVÁ | FOTO: ARCHIV A SHUTTERSTOCK

A právě tady našel svoji parketu. S nárůstem plaveb, zejména těch kololodních, postupně omezil jiné pořádané akce. „Kdo v cestovním ruchu zůstal malý jako my a nespecializoval se, buď už není, nebo má velké problémy. Malé firmy mají výhodu před velkými ve flexibilitě a specializované přípravě originálních, na práci náročných programů. V šíři nabídky a v cenách je zase ti velcí vždycky převálcují," komentuje zvolenou strategii Zdeněk Kukal.

I když ne všechno bylo na počátku podnikání jednoznačně růžové. Zákazníci nejprve jako by automaticky věřili jen velkým cestovkám typu Fischer nebo Travela, které už dnes však ve své původní podobě neexistují. Zdeněk Kukal přiznává, že trvalo mnoho let, než si důvěru lidí zasloužil.

Propagace vlastní cestou

Geotour při své propagaci téměř nevyužívá klasickou reklamu, ale funguje na osobním doporučení spokojených zákazníků. Takový základ je pak – třeba v době krize – podle Zdeňka Kukala daleko stabilnější než zákazníci nalákaní prvoplánovou reklamou nebo slevami. Své zájezdy také prezentuje na výstavách fotek z plaveb.

„Protože jsme postrádali kvalitní mapy, vytvořili jsme si společně se zakladatelem SHOCartu Bohumilem Hájem originální mapové dílo, které nepřetržitě zlepšujeme a kultivujeme." Mapy se prodávají u nás i ve světě a jsou příkladem velmi efektivní nepřímé reklamy. „A co ušetříme

za běžnou reklamu, můžeme vrátit různou formou během plaveb našim zákazníkům, hlavně těm opakovaným, kteří našemu růstu pomohli nejvíc." A není jich rozhodně málo, letos cestovní kancelář uvítá už desetitisícího kololodníka. V současné době se plaveb účastní 80 procent těch, kteří s Geotourem jedou minimálně podruhé. Kololoď je zkrátka asi návyková…

Každý rok se uskuteční kolem padesátky plavebních termínů, během nichž loď pokaždé upluje přibližně 200 námořních mil. Zdeněk Kukal ani po letech podnikání jen nesedí u telefonu a počítače a nedává pokyny na dálku. Jako jeden ze čtrnácti kololodních průvodců jezdí zpravidla na šest termínů zájezdů. „Přímá zpětná vazba od zákazníků i od posádek lodí je totiž nenahraditelná. Navíc mě moje práce pořád baví a uspokojuje mě. Koupat se v šampaňském Moët & Chandon opravdu nemusím," uzavírá Zdeněk Kukal. ■

Naše řešení

Zdeněk Kukal svému záměru věří natolik, že stále podniká jako fyzická osoba i za tu cenu, že v případě úpadku přijde doslova o všechno. Znalí zákazníci jistě oceňují, že jde s kůží takto na trh. Spolupráce ČSOB a Geotour se píše od jara roku 1990, kdy byla cestovní kancelář založena. V té době totiž bylo nutné mít firemní účet u naší banky kvůli povolení zahraničně-obchodní činnosti tehdejším Federálním ministerstvem zahraničního obchodu ČSFR. V současnosti využívá Zdeněk Kukal v rámci privátního i firemního bankovnictví celou škálu služeb a produktů od běžných a spořicích účtů přes investice do podílových fondů až po investiční životní pojištění. Zároveň je ale pyšný na to, že své podnikání nikdy nerozvíjel na úkor čerpání úvěrů. „Na ČSOB oceňuji spolehlivost a bezchybnost služeb. Vzhledem k povaze mého podnikání bych ale uvítal nižší poplatky pro platbu do zahraničí mimo Evropskou unii a kratší lhůtu při objednávání výběru hotovosti ve výši několika tisíc eur," hodnotí Zdeněk Kukal kvalitu poskytovaných služeb.