

V Parku 12: Interní inovace a startupy

Video transcript

František Kraus: Dnešní téma jsou interní inovace a startupy. Naše pozvání přijala Zuzana Pavlovič, šéfka týmu Start IT z ČSOB. Vítej, Zuzko, ahoj. Co tahle platforma vlastně přináší? Nabízí?

Zuzana Paulovics: Startit ČSOB je vlastně inkubátor nebo akcelérátor pro startupy. Věříme tomu, že nikdy nevíte, odkud ta inovace a ta správná inspirace pro vás přijde.

Karel Kootun: A kde hledáte. Teda když nevíš, odkud přijde, tak jste všude, nebo jste jenom někde?

Zuzana Paulovics: Myslíš ještě jako lokalitou?

František Kraus: Nebo i v metafyzický virtuální vztah?

Zuzana Paulovics: No musím říct, že třeba střední školy jako velmi zajímavý zdroj, lepší než vysoké.

Karel Kotoun: Čím si myslíš, že to je? Že jsou šestnáctiletý lepší než starší?

Zuzana Paulovics: No, možná, že takový ten dril a pouhý fokus jakoby na nějaké akademické úspěchy jim ještě nesebral tu touhu jakoby tvořit něco nového.

František Kraus: A jak ta data nebo ta přání klientů zjišťujete?

Zuzana Paulovics: Musíme si s nima povídat.

Karel Kotoun: My jsme úspěšně spustili Accenture Startup Network. No a jsme velmi rádi, že vlastně na

tom můžeme potom spolupracovat případně s vámi.

František Kraus: Vítejte v další epizodě podcastu v parku 12. Dnešní téma je pro nás podnikání a inovace a tady bychom chtěli navázat na naši dřívější epizodu s kolegy z ČSOB, kteří nám hovořili o zavádění virtuálního asistenta do banky, což byl velmi inovativní projekt a stále probíhající a velmi revoluční na českém trhu. Ale to není všechno, co ČSOB v téhle té oblasti dělá, a proto se budeme bavit o spolupráci této banky a tohoto tradičního hráče se startupy a jak využívá jejich know how v rámci svého off ringu klientům. A jsme velmi rádi, že naše pozvání přijala Zuzana Pavlovics, šéfka týmu Start IT z ČSOB. Vítej, Zuzko.

Zuzana Paulovics: Ahoj, krásný den.

František Kraus: Tak možná na úvod, jestli nám můžeš trochu popsat, co ta platforma nebo ten tým Start it vlastně je. Já občas OB často vídám v budově ČSOB B a vím, že to není jenom v Čechách, že to funguje i v rámci celé skupiny. Tak co tahle platforma vlastně přináší?

Zuzana Paulovics: Startit ČSOB je vlastně inkubátor nebo akcelerátor pro startupy. Je to teda byznysový program, který jim pomáhá přivést inovace na trh. Je specifický v tom, že se nezaměřuje úzce pouze na fintech nebo na startupy, který by mohly pomoci pouze bance, ale pojmáme to tak, že je to jako velice široce zaměřený program, kde hledáme inovace obecně, protože věříme tomu, že nikdy nevíte, odkud ta inovace a ta správná inspirace pro vás přijde.

Karel Kotoun: A kde hledáte. Teda když nevíš, odkud přijde, tak jste všude nebo jste jenom někde?

Zuzana Paulovics: Myslíš teda jako lokalitou nebo i v metafyzických virtuálních? No hledáme hlavně jako samozřejmě ve startupové komunitě, kde už teda po čtyřech a půl letech fungování, jako jsme celkem zaběhlý. Takže samozřejmě jsme v kontaktu s hráči typu Verča. Kapitálové fondy, které mají spoustu start upů, které se mi jakoby líbí, ale vlastně ještě nejsou ve fázi, kdy by byli investovat, ale takže jsou velice rádi, že jim někdo pomůže ty startupy opečovávat. Hledáme je na sociálních sítích, na internetu, na start, rapových večírcích a v poslední době jsme

začali hledat na školách. Musím říct, že třeba střední školy jako velmi zajímavý zdroj, lepší než vysoké.

