

professional

VYLEPŠETE SI SVŮJ G1:
TY NEJLEPŠÍ APLIKACE PRO
PROFESIONÁLY

REKLAMA V MOBILU ÚTOČÍ:
VŠECHNO, CO POTŘEBUJETE VĚDĚT
O MOBILNÍM MARKETINGU

WEB 2.0: SOCIÁLNÍ SÍŤ VE FIREMNÍ
KOMUNIKACI ANEB JAK SE V NICH
NEZAMOTAT

SONY ERICSSON XPERIA X1:
STYLOVÝ PRACANT

BUĎTE V PRÁCI HAPPY

MANUÁL NA TO, JAK SE TĚŠIT DO
KANCELÁŘE

Držitelé ceny Wellness centrum roku 2008

... stále nejste členy
nejmodernějšího
wellness klubu?



Ještě máte šanci...

balance
club
BRUMLOVKA

www.balanceclub.cz

OBSAH

- 2 ZOOM**
Mix novinek ze světa
telekomunikací a byznysu
- 3-5 COMPANY**
Reklama v mobilu útočí:
Vše, co potřebujete vědět o mobilním marketingu
- 6 SERVICE**
Volejte z letadla
- 6 Doživotní aktualizace map**
- 7 Business notebook již od 1 Kč:** Budte svému podnikání vždy nablízku
- 8-9 MOBIL**
Sony Ericsson Xperia X1: Stylový pracant
- 10 Vylepšete si svůj G1**
- 11 BLACKBERRY NEWS**
Vyzkoušejte si BlackBerry Internet Service zdarma!
- 11 BlackBerry 8900 přichází**
- 17 INTERVIEW**
AmCham: Jak zvýšit návštěvnost webu
Rozhovor s manažerem Americké obchodní komory pro publikace a webové stránky Romanem Minaříkem
- 18-20 MANAGER**
Budte v práci HAPPY!
Manuál na to, jak se těšit do kanceláře podle inovativního webu ChangeThis.com
- 22-23 HOT SPOT**
Fenomén Buddha-Bar v Praze
Největší událost tuzemské gastronomické a hotelové scény
- 24-27 TRAVELLER**
Volá Londýn!
Jak se v britské metropoli neztratit, zabavit, pohodlně ubytovat a dobře najíst
- 28 GOURMET**
Buddha-Bar: Zázitek pro všechny smysly
- 29 Café Siddharta:** Jednoduchá dokonalost
- 30 ART**
B. B. King: Poslední koncert bluesového krále
- 31 ART MIX**
Ochutnávka kulturních lahůdek jara
United Islands of Prague, Flamenco Nuevo, Pražské jaro 2009 – Juan Diego Flórez, Hapka a Horáček Live
- 12 ACTION**
Sklizeň podle GPS
- 13 Hodinky na hlídání dětí i seniorů**
S náramky z rodiny Skeeper nemusíte mít o své blízké strach
- 14-16 IT**
Web 2.0: Sociální sítě ve firemní komunikaci





VELETRH STAROŽITNOSTÍ ANTIQUE

V pražské Výstavní síni Mánes se od 23. do 27. dubna uskuteční 23. jarní veletrh starožitností ANTIQUE. Návštěvníci si budou moci prohlédnout mnoho jedinečných exponátů od více než šesti desítek vystavovatelů – starožitný nábytek, šperky či obrazy a také křehkou krásu skvostů, které proslavily české sklářství po celém světě. Zvláštní pozornost bude věnována výrobkům pocházejícím z dílen firmy Johann Lötz Witze z Klášterského Mlýna na Šumavě, jež dnes patří k nejhůšce ceněným na starožitnickém trhu po celém světě.

ĎÁBEL VOLÁ Z PRADY

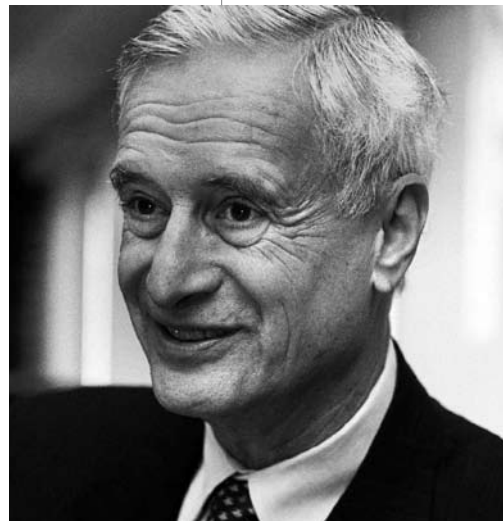
Nová řada unikátního LG PRADA Phone je tu a je plná překvapení! Jedním lehkým pohybem vytáhnete z mobilu malou a velice pohodlnou klávesnici, která vám ulehčí práci při psaní SMS či e-mailů. Stejně jako jeho předchůdce stále nabízí HTML prohlížeč, dotykový displej, 5megapixelový fotoaparát nebo videovolání. K mobilu si můžete pořídit také bluetooth hodinky, které umí diskrétně zobrazit jméno volajícího, textovou zprávu a s handsetem také přijmout hovor, aniž byste museli mobil držet v ruce. V limitované edici k dostání u společnosti T-Mobile.



T-Mobile
Típ:

GASTRONOMICKÁ PARTY SEZONY

Tradiční Prague Food Festival 2009 proběhne od 29. do 31. května 2009 (od 12 do 22 hod.). Oslava umění nejlepších šéfkuchařů této země, ale i nejlepšího piva, vína a míchaných koktejlů se uskuteční v lokalitě přímo královské. Dějištěm bude Křížovnické náměstí, Pražské Benátky pod Karlovým mostem, Alšovo nábřeží, lodě a pontony na Vltavě. Návštěvníci si kulinářské speciality vychutnají v zahradě s výhledem na Pražský hrad, na lodi či na plovoucím molu. Festival nabízí delikatesy české, brazilské, francouzské, japonské, středomořské, thajské, ale i například košer kuchyně. Víde z festivalu, přípravu jídel i příspěvky osobností, to vše můžete letos zhlédnout také na www.youtube.cz/praguefoodfestival. Mapu festivalových restaurací naleznete na www.mapy.google.cz. Více na www.praquefoodfestival.cz.



GURU FIREMNÍ STRATEGIE V PRAZE

Lídr v oblasti teorie firemní strategie a profesor Harvard Business School Robert S. Kaplan, jehož knihy *Balanced Scorecard* a *Alignment*, které změnily svět podnikového řízení a vyšly i v tuzemsku, přijíždí přednášet do Prahy. Konference, jejímž je hlavním řečníkem, zaměřená na řízení nákladů a udržení ziskovosti a výkonnosti firmy, proběhne 2. května 2009 v Clarion Congress Hotel Prague. Vystoupení Roberta S. Kaplana bude simultánně tlumočeno do češtiny. Více informací a přihlášky na www.konference.cz.



KONEČNĚ „COOL“ TELEVIZE

První dubna obohatila českou televizní nabídku celoplošná digitální Prima Cool zaměřená na mladší publikum. Poznávací znamení: zábava, akce, adrenalin a ironie. Prima Cool prý bude vysílat vždy přesně to, co v daný okamžik jinde chybí. Dočkáte se slavných seriálů, jako je špiónážně-akční Chuck nebo inteligentní odlehčená Heuréka – město divů, které obývají výhradně vědci. Dále pak veleúspěšné Teorie velkého třesku, originálního Kanclu, sarkastického Frasiera, kultovního animáku Futurama a také nejslavnější motoristické show světa Top Gear.



REKLAMA V MOBILU ÚTOČÍ

JEŠTĚ NEDÁVNO SPÍŠE SCI-FI. DNES SE VŠAK DÍKY STÁLE LEPŠÍMU MOBILNÍMU PŘIPOJENÍ K INTERNETU, NÁSTUPU KOMUNIKÁTORŮ S VELKÝMI DOTEKOVÝMI DISPLEJI, JAKO JE IPHONE ČI MDA T-MOBILE G1, A TAKÉ RYCHLE SE MĚNÍCÍM SPOTŘEBITELSKÝM NÁVYKŮM STÁVÁ SKUTEČNOSTÍ. TZV. MOBILNÍ MARKETING SE PYŠNÍ SCHOPNOSTÍ ZCELA PŘESNĚ LOKALIZOVAT A TAKÉ MNOHEM PŘESNĚJI IDENTIFIKOVAT PŘÍJEMCE REKLAMNÍHO SDĚLENÍ A JE POVAŽOVÁN ZA NEJRYCHLEJI ROSTOUCÍ ODVĚTVÍ TOHOTO BYZNYSU.

Představte si, že by vás reklamy přestaly obtěžovat. Nabízely by vám jen ty produkty, které vás skutečně zajímají, nijak by vás neomezovaly, a navíc byste s nimi mohli třeba i něco vyhrát. A přesně o to jde mobilnímu marketingu. Nedávné volby v USA, kde Obamovi stoupenci využili hromadné SMS k propagaci svého kandidáta, jsou pádným důkazem, že právě tomuto způsobu adresné komunikace patří budoucnost.

Mobilním marketingem se rozumí reklama distribuovaná prostřednictvím mobilních zařízení, tedy nejčastěji na displejích mobilních telefonů. Tzn. prostřednictvím zařízení, které vlastní drtivá většina tuzemské populace a nosí je prakticky dennodenně při sobě. Způsobů, jak mobilní telefon využít k marketingovým účelům, existuje celá řada.

SMS vedou

S pojmem mobilní marketing se většině z nás vybaví zaslání nejrůznějších reklam prostřednictvím textových zpráv. Ačkoliv se s tímto způsobem inzerce do budoucna příliš nepočítá, v současnosti hraje na poli mobilní reklamy zatím dominantní roli. A to i v tuzemsku. Možností, jak využít krátké textové zprávy v marketingu, je ale mnohem víc.

Soutěže, věrnostní systémy, slevové akce

Často využívanou formou SMS marketingu jsou nejrůznější soutěže a věrnostní programy či slevové akce, jejichž cí-

lem je podpořit prodej určitého výrobku nebo skupiny produktů. Spotřebitelé tak zpravidla mohou získat různé ceny, popřípadě slevu, za poslanou SMS. Náklady na zaslání zprávy může hradit firma, ale obvyklejším řešením je využití speciálního čísla, kde jsou účastníkům účtovány nejčastěji 3 koruny.

Hlasování a volby

Dalším již poměrně rozšířeným způsobem marketingového využití mobilních telefonů jsou nejrůznější hlasování a volby, které znáte například z řady televizních pořadů. Jedná se o jednoduchý a efektivní nástroj, jak k obrazovkám pravidelně přilákat co nejvíce diváků, kteří by jinak pořady sledovali jen okrajově a nepravidelně.

Reklamní SMS na vyžádání

Zatím v plenkách je v tuzemsku přijímání klasických reklamních SMS a MMS. Spotřebitel se musí zaregistrovat na internetových stránkách reklamní agentury, mobilního operátora či jiné společnosti, vyplnit stručný formulář s udáním věku, povolání či zájmů, na oplátku pak za každou obdrženou reklamní SMS získá nějaký bonus. U mobilních operátorů jsou to obvykle vybrané služby, případně volné SMS.

Společnost T-Mobile zkouší pilotní projekt reklamy pomocí SMS a MMS. Testuje ji na dvou skupinách, mládeži



K ROZVOJI REKLAMY NA MOBILNÍCH INTERNETOVÝCH STRÁNKÁCH PŘÍSPÍVÁ I FAKT, ŽE ROZDÍLY MEZI PROHLÍŽEČI NA TELEFONECH A KLASICKÝCH POČÍTAČÍCH SE ZAČÍNÁJÍ VYTRÁČET.

a ženách z města. Pilotní provoz poběží jeden až dva měsíce a klienti za účast získají vybrané služby zdarma. „Jsme si jisti, že se použití mobilního telefonu jako nositele reklamního sdělení stane základní součástí mediálního mixu komunikačních kampaní během relativně krátké doby,“ říká tisková mluvčí T-Mobile Martina Kemrová. Některé agentury dokonce za příjem reklamních textovek registrovaným uživatelům platí. Jako například projekt Hellomobile.cz. Zájemce o příjem reklamy se musí zaregistrovat na Hellomobile.cz, kde o sobě uvede poměrně podrobné informace. Takových lidí se už našlo přes 300 tisíc. Průměrná cena za přijetí jedné reklamní SMS zprávy se pohybuje okolo dvou korun.

Operátor živý jen z reklamy

Zcela novou formu mobilních služeb placených z reklamy představuje virtuální mobilní operátor Blyk (www.blyk.co.uk). Je to první virtuální operátor financovaný z reklamy, který byl spuštěn v Británii s cílem oslovit generaci 16–24letých. Společnost nabízí své SIM karty pouze na základě oslovení mladých lidí z uvedené věkové skupiny, kteří mohou volat a posílat zprávy zdarma, na základě svolení se zasláním reklamních sdělení na jejich mobilní telefony. Během vstupu na trh v září 2007 nabídl Blyk 217 textových zpráv a 43 hovorových minut zdarma měsíčně. Za to obdrží každý uživatel sítě 6 reklamních zpráv za den.

Mobilní internet

Masově se šířící a stále kvalitnější mobilní připojení k internetu je považováno za skutečnou budoucnost reklamy uskutečňované prostřednictvím mobilních telefonů. Jen

v České republice ho podle dostupných informací využije více než milion lidí měsíčně. K rozvoji reklamy na mobilních internetových stránkách přispívá i fakt, že rozdíl mezi prohlížeči na telefonech a klasických počítačích se začínají vytrácet. Nejnovější modely mají displeje, které dokážou zobrazit reklamní banner ve vysokém rozlišení či například velmi kvalitně přehrát video.

Z mobilů jsou zatím nejnavštěvovanějšími portály wapové stránky operátorů jako jsou například t-zones, na kterých se stále častěji objevují reklamní sdělení třetích stran. Rychle však přibývají i „mobilní“ verze celé řady dalších portálů, jako jsou Seznam.cz, Rajče.net, Facebook.com a další, které se tak stávají dostupné i z méně sofistikovaných telefonů.

Reklama součástí mobilního obsahu

Aplikace, hry, či dokonce mobilní televizní vysílání. I to může být vhodný prostor pro umístění reklamy. Popularita tzv. advergamingu (marketingových aktivit využívajících k šíření reklamních sdělení různé druhy počítačových – případně mobilních – her) vzrůstá úměrně zvyšujícímu se počtu hráčů. Hry přitom mohou obsahovat nejen reklamu firem, které produkci sponzorují. Mnohdy totiž vznikají aplikace přímo podle přání konkrétního zadavatele, kupříkladu podle filmu či televizního seriálu. V tuzemsku vytváří mobilní hry na zakázku například společnosti Adaptic, Redboss, Expansion Group, Picalon Studios, Handjoy nebo Nostromo ICT.

