

Rozhovor s ředitelem společnosti Comfor, s. r. o., Petrem Břízou, o realizované akvizici

---

**S Petrem Břízou jsme si povídali nedávno, řeč se točila především kolem současných aktivit holdingu Comfor. Krátce před Invexem ovšem došlo k jisté obchodní transakci a právě o její detaily bychom chtěli náš rozhovor ještě doplnit. Šlo o zakoupení společnosti Comfor americkou firmou Wstore.**

## Nákup do košíku

### **Chip: Co bylo důvodem provedené akvizice?**

Petr Bříza (P. B.): Tím nejdůležitějším snaha zajistit do budoucna rozvoj firmy, a to podstatně rychleji, než je běžný růst trhu IT v České republice. Ten je dnes zhruba kolem 10 až 12 %, tzn. nepříliš významný. Nebudu nijak zastírat, že od začátku našich aktivit jsme si byli vědomi skutečnosti, že dříve nebo později se budeme muset po nějakém partnerovi začít ohlížet. Příčinou je globalizace trhu, technologie jsou náročnější na zvládnutí, na implementaci u zákazníků atd. Co se týká např. konkrétně České republiky, tak přístup ke kapitálovým zdrojům je velmi obtížný. V naší dlouhodobé strategii tedy bylo toto vědomí zakotveno.

### **Chip: Měli jste už jasnou představu o svém budoucím partnerovi?**

P. B.: Donedávna byla naše představa spíše taková, že půjde o někoho z oblasti systémové integrace a služeb. To je oblast, na kterou jsme my sami v současné době zaměřovali své největší úsilí. Nicméně současný boom internetu nás nenechal chladnými – přece jen přináší největší potenciál růstu a umožňuje firmám zažívat rozvoj, jaký zde byl na začátku devadesátých let. Začali jsme tedy sledovat i tuto oblast a vést velmi informativní jednání i zde. A jak už to tak u internetových firem bývá, jsou ve všech změnách a rozhodování velmi rychlé. Stejně rychle tedy proběhla i jednání se zástupci firmy Wstore o eventuální spolupráci a akvizici firmy Comfor, s. r. o., nebo chcete-li, majetkového vstupu. Hledali jsme možnost, jak by Comfor v rámci stávajících prodejních kanálů mohl zapadnout do strategie Wstore a je-li vůbec možné firmu typu Comfor přetvořit na internetový obchodní model.

### **Chip: Co bylo rozhodujícím impulzem k provedení akvizice?**

P. B.: Wstore chce do konce roku získat další kapitál, a to buď prostřednictvím vstupu na burzu, nebo získáním dalšího přímého investora z oblasti fondů, které se zabývají investicemi do firem podnikajících na internetu. Je totiž podstatný rozdíl, jste-li už součástí balíku, do kterého se investuje, anebo jste-li koupen z těch peněz, které investor firmě poskytne na další rozvoj. To byl podle mého názoru faktor, který rozhodování urychlil, a k dohodě tedy došlo v průběhu září.

**Chip: Jaký bude mít provedená akvizice vliv na další aktivity Comforu u nás? Jinými slovy, jak Comfor zapadá do strategie Wstore – primárně internetového prodejce IT?**

P. B.: Je zde několik faktorů, které to, aby zapadl, umožňují. Jeden z nich je, že český internetový trh není vyvinutý, zatím se utváří. Jako další mohu uvést neexistenci plně vyvinuté infrastruktury, tradiční prodejní kanály mají stále své pevné místo a samy se ještě rozvíjejí. Třetím aspektem je skutečnost, že Wstore se zapojením takových firem do svého obchodního modelu počítá.

**Chip: Jakou formou?**

P. B.: Partneři se stávají VAR Wstore a vzniká mezi nimi dohoda, že spolu sdílejí databázi zákazníků partnera. Wstore přebírá distribuci zboží a partner se soustřeďuje na služby pro zákazníka (počínaje instalacemi a servisem až po projekty, správu IT apod.). Z hlediska Comforu se tedy momentálně nezmění nic ze stávajících prodejních kanálů, ty se stávají okamžitě VAR z pohledu Wstore. Náš cíl je do konce roku 1999 do našich podmínek přenést aplikaci, kterou Wstore používá, a zavést jeho know-how týkající se práce se zákazníky prostřednictvím internetu. Nejpozději 1. 1. 2000 by mělo dojít k zprovoznění Wstore prostřednictvím internetu a pobočky Comforu, tedy zákazníci Comforu by se měli stát jeho prvními klienty a VAR. Budeme pracovat na postupné motivaci a převádění našich současných zákazníků na koncepci objednávek zboží prostřednictvím internetu. Naše pobočky by se měly stále více soustředit na služby. U středisek pro systémovou integraci to považuji za přirozený vývoj. Předpokládám, že začneme u zákazníků z oblasti středních a větších firem. To je především klientela systémových středisek. Klientela menších poboček, t.j. domácí uživatelé a domácí firmy, půjde až v dalších vlnách.