Zuzana Paulovics: A může viset třeba nám nebo potenciálním start up listům nebo těm, kteří by chtěli mít také start up.

František Kraus: Čím se Startit liší a proč by to měly jít? Proč za vámi?

Zuzana Paulovics: Startit se liší tím, že vás k ničemu neváže, protože není tam ani ta vidina té banky to realizovat pouze pro svoje, pro svůj užitek, pro svoje dobro. Ani tam není nějaký poplatek, ani nechceme podíl v té firmě, takže je to opravdu takový jakoby nezávislý parták po té cestě. A samozřejmě, že ale hledáme způsoby spolupráce, kooperace, které dávají smysl pro obě strany. Ale řekla bych, že ta hlavní přidaná hodnota je, že to je individuálně stavěný program, který fakt pomáhá startupům překonat ty největší překážky, ty časté chyby.

Karel Kotoun: A co právě v tom vidí ČSOB, jako proč diriguje své zdroje a to, jak to třeba pomáhá interním inovacím? Franta zmiňoval skejt, tak máš třeba nějaký úspěšný příklady?

Zuzana Paulovics: Máme několik těch úspěšných příkladů. Tak jednak

ono je tam více rovin jeho. Když to vezmu, tak vlastně já si myslím, že inovace vždycky musí začínat od lidí. Vždycky je to vlastně o tom, kdo tu práci dělá, jak o tom přemýšlí, aby neuvažoval pouze v nějaké své bublině, ale měl otevřené myšlení. A k tomu nám jakoby pomáhá právě i ta spolupráce se startupy, protože například kolegové z banky pomáhají s mentoringem anebo s nějakou expertízu pomáhají našim startupům a tím se vlastně dostávají trošičku mimo ta zjeté a bankovní kolečka a a vlastně jako se začínají dostávat i inspiraci tímhle způsobem. To je i jeden způsob, že ti lidi se dostávají do přímého kontaktu. No a potom vlastně jako my máme tým inspired to rů dejme tomu v ČSOB a takzvané Air Studio, kde vlastně kolegyně dělají všechno možné pro to, aby inspirovali kolegy z banky. Takže třeba přivádíme startupy, aby ukázali, jak oni dělají svůj byznys, kde se jakoby něco nového děje a mimo jiné třeba organizují takové interní hackathon. My můžeme tomu říkat my tomu říkáme surf kempy, kdy prostě kolegové dobrovolně se můžou přihlásit na dvoudenní surf kemp a společně hecují nějaké téma. A děláme to tak, že používáme startupové metody Lean canvas,

prototypování, testování, H, c, d, á a vlastně ti lidi se posouvají dál a potom to, co se naučí, tak vlastně využívají i v té své běžné práci.

František Kraus: A co znamená HC Jde v tom výčtu, co jsi zmiňovala?

Zuzana Paulovics: Jo, aha, CD Human Centr design, to je vlastně přístup k designování produktů, řešení a takový, kdy začínáme o toho zákazníka. Jeho potřeby. To znamená ne, začínáme od toho, jaké máme teďka v bance procesy a jakým způsobem fungují naše systémy, ale začínáme od toho, co potřebuju. Ti zákazníci, co jsme se o nich dozvěděli, proč řeší ty své problémy tak, jak je řeší a na tom stavíme potom to řešení nové, lepší.

František Kraus: Takže nepoužíváte systém od Henryho Forda, který říkal, že kdyby se zákazníků zeptal, co by chtěli, tak mu řeknou rychlejšího koně, ale jdete na to atd.

Zuzana Paulovics: Přístupem já nevím, jak by si tohleto použil od toho Henryho Forda v bance.

František Kraus: Tak jsme já myslel, že Karel chtěl použít ten druhý citát od Henryho Forda a to moji zákazníci mohou mít model T v

jakékoliv barvě, pokud bude černá. No a jak je ta data nebo ta přání klientů zjišťujete?

Zuzana Paulovics: Musíme si s nima povídat.

Karel Kotoun: A tak máte nějaké zdroje, kde ty klienty získáváte, že že že jsou to dobrovolníci nebo jakým způsobem je oslovujete?