Mobilní TV

Přestože v ČR mobilní televize ve formátu DVB-H prozatím nefunguje a vyhlášení tendru na držitele vysílací licence se teprve chystá, dá se očekávat, že se stane dalším významným nástrojem firemní marketingové komunikace. Pokud vyjde plán českých mobilních operátorů – členů Asociace provozovatelů mobilních sítí – a licencovanou firmou se stane dceřiná společnost APMS, která síť pronajme všem třem členům, bude každý z nich pro své zákazníky vyrábět vlastní program. A dá se očekávat, že nějaký prostor ve vysílání zbude i pro inzerty.

Důkazem úspěšnosti takového marketingu může být Norsko. Jakmile se u tamního mobilního operátora registrujete do systému diváků 3G televizního přenosu, je vám nabídnut k vyplnění dotazník o vašem bydlišti, povolání a zájmech. Tento dotazník je následně uložen do databáze, a divátele se na televizi v mobilním telefonu, operátor vám bude pouštět pouze ty reklamy, které by vás mohly skutečně zaujmout.

Kódované zprávy

Slibným reklamním formátem jsou speciální grafické kódy, takzvané beetagy nebo QR kódy. Ty mohou být umístěny prakticky kdekoli – na nástěnce, v časopise, v novinách nebo třeba na obalu čokolády. Díky speciální aplikaci pak stačí pomocí mobilního telefonu takový kód vyfotografovat a na displeji se vám následně zobrazí doplňující informace. Pokud například čtete novinový článek a pod ním je umístěn beetag, po jeho vyfocení se vám na mobilu například otevře internetová verze textu nebo se přehraje související video umístěné na stránkách listu. Jestliže by u článku byla anketa, uživatel by jednoduše vyfotil grafický kód pod ní a následně by mohli pomocí speciálního formuláře vyjádřit svůj názor nebo hlasovat.

Největší překážkou v rozšíření těchto speciálních grafických kódů je fakt, že pro jejich dešifrování je zapotřebí specifická mobilní aplikace. Uplatnění tedy naleznou především v době, kdy bude tato čtečka uživatelům distribuována snadným a rychlým způsobem, např. v základní výbavě telefonů. V Čechách jsme zaznamenali nesmělou kampaň Seznamu, který začal používat QR kódy v outdooru, letáčích



a webových stránkách. V rámci direct mailové komunikace cílené na mladé využívá tyto kódy i T-Mobile.

Bluecasting – ideální řešení na frekventovaných místech

Jedním z moderních nástrojů marketingové komunikace, která již byla v několika případech testovaná i v České republice, je takzvaný bluecasting. Na místech, kde denně projde větší množství lidí, se instalují bezdrátové moduly, které v okruhu několika metrů automaticky rozesílají určitou zprávu, obrázek, či dokonce mobilní hru. Jde-li tak uživatel, který vlastní mobilní telefon se zapnutou technologií Bluetooth, okolo takového místa, je mu nabídnuta například hudební skladba či jiný prvek mobilního obsahu.

Telefon jako peněženka

V posledních letech lze v ČR mobilní zařízení využívat také jako platební kanál nebo jím objednávat zboží. Prostřednictvím tzv. Premium SMS je možné platit za nejrůznější služby (MHD v Praze a Ústí nad Labem, parkování v Ústí) či produkty (nejčastěji hry, aplikace či vyzváněcí melodie do mobilních telefonů) anebo přispívat na charitativní projekty a sbírky (tzv. dárcovské SMS, zkráceně DMS).

Stále častěji se také uplatňují i SMS kupony, tedy že kupříkladu zaplatíte přes mobil vstupenku do kina. Zpět vám přijde kód, který si obsluha u vstupu načte a identifikuje jako platnou vstupenku. Podobný systém se chystá v blízké budoucnosti využívat také řada promotérů kulturních akcí.

Mobilní reklama na druhou

Existují však ještě rafinovanější způsoby marketingového využití mobilních technologií. Zřejmě nejperspektivnější

jsou tzv. Location Based Services (LBS). Jde o nejrůznější služby využívající vestavěného modulu GPS ve spolupráci s mobilními mapami a vyhledávači.

Například služba EarthComber.com nabízí uživatelům v USA možnost vyhledat zábavní podniky, sportoviště, restaurace apod. Systém jednoduše vyhodnotí polohu uživatele pomocí GPS a na jejím základě vyhledá požadovaná zařízení v okolí. Umožňuje publikovat nabídky profesionálním zadavatelům reklamy, ale současně také vytvářet sociální sítě přátel, kteří tak mohou sdílet své tipy na oblíbená místa. Takže po zpracování požadavku se vám na displeji objeví nejen všechny posilovny v okolí, ale také poznámka, že váš kamarád Tomáš chodí právě do té a té, kterou vřele doporučuje. V současnosti je na systém napojeno přes 10 milionů míst po celých Spojených státech.

Další podobnou službou je GPSshopper.com, kterou nabízí americký operátor Sprint Nextel ve spolupráci s Microsoft Live Search pro vyhledávání výrobků a obchodů, které je mají v nabídce. V současnosti pomocí této služby nabízí své zboží více než 50 tisíc obchodů po celých USA.

Blízká budoucnost

V tuzemsku je zatím asi největší překážkou živelného rozvoje výše uvedených služeb nedostatečné pokrytí republiky vysokorychlostním internetovým připojením, se kterým mobilní marketing počítá nejvíce. To však nic nemění na tom, že mobilní marketingové nástroje skrývají nezměrný potenciál a řadu z nich lze bez problému využívat i za stávající kapacity mobilních sítí. S ohledem na to, že například T-Mobile hodlá spustit síť nové generace LTE již od roku 2010, je budoucnost mobilního marketingu více než blízká.

MASOVĚ SE ŠÍŘÍCÍ A STÁLE KVALITNĚJŠÍ MOBILNÍ PŘIPOJENÍ K INTERNETU JE POVAŽOVÁNO ZA SKUTEČNOU BUDOUCNOST REKLAMY USKUTEČŇOVANÉ PROSTŘEDNICTVÍM MOBILNÍCH TELEFONŮ.



ZAVOLEJTE SI I Z LETADLA

PŘIPADÁ VÁM ČAS STRÁVENÝ V LETADLE PROMARNĚNÝ? UŽ NEMUSÍ BÝT. JIŽ OD ÚNORA MÁTE DÍKY T-MOBILE MOŽNOST NA PALUBÁCH VYBRANÝCH LETŮ TELEFONOVAT.

Přijímat hovory, posílat a přijímat SMS, MMS a e-maily i připojit se k internetu – vybrané společnosti nepožadují vypnutí mobilního telefonu ani během letu. Služba je dostupná pro tarify i Twist zákazníci, ceny jsou stejné jako ve 4. roamingové zóně a pokrytí průběžně rozšiřujeme. Zeptejte se před odletem. Pozemní personál letiště vám rád sdělí, zda je v daném letadle možné na palubě telefonovat a využívat datové služby.

Ceník volání v letadle

		Tarifní zákazníci	Twist
Hovory	Odchozí volání	80 (95,20) Kč/min.	80 (95,20) Kč/min.
	Příchozí volání	55 (65,45) Kč/min.	55 (65,45) Kč/min.
SMS		13 (15,47) Kč	13 (15,47) Kč
MMS		18 (21,42) Kč	18 (21,42) Kč
EDGE/			
GPRS	Internet/Intranet	0,34 (0,40) Kč/kB	(0,25 Kč)/kB
	WAP	2,30 (2,74) Kč/kB	(1,67 Kč)/kB

Ceny jsou uvedeny v Kč bez DPH, v závorce pak včetně DPH 19%. Cena volání na jiná než Účastnická čísla (např. audiotextové služby) je závislá na typu hovoru a síti, v níž byl hovor uskutečněn. Pro bližší informace o cenách za tyto hovory kontaktujte Zákaznické centrum T-Mobile: 4603 – ze sítě T-Mobile (firemní zákazníci 4644), 603 603 603 – z ostatních sítí (firemní zákazníci 603 604 644).

Společnost	Typ letadla	Pokrytí Destinace
bmi-UK	Airbus A320	linka Londýn (Heathrow)–Moskva
TAP Portugal	Airbus A319	celá Evropa a portugalské ostrovy (Azory, Madeira, Kapverdy), Dakar
Wataniya Airways	Airbus A320	linka Kuvajt (hl. město)–Dubaj
Ryanair		linky z a do Dublinu

DOPŘEJTE ZAMĚSTNANCŮM VYBRANÉ PREMIUM SMS

Způsob placení mobilem za jízdenku, parkovné, pojištění nebo poplatky u doktora se těší stále větší oblibě. Tyto platební služby na předčísli 902 již fungují v Praze, v Ústí nad Labem, u ČPP a v několika nemocnicích. Společnost T-Mobile vám umožní odblokovat tyto služby pro vaše zaměstnance, kteří tento servis zajisté uvítají jako praktickou pomoc. Přístup k ostatním Premium SMS službám (info, erotika apod.) bude blokován stále.

DOŽIVOTNÍ AKTUALIZACE MAP LEVNĚJI

Společnost Garmin představila službu nüMaps Lifetime, nabízející doživotní aktualizaci map v GPS navigaci za cenu výrazně nižší než běžně dostupné jednorázové aktualizace.

Po uhrazení poplatku mají uživatelé přístup k nejnovějším mapovým podkladům, aktualizovaným až čtyřikrát za rok. nüMaps Lifetime je určen navigacím podporujícím City Navigátor NT, mezi něž patří všechny současné modely a zařízení, které byly na trhu představeny v posledních dvou či třech letech. Pro české zákazníky bude asi nejnámější nüMaps Lifetime Europe, k dispozici jsou také verze nüMaps Lifetime North America a kombinace obou mapových podkladů. Soubory těchto mapových podkladů jsou k dispozici ke stažení na stránkách www.garmin.com. Zákazníci si můžou stahovat aktualizace sami nebo lze využít služeb specializovaných prodejců navigací značky Garmin, kteří jsou schopni data stáhnout a nainstalovat. Technické požadavky? Počítač PC nebo MAC, vysokorychlostní připojení k internetu, USB kabel a založený účet na <http://my.garmin.com>. Služba nüMaps Lifetime Europe je k dispozici za ekvivalent ceny 120 eur včetně DPH.





BUSINESS NOTEBOOK JIŽ OD 1 KČ

BUĎTE SVÉMU PODNIKÁNÍ VŽDY NABLÍZKU. S MININOTEBOOKEM NEBO BUSINESS NOTEBOOKEM A INTERNETEM OD T-MOBILE.

Snažíte se dávat své práci maximum? Mnoho času i energie vám může uspořít špičkový notebook s připojením k internetu od T-Mobile. Doporučujeme vám značkový notebook včetně modemu Huawei E160 USB Stick s tarifem Premium již za 1 Kč. Díky němu se svému podnikání budete moci věnovat odkudkoli. I mimo kancelář si udržíte kontrolu nad běžícími projekty a možnost okamžitě reagovat na obchodní příležitosti. Můžete si vybrat ze dvou modelů ten, který je pro vás praktičtější. Maximálně výkonný a spolehlivý je profesionální notebook HP Compaq 6730b, který splní i ty nejnáročnější požadavky. Nebo pokud dáváte přednost spíše menšímu, ale také všestrannému pomocníkovi, vyhoví vám mininotebook HP Mini 2140.

Parametry business modelu HP Compaq 6730b

- výkonný 2jádrový procesor Intel® Core™2 Duo T5870
- velikost displeje 15,4 palce, rozlišení 1280 x 800 pixelů
- operační paměť 4096 MB
- pevný disk 160 GB
- Wi-Fi 802.11 a/b/g/n, Bluetooth 2.0
- VGA webová kamera
- Windows Vista Business
- dvouletá garance příjezdu autorizovaného servisního partnera HP do následujícího pracovního dne kamkoli v ČR zdarma, platí pouze pro záruční opravy

Parametry mininotebooku HP Mini 2140

- velikost displeje 10,1 palce, rozlišení 1024 x 576 pixelů
- celohliníkové pouzdro, váha 1,19 kg
- procesor Intel® Atom N270
- operační paměť 1024 MB
- pevný disk 160 GB
- WiFi 802.11 b/g, Bluetooth 2.0
- VGA webová kamera
- Windows XP Home Edition

Ceny notebooků HP Compaq 6730b s datovým zařízením

Notebook s	Internet Basic	Internet Standard	Internet Premium
Huawei E160		12 999 Kč	8 999 Kč
4G USB modem	22 499 Kč	18 499 Kč	14 499 Kč



Ceny notebooků HP Mini 2140 s datovým zařízením

Notebook s	Internet Basic	Internet Standard	Internet Premium
Huawei E160		3 499 Kč	1 Kč
4G USB modem	12 999 Kč	8 999 Kč	4 999 Kč

Ceny notebooků s datovým zařízením

Ceny jsou uvedeny v Kč včetně DPH. Nabídka notebooku HP Compaq 6730b a HP Mini 2140 s datovým zařízením platí s vybraným tarifem pro Internet 4G při uzavření smlouvy na 2 roky do vyprodání zásob. Při koupi notebooku může být požadována záloha až do výše 6000 Kč, která bude po 3 měsících použita na úhradu vyúčtování služeb. Základní cena notebooku HP Mini 2140 je 10 999 Kč a notebooku HP Compaq 6730b 20 999 Kč vč. DPH. Více informací o tarifech pro Internet 4G najdete na www.t-mobile.cz.

SONY ERICSSON XPERIA X1: STYLOVÝ PRACANT

TENTO KOMUNIKÁTOR PATŘÍ NA POLI MOBILNÍ KOMUNIKACE MEZI NEJVYBAVENĚJŠÍ PŘÍSTROJE DNEŠKA. KROMĚ VYSPĚLÝCH PRACOVNÍCH FUNKCÍ VÁS DOKÁŽE I ZABAVIT NEBO NAVIGOVAT PŘI CESTĚ. UPOUTÁ VÁS ALE I SVÝM ELEGANTNÍM DESIGNEM A VYSOCE KVALITNÍM ROZLIŠENÍM DISPLEJE.



Všechny moderní funkce se přitom vešly do poměrně malého těla, které je z převážné většiny vyrobeno z broušeného kovu. Díky použití hodnotných materiálů získal komunikátor velmi stylový design. Černé plochy oživují stříbrné doplňky a linka, která se táhne po stranách přístroje. Kovové části se podepsaly také na prvotřídní kvalitě konstrukce. Tu oceníte zejména u výsuvného mechanismu. XPERIA X1 totiž obsahuje plnohodnotnou klávesnici QWERTY, která se objeví po odsunutí horní části s displejem. Klávesnice nabízí čtyři řady rozměrných kláves z tvrdého stříbrného plastu, jejichž stisk je jistý a doprovázený tichým cvaknutím. Bez obtíží tak na komunikátoru napíšete i delší e-maily.

