**Inovácie nie sú pre podnikateľa len jedna z možností. Sú cestou k úspechu**

***Bratislava, 27. októbra 2019 – Medzi najväčšie výzvy mladých slovenských podnikateľov patria zvýšenie tržieb, zlepšenie predaja a zvýšenie spokojnosti zákazníkov. Najlepšou cestou, ako im čeliť je prostredníctvom inovácii. Zhodli sa na tom speakri tretieho ročníka podujatia Podnikateľská fiesta, ktoré sa uskutočnilo včera popoludní v Bratislave. V dvoch panelových diskusiách hovorili o inováciách v podnikaní vo svete online aj offline.***

Prehľad o tom, s čím sa na Slovensku stretávajú mladí podnikatelia priniesol prieskum, ktorý nedávno realizovalo Združenie mladých podnikateľov Slovenska na vzorke 1000 podnikateľov. *„Vďaka týmto informáciám vieme nielen správne cieliť naše podporné a vzdelávacie aktivity, no potvrdzuje sa tým aj nutnosť zavádzania inovatívnych riešení v podnikaní,“* uvádza Ján Solík zo združenia.

Tému tohtoročnej Podnikateľskej fiesty uviedol **Jaro Zacko**, kreatívec a spoluzakladateľ TRIAD Advertising, marketingový a biznis poradca: „*Podnikanie bez inovácií neexistuje. Každý podnikateľ, malý aj veľký, potrebuje neustále sledovať trendy a prispôsobovať sa potrebám ľudí*.“ Skúsený poradca v biznise tvrdí, že inovácie sú najväčšou konkurenčnou výhodou malých podnikateľov. „*Práve začínajúci a malí podnikatelia majú možnosť priniesť nový pohľad a predbehnúť tak aj veľké spoločnosti, ktorým sa ťažšie vychádza zo zabehnutých koľají.“*

Online inovácie však zďaleka nevládnu len oblasti marketingu. Pre podnikateľov a obchodníkov je nevyhnutné sledovať trendy napríklad aj v oblasti bezhotovostných platieb. V prvom diskusnom paneli podujatia na túto tému diskutovali Martin Dolejš zo spoločnosti MasterCard, Patrick Melioris z ČSOB banky, Peter Ivanka zo spoločnosti Softec a Tomáš Poloma, hlavný štátny radca na oddelení bankovej legislatívy Ministerstva financií SR.

Odborník na oblasť bezhotovostnej ekonomiky **Martin Dolejš**, Director Business Development CZ&SK v spoločnosti Mastercard sa v diskusii vyjadril: „*Bezhotovostné platby a predovšetkým bezkontaktné platby kartou výrazne napomáhajú ekonomickému rastu a zvyšovaniu obratu obchodníka. Zákazníci na Slovensku si veľmi rýchlo zvykajú na nové digitálne spôsoby platenia a vďaka ich jednoduchosti a bezpečnosti uľahčujú proces nákupu a urýchľujú odbavenie zákazníka. Zároveň dávajú obchodníkom nástroje, ako mať svoj obchod pod kontrolou vďaka jednoducho dostupnému on-line prostrediu.“*

Na tému nadviazal **Peter Ivanka**, account manažér spoločnosti Softec, ktorý hosťom podujatia priblížil aktuálnu situáciu v oblasti bezkontaktných platieb mobilnými zariadeniami: „*Príchodom Apple Pay na Slovensko významne vzrástol záujem o platby mobilnými zariadeniami. Pre klientov je to bezpečná a pohodlná alternatíva. Umožniť platiť mobilom by preto malo byť v záujme každého obchodníka. V blízkej budúcnosti to môže byť dôležité kritérium pri výbere e-shopu, v ktorom klient nakupuje.“*

Iný pohľad na online inovácie a ich prepojenie s offline svetom priniesol **Lukáš Bartošek**, Head of Performance & Marketing Strategist digitálnej agentúry Business Factory vo svojej prípadovej štúdii: *„Je veľmi dôležité́ dokázať prispôsobiť̌ reklamné riešenia kontextu offline správania zákazníkov. A na to, aby sme zákazníkovi porozumeli, musíme v prvom rade vedieť klásť správne otázky, porozumieť výsledkom a hľadať optimálne riešenia. “*

Druhá časť panelovej diskusie sa niesla v téme, ktorá je vo svete offline v súčasnosti jednou z najaktuálnejších. O trendoch v oblasti udržateľného podnikania diskutovali zástupcovia menších podnikov, ktoré na tejto filozofii postavili svoje podnikanie, spolu so spoločnosťou METRO Cash&Carry, ktorá už niekoľko rokov princípy zero waste uvádza do svojej obchodnej praxe. **Igor Losman**, ktorý manažuje prevádzku veľkoobchodu v Ivanke pri Dunaji, hovorí: *„Zero waste princípy u nás zavádzame postupne. V našich predajniach sme začali ponúkať ekologický sortiment a čapovanú drogériu, a videli sme, že na to zákazníci veľmi dobre reagujú. Rozhodli sme sa preto posunúť tieto riešenia ďalej aj smerom k majiteľom prevádzok.“*

Založiť svoje podnikanie na myšlienke nenakupovať mohlo ešte nedávno znieť ako utópia. A predsa sa ňou nechala inšpirovať **Katarína Hutyrová** z projektu NOSENE, ktorá hovorí: *„Najekologickejšie oblečenie, ktoré si môžete kúpiť, je to, ktoré už existuje. A tak som sa rozhodla zmeniť názor ľudí u nás na nakupovanie v second handoch.“* NOSENE je dnes úspešný koncept kvalitného oblečenia z druhej ruky, ktorý si spolu s upcyklovanou kolekciou oblečenia Renewals našiel cestu k slovenským spotrebiteľom.

Aj ďalší podnikatelia sa presvedčili, že z témy, ktorá ešte donedávna patrila iba hŕstke vedcov a eko-nadšencov je dnes trend, ktorý ovplyvňuje nákupné správanie zákazníkov. Patrí medzi nich dvojica **Martina Novotová a Martin Gajdoš** s projektom predajne BEZOBALiS, aj **Martina Grňová**, ktorá tvorí svoje zdravé koláče pod značkou Mandlove v súlade s filozofiou zero waste: „*V súčasnosti zákazníci aktívne vyhľadávajú produkty a služby, ktoré sú nielen kvalitné, ale aj vytvorené udržateľným spôsobom. Aj preto napríklad vítajú, že moje koláče k nim rozvážam po Bratislave elektromobilom*.“

Tretí ročník podujatia Podnikateľská fiesta zorganizovali Slovak Business Agency, AMI Communications Slovakia, v spolupráci so Združením podnikateľov Slovenska, Združením mladých podnikateľov Slovenska a spoločnosťou METRO.

**Pre viac informácií, prosím, kontaktujte:**

Kristína Krištúfková – AMI Communications Slovakia

E-mail: kristina.kristufkova@amic.sk, Tel. č.: (+421) 948 606246