Zuzana Paulovics: Dám příklad. Třeba moje kolegyněka milovaná zorganizovala v bance design sprint, školu nebo školu, školu, design sprintů a měli jsme tam právě jako pro příklad virtuální asistentku Cat. No prostě to probíhalo tak, že všichni ti účastníci té školy, jednodenní a. S. Se prostě vypravili mezi kolegy v bance a začali se jich ptát, jako jakým způsobem by chtěli ovládat bankovníctví, jestli hlasem a co by, co by jim to přineslo a proč by to chtěli nebo nechtěli. Takže se ptáme i v rámci zaměstnanců, ale samozřejmě je to i o tom, vyjít mezi klienty do ulic, ptát se firem, prostě těch, co kterých se potřebujete ptát.

František Kraus: Jak řešíte jako by reprezentativnost? Protože může se stát, že zrovna ti lidé, které zajímá

účastnit se tak podle průzkumů jsou třeba jako early adapter, zajímají je ty nové technologie a pak vám třeba tihletí zrovna řeknou my chceme virtuální asistentku, ale pak máte velké portfolio klientů, který třeba to nechtějí.

Zuzana Paulovics: Tak ono je to vlastně stejné jako u startupů. Jako vždy je potřeba vědět, kdo je ta cílová skupina a vědět, jako by koho se musíte ptát a mít třeba i několik person, které tam máte zastoupené jakoby statisticky relevantně. Ale v té první fázi my neděláme kvantitativní průzkum, ale kvalitativní, takže si pak s těma lidma povídáme a chceme pochopit, proč některé věci mají tak, jak je mají, protože teprve potom můžete udělat jako dobrou kvantitu. Teprve potom se to dá vyčíslit, když víte, na co se vlastně máte ptát.

František Kraus: A já se domnívám, že asi takový program jako má ČSOB, tak bych chtěl mít každý jiný korporát. Všichni mluví o inovacích a ne všichni to dělají tak, jaký Jsou třeba problémy nebo výzvy, kterým čelíte, ať už třeba z pohledu zaměstnanců nebo z pohledu budgetu financování, protože je to taky otázka peněz a vůbec pro to,

aby to jako dobře fungovalo. Jako co by si dala? Samozřejmě nechtíc jako dobrý typ někomu, kdo by chtěl něco podobného.

Zuzana Paulovics: No já jsem se bavila s několika korporacemi, které chtěly rozjíždět něco podobného a já si myslím, že to má jakoby spoustu výhod. A pak je tam i pár úskalí, těch pár úskalí, některá si zmínil, takže určitě je to jako by budget a odůvodnit si to, proč to stojí nějaké peníze. Já musím říct, že je start Witte ČSV jakoby velice štihlý program a my to tak držíme úmyslně, protože nechceme být závislí prostě nějakým velkým bagetou. Ale já vlastně jako říkám, že zdůvodňují svoje právo na život jako tím, že ukazujeme potom PR hodnotu, kterou ten a program přináší. Protože měřit ty inovace nebo ty implementace třeba potom společně se startupy je jako velice ošidné. Ono to za prvé jakoby velmi kolísá v čase a má to veliké zpoždění, takže tím je úplně jako nezjistíme, že to děláme dobře. Takže my to děláme tím, že měříme PR hodnotu za prvé a za druhé měříme NET pro motor skor těch startupů potom co projdou programem. A musím teda jako s velkou pýchou vlastně říct, že za poslední dva roky nám dva a půl

roku nám to ne kleslo pod 100 %, což vlastně jako je úžasný ten pro motor skor vlastně hovoří o tom, jestli vás lidi doporučují anebo vás spíš haní, pohybuje se od 100 do 100 a já třeba tohle považuju jako za skvělejší výsledek.

Karel Kotoun: A jako PR metriku. Promiň, že se ptám konkrétně. Používáte pro to hodnocení? Je to na klíč nebo jsou to imprese?

Zuzana Paulovics: Co jsou to a je to advertising value ekvivalent? Takže my počítáme. To, co se objevilo v ne placeném PR převádíme na cenu reklamy ve stejném rozsahu a z toho počítáme, kolik vlastně banka ušetřila na tom, že ten prostor nemusela kupovat.