Špičkový širokoúhlý displej

Většinu přední strany zaujímá rozměrný dotykový displej o úhlopříčce tři palce. Díky vysokému rozlišení 480 x 800 bodů poskytuje velmi jemný obraz. Aktivní zobrazovací

technologie se pak postará o věrné podání barev. Pod displejem naleznete blok funkčních kláves. Věvodí mu čtyřsměrné navigační tlačítko s potvrzovacím středem, který slouží též jako touchpad. Pro pohyb v nabídce stačí posouvat prst po ploše tlačítka, nemusíte tak mačkat boční směrové klávesy, které se zejména ve vertikálním směru poměrně špatně tisknou. Dále zde nechybí ani tradiční tlačítka pro zahájení a ukončení hovoru, dvojice kontextových kláves a tlačítko pro zavírání oken aplikací. Unikátní funkcí komunikátoru jsou ovšem tzv. X-panely, jejichž nabídka se zobrazí po stisku stejně nadepsané speciální klávesy. Panely jsou motivy pro pohotovostní displej, které pak zobrazují různé druhy informací. Pohotovostní displej si tak můžete snadno upravit podle svých představ a při práci s komunikátorem budete mít potřebné informace, např. o počasí nebo nejbližších událostech v kalendáři, stále na očích. Z pohotovostního displeje také lze rychle pouhým dotykem spouštět

Plusy a minusy

- + maximalistická funkční výbava
- + kvalitní kovová konstrukce
- + špičkový displej
- náchylnost na otisky prstů
- méně ergonomická funkční tlačítka
- vysoká cena

oblíbené aplikace a funkce, ovládat hudební přehrávač nebo vyzvánění.

Komunikátor Sony Ericsson XPERIA X1 je vybaven operačním systémem Windows Mobile 6.1 Professional, díky kterému jsou možnosti použití zařízení velmi široké. Na internetu totiž naleznete spoustu placených i volně stažitelných aplikací, které lze do komunikátoru doinstalovat, a rozšířit tak jeho funkčnost – pak už si jenom užíváte velkého množství prospěšných, ale i zábavných funkcí. Uživatelské prostředí přístroje je z velké části uzpůsobeno pro ovládání prsty. Zejména v nabídce nastavení ale budete potřebovat dotykové pero, které je uschováno v šachtě v levém horním rohu přístroje. Odezva přístroje a rychlost jeho reakcí je velmi dobrá. Ko-

fotoaparátu, který je vybaven diodovým bleskem a automatickým zaostřováním. Fotoaparát podporuje i natáčení videa o velikosti 640 x 480 bodů. Hudebnímu přehrávači sekunduje FM rádio s RDS. Díky 3,5mm jacku přímo na těle přístroje si snadno připojíte vlastní sluchátka. Vestavěný GPS čip využijete u aplikace Google Maps pro prohlížení map a satelitních snímků celého světa nebo pro plnohodnotnou navigační aplikaci Wayfinder. Sony Ericsson XPERIA X1 je multifunkční zařízení, díky kterému budete mít zábavu, informace i pracovní agendu stále u sebe.

TEXT: ING. JAN HORALÍK

REDAKTOR MOBILMANIA.CZ A ČASOPISU MOBILITY



munikátoru dodává energii Li-Pol baterie o vysoké kapacitě 1500 mAh, která na jedno nabití vydrží až tři dny.

Multimediální centrum do dlaně

Telefonní seznam je omezen jen velikostí volné paměti. Ke každému kontaktu si můžete uložit velké množství údajů, které pak snadno synchronizujete s programem MS Outlook nebo serverem Exchange. Synchronizovat samozřejmě lze i události v kalendáři či úkoly. Jistě oceníte i e-mailový klient nebo editor dokumentů Office. Data pro plnohodnotný internetový prohlížeč zajistí technologie EDGE, UMTS a HSDPA. Komunikátor podporuje i WiFi a Bluetooth.

Vnitřní paměť přístroje o velikosti 400 MB lze rozšířit paměťovými kartami microSDHC. V základním balení jako dárek naleznete kartu o velikosti 4 GB. K dispozici tak budete mít dostatek paměti pro svou oblíbenou hudbu, videa i kvalitní fotografie z 3,2megapixelového

TECHNICKÉ PARAMETRY

Rozměry a hmotnost:
110 x 53 x 17 mm, 145 g

Procesor: Qualcomm 7200 A, 528 MHz,
256 MB RAM

Sítě a datové přenosy: GSM/GPRS, EDGE,
UMTS, HSDPA

Paměť: vnitřní paměť 400 MB, slot pro
paměťovou kartu microSDHC, karta
o velikosti 4 GB jako dárek

Displej: aktivní TFT, rozlišení 480 x 800
bodů, úhlopříčka 3", 65 tisíc barev. Ovládání
prstem nebo dotykovým perem

Fotoaparát: rozlišení 3,2 Mpix, automatické
zaostřování, diodový blesk, natáčení VGA
videa

Konektivita: Bluetooth, miniUSB, WiFi

Multimédia: přehrávač hudby a videa,
podpora streamovaného videa, FM rádio
s RDS, 3,5mm jack

Kancelář: adresář, organizér, e-mail,
synchronizace s MS Outlook, internetový
prohlížeč, čtečka RSS kanálů

Navigace: integrovaný čip GPS, aplikace
Google Maps, navigační aplikace Wayfinder



VYLEPŠETE SI SVŮJ G1

Již v jeho základní výbavě oceníte přehledný a propracovaný kalendář, který se automaticky synchronizuje s vaším účtem u Googlu. Veškeré naplánované události, ale i kontakty ze svého telefonního seznamu můžete tedy spravovat i přes jakýkoliv počítač připojený k internetu. Po odsunutí rozměrného displeje se objeví plnohodnotná QWERTY klávesnice, díky níž i delší e-mail napíšete rychle a bez obtíží. Komunikátor jej pak ihned odešle přes integrovaný e-mail klient. Velký displej společně s kvalitním prohlížečem Browser zaručí plnohodnotný a pohodlný přístup na internet. Všechny informace z této celosvětové sítě tak máte neustále ve své kapse.

To ale není zdaleka vše, co toto zařízení po pracovní stránce nabízí. T-Mobile G1 je prvním přístrojem, který je vybaven otevřeným operačním systémem Android, díky tomu lze do komunikátoru instalovat nové aplikace, a tak přidávat nové funkce. I když je Android horkou novinkou, již nyní je v nabídce velké množství aplikací, které jsou z převážné části zdarma. Nemusíte se ani obávat obtíží při jejich vyhledávání a instalování. Počítač k tomu nebudete vůbec potřebovat. Veškeré aplikace jsou dostupné v internetovém obchodu Market, na který se dostanete přímo ze svého komunikátoru. Aplikace jsou zde setříděny podle kategorií, ale můžete mezi nimi vyhledávat i podle jména. Jedním kliknutím pak vybranou aplikaci stáhnete do svého komunikátoru a ona se ihned automaticky nainstaluje. Nyní si několik zajímavých pracovních aplikací představíme. Musím vás ale upozornit, že uživatelské prostředí komunikátoru i drtivá většina aplikací jsou dostupné jen v angličtině. Kdo neumí alespoň základy tohoto jazyka, tomu zatím nemůžu operační systém Android doporučit. Česká lokalizace ale bude brzy k dispozici.

VYBRALI JSME PRO VÁS APLIKACE, KTERÉ UDĚLAJÍ Z KOMUNIKÁTORU T-MOBILE G1 NEJLEPŠÍ MOBILNÍ KANCELÁŘ NA TRHU.

Najde nejbližší hotel i bankomat

Vzhledem k tomu, že je T-Mobile G1 vybaven integrovaným čipem GPS a elektromagnetickým kompasem, je mnoho aplikací určeno pro vyhledávání a lokalizaci. Pevnou součástí systému Android je aplikace Google Maps, která umí zobrazit mapy celého světa včetně satelitních snímků i s vaší aktuální polohou. Dokáže také najít trasu mezi dvěma body. Horkou novinkou je služba Latitude, díky níž můžete na displeji komunikátoru vidět přesnou polohu svých známých nebo zaměstnanců, kteří mají tuto službu aktivní. Google Maps ale není jedinou lokalizační službou. Velmi užitečná je aplikace Lokola, která je jednou z prvních aplikací pro operační systém Android od českých vývojářů. S její pomocí snadno vyhledáte např. restauraci, kino, divadlo, čerpací stanici či bankomat. Výsledky hledání lze zobrazit přímo na mapě nebo v přehledné tabulce. Máte možnost do vybrané restaurace rovnou zavolat nebo napsat e-mail. Více se dozvíte na www.lokola.cz. Při cestách jistě přijde vhod cab4me, která umí vyhledat nejbližší taxislužbu a rovnou vytočit její číslo. Na stejném principu pracuje i aplikace Hotels. Ta zobrazí i fotografie vybraného hotelu a zjistí, zda v požadovaném termínu nabízejí volný pokoj. Pokud vám při služební cestě vybudě chvíle volna a budete se chtít porozhlédnout po zajímavostech v blízkém okolí, doporučuji aplikaci Wikitude, která památky nejen vyhledá a ukáže jejich popis, ale s pomocí kompasu zobrazí také směr a vzdálenost. Díky WikiMobile si pak jakékoliv heslo vyhledáte v oblíbené Wikipedii. Při cestách do zahraničí jistě oceníte aplikaci Word Clock, která umí zobrazit aktuální čas kdekoli ve světě, nebo překladač Translator s automatickým rozpoznáváním jazyka a podporou češtiny. Aktuální i předpovídané počasí pro cíl vaší cesty umí zobrazit AccuWeather nebo WeatherBug. Aktuální kurzy všech světových měn zjistíte pomocí aCurrency. Převodník fyzikálních jednotek ConvertDroid si poradí nejen s délkou, plochou a objemem. Stav akcií na světových trzích zobrazí aplikace Finance a Quote Pro.

Autonavigace za dvěma

Pro operační systém Android se již připravují plnohodnotné navigační aplikace do automobilu CoPilot Live a AndNav2, které budou dostupné za úplat. T-Mobile G1 si brzy poradí také s kancelářskou prací. Mimo kancelář si dokumenty ve formátu doc, txt a xls přečtete díky aplikaci Quickoffice, kterou si zanedlouho stáhnete za osm dolarů. Místo zápisníku můžete pro rychlé poznamenání krátkých textů využít AK Notepad nebo QuickList. Diktafon nahradí Voice Recorder. Pro složitější matematické výpočty vyzkoušejte handyCalc, který dokáže vykreslit i grafy.

Aplikace i pro zábavu

Toto je jen několik zajímavých aplikací pro komunikátor T-Mobile G1, zaměřených na pracovní využití. Jejich počet se každým dnem rozrůstá. Při procházení internetového obchodu Market tak jistě narazíte i na bezpočet jiných s odlišnými funkcemi. Kromě nich si můžete zdarma stáhnout také mnoho aplikací pro zábavu. V nabídce Marketu nechybějí ani hry. Ale protože stahování aplikací a provoz většiny z nich vyžaduje připojení komunikátoru k internetu, doporučuji si na vaší SIM kartě aktivovat neomezený datový tarif. Jedině tak využijete svůj komunikátor T-Mobile G1 opravdu naplno.

TEXT: ING. JAN HORALÍK

REDAKTOR MOBILMANIA.CZ A ČASOPISU MOBILITY

NOVÝ BLACKBERRY 8900 JE TU!

Nový přírůstek do rodiny komunikátorů od výrobce Research In Motion je model BlackBerry 8900, který je přímým nástupcem oblíbeného BlackBerry 8310. Má atraktivní černou barvu, a je dokonce ještě o pár milimetrů menší než jeho předchůdce – stále však garantuje pohodlné psaní delších zpráv na plnohodnotné QWERTZ klávesnici.

Displej

Přístroj 8900 má navíc jemnější rozlišení displeje (480 x 360 bodů), což se naplno projeví při multimediálním využití – prohlížení obrázků či přehrávání videa.

Foto, video, kancelářské aplikace

Novinka se pyšní 3,2Mpx fotoaparát, který umožňuje natáčet i video. Standardní vlastnosti BlackBerry přístrojů, jako jsou automatická synchronizace e-mailů, kalendáře a kontaktů, prohlížení internetových stránek, stahování a instalace dalších aplikací či určování pozice dle on-line stahovatelných map, zůstaly samozřejmě zachovány i ve verzi 8900, mnohé však byly vylepšeny či dostaly nový vzhled.

Nej BlackBerry 8900

- Push e-mail (permanentní synchronizace)
- Malé rozměry
- 3,2Mpx fotoaparát s bleskem
- EDGE, WiFi
- Multimediální přehrávač + slot microSD
- GPS modul + stahovatelné mapy celého světa
- Instant messaging



VYZKOUŠEJTE SI BIS ZDARMA!

DÍKY NOVÉ SLUŽBĚ BLACKBERRY INTERNET SERVICE MÁTE MOŽNOST ON-LINE PŘÍSTUPU K E-MAILŮM VČETNĚ PRÁCE S PŘÍLOHAMÍ NA ZAŘÍZENÍCH BLACKBERRY BEZ NUTNOSTI DALŠÍ INVESTICE.



Zvolte si novou službu BlackBerry Internet Service, která nabízí:

- Neomezená data pro synchronizaci e-mailů a přístup na internet jen za 251 Kč měsíčně (299 Kč vč. DPH)
- Pohodlně pracovat s e-maily od všech poskytovatelů, kteří podporují POP3 nebo IMAP4 (např. Seznam, Centrum nebo Gmail)
- On-line synchronizaci až 10 e-mailových schránek
- Využit vysoký komfort telefonů BlackBerry s plnou QWERTZ klávesnicí a dalšími funkcemi (přístup na internet přes vestavěný prohlížeč, instant messaging, fotoaparát, multimédia)
- Jednoduché nastavení přímo z telefonu
- Jednoduché ovládání, stabilitu, vysoký stupeň zabezpečení
- Možnost využívat i další aplikace jako například mapy a navigace

Vyzkoušejte si BlackBerry Internet Service zdarma. Všichni zákazníci, kteří si ji aktivují v období 1. 11. 2008–30. 6. 2009, získají službu na jeden měsíc zdarma. Další informace na info@t-mobile.cz.

Služba je zdarma pro všechny zákazníky, kteří mají aktivní službu BlackBerry od T-Mobile – varianta BES pro firemní zákazníky s vlastním e-mailovým serverem. V tomto případě je cena za BlackBerry Internet Service již zahrnuta v měsíčním paušálu za variantu BES.