**Chip: Co je příčinou tohoto postupu?**

P. B.: Menší zákazníci jsou jednoduše zvyklí na své tradiční prodejní kanály. Vyžadují fyzickou přítomnost prodejce, to, že ho mohou vidět a kdykoliv navštívit. Jejich ochota nakupovat prostřednictvím internetu je ve srovnání s velkými firmami poněkud menší. Tato skutečnost nám dává prostor na přizpůsobení nabídky v prodejní a servisní síti směrem k přidané hodnotě a službám tak, aby v okamžiku, kdy se i tito zákazníci rozhodnou přejít na nákup prostřednictvím internetu, jsme byli na tuto skutečnost připraveni.

**Chip: Na koho je tedy Wstore zaměřen?**

Na obchodním modelu Wstore je ještě zajímavá jedna věc, a to primární zaměření na firmy, nikoliv na malé zákazníky. Z pohledu marketingu to umožňuje přesně definovat cílovou skupinu a produkty. Marketing je podstatně efektivnější i z pohledu vložených prostředků, než u obrovské masy spotřebitelů.

**Chip: Cítíte v tom výhodu i pro vás?**

P. B.: Určitě. Obchodní model Wstore přináší zákazníkům mnoho výhod především v oblasti cenové, rychlosti dodávek, způsobu logistiky, i v možnostech správy svých objednávek a IT

prostřednictvím aplikací na internetu. To vše nám umožní získávat nové a zajímavé zákazníky a věřím, že podstatně rychleji než doposud. Oproti ostatním firmám jde o velkou konkurenční výhodu. Tím jsem chtěl také trochu naznačit, čím je Wstore jedinečný – nezaměřuje se na masové uživatele, tam, kam vlastně směřuje pozornost drtivá většina firem, které dnes na internetu pracují, ale na firmy. Cílem Wstore je získat v Evropě minimálně sto tisíc bonitních zákazníků z oblasti firem. Tito klienti a jejich narůstající počet pak budou také ovlivňovat hodnotu Wstore v očích investorů.

**Chip: Můžeme se ještě vrátit ke zmiňované spolupráci s dalšími firmami –VAR? Dostane takový VAR nějakou provizi v případě, že jeho zákazník bude nakupovat prostřednictvím Wstore?**

P. B.: Ano. To je důležitá věc. Každý VAR, který přivede do Wstore svoje zákazníky, dostává provizi z toho, co zákazníci prostřednictvím Wstore nakoupí. Směřem k zákazníkovi se Wstore tváří ve smyslu – zde je Wstore a společnost XY s nabídkou pro vás. Zákazník tedy může vidět svou známou firmu, která mu poskytuje služby spojené s prodejem IT a Wstore jako záruku dobrých cen, dostupnosti zboží a logistiky úspěšného modelu prodeje prostřednictvím internetu.

**Chip: Jak dlouho jste už o akvizici přemýšleli?**

P. B.: Po partnerech jsme se začali významně poohlížet v tomto roce, kdy ekonomický tlak a situace v našem státě přímo vybízejí se s někým spojit. V oblasti internetového obchodu jsme na začátku, dnes se vše vaří a utváří a my jsme dostali obrovskou startovní výhodu, získali jsme know-how společnosti, která už elektronický obchod úspěšně dva roky provozuje v zemích, kde internet je v podstatně pokročilejší fázi rozvoje, počty uživatelů jsou mnohonásobně větší než u nás, zákazníci jsou na své obchodníky náročnější. Naším cílem je stát se do dvou let největším prodejcem IT prostřednictvím internetu v České republice.

**Chip: Smělé plány...**

P. B.: Ano, ale je třeba si uvědomit, že naše úsilí bude podpořeno spoluprací i s dalšími firmami. Jde o to, že zákazníka nebude oslovovat pouze Wstore, ale také jeho partneři.

**Chip: A jak je to tedy s majetkovými vztahy Wstore versus Comfor?**

P. B.: Je to tak, že Wstore se stal stoprocentním vlastníkem společnosti Comfor, s. r. o., ze stávající struktury Comfor Holding, a. s., tedy zbývá Comfor Holding, a. s., a Comfor PC Mail, s. r. o. Comfor PC Mail, s. r. o., bude i nadále vyrábět počítače a Comfor pravděpodobně bude jeho největším zákazníkem. Z tohoto pohledu se tedy prakticky nic nezměnilo, pouze majitelem firmy Comfor, s. r. o., se stal Wstore Inc.

**Chip: Jak vás Wstore našel?**

P. B.: Šlo o zprostředkovaný kontakt prostřednictvím investičních společností, které o nás věděli.  
Byl to dobrý tip a jednání se vyvíjelo velmi rychle.

**Děkuji za rozhovor.**

*Za Chip rozmlouval Jiří Palyza*