František Kraus: A kdybychom se teda zaměřili třeba na nějaký příklad, co? Co tě osobně oslovilo jako výstup z jakéhokoliv startupu?

Zuzana Paulovics: Těch startupů, který jsou úspěšný jakoby víc? My jsme strašně pyšný třeba na to, že osmdesát jedna procent absolventů start, ty tu žije, protože asi víte, že úmrtnost start ta působit bude kolem devadesáti procent. Takže nám se to podařilo skoro otočit. A potom, když mám vyjmenovat třeba

nějaké úspěšné startupy, tak dneska zrovna jsem četla na LinkedInu bylo vyhlášeno, že trik sí a start up, který se zabývá digitalizací školek, vlastně se spojuje s bakaláři a který dělá digitalizaci ve školách. Resi stand up já je získal předloni investici od Google Ventures. No a v neposlední řadě třeba Point tý nám pomáhá roboty Zoot procesy v ČSOB.

Zuzana Paulovics: Tady ten komentář ohledně té životnosti mě trochu vrátil do studijních let, protože jsem vlastně taky spolupracovali se startupy nebo s neziskovkami vlastně na univerzitě. A jeden z těch z těch startupů se zabýval na nástroj na podmiňování polí pro rozvojové země a bylo to strašně jako zajímavý a že.

Karel Kotoun: To ještě přijde vhod tenhle ten startup.

František Kraus: Ale možná bych tím navázal Ty jsi zmiňovala, že lepší, řekněme úrodná půda pro startupy v dnešní době jsou střední školy. Jako proč si myslí, že to tak je?

Zuzana Paulovics: Nebo možná vysvětlím, jak jsme se k těm školám dostali a pak pak jako vysvětlím, co jsem tím jako myslela nebo na co

jsme přišli. My jsme se celkem často v startupu setkávali s tím, že startupy prostě, které dva tři roky pracují na nějakém produktu a pořádně si to nezvali, dostali na začátku. Takže potom prostě v tom programu jako přichází na to, že vlastně ta poptávka není úplně silná a vlastně ten produkt už je tak robustní, že s ním jde jakoby těžko kormidlovat, těžko ho měnit, protože prostě když už něco stavíte tři roky, tak on už je to dost velký na. Abyste to nějakým způsobem jako výrazně měnili. A to nás jako hodně trápilo a řekli jsme si, že prostě půjdeme učit vysokoškoláky validovat a ověřovat si poptávku a ptát se těch lidí, jestli by to koupili a zjišťovat jakoby tu silnou validaci, tzn. fakt udělat kampaň, kde ten člověk si myslí, že to stojí tolik a tolik, klikne na to, že to kupuje a teprve tehdy mu řeknete, že. Chystáme to, ozveme se vám, až to budeme mít. Takže do tohohle jsme se pustili s vidinou, že to vlastně stavíme pro vysokoškoláky, protože 77 procent startupy su v Český republice jsou vysokoškoláci. A s velkým překvapením jsme zjistili, že vlastně se nám do toho programu takový intenzivní víkendový program jsme vytvořili, takže se nám tam hlásí jako za šestnáctiletý prostě středoškoláci, tak jako mladý

a vlastně jsme zjistili, že jako by ale oni ve ve finále jakoby vyhrávají ty naše víkendový akce a pak tady prostě vyhrávají Start up holidays n contest normálně z dospěláka má a jsme z toho vlastně hrozně příjemně překvapený, že vlastně tady máme takovýhle podhoubí. Já vím, že to je jenom nějaká jako malá skupina lidí možná, ale vlastně mi to dělá velkou radost, že ti mladí jakoby se k tomu takhle uměj postavit, že vopravdu makaj, že to maj byznysový, jakoby promyšlený a a je to velmi inspirující.

Karel Kotoun: Proč si myslíš, že to je, že jsou šestnáctiletý lepší než starší.

Zuzana Paulovics: No, možná, že jakoby takový ten dril a pouhý fokus jakoby na nějaké akademické úspěchy jim ještě nesebral tu touhu jakoby tvořit něco nového.