Díky zařízením BlackBerry můžete mít přístup na:

- Social Networking (<http://na.blackberry.com/eng/devices/features/social/>)
- Facebook, MySpace, Flickr
- Instant messaging (<http://www.blackberry.com/im>)
- ICQ, GoogleTalk, Yahoo Messenger, AOL Instant Messenger, Windows Life Messenger

Více informací na: www.t-mobile.cz/bis nebo na www.blackberry.com

Mapy a navigace

BBMaps	Mapy celého světa – zdarma http://na.blackberry.com/eng/devices/features/blackberry_maps.jsp
Google Maps Mobile	Mapy celého světa – zdarma http://maps.google.com/gmm
WISEPILOT	Navigace v AJ – 5denní demo verze https://www.wisepilot.com
Nav4all	Navigace včetně ČJ – zatím zdarma http://nav4all.com/install
AMAZE	Navigace v AJ – zatím zdarma http://wap.amazegps.com
Telmap	Navigace v AJ – 3denní demo verze http://wireless.mapquest.com/mapquest-navigator
Wayfinder	Navigace v AJ – 5denní demo verze http://www.wayfinder.com

BlackBerry 8900 je nově možno zakoupit ve všech značkových prodejnách T-Mobile.

Aktuálně nabízený BlackBerry je také možno zakoupit na e-shopu T-Mobile CZ na stránkách https://shop.client.tmo.cz/phones_opr.do.



HODINKY NA HLÍDÁNÍ DĚTÍ I SENIORŮ

S NÁRAMKY Z RODINY SKEEPER – GEOSKEEPER NEMUSÍTE MÍT STRACH, ŽE SE VÁM ZATOULÁ ZAPOMNĚTLIVÝ SENIOR. MŮŽETE BÝT TAKÉ V PŘÍMÉM KONTAKTU S CHRONICKY NEMOCNÝMI ČI ZDRAVOTNĚ POSTIŽENÝMI BLÍZKÝMI, STEJNĚ JAKO MÍT POD DOHLEDEM NEPOSEDNÉ POTOMKY, ANIŽ BYSTE JE FYZICKY HLÍDALI.

Každý, kdo někdy pečoval o osobu, která není schopna si poradit s běžným mobilním telefonem či vyžaduje zvýšený dohled, ví, že není snadné ji nechat ani chvíli s klidným svědomím o samotě. Díky technologii Skeeper – GeoSkeeper mohou být všichni pečovatelé či příbuzní těžce nemocných mnohem klidnější. Náramky Skeeper a GeoSkeeper využívající datového přenosu prostřednictvím GSM/GPRS sítě T-Mobile jsou vybaveny nouzovým tlačítkem a integrovaným aktivním systémem GPS (GeoSkeeper), mají možnost aktivace varovného signálu, poskytují přesné informace o místě pohybu pro získání okamžité pomoci.

SMS a hovory jedním tlačítkem

V náramcích Skeeper a GeoSkeeper je vestavěná mobilní komunikační jednotka s GSM/GPRS modulem. Skeeper – GeoSkeeper tedy umožňuje hlasové hovory a posílání krátkých zpráv na předvolená telefonní



čísla (např. příbuzný, lékař nebo monitorovací – krizové centrum) stisknutím jediného tlačítka, příjem hovoru, který v případě potřeby a z předvolených čísel může být i vynucen.

GPS lokalizace a sledování

GeoSkeeper umožňuje přesnou (jednotky metrů) lokalizaci uživatele. Lokalizace pomocí GPS je aktivována ve třech případech. V případě, že se nositel nachází mimo stanovenou oblast (navíc je automaticky vygenerován alarm), při provedení nouzového hovoru a z monitorovacího centra. Skeeper umožňuje lokalizaci uživatele pomocí služby „Kde je“ společnosti T-Mobile. Přesnost je závislá na místě, kde se uživatel nachází (jednotky až stovky metrů).

Plně programovatelné

Náramky Skeeper a GeoSkeeper jsou také plně programovatelné. Oprávnění uživatelé (příbuzní, ošetřovatelky, pečovatelky) mohou nastavit mnoho různých funkcí (rychlé vytáčení, automatické odpovídání, upozornění na zapnutí/vypnutí nebo nízký stav baterie, oblasti možného pobytu apod.) pomocí uživatelsky příjemného webového rozhraní.

Kontakt:

TELTECH SERVIS a.s.
Masná 1324/1
702 00 Moravská Ostrava, Ostrava

WM OCEAN s.r.o.
Lopatecká 223/13
147 00 Praha 4
Více na: www.wmocean.cz

WEB 2.0: SOCIÁLNÍ SÍTĚ VE FIREMNÍ KOMUNIKACI

VŠECHNO, CO BY MĚL KAŽDÝ GENERÁLNÍ ŘEDITEL VĚDĚT O TZV. SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH A O TOM, JAK JE MŮŽE VYUŽÍT VE PROSPĚCH SVÉHO PODNIKÁNÍ.



Web 2.0, Enterprise 2.0 nebo social networks, popřípadě nepřesně česky přeloženo „sociální sítě“, jsou v podstatě posunem internetu z pasivního propojení, kdy většina stránek sloužila jen k prohlížení, k aktivnímu sdílení jejich obsahu a jejich naplňování samotnými uživateli. Upřímně řečeno, kdyby lidé stojící za vývojem internetových aplikací, a tedy i fenoménu Web 2.0, měli větší slovní zásobu, nazvali by jej spíše Živý web (Live Web), ale bohužel se musíme vyrovnat s technicistním Web 2.0. Pod toto označení patří dnes v podstatě většina on-line služeb, které se pro obrovskou část celosvětové populace staly nástroji denní potřeby – od komunitních webů, jako jsou MySpace, Facebook, Flickr, LinkedIn, YouTube, Wikipedia apod., až po samostatné nástroje, jakými jsou RSS čtečky, inovované prohlížeče – např. Google či stránky umožňující zakládat osobní blogy.

Když se před časem viceprezident IBM pro oblast nových internetových technologií Rod Smith před šéfem IT z Royal Bank of Scotland zmínil o možnosti komerčního využití technologie wiki, dotyčný mávl rukou s tím, že to nikdo z jejich klientů ani partnerů nepoužívá. Třicet dalších účastníků této konference mu však obratem oponovalo, že oni ano. „Dnes nestačíme ani zvedat telefony, jak nám firmy volají a ptají se na služby Web 2.0,“ říká Smith.

V posledních letech tyto služby zkrátka přilákaly miliony zákazníků, a tak není divu, že brzy upoutaly i pozornost firemního sektoru. Nejprve jako inzertní médium, které umožňuje zasáhnout především současnou mládež, ale s masivním bohem všech výše uvedených sítí se tyto „spotřební služby“ stále častěji uplatňují jako nástroje korporátní komunikace – ať již interní, či externí.

Firemní blog i wiki

Web 2.0 coby atraktivní volba všech mladých, stejně tak jako všech uživatelů připojených k internetu, se stal významným hráčem na poli podnikání. Tento fenomén stále častěji bourá hranice mnoha organizací, a to jak mezi manažery a zaměstnanci, tak i hranice mezi firmou, jejími partnery a zákazníky. „Jedná se o největší změnu v organizačním uspořádání firem za posledních sto let,“ říká Don Tapscott, generální ředitel společnosti New Paradigm, technologického think-tanku z Toronta, a zároveň spoluautor publikace The Naked Corporation.

Například Walt Disney, investiční banka Dresdner Kleinwort Wasserstein a spousta dalších firem již používají technologii wiki, která spočívá ve skupinové úpravě webových stránek k výraznému urychlení spolupráce. Další firmy zase využívají služeb vysoce profesionálních sociálních sítí, jako je např. LinkedIn nebo Visible Path, s jejichž pomocí hledají nové kontakty a pátrají po potenciálních kandidátech na pracovní pozice. A firemní blogy umožňující interaktivní komunikaci vedení velkých společností se zaměstnanci či spotřebiteli a zákazníky po celém světě jsou dnes běžným jevem.

Jeden obrovský počítač

Tyto služby v podstatě splývají v jediný velký počítač, který je k dispozici kdykoli a komukoli na světě. Například když

zadáte dotaz do vyhledávače Google, ve skutečnosti spouštíte celý řetězec programů a databází distribuovaných na pevných discích počítačů rozmístěných po celém světě. Ale tím to nekončí – lidé využívající služby, jako jsou MySpace, eBay nebo službu Skype pro telefonování po internetu, v podstatě zlepšují tyto nástroje jen tím, že je používají. Například MySpace je užitečnější s každým novým kontaktem nebo kouskem přidaného obsahu. Služby jsou tak postupně vylepšovány kolektivní prací uživatelů, novými kontakty a talentem všech lidí, kteří je navštěvují. „Přecházíme z prezentačního média na programovací platformu,“ říká Tapscott. „Pokždé, když tyto stránky navštívíme, vlastně programujeme web.“

Rychlá řešení nadosah

Řada vedoucích pracovníků však k aplikacím Web 2.0 stále zaujímá skeptický postoj. Pro některé z nich je těžko stravitelná představa, že stejná technologie, která zpřístupňuje pikantní obsah na stránkách MySpace, se má stát novou platformou usnadňující firemní spolupráci. Mnozí šéfové oddělení IT kromě toho nechtějí, aby lidé tyto služby používali bez jasných pravidel, neboť zde hrozí riziko napadení hackery nebo únik citlivých údajů ke konkurenci. Nicméně základní filozofie Web 2.0 představuje pro podnikání značný potenciál a současně také riziko pro všechny, kteří budou tuto technologii přehlížet.

Služby Web 2.0 by totiž mohly firmám vyřešit některé palčivé problémy, které lze jen obtížně zvládnout se softwarem a on-line službami, jež mají momentálně k dispozici. Ať již se jedná o spam v e-mailech, nebo náklady na údržbu firemních intranetů, které však zaměstnanci využívají jen sporadicky. Například v bance Dresdner Kleinwort Wasserstein se namísto e-mailu používá nástroj wiki od firmy Socialtext k oznamování programu schůzí nebo ke zveřejňování instruktážního videa pro nové zaměstnance. Stačilo pouhých šest měsíců od zavedení této služby a na firemní wiki obsahující 2000 stránek byla vyšší návštěvnost než na podnikovém intranetu, přičemž wiki používá zhruba čtvrtina zaměstnanců této banky.

Navíc instalace a zprovoznění velkých a nesmírně nákladných softwarových aplikací trvá někdy i léta a často nejsou dost pružné na to, aby se přizpůsobily novým potřebám firmy. „Jsou složité, nešikovné a nepodněcují spolupráci,“ vysvětluje Dion Hinchcliffe, ředitel pro technologie poradenské firmy Sphere of Influence z Washingtonu.

Společnosti jsou proto stále více nakloněny myšlence otevřít své systémy IT řešením vyrobeným svépomocí. Začínají se poohlížet po lákavých aplikacích označovaných jako mashupy, což jsou kombinace jednoduchých služeb Web 2.0, které dohromady vytvářejí službu zcela novou. Velkou výhodou je, že to můžou provést velmi rychle s využitím stávajících webových služeb.

Například IBM pomohla jednomu centru Obchodní komory USA takto zkombinovat univerzální aplikaci pro ty, kteří přišli o práci v důsledku hurikánu Katrina. Lidé jednoduše

vedou do vyhledávacího pole druh práce, o kterou mají zájem, a tato aplikace sama prohledá více než tisícovku pracovních serverů s nabídkami. Výsledky se potom zobrazí včetně umístění (to zajistí služba Mapy Google). „Toto by mohlo být cestou, jak nabídnout zákazníkům řešení v řádu hodin namísto měsíců,“ říká viceprezident IBM Rod Smith.

Sítě pro profesionály

Firmy se zkrátka službami jako MySpace, Facebook a další začínají inspirovat. Protože stejně, jako jsou atraktivní pro teenagery nebo kohokoli, kdo chce být v bližším kontaktu s přáteli, mohou být užitečné ve světě podnikání. Koneckonců – nejsou firmy jako takové určitými sociálními sítěmi vytvořenými proto, aby něco prodávaly?



Například v bance Dresdner Kleinwort Wasserstein se namísto e-mailu používá nástroj wiki od firmy Socialtext k označování programu schůzí nebo ke zveřejňování instruktážního videa pro nové zaměstnance.



Není proto překvapením, že se začínají etablovat sociální sítě orientované na firemní prostředí. Řada firem považuje za ideální nástroj pro nábor zaměstnanců LinkedIn, což je on-line služba umožňující publikovat lidem svůj profesní profil a firmám zase hledat potenciální zaměstnance. „V roce 2003 považovali lidé náš portál za prapodivnou formu sítě,“ poznamenává Reid Hoffman, generální ředitel LinkedIn. „Nyní lidé říkají: ‚Už to chápou, je to vlastně nástroj pro profesionály.‘“

Na vlastní kůži

Vedoucí pracovníci, kteří tak dosud neučinili, mají nevyšší čas se seznámit se širokým spektrem služeb Web 2.0. Bohužel je to především kvůli jejich nepřehlednému množství trochu složitější než se mrknout na TechCrunch, což je přední blog věnovaný tomuto tématu. Kde tedy začít? Dívejte se, co dnes dělají mladí. Pokud vůbec používají e-mail, určitě hraje až druhé housle za nástroj pro okamžitou výměnu zpráv (instant messaging), osobními blogy a stránkami sociálních sítí, protože ty jsou mnohem vhodnější pro to, na čem jim záleží nejvíce: zůstat v kontaktu s přáteli. Firmy proto musí této vysoce propojené partě nabídnout atraktivnější řešení.

Není vůbec od věci si tyto služby vyzkoušet sami. Vytvořte si stránku na MySpace. Zaregistrujte se na portálu Flickr a nahrajte sem několik fotek. Přispějte něčím do Wikipedie. „Základem

technologií Web 2.0 je experimentování, takže by si všichni, kdo je chtějí využívat, měli něco vyzkoušet,“ říká Peter Rip z Leapfrog Ventures zabývající se rizikovým kapitálem, který již investoval do několika začínajících firem v oblasti Web 2.0.

PR zdarma

A pak jsou tu blogy. Stojí za to investovat nějaký čas do čtení nejoblíbenějších blogů, které lze najít např. na Technorati.com, abyste získali představu o tom, jak on-line konverzace vlastně funguje. Teprve pak by si šéfové měli blogy vyzkoušet v praxi – a možná zpočátku raději pouze v rámci firmy, než vystaví své názory celému internetu. Samozřejmostí je groší kůže, neboť „blogosféra“ může velmi nepříjemně kritizovat cokoli, co by mohlo zavánět falší.