František Kraus: Opravdu jako jak se říká, že vlastně když seš mladej nebo malý dítě, tak že máš neomezenou kreativitu. Je to třeba i tou kreativitou? Nebo vidíš tam třeba jakoby větší dopad na kreativitu u těch mladších lidí než u těch starších?

Zuzana Paulovics: To bych asi nemohla posoudit toto. To to fakt jako že do toho se nechci pouštět? To bych takhle řekl, že jako oni už nejsou kreativní, to to nevím, ale prostě byli jsme s toho překvapení, že šestnáctiletý v podstatě děti se normálně dokážou utkat prostě s dospělej ma startupy s těma a vlastně jako z toho ví dobře.

František Kraus: A máš taky příklad úspěšného startupu od středoškoláka?

Zuzana Paulovics: Tak my jsme to začali dělat loni v listopadu, takže ještě nejsme jakoby u toho, že by jsme mohli mluvit o tom, že už teďka máme milionový obraty, tak dále. Ale třeba jeden z takovejch menších úspěchů bylo, že vlastně na konci listopadu jsme udělali validaci Hynkem v Praze a byli tam kluci z RE krabice a vlastně v lednu vyhráli Start Table Edition contest a teď se nám hlásí do akcelérátoru, tak uvidíme, jestli vybereme.

Karel Kotoun: Asi taky stojí za zmínku to, že my jsme včera úspěšně spustili Accenture Startup network, takže ak jsem že se pouští vlastně do něčeho podobného. My máme inspiraci z Itálie, kde tenhle program už běží. To

nastavení vlastní toho programu je možná trošku už víc maturovat né startupy a snažit se vlastně dostat do korporací, protože tam právě co vidíme u těch korporátu, se kterými my hlavně pracujeme je, že oni rádi chtějí inovovat, rádi tam něco chtějí vidět, ale potom se setkají s tou realitou, kde ten startup nemá dostatečnou bezpečnost, nemá dostatečnou zásobu lidí, který by vůbec dokázali obhospodařovat a takže na ty se právě zaměřujeme. No a jsme velmi rád, že vlastně na tom můžeme potom spolupracovat, případně s vámi.

Zuzana Paulovics: No tak to budu strašně ráda a přijde mi to jako super nápad.

Karel Kotoun: A měla bych nějaké typy? Měla. Čím bysme se měli řídit?

Zuzana Paulovics: No takhle myslíš jakoby rady jak to dělat. Já bych spíš řekla jakoby Kde jsou ty úskalí vyjednávání startupů a korporací? S čím se setkávám já? Je vlastně několik jakoby takových. Já možná řeknu z čeho ta nebo takových nepochopení, ale možná řeknu z čeho ta nepochopení jako vyplývají. Jedno z těch nepochopení je, že vlastně ta korporace má

samozřejmě na všechno proces, na všechno commit jí, na všechno jako government, takže prostě všechno se řídí nějakými pravidly, je v tom start tabu. To samozřejmě takhle úplně nemůže být. Start a start up jistě nechápou, proč je to tak jakoby svázané v té korporaci a já jim dycky říkám ono je to logický, tak korporace má co ztratit, ochraňuje vlastně svoje výnosy a naopak zase jako korporace mají někdy problém s tím, že tam ty procesy nejsou, anebo jim to třeba jako nedo cvakne. A to je taky jakoby zásadní v těch vyjednáváních. Potom si fakt uvědomit a co se stane, když tady budeme potřebovat prostě okamžitou podporu v sobotu večer? Jakým způsobem máte? To si myslím, že je zrovna jedna z těch věcí, na kterou ty startupy úplně nejsou připravené, aby prostě byli schopní dávat jakoby podporu, aby měli zajištěný jakoby nějaký lidi, který jsou schopní prostě vyřešit jakýkoliv problém, který může nastat. A ta korporace ho prostě potřebuje řešit, protože jí byznys je na tom závislý, protože to je jedna z věcí. Druhá věc je, že myslím si, že korporace v tom vyjednávání se startupy si musí fakt jako uvědomit, že to je obrovská zakázka pro ten startup a že je v jejich zájmu, aby se domluvili na nějakých rozumných

platebních podmínkách ve smyslu prostě pokud ta korporace bude všechno platit ex-post, tak ten start tam může i položit. Takže si myslím, že tady v tom jakoby je rozumnější ze strany korporace jakoby se fakt ptát na to, jak to máte finančně, co potřebujete jakoby do toho vrazit vlastně už teď a třeba se domluvit na tom, že tam jsou nějaký rozumný zálohy nebo plnění, prostě postupné, aby ten startup to i finančně ustál. To můžou bejt takovýhle věci.

František Kraus: No a z pohledu z toho startupu takle v rámci inkubátoru ČSOB, kdyby si měla vyjádřit nějaký poměr, co jim přináší řekněme jakoby finanční benefity a co jim přináší tady to know how a ta nějaká gain end v tom, jak se jak se pak rozvíjejí dál finanční benefity.

Zuzana Paulovics: Myslíš jak? Jenom já nevím, jestli vůbec nějaký máme.

František Kraus: Takže vůbec jakoby nějaký financování to to je to jakoby anebo nebo odkázání na ty kapitálové fondy, že třeba jako připravíte na ten pitch.

Zuzana Paulovics: Takže my na tom nějakým způsobem participujeme.

Takže opravdu ta pomoc je primárně jako edukační byznys. Já propojujeme, propojujeme, samozřejmě do banky, tam, kde to dává smysl, propojujeme. Občas je na některý naše klienty. To je také taky zajímavý, že vlastně někdy je pro nás i super mít jiný téma s tím naším korporátním klientem a ukázat mu, že my jsme na tebe mysleli něco tady a jakoby je, co by vlastně pro vás mohlo být jako příležitost. Takže spíš jakoby za pomoci tohoto charakteru finančně tam nic nedáváme.

Karel Kotoun: A pak z pohledu z pohledu banky, když třeba nějaký tým řeší nějaký problém v rámci banky a chtěl by se na vás obrátit, jestli třeba nemáte startup, který by jim s tím pomoh, to aplikujete. Nebo jde to skutečně tak, že ti někdo napíše z banky?

Zuzana Paulovics: Ono záleží jaké to téma, když je to téma jakoby velice úzké, specifické, tak jako mně se to špatně hledá, protože jakoby my máme třeba my jsme akceleroval už 72 startupů, ale prostě když vy to máte takto jakoby strašně úzce vyměřené, jako že hledáte jehlu v kupce sena, tak pravděpodobně třeba mezi těmi se sedmdesáti dvěma ani není. Takže

pokud je to velmi úzké, tak ne. Pokud je to inspirace pobavit se s někým, kdo tomu tématu rozumí, dostat se do nějakých jiných okruhů, tak tam to funguje. A to fakt jako děláme?

František Kraus: A je pro vás vize, nebo máte nějakou inspiraci, vizi v jiném akcelérátoru?

Zuzana Paulovics: Nevím, jestli to můžu prozradit, ale já mám teďka domluvené, že bychom moc rádi se pobavili s izraelskými akcelérátory a bavili se s nimi o tom, jak to dělají oni, v čem je to odlišné a co se můžeme naučit. Takže určitě se jakoby učíme a posouváme dál. Naším primárním zdrojem učení je ale zpětná vazba od start upů, tak jak my říkáme startupům. Poslouchejte zpětnou vazbu svých klientů. Tak to děláme i my a potom my jsme vlastně jako jeden ze dvou akcelérátorů tady v ČR, který je členem globální sítě akcelérátorů. A tam vlastně jako máme vopravdu možnost mluvit s těma největšími machra má z Ameriky, takže tam taky jakoby sbíráme zkušenosti a přístupy od nich. Takže to je asi to, kde se učíme.

Karel Kotoun: No super. Tak pro nás jako pro Accenture Startup

Network je určitě jednou z inspirací startit. A budeme se těšit na spolupráci. A ještě moc děkujeme, že si dneska měla čas se u nás zastavit. Děkujeme moc!

Zuzana Paulovics: Moc děkuju za pozvání, bylo to super s váma kluci.

František Kraus: Děkujeme. A pro další informace ohledně expanze Start up Network se podívejte na naše sociální sítě a na náš web.