Stojí za to investovat nějaký čas do čtení nejoblíbenějších blogů, které lze najít např. na Technorati.com, abyste získali představu o tom, jak on-line konverzace vlastně funguje.

Investice se však bohatě vyplatí, přestože je obtížné tuto návratnost měřit. Například o geniálním bloggerovi Robertu Scobleovi z firmy Microsoft řada pozorovatelů tvrdí, že pro zlepšení firemního image udělal více než miliony dolarů utracených za PR. Firmy by měly vytvářet otevřená fóra k výměně názorů svých vlastních zákazníků. To samozřejmě může znamenat kritické, často i jízlivé poznámky. Přínos však převažuje negativa.

Management 2.0

Výhodou může být značka, ke které si lidé vytvoří pevnější emocionální vazbu. K tomu uvádí analytik Chris Charron z Forrester Research: „Značku nakonec nevlastní pouze ti, kdo ji vytvořili, ale všichni, kdo ji používají.“

To vše ale vyžaduje více než jen líbivější technologii. Vedoucí pracovníci navyklí přikazovat z vrcholu firemní hierarchie se budou muset naučit nové dovednosti: skromnosti. „Firmy s přísnou hierarchickou strukturou mají problém se přizpůsobit,“ říká Tim O'Reilly, generální ředitel firmy O'Reilly Media, vydávající technické publikace a pořádající každoroční konferenci na téma Web 2.0. „Předběhnou je firmy, které fungují jinak.“ Nakonec při plném nasazení technologii Web 2.0 může přijít na řadu Management 2.0 – začněte se raději připravovat.

AMCHAM: JAK ZVÝŠIT NÁVŠTĚVNOST FIREMNÍHO WEBU

KOMUNIKACE S PARTNERY, KLIENTY ČI ZAMĚSTNANCI JE DNES KLÍČOVOU SLOŽKOU ŘÍZENÍ I SAMOTNÉHO PODNIKÁNÍ A MNOHÉ SPOLEČNOSTI K NÍ STÁLE ČASTĚJI VYUŽÍVAJÍ NOVÝCH TECHNOLOGIÍ, JAKO JE INTERNET, SOCIÁLNÍ SÍTĚ ČI MOBILNÍ TECHNOLOGIE. PŘINÁŠÍME VÁM PROTO PRO INSPIRACI PŘÍMÝ POHLED DO FIREM, KTERÉ PRO KOMUNIKACI HLEDÁJÍ NOVÉ CESTY A VYUŽÍVAJÍ NOVÁ MÉDIA. O KOMUNIKAČNÍCH AKTIVITÁCH AMERICKÉ OBCHODNÍ KOMORY ČESKÉ REPUBLIKY S NÁMI HOVOŘIL JEJÍ MANAŽER PRO PUBLIKACE A WEBOVÉ STRÁNKY ROMAN MINAŘÍK.



Můžete popsat, jaké procento marketingové komunikace AmCham tvoří on-line marketing v porovnání s tištěnými médii?

Ještě donedávna byla marketingová komunikace AmCham zastoupena ze 70 % tištěnými médii. Pro zbývajících 30 % byly využívány webové stránky komory www.amcham.cz. Jelikož počet projektů určených k propagaci aktivit našich členů postupem času rychle narůstal a stále narůstá a protože prostor webu komory již pro tyto účely nebyl dostačující, rozhodli jsme se vyvinout zcela nový web, oddělený od aktivit, které vyvíjí sama komora. V září roku 2008 jsme jako první obchodní asociace v Evropě úspěšně spustili na komoře zcela nezávislý web určený k propagaci členských firem – www.czechmarketplace.cz – kde je téměř neomezený prostor pro prezentaci firemních profilů, tiskových zpráv, odborných publikací, pracovních nabídek aj.

Lze nějak zjistit úspěšnost marketingové komunikace?

U tištěných médií byla měřitelnost úspěšnosti zásadním problémem, což se díky přenesení marketingových aktivit na web změnilo. Nyní monitorujeme nejen návštěvnost jednotlivých stránek, ale i např. přesné využívání konkrétních slevových nabídek, které jsou na webu uvedeny. Díky tomu nyní dokážeme posoudit, jaké nabídky jsou atraktivní a kterým směrem se ubírat.



Využíváte i některých služeb Web 2.0?

V této oblasti určitě plánujeme do budoucna rozšíření svých aktivit. V současné době využíváme např. Facebook, kde mohou naši členové vstoupit do skupiny American Chamber of Commerce in the Czech Republic.

Jak využíváte virtuální marketing?

Po spuštění webu Czechmarketplace.cz patří mezi jeho hlavní návštěvníky především lidé, kteří byli již v minulosti nějak zapojeni do aktivit AmCham (zejména lidé z managementu firem). Protože naší prioritou je, aby výhody tohoto webu (např. slevové nabídky na služby a produkty, pozvánky na akce apod.) využívalo co nejširší spektrum zaměstnanců z členských firem, odstartovali jsme počátkem tohoto roku sérii on-line soutěží o atraktivní ceny, které nám poskytli právě naši členové (např. letenky, pobyty v zahraničí či mobilní telefony). Díky tomu, že vedení mnoha členských firem začalo přeposílat e-mailová oznámení o soutěžích i svým řadovým zaměstnancům (a ti si je dále přeposílali mezi sebou), stoupla během pár týdnů návštěvnost webu o desítky procent (stejně tak i průměrný čas strávený na webu) a také jsme např. zaznamenali nárůst využívání slevových nabídek, které členské firmy nabízejí ostatním členům.

Ve spolupráci s některými Americkými obchodními komorami v sousedních zemích jsme do soutěží (o pobyty v České republice) zapojili i zahraniční firmy, kde šíření e-mailu s prolinkem na náš web probíhalo podobným způsobem – e-mail nejdříve obdrželo několik osob, které jej pak postupně rozepisovaly na své další spolupracovníky. Podle počtu zúčastněných jsou členové v zahraničí soutěživější než u nás (u jedné firmy se na soutěži o pobyt v pražském hotelu podílelo dokonce více než 50 osob). V budoucnu bychom chtěli spolupráci se zahraničními komorami dále rozšířit a zvýšit přínos pro naše členské firmy.

Plánujete využití nějaké další netradiční formy komunikace?

Ano. Zatím je to ve fázi příprav, ale chceme využívat např. mobilní technologie. V první fázi plánujeme informovat své členy prostřednictvím SMS o aktivitách AmCham. Abychom se vyvarovali nadměrného zatěžování adresátů, budou zprávy (např. upozornění na nové projekty, semináře, upomínky na nadcházející akce apod.) rozepisovány pouze zainteresovaným osobám. Ve druhé fázi, která bude náročnější na realizaci, bychom chtěli přidat informování členů AmCham formou SMS (či MMS) o dění na webu Czechmarketplace.cz.



25 TIPŮ, JAK BÝT V PRÁCI ŠŤASTNÝ

MOŽNÁ VÁS TO NIKDY NENAPADLO, ALE ZDA JSTE V ZAMĚSTNÁNÍ ŠŤASTNÍ ČI NIKOLI, JE PŘEDEVŠÍM OTÁZKOU VAŠEHO OSOBNÍHO ROZHODNUTÍ. ALEXANDER KJERULF, ZNÁMÝ ODBORNÍK NA VZTAHY NA PRACOVÍŠTI A MOTIVACI ZAMĚSTNANCŮ, VÁM PORADÍ, JAK NA TO.



1. Rozhodl jsem se, že budu v práci šťastný.

Odmítám dělat práci, která mě neuspokojuje. Je to velice jednoduché. Když se ráno probudím, chci se do práce těšit. Chci, abych o své práci a spolupracovnících mohl hrdě mluvit se svými přáteli. Chci se do práce těšit v pondělí ráno i v pátek odpoledne.

Toto rozhodnutí samo o sobě mi spokojenost nezaručí, ale je to nezbytný začátek.

2. Spokojenost v práci není nic nedosažitelného.

Stejně jako všichni ostatní, mohu i já být v práci spokojený, pokud se tak rozhodnu.

3. Za svou spokojenost v práci jsem odpovědný já sám.

Ačkoli můj šéf, kolegové, podřízení i pracoviště mají na mou spokojenost v práci vliv, konečná odpovědnost leží pouze na mně.

4. Musím sám vědět, co způsobuje mou spokojenost či nespokojenost v práci.

Abych mohl být v práci šťastný, musím vědět, co moji spokojenost ovlivňuje. Nikdo jiný to vědět nemůže.

5. Když vím, co způsobuje moji spokojenost či nespokojenost v práci, musím to říct ostatním.

Můj šéf, kolegové či zaměstnanci zde nejsou od toho, aby četli moje myšlenky a zjišťovali, jak mohou přispět k mé spokojenosti. Musím jim to říct sám.

6. Pokud chci, aby se něco stalo, musím pro to něco udělat.

Dokud budu sedět a čekat, až můj šéf, kolegové, zaměstnanci či zaměstnavatel udělají něco pro to, abych byl spokojenější, nestane se vůbec nic.

7. Víím, že moje spokojenost v práci ovlivňuje mou spokojenost v ostatních oblastech.

Když mám v práci špatný den, musím na to myslet i doma. Naopak skvělý den v práci mi dodá energii, a mohu tak strávit spokojené odpoledne i večer. Úspěšný pracovní týden je tím nejlepším odrazovým můstkem pro skvělý víkend.

8. Víím, že spokojenost v práci ovlivňuje moje zdraví.

Nespokojenost či stres v práci mohou způsobit nemoc, depresi, nebo dokonce smrt. A naopak – pokud jsem

MANAGER

spokojený v práci, budu psychicky i fyzicky zdravější a silnější.

9. Možná že v práci budu trávit většinu svého času – chci, aby tento čas nebyl promarněný.

Je možné, že práci věnuji více času než své rodině, přátelům a koníčkům dohromady. Chci, aby tento čas byl zábavný a příjemně strávený a aby přinesl něco smysluplného.

10. Občas se stane, že má člověk v práci špatný den.

Není možné být v práci spokojený pořád. Jeden špatný pracovní den je v pořádku. Ale špatný týden, měsíc nebo rok už v pořádku nejsou.

11. Když jsem spokojený, odvádím nejlepší práci.

Když jsem spokojený, jsem lépe motivovaný, kreativnější, produktivnější, pracuji s větším nasazením, nebojím se riskovat a více mi záleží na kvalitě.

12. Spokojenosti není nikdy dost.

I když jsem docela spokojený, trochu spokojenosti navíc nikdy neuškodí.

13. Uvědomuji si, že mou spokojenost v práci ovlivňují také chvíle strávené mimo práci.

Dovolená, víkendy a dny volna jsou příležitostí k tomu, abych si odpočinul a přemýšlel a načerpal novou inspiraci a myšlenky. Pokud trávím svůj život téměř výhradně v práci, je méně pravděpodobné, že budu spokojený.

14. Uvědomuji si, že spokojenost v práci znamená pro každého člověka něco jiného.

To, co je pro jednoho člověka vysněnou prací, může být pro jiného peklo. Věci, které jsou pro mě zárukou spokojenosti, mohou být pro ostatní strašnou představou.

15. O svou spokojenost v práci musím usilovat teď.

A ne příští měsíc, čtvrtletí nebo rok. Buď budu spokojený teď, nebo nikdy.

16. Uvědomuji si, že pouhá absence negativních faktorů v zaměstnání mi spokojenost nezaručí.

V každém zaměstnání se mohou vyskytnout nepříjemní lidé, příliš mnoho práce, nároční zákazníci, stres, příliš mnoho papírování a další nepříjemnosti. I když se snažím tyto vlivy minimalizovat, nemohu čekat, až budou všechny odstraněny, abych mohl být v práci spokojený. Znamenalo by to, že nebudu spokojený nikdy.

17. Spokojenost v práci je nakažlivá a já chci být jejím šířitelem.

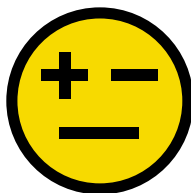
Spokojení lidé přenášejí svou spokojenost na ostatní. A přesně tak chci na své okolí působit. Stejně tak je nakažlivá i nespokojenost – tu ale přenášet nechci, protože to není žádná zábava.

18. Nejlepší způsob, jak si zajistit spokojenost v práci, je přispívat ke spokojenosti ostatních.

Nemá smysl usilovat pouze o svou vlastní spokojenost. Spokojenost je nakažlivá, takže když budu v práci spokojený pouze já, dlouho mi to nevydrží.

19. Dosažení spokojenosti v práci je běh na dlouhou trať.

Než dosáhnou toho, abychom byli já i mí kolegové v práci spokojení, bude to chvíli trvat, ale vyplatí se to, protože



SPOKOJENOST V PRÁCI JE JEDNÍM Z HLAVNÍCH FAKTORŮ PRO DOBRU KARIÉRU, ŠTASTNÝ ŽIVOT A ÚSPĚŠNÉ PODNIKÁNÍ.

spokojenost zvýší moji produktivitu. Takže si potřebný čas klidně dopřeji.

20. Buď se pokusím zlepšit situaci v současném zaměstnání, nebo si najdu nové.

Pokud neexistuje způsob, jak dosáhnout spokojenosti v současném zaměstnání, najdu si nové. Ano, je to strašná představa. Ale představte si, že jste v práci každý den nemotivovaný, cynický, stresovaný a bezmocný. Je to snad lepší?

21. Spokojenost v práci není žádná věda.

Kroky potřebné k dosažení spokojenosti v práci jsou jednoduché a lze je realizovat téměř v kterémkoli zaměstnání. Uznání, pozitivní přístup, vzdělávání a růst, sdílení názorů, otevřenost.

22. Půjdu příkladem.

Pokud mám pocit, že mě nikdy nikdo neocení, začnu oceňovat ostatní. Pokud mě ostatní neposlouchají, budu je poslouchat já. Půjdu příkladem a budu dávat jako první.

23. Uvědomuji si, že vyšší plat mi větší spokojenost v práci nezaručí.

Na vysokém platu samozřejmě není nic špatného. Ale nemůžu čekat, že mi sám o sobě zaručí spokojenost v práci.

24. Uvědomuji si, že spokojenost v práci mi nezaručí ani moc, symboly postavení, luxusní kancelář nebo možnost používat firemní letadlo.

To vše je ze začátku samozřejmě příjemné, ale nadšení brzy opadne a žádná z těchto věcí mi nevyhradí špatnou práci.

25. Základ spokojenosti spočívá v tom, co všichni děláme tady a teď.

Proto zapojím i ostatní a začneme hned teď.

O AUTORŮVI

Alexovým hlavním zájmem je spokojenost v práci. Už dlouho totiž ví, že spokojenost v práci je jedním z nejdůležitějších faktorů pro dobrou kariéru, šťastný život a úspěšné podnikání. Alex Kjerulf organizuje a vede semináře na téma spokojenosti v práci ve firmách a na konferencích po celém světě a působí také jako konzultant. Jeho klienty byly například Price-WaterhouseCoopers, dánské ministerstvo hospodářství, LEO Pharma, Novo, DaimlerChrysler a IBM. Jeho blog The Chief Happiness Officer čtou statisíce lidí, na což je samozřejmě velmi hrdý. Nedávno dokončil svou první knihu nazvanou Happy Hour is 9 to 5: How to Love Your Job, Love Your Life and Kick Butt at Work.

O CHANGETHIS

Duchovním otcem neziskového projektu ChangeThis.com je známý autor bestsellerů, jako jsou Fialová kráva či Všichni marketeři jsou lháři, Seth Godin (www.seth-golding.com), který patří mezi nejuznávanější autory business literatury světa. Smyslem ChangeThis.com je sdílet inovativní myšlenky z nejrůznějších oborů, které nahlízejí na danou problematiku z jiného než obvyklého úhlu. Mezi autory volně šiřitelných PDF knih, které si můžete na tomto webu stáhnout, patří celá řada renomovaných specialistů a projekt je stále otevřen novým autorům. Více na www.changethis.com.

lifestyle

22–23 **HOT SPOT**
Fenomén Buddha-Bar v Praze
Největší událost tuzemské
gastronomické a hotelové scény

24–27 **TRAVELLER**
Volá Londýn!
Jak se v britské metropoli neztratit,
zabavit, pohodlně ubytovat a dobře
najíst

28 **GOURMET**
Buddha-Bar: Zážitek pro všechny
smysly

29 **Café Siddharta:** Jednoduchá
dokonalost

30 **ART**
B. B. King: Poslední koncert
bluesového krále

32 **TOP 5**
Mobilní hračky
pro radost i užitek

FENOMÉN BUDDHA-BAR V PRAZE

LEGENDÁRNÍ BUDDHA-BAR, KTERÝ SI TAK OBLÍBILY CELEBRITY V PAŘÍŽI, LONDÝNĚ, NEW YORKU A V DALŠÍCH SVĚTOVÝCH METROPOLÍCH, BYL SLAVNOSTNĚ OTEVŘEN I V PRAZE.



Oproti svým předchůdcům se však pražský podnik může pochlubit hned dvěma unikáty: prvním světovým Buddha-Bar Hotelem a unikátním Siddharta Café.

Jakožto syn úspěšného obchodníka měl mladý Raymond Visan před sebou kariéru manažera sítě duty free obchodů. Jeho však lákalo něco jiného. Snil o cestování, exotice Orientu a toužil tyto své záliby přetvořit do podniku, který by byl na míru šitý, jak sám říká, „lidem, kteří vyrostli z chození do klubů“. Raymond nikdy neměl potíže s tím, aby své myšlenky uvedl do reality, a tak již v roce 1996 otevřel

v Paříži podnik pojmenovaný po ikonické soše sedícího myslitele. Zrodil se první Buddha-Bar.

Díky kombinaci dokonale propracovaného interiéru, exotického menu a hudby mixované naživo Djem se Buddha-Bar rázem stal vyhledávaným místem. Potkávali se zde celebrity, hudebníci, politici, ale i vyznavači ležerního životního stylu. Bylo chic být zde viděn s koktejlem v ruce, ale velkolepě pojatý několikapatrový prostor zároveň poskytoval dostatek soukromí pro ty, kteří spatření být nechtěli.

Kulturní kompilace

S nabídkou vytvořit pro svůj podnik sérii stejnojmenných kompilací oslovil Visan Dje Claudi Challeho, který pro něj pracoval jako manažer a měl za sebou léta strávená cestováním po Indii, Nepálu a Indonésii. Stejně jako Raymond procházel orientální bazary a hledal pro svůj podnik dekorace, Claude na svých cestách sbíral etnickou hudbu, kterou po návratu do Francie kombinoval s prvky jazzu, new age a dalších hudebních směrů. Hned první dvě kompilace Buddha-Bar se staly světovými bestsellery a do značné míry redefinovaly žánr moderní lounge music. Do dnešního dne vyšlo



na Visanově vlastním labelu George V Records dalších jedenáct pokračování.

Svět a Praha

Kosmopolitní koncept Buddha-Baru je snadno aplikovatelný po celém světě a úspěch pařížského podniku dal postupně vzniknout síti stejně laděných barů v Dubaji, Káhiře, New Yorku, Sao Paulu, Londýně, Jakartě, Kyjevě a dalších světových metropolích. Praha se však dočkala něčeho navíc. V secesním domě na rozhraní ulic Jakub-

ská, Rybná a Templová, jen pár kroků od Staroměstského náměstí, byl otevřen první světový Buddha-Bar Hotel. Do posledního místa využitý členitý prostor domu dal vzniknout šestatřiceti pokojům a třem apartmánům, z nichž každý má unikátně řešený interiér a prostorové dispozice. Pokoje mají individuálně nastavitelné osvětlení, postele z palisandrového dřeva, designově řešené koupelny se sprchovou hlavicí zajišťující dešťový efekt, televizi zabudovanou v zrcadlové stěně a v suitech najdete vířivou vanu. Vybaveny jsou špičkovou elektronikou Bang & Olufsen a značkovou kosmetikou z vlastní hotelové řady Buddhattitude. Hotel disponuje i malým fitness centrem, jacuzzi a parní lázní.



Do posledního místa využitý členitý prostor domu dal vzniknout šestatřiceti pokojům a třem apartmánům, z nichž každý má unikátně řešený interiér a prostorové dispozice.



Pokoje mají individuálně nastavitelné osvětlení, postele z palisandrového dřeva, designově řešené koupelny se sprchovou hlavicí zajišťující dešťový efekt.



Splněný sen

Idea Buddha-Baru prokázala během své více než desetileté historie skvělou životaschopnost a díky ní se i neustále vyvíjí a doplňuje o nové nápady, které daly vzniknout například i pražskému hotelu. Jak řekl sám otec-zakladatel Raymond Visan: „Prahu mám moc rád a vždycky jsem tu chtěl něco podniknout.“ Buddha-Bar Hotel byl prý odjakživa jeho sen a my se s ním teď o něj můžeme dělit.

TEXT: JIŘÍ HOLUBEC, FOTO: ARCHIV BUDDHA-BAR HOTEL PRAGUE



VOLÁ LONDÝN!

MÁ SVŮJ RYTMUS I PRAVIDLA. STARÉ KLASICKÉ PAMÁTKY Z POHLEDNIC, VEDLE KTERÝCH SE TYČÍ MODERNÍ OKÁZALÉ STAVBY. PODLE OFICIÁLNÍCH ZDROJŮ SEDM MILIONŮ LIDÍ, PO PŘÍČTENÍ TĚCH, CO TADY ŽIJÍ NELEGÁLNĚ, SE ÚDAJ BLÍŽÍ K DEVÍTI MILIONŮM. LONDÝN JE VÝZNAMNÝM A VLIVNÝM MĚSTEM, JSOU TU NEJLEPŠÍ FOTBALOVÉ KLUBY, NEJZNÁMĚJŠÍ MUZIKÁLOVÉ SCÉNY A MNOHO DALŠÍCH NEJ...

Doprava

Letiště Stansted

Nejrychleji se z letiště dostanete speciálním Stansted Expressem, zpáteční jízdenka stojí 24 liber – www.stanstedexpress.com. V Londýně jste zhruba za 45 minut na stanicích metra Tottenham Hale nebo Liverpool Street.

Příjemné posezení na letišti: O'Neill's – typický irský bar, skvělá atmosféra, výborné pití (když vejdete do terminálu, jděte do pravého rohu). Caviar House & Prunier Seafood Bar – místo k relaxaci a odpočinku, navíc se dobře najíte – podávají hlavně výtečné plody moře.

Letiště Luton

Nejlépe busem, vlaky totiž nejezdí přímo z letiště, ale ze stanice, ke které se dostanete jen takzvaným shuttle busem. Autobusy tu provozují tři společnosti – National Express (www.nationalexpress.com) za 18,50 libry tam i zpět, Green



Line – zpáteční jízdenka za 13,50 a Easy Bus (easybus.co.uk) – za 8 liber. Všechny autobusy vás vysadí na Victoria Coach Station v centru města. Cesta z letiště trvá – pokud nejsou zácpy – hodinu a dvacet minut.

Příjemné posezení na letišti: Yam Yam To Go (1. patro) – mají zde výborně připravená asijská jídla. Food Village (1. patro) – čerstvé bagety, saláty, zákusky.

Letiště Gatwick

Doprava vlakem – Gatwick Express (www.gatwickexpress.com) je nonstop vlak, jezdí každých 15 minut a cesta na London Victoria Station mu trvá 35 minut – zpáteční lístek přijde na 29 liber.

Příjemné posezení na letišti: Starbucks – legendární kavárnu najdete v jižním terminálu, jejich kávu musíte vyzkoušet. Garfunkel's – restaurace leží v severním terminálu a naservírují vám typická anglická jídla.

Letiště Heathrow

Jediné londýnské letiště, které je spojeno s metrem – a to s linkou Piccadilly Line. Stanice metra jsou na všech terminálech. Cesta do centra trvá asi 50 minut a cena činí 4 libry.

Příjemné posezení na letišti: Terminál 1 – Caffé Nero – evropský styl, dobré jídlo, příjemná atmosféra. Terminál 4 – AMT Coffee – pyšní se tím, že mají nejlepší kávu v Anglii. Terminál 5 – Wagamama – připraví vám typickou anglickou snídani nebo japonské nudle na všechny možné způsoby.

Tube – londýnské metro

Hned na začátku se seznámte s londýnským metrem a dopravou ve městě vůbec. Londýnská tube (trubka), jak se metru říká kvůli vozům kulatého průřezu, je nejstarší na světě. A je to na něm vidět. První, co si musíte pořídit, je plánec metra – 400 kilometrů tratí, 268 stanic a 11 linek v hlavě neudržíte. Navíc chodby jsou úzké a samotné vozy neklimatizované a přeplněné. Trpíte-li klaustrofobií, vůbec sem nevstupujte.

Dvoupatrový autobus je levnější

O něco lepší a levnější je cestování autobusem. Autobusová doprava je však také poměrně komplikovaná, na časy uvedené v jízdních řádech moc nespolehejte a připravte se na pomalé popojíždění v zácpách.

Památky, které musíte vidět

Tate Modern Bankside

Budova bývalé elektrárny byla jako britské národní muzeum moderního umění otevřena až v roce 2000. U turistů je oblíbená také proto, že vstup je zdarma. Vedle Duchampova pisaíru a pláten Jacksona Pollocka zde vystavují svá díla i manželé Švankmajerovi. Nezapomeňte si prohlédnout vstupní dvoranu – Turbine Hall. Další tipy: Ve čtvrtém patře je kavárna s nádherným výhledem na řeku a St. Paul's. V přízemí zase najdete slavné knihkupectví.

Jak se tam dostanete: Vystoupíte ve stanici metra Blackfriars, přejdete most, dáte se doprava a jste na místě.

St. Paul's Cathedral

Katedrála je pořád využívána k bohoslužbám – konal se zde například pohřeb Winstona Churchilla nebo svatba prince Charlese a lady Diany. Zajímavá je návštěva vrcholu katedrály a Whispering Gallery – ta má výjimečnou akustiku – šepot uslyšíte na vzdálenost desítek metrů. Pohled na město z vrcholu katedrály je jedním z neúchvatnějších.

Vstupné je 10 liber.

Jak se tam dostanete: Nejrychlejší cesta je ze stejnojmenné zastávky metra St. Paul's, od ní už jen kousek pěšky.

Tower of London a Tower Bridge

Historie hradu sahá do 11. století, kdy byl založen Vilémem Dobyvatelem jako pevnost k obraně města. Největším tahákem pro turisty je návštěva klenotnice Jewel House, kde se uchovávají britské korunovační klenoty. Vstupné činí 16,50 libry. Hned vedle se tyčí nejkrásnější a nejfotogeničtější most Londýna Tower Bridge. Ve své době byl nejdůmyslnějším zvedacím mostem na světě a pyšnil se propracovaným způsobem ovládní. Když už budete u mostu, navštivte Doky sv. Kateřiny (St. Katherine's Docks). Přístavní zátíší s plachetnicemi lemované přepychovými apartmánovými domy vás uchvátí.

Jak se tam dostanete: Nejbližší stanice metra je Tower Hill na linkách Circle a District.

The National Gallery

Národní galerie leží přímo na obrovském náměstí Trafalgar Square. Svou slávou konkuruje i pařížskému Louvru. Uvidíte tady na 2000 obrazů západoevropských malířů z let 1250 až 1900. Všechna díla pocházejí z umělecké sbírky Velké Británie. Vstup k expozicím je zdarma.



Na protější straně: London Eye – originální dominanta metropole nad Temží, měřící 135 metrů.

Na této straně: Tower Bridge je nejznámějším londýnským zvedacím mostem, který se jmenuje po sousedící pevnosti Tower.

Střídání stráží královské gardy před Buckinghamským palácem patří k nevyhledávanějším turistickým atrakcím.



Jak se tam dostanete: Metrem ze zastávek Charing Cross, Embankment nebo Leicester Square.

Barbican Centre

Největší centrum umění v Evropě začalo v centru Londýna působit v roce 1970. Od té doby se tu vystřídaly tisíce umělců z celého světa. Koncertní hala má 1949 míst, místní divadlo 1166 míst, jsou tady 3 kina, 2 obrovské galerie umění, součástí centra je i konzervatoř, konferenční místnosti nebo 2 exhibiční haly, kde se může umělecky projevit každý.

Jak se tam dostanete: Vystupte na zastávce metra Barbican nebo Moorgate. Perfektní popis cesty najdete na www.barbican.org.uk.

London Eye

Dominantou pravého břehu Temže je obří kolo London Eye. Nejnavštěvovanější atrakce celé Velké Británie funguje od roku 2000. Kolo je vysoké 135 metrů a ročně z něj vyhlíží do širokého okolí přes 3,5 milionu návštěvníků. Pokud nemáte závratě, rozhodně si krásy Londýna z ptáčích perspektiv nenechte ujít. Na vstup si připravte 15 liber.

Jak se tam dostanete: Nejbližší zastávkou metra je Waterloo.

Hyde Park

Jeden z největších parků v centru Londýna je rozdělen Serpentinovým jezerem na dvě poloviny. Neznámější místo je takzvaný Speakers Corner – veřejné prostranství, kde je povoleno vyjadřovat se na jakékoli téma. Dnes je to spíš atrakce pro turisty, vypovídat se sem už nikdo nechodí.

Jak se tam dostanete: Nejbližší stanice metra je Marble Arch, podejdete křižovatku a ocitnete se přímo na Speakers Corner.

V NADCHÁZEJÍCÍ SEZONĚ MŮŽETE VE WEST ENDU VIDĚT TŘEBA RALPHA FIENNESE VE STRÝČKU VÁŇOVI, RACHEL WEISZOVOU JAKO BLANCHE V TRAMVAJI DO STANICE TOUHA NEBO HAMLETA V PODÁNÍ JUDA LAWA.

West End

Asi nejživější část Londýna, kde se nachází obrovské množství obchodů, divadel, kin, barů a restaurací. Uvidíte tady ty nejslavnější muzikály světa, momentálně zde vítězí muzikál *We Will Rock You* v divadle Dominion, ve kterém zazní 31 hitů legendárních Queen. V angličtině zdatným však můžeme doporučit i zdejší činohru, jejíž návštěva je mimo jiné příležitostí vidět na vlastní oči celou řadu hollywoodských hvězd. V nadcházející sezoně můžete ve West Endu vidět třeba Ralpa Fiennese ve *Strýčku Váňovi*, Rachel Weiszovou jako *Blanche* v *Tramvaji do stanice Touha* nebo *Hamleta* v podání *Juda Lawa*. Informace o aktuálních programech, účinkujících a cenách všech scén West Endu najdete na www.londontheatredirect.com, kde si můžete vstupenky i zarezervovat.

Londýnský parlament a Big Ben

Sídlo Britského parlamentu, k němuž neodmyslitelně patří Big Ben. Dostanete se tam ze zastávky metra Westminster.

Royal Albert Hall

Vystoupit na pódiu Royal Albert Hall se poštěstí málokterému umělci. Nejbližší zastávka metra je Gloucester Road nebo South Kensington.

Kde bydlet

Asi nejpřehlednější portál, kde si hotel můžete rovnou zabukovat, je www.bookings.net. Neznámějším pěťhvězdičkovým hotelem ve městě je samozřejmě Hotel Ritz (www.theritz-london.com). Pokud vás láká něco intimnějšího, můžeme doporučit osobité hotely Covent Garden Hotel, Soho Hotel či Hypermarket Hotel ze sítě Firmdale London (www.firmdalehotels.com). Designlovers ocení The Sanderson (www.sandersonlondon.com) a St. Martin's Lane (www.stmartinslane.com) navržené slavným Philipem Starckem.

Staromilci zase využijí viktoriánský The Dorchester (www.dorchesterhotel.com) anebo luxusní artdecoový Claridge's (www.claridges.co.uk). Cestovatelům s omezeným budgetem se budou určitě zamlouvat jednoduché hotely sítě EasyHotels (www.easyhotel.com), které najdete na letišti Heathrow, v Kensingtonu, poblíž nádraží Victoria a na dalších strategických místech Londýna. Výhodně a současně elegantně se ubytujete též v hotelu Hoxton (www.hoxtonhotels.com).

Kam na nákupy

Harrods

Největší a neznámější obchodní dům v Londýně. Dostanete se k němu, když vystoupíte na stanici metra Knightsbridge.

Harvey Nichols

Další světoznámý obchodní dům, který leží hned vedle Harrods. Koupíte tady oblečení Marc Jacobs, Luis Vuitton, Gucci, Chanel a mnoha dalších známých značek.

Portobello Market

Bleší trh ve čtvrti Notting Hill se koná každou sobotu. Proslavený je hlavně prodejem starožitností. Navíc Notting Hill celému marketu dává jakýsi londýnský šmrnc. Dostanete se tam ze stanic metra Ladbroke Grove nebo Notting Hill Gate.

Dover Street Market

Obchodní dům, za nímž stojí návrhářka značky Commes des Garçons Rei Kawakubo, kde najdete především trendy designové značky. Nejbližší stanice metra je Green Park.

Oxford Street a Sloane Street

Bezpochyby dvě největší nákupní tepny britské metropole. Oxford Street je dlouhá třída mezi stanicemi metra Marble Arch a Tottenham Court Road (Central Line). Sloane Street najdete u metra Knightsbridge.



Kde se v Londýně dobře najíte?

The Ivey – www.theivey.co.uk – pokud chcete obědvát například vedle Madonny, vydejte se právě sem. Restaurace je oblíbená mezi celebritami a lidmi od filmu. Vaří tady skvěle jak evropská, tak i tradiční anglická jídla. Minusem je, že si musíte rezervovat stůl až několik týdnů dopředu.

Fifteen – www.fifteenrestaurant.com – určitě znáte slavného kuchaře Jamieho Olivera. Pokud jste jeho fanoušky nebo jen chcete vidět netradiční restauraci, běžte právě sem. Vaří tady lidé, kteří se pod dohledem Jamieho učí, jak připravit skutečně velkolepý pokrm. Díky netradičnímu interiéru je můžete vidět přímo „v akci“.

Les Trois Garçons – www.lesroisgarcons.com – francouzská restaurace, jejíž interiér je jako z pohádky Alenka v říši divů. Navíc tady skvěle vaří. Menu nabízí i famózní francouzská vína.

Fino – www.finorestaurant.com – pokud máte rádi španělská jídla a jíte všechno, co se vytáhne z moře, zamiřte právě sem. Španělská restaurace je navíc známá přátelskou obsluhou a rozumnými cenami.

Nobu – www.noburestaurants.com – další podnik oblíbený mezi celebritami – je to totiž nejlepší japonská restaurace v Londýně. Můžete si tady dát menu za 5 liber, ale klidně tu za večeři utratíte i 70 liber.

Bangalore Express – bangaloreexpress.co.uk – bar a zároveň restaurace s příjemným a pohodlným interiérem. Vaří tady indická jídla, jíst ale nemusíte, můžete jen pít výborné drinky a kochat se atmosférou.

Londýnské bary

Fabric – www.fabriclondon.com – klub, který je na seznamu nejlepších nočních podniků na světě. Židle a stoly tady nenajdete, sem se totiž chodí výhradně tančit. Vstupné je okolo 15 liber.

Jerusalem Tavern – www.stpetersbrewery.co.uk – typický anglický podnik, který láká hosty především na exotická piva – například pivo organické nebo grapefruitové. Budova z 18. století, kde bar najdete, navíc navodí až posvátnou atmosféru.

Hackney Central – www.hackneycentral.com – dvoupatrový podnik, kde ze všech stran zní příjemná hudba. V přízemí je výborná restaurace, nad ní potom útulný bar.

Gunmakers – www.thegunmakers.co.uk – malý bar, který má pouze dvě místnosti, v jedné můžete tančit a hlučně se bavit, druhá naopak poskytuje soukromí a klid na vychutnání výborného drinku.

A kam po prohýřené noci

Rozhodně do Café Vera – dělají tu výbornou tradiční anglickou snídani, která vás po probdělé noci postaví na nohy. Restauraci najdete na rohu Gosfield Street a Cavendish Street a dostanete se sem ze zastávky metra Oxford Circus.

A pokud potřebujete přivést dárek, osobně doporučujeme anglické sušenky značky McVitie's, které má v oblíbě i britská královská rodina, nebo vynikající čokoládu Cadbury, která je u nás z nepochopitelného důvodu k dostání jen sporadicky.

Nahore: Sobotní návštěva Portobello Market v Notting Hillu patří k největším zážitkům, které si můžete z kosmopolitního Londýna odvézt. Obzvláště v době konání Notting Hill karnevalu, kdy celou tuto čtvrť zaplní hudba, tanec a exotické kostýmy.

Pověstný neoklasicistní hotel Ritz patří k nejsnobtějším místům ve městě.

Uprostřed: Kontrast klasické architektury Katedrály sv. Pavla a moderního Millennium Bridge.

Relaxace na lehátkách v Hyde Parku přijde znavenému turistovi vhod.

Dole: Londýnští strážníci mají nejen slušivé tradiční uniformy, ale také dobré vychování. Když se ztratíte, nestyďte se zeptat.

Londýnské telefonní budky patří k ikonám světového designu, dnes je však najdete jen na několika místech. Postupně je nahrazují moderní telefonní stanice.

BUDDHA- -BAR

VYBERTE Z ŠATNÍKU TEN NEJVÍC
HIP OBLEK, ZKONTROLUJTE, JESTLI
MÁTE NA KONTĚ DOST FINANČÍ,
A POKUD NÁHODOU TRPÍTE
ŠEROSLEPOSTÍ, VEZMĚTE SI DO KAPSY
MALOU BATERKU, PROTOŽE ZDEJŠÍ
ATMOSFÉRA I OSVĚTLENÍ JSOU VELMI,
VELMI DISKRÉTNÍ.

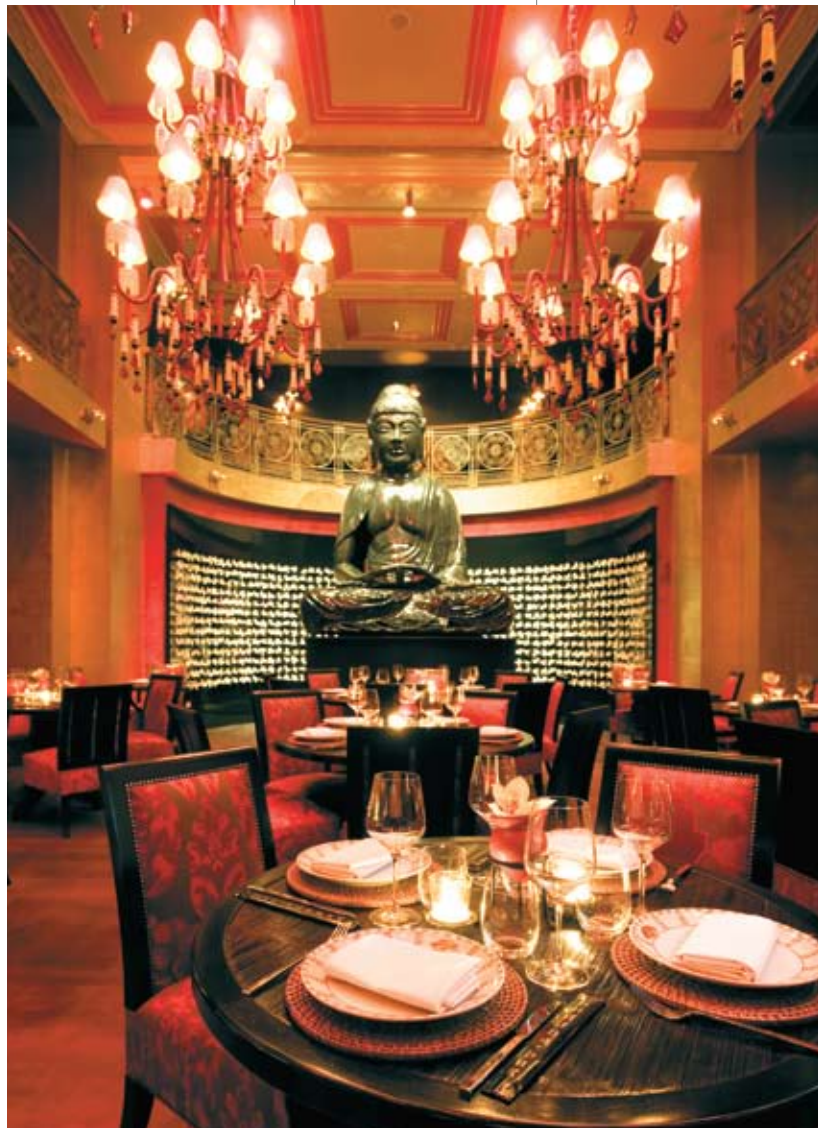
Až se sem jednou vypravíte (a věřte mi, že byste měli), určitě neříkejte své drahé polovičce „jdeme na večeři“, ale „jdeme do Buddha-Baru“.

Tvůrčové Buddha-Baru prohlašují, že jeho návštěva představuje zážitek pro všechny vaše smysly. Zpočátku se nebudou moct nabažit hlavně oči. Zdejší interiér je totiž doslova hypnotizující. Vyřezávané dřevo, naleštěné lustry, vše laděné do červené, černé a zlaté barvy navozující atmosféru Asie s podtónem lehké dekadence francouzské bohémy. Na ochozu lemujícím horní patro decentně svítí bar a po celém obvodu se v intimním přítmi skrývají stolky z tmavého bambusu, obklopené čalouněnými křesly. A samozřejmě – všemu dominuje skoro tři metry vysoká socha Buddhy usazeného v čele přízemní dvorany, do které sejdete, jakmile se rozhodnete, že jste své chuťové buňky dostatečně naladili aperitivem u baru.

Možná vás atmosféra bude lákat k tomu, abyste se uvelebili a s koktejlem v ruce se nerušeně zaposlouchali, jak DJ skládá exotické songy, ale na všechno je dost času. Připravít chuť o její díl senzuální masáže by byla věčná škoda. Už ve chvíli, kdy se ponoříte do jídelního lístku, mi určitě dáte za pravdu.

U stolu

Za sochou Buddhy se o přípravu shushi stará šéfkuchař Tomáš Stehlík, specialista na asijskou kuchyni s praxí v pětihvězdičkových hotelech a na luxusních zámořských lodích. Stejně jako všichni klíčoví zaměstnanci, absolvoval i on stáž v pařížském podniku a jeho umění je dalším kamínkem do mozaiky zážitků, kterou okolo vás Buddha-

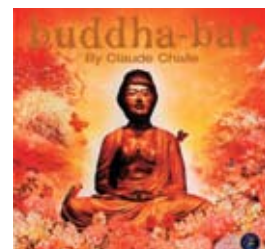


-Bar po celou dobu vaší návštěvy buduje. Hned po otevření se restaurace stala vyhlášeným místem mezi pražskými milovníky sushi. Jestli budete chtít vyzkoušet něco jiného, nemusíte se bát, že sáhnete vedle. Spíš se připravte na to, že bude těžké rozhodnout, co si z nabídky menu vybrat. Čínský salát s marinovaným kuřecím masem? Krémovou rýži s kokosovým mlékem a salátem z manga? Krevety v omáčce z červeného kari servírované v misce z kokosu? Sympatické je, že všechno jídlo je servírováno doprostřed stolu, v tzv. family stylu. Při ochutnávání tedy nebudete posouvat po stole talíře a předávat si naložené vidličky. Přičtete ještě body za skvělou obsluhu a uvolněnou atmosféru.

U baru

Jak se večer mění v noc, vydáváme se opět po schodech nahoru do prostoru lounge. Ten se zaplnil hosty, hudba nabírá na tempu a zrychlili i barmani stavící na podsvícený pult naleštěné sklenice s koktejly. V Buddha-Baru nikomu ani nepřijde na mysl: „Tak, jsme po jídle, a co teď?“ I když sem totiž vyrazíte jen na večeři, zdejší atmosféra vás stejně nenechá odejít. Teď je přesně ten okamžik, kdy si na baru objednáte drink, najdete si volný stůlek a budete jen tak posedávat obklopeni měkkostí čalouněných polštářů, hudbou, zlatě rudými odlesky barev, vůní koktejlů a parfémů. Jestli se rozhodnete zůstat pouhou chvíli, nebo pobyt prodloužíte až do rána, je jen na vás. Ovšem předem upozornuji, že na návštěvu Buddha-Baru si raději vyhradte celý večer.

TEXT: JIŘÍ HOLUBEC, FOTO: ARCHIV BUDDHA-BAR HOTEL PRAGUE



Hned první dvě kompilace Buddha-Bar se staly světovými bestsellery a do značné míry redefinovaly žánr moderní lounge music.



SIDDHARTA CAFÉ

ZATÍMCO PROJEKTŮ BUDDHA-BAR FUNGUJE PO CELÉM SVĚTĚ JIŽ DESET, SIDDHARTA CAFÉ JE ZATÍM ZJEV ZCELA OJEDINĚLÝ.



Siddharta Café slouží jako hotelová restaurace a je do ní vidět přímo z prvního patra hotelu skrze prosklenou galerii.

Oproti Asii prostoupenému přítmi Buddha-Baru je Siddharta Café bližší kdysi proslulé atmosféře pražské kavárenské kultury.

Dům, ve kterém sídlí, v ní koneckonců hrál svou roli. Byl postaven v roce 1916 a sloužil jako sídlo obchodů, baru, kavárny a vinárny. Budova je zapsána na seznamu kulturního dědictví UNESCO a architekti stáli při navrhování interiéru před výzvou, jak vytvořit moderní interiér s použitím nezbytných orientálních motivů a zároveň zachovat co největší množství původních prvků a dekorací. Mohl bych se rozepisovat o secesním štukovém stropu, tyrkysových polstrovaných židlích, nádherných českých lustrech a dvaasedmdesáti průhledných soškách Buddha v různobarevně podsvícených vitrínách. Raději se sem ale zajděte podívat sami. Budete si připadat jako na místě, kde by si Franz Kafka mohl dát kávu s Andym Warholem a diskutovat při tom o Indii.

Siddharta Café slouží jako hotelová restaurace a je do ní vidět přímo z prvního patra hotelu skrze prosklenou galerii. Od půl sedmé ráno sem můžete zajít na snídani, od půl dvanácté se servíruje obědové menu, následuje snack,

večeře, a pokud se vám nebude chtít odejít, můžete zde pobýt až do pozdních nočních hodin. Asi není třeba dodávat, že i v kavárně hraje příjemná hudba.

Dokonalost v jednoduchosti

Tak jako se Buddha-Bar stal okamžitě vyhlášeným díky své sushi nabídce, i Siddharta Café si už našlo své vděčné zákazníky. Na jídelním lístku najdete lehká zeleninová jídla, čerstvé ryby, těstoviny a jako poctu české kuchyni i výbornou bramboračku.

Podle aktivních pražských bloggerů si ale obzvláštní pozornost zaslouží věčná klasika – Club sendvič. Miska domácích hranolků, čtyři trojúhelníky lehce opečeného bílého chleba bez kůrky, domácí majonéza, ledový salát, poctivá porce šťavnatých krůtích prsou, propečená slanina a naprosto přesně uvařené vejce. Nechte se však nalákat i na exotické lahůdky jako třeba kanadský humrový salát s křenovou zálivkou.

TEXT: JIŘÍ HOLUBEC, FOTO: ARCHIV BUDDHA-BAR HOTEL PRAGUE



POSLEDNÍ KONCERT BLUESOVÉHO KRÁLE

**JE V TRANSU,
ŠKLEBÍ SE,
TŘEPE HLAVOU
A CHVÍLEMI MÁTE
POCIT, ŽE SPADNE
ZE ŽIDLÍČKY POD
PÓDIUM. JE MU
84 LET A HRAJE
JAKO KRÁL. ON JE
KRÁL. B. B. KING
PŘIJEDE V ČERVENCI
NAPOSLEDY DO
PRAHY.**

**T-Mobile
Típ:**



Vstupenky na koncert si můžete pořídit také za své bonusové body v síti Ticketpro. Více na www.t-mobile.cz/bonus.

Bylo to v roce 1994, když mě teta vzala na JEHO koncert. Seděl rozvalený na barové židli a chladně pozdravil natřískaný sál Paláce kultury. To ještě lidi v křeslech po bývalých papaláších. Pak začal hrát. Nejdřív jsem myslel, že ten sympatický černoch dostal epileptický záchvat, ale pak mi to došlo. Lidi už vstávali z rudých křeslíků a tleskali za mocného skandování. Byl to B. B. King a záchvat jen předstíral. Nebo vlastně ne. Když hraje a zpívá, planeta se točí nějak jinak.

Nakřáplý hlas i kytara

Kytara má nakřáplý zvuk, hlas by potřeboval Priessnitzův zábal. Ale nic není rozbité ani nemocné. Vždyť už to tak s lidmi koulí přes šedesát let a oni to baští. Když někdo aktivně hraje od roku 1947, zaslouží si bez debat přívlastko živá legenda blues. V Memphisu mu za mladých let říkali „Beale Street Blues Boy“ (bluesový klučina z ulice Beale Street). A zkratka Blues Boy mu zůstala před jménem dodnes. Když jako neznámý muzikant natočil první album, určitě si nepomyslel, že se jednou otočí a uvidí za sebou patnáct tisíc odehraných koncertů, padesát desek, čtrnáct cen Grammy, čtyři čestné doktoráty a medaili od prezidenta Spojených států. A že 1. května 2009 bude den, kdy slavnostně otevřou muzeum v Indianole v Missisippi věnované pouze a jen jemu. Slušné skóre na kluka z chudinské čtvrti.

Hendrixův učitel

B. B. King je fakt legenda. Měli by si to uvědomit všichni hráči na kytaru, hned jak otevřou její futrál. Současné rockové hraní je totiž odvozené od jeho stylu. To on přišel s technikou hraní na jednotlivé struny, aby kytara vydávala hlasitě akordy s přerušovaným, ale přesným rytmem. Že byl nejlepší kytarista Jimi Hendrix? Kdepak, i ten se od bluesového krále učil.

Jeho technika hry na kytaru je komplikovaná a propojená s jemnou prací se strunami, vydávajícími přerušované, hlasitě akordy s přesným rytmem. Technika hry na rockovou kytaru je z velké části odvozena od stylu B. B. Kinga. Jeho šetrnost a pečlivé zpracování každé noty je modelem pro tisíce hráčů na kytaru včetně Erica Claptona, Míka Bloomfielda, Alberta Collinse, Buddyho Guye, Freddieho Kinga, Jimiho Hendrixe, Johnnyho Wintera, Alberta Kinga a mnoha dalších.

B. B. kombinuje tradiční blues, jazz, swing, mainstream pop, a tím vzniká jeho styl. Jeho zpěv je bohatě melodický a propojený se „zpěvem“, který vychází z kytary.

„Když zpívám, v myšlenkách hraju na kytaru... a ve vteřině přestanu zpívat ústy a začínám zpívat skrze Lucille.“ (Kytara, která s ním koncertuje od roku 1949.)

„Snažím se donutit lidi vidět, že jsme všichni bratři a sestry, stále na tom pracuji. Rudí, bílí, černí, žlutí, bohatí, chudí, my všichni máme blues.“

Prý naposledy

Třiaosmdesátiletý B. B. King vystoupí se svou kapelou 15. července v pražské Tesla Areně. Má to být údajně vůbec naposledy. Jeho vášeň pro blues sice nepohasíná, ale síla a zdraví pohasínají. Když však vidíte tohoto nezmara živě, nemůže být ovšem o nějakém stáří řeč. Přijďte se přesvědčit sami, koncert pořádá společnost Makroconcert, vstupenky k sezení stojí 1200, resp. 1600 korun, lístek k stání pořídíte za 700 korun.

TEXT: PETR HOLEČEK, FOTO: UNIVERSAL MUSIC

Hapka a Horáček Live

Textař Michal Horáček představí na podzim v pražské Státní opeře svůj projekt velkorysých rozměrů – hudební drama Kudykam. Sám Horáček dílo nejraději nazývá „divadlo jedna báseň“. Inscenace v režii mladého, ale již zkušeného a hudebně nadaného Dodo Gombára nabídne 20 písníček v trvání 100 minut, z toho 9 zbrusu nových. Děj podtrhne specifická scénografie Michaely Hořejší. Hudební část představení je dílem skladatele Petra Hapky, přičemž instrumentaci a scénickou hudbu dostal na starost Ondřej Brzobohatý. V hlavní roli se představí herec a hudebník Vojta Dyk. Jako hosté by měli v rámci představení vystoupit také Jarek Nohavica, Daniel Landa, Lucie Bílá či Matěj Ruppert.



Flamenco Nuevo

Sangre Flamenca, nejnovější projekt skupiny Nuevo Ballet Español, můžete zhlédnout 22. 4. 2009 v Pražském paláci Hybernia. Soubor Nuevo Ballet Español kombinuje moderní tanec s tradičním flamencem. Sangre Flamenca se pyšní 9 mladými tanečnicími (5 žen a 4 muži), kteří ovládají odlišné styly flamenca, klasické i moderní španělské tance. Více na www.makroconcert.cz.



Peruánský tenor hvězdou Pražského jara

Šarmantní peruánský pěvec Juan Diego Flórez, který je vůbec nejžádanějším tenoristou současnosti, je největším magnetem již 64. ročníku mezinárodního hudebního festivalu Pražské jaro 2009. Hvězda operních domů celého světa od Vídeňské státní opery po newyorskou MET přijíždí do České republiky vůbec poprvé s reprezentativním výběrem svých favorizovaných operních árií a vystoupí 15. května v pražském Rudolfinu. Dalším lákadlem festivalu bude uvedení symfonie Pán prstenů z pera autora hudby bestsellerové filmové série Pána prstenů Howarda Shorea. Koncert se koná 28. května v Kongresovém centru.



United Islands of Prague

Celkem na 100 hudebních atrakcí z dvacítky zemí ovládne ve dnech 18.–20. června pražské kluby a ostrovy. Festival, který doprovodí závěr českého předsednictví v Evropské unii, je pro diváky zdarma. K největším tahákům bude patřit vystoupení skupiny Orka z Faerských ostrovů, která hraje na nástroje vytvořené z předmětů, jež na ostrovní pobřeží zanesl příliv. Dále pak španělsko-německo-česko-američtí Noise Of Human Art a francouzský písničkář Sammy Decoster či romská Mitsoura z Maďarska a členka nejslavnější španělské etno kapely Ojos de brujo Alma Sala, která představí svůj sólový projekt kombinující taneční hudbu a flamenco. Více na www.unitedislands.cz.

Outdoor repro

Přenosný reproduktor Sony Ericsson MS500 je určen pro venkovní použití, využívá technologii Bluetooth a je odolný proti stříkající vodě. I s bateriemi váží pouhých 155 gramů a s jedněmi bateriemi vydrží přehrávat až 5 hodin. Je kompatibilní s většinou novějších modelů Sony Ericsson a také s novějšími modely jiných značek.

**Samsung je Eco**

První mobil na solární nabíjení – to je Samsung Blue Earth. Může se pyšnit plně dotykovým displejem a solárním panelem místo zadního krytu přístroje. Tělo mobilu je vyrobeno z recyklovaného plastu a při výrobě nejsou používány žádné životnímu prostředí škodlivé látky. Přístroj je vybaven unikátním interfacem, který svému uživateli umožní sledovat emisní stopu, tedy kolik škodlivého CO₂ ušetří, když půjde určitou trasu pěšky namísto vozem atd.

**Utržené sluchátko**

Značka YUBZ přichází s nostalgickým sluchátkem, které jako by z oka vypadlo tomu kouzelnému, a také tak trochu kouzelné je. Prostřednictvím USB rozhraní ho totiž můžete připojit k jakémukoli počítači a popovídat si s přáteli přes Skype jako za starých časů, pěkně s telefonem vmáčknutým mezi ucho a rameno. Za stejnou cenu si můžete pořídit také sluchátko s konektorem pro mobil.

Nokia headset

Stereofonní Bluetooth headset Nokia BH-214 je lehký a vybavený sponou, která vám umožní snadné připevnění na oblečení. Zaujme odpojitelnými sluchátky, místo kterých k němu chytře připojíte jakákoliv jiná sluchátka přes 3,5mm konektor Jack. Výrobce v balení s headsetem dodává špuntová sluchátka HS-44 a také nabíječku.

**Lepicí podložka**

Extra přílnavý povrch této samolepicí podložky Gecko tvořený speciální adhezivní vrstvou je schopen díky své nadprůměrné přílnavosti překonávat zemskou a kinetickou přitažlivost, a tak i ve svislé poloze fixovat předměty. Díky tomu můžete odkládat ve svém vozidle mobilní telefon, BT sluchátko či brýle nebo klíče, aniž by nepříjemně putovaly po palubní desce nebo vnitřku vozidla.



MOJEFIRMA

poradce pro podnikatele a firmy

Optimální balíčky:
Volání v rámci sítě
a na pevné linky
za 0 Kč/min.

Nyní 50%
sleva na 1 rok

K tarifům Podnikatel jsme připravili nová zvýhodnění na míru pro podnikatele a firmy.

Díky nim můžete volat za nulovou sazbu nejen v síti T-Mobile, ale i na pevnou linku:

- Optimum Práce: zdarma volání v pracovní dny od 8:00 hod. do 16:00 hod. jen za 599 Kč měsíčně (712,81 Kč vč. DPH).
- Optimum Nonstop: neomezené volání jen za 999 Kč měsíčně (1188,81 Kč vč. DPH).

Optimální řešení vám doporučíme ve Značkových prodejnách T-Mobile nebo na 800 73 73 73.

Vy rozumíte podnikání, my komunikaci.



Mobile

Na velikosti záleží

U nás si vyberete



C-MAX již od 379 990 Kč
S-MAX již od 618 690 Kč
Galaxy již od 674 390 Kč

Navíc zdarma: prodloužená záruka 4 roky/100 000 km + Defend Lock.

AUTO PALACE
AUTORIZOVANÝ DEALER VOZŮ FORD

Přijďte se seznámit
s velkoprostorovými
vozy Ford do Auto Palace
na Spořilově.

Připravíme vám
individuální nabídku!

Skvělé akční ceny
i na další modely Ford.

AUTO PALACE, s.r.o.

Na Chodovci 2457/1, Praha 4

tel.: 296 574 860-1

602 229 161

www.autopalace-ford.cz

FordC-MAX
FordS-MAX
FordGalaxy

Feel the difference

