

1. kapitola

„Padesátiprocentní sleva!”

S pohledem upřeným na velký červený vykřičník Paul White přemýšlel, kde se jeho sen zvrtil. *Na další takový den už nemám sílu*, pomyslel si a usrkl další doušek z šálku kávy, kterou si nechal čerstvě namlít. Zhluboka se nadechl, letným pohybem uhladil své modré sako a vstoupil dovnitř obchodu pobočky Boca Raton společnosti Hannah's Shop.

Regály se zbožím „zkrášlovaly“ malé červené cedulky nabízející slevu, potomci té obrovské cedule vystavené venku. Jako ředitel prodejny spojoval s výprodejem velké naděje. Nicméně fronty u pokladen nebyly o nic delší než obvykle a zboží se hromadilo stejně jako předtím. Bylo evidentní, že nižší ceny prodej nijak neurychlily. Paul si prohrábl rukou vlasy, které už začínaly šedivět, a pokrčil rameny.

Můžu snad dělat ještě něco jiného?

Nebylo žádnou novinkou, že si obchod už delší dobu nijak dobře nevede. Dnes ráno navíc Paul obdržel měsíční souhrn, podle něhož Boca Raton poklesl v ziskovosti z deseti poboček působících v regionu na osmé místo. Tak špatný výsledek skutečně nečekal.

Pokusil se setřást nepříjemné myšlenky a vydal se dovnitř obchodu se šesti odděleními o celkové prodejní ploše 3250 metrů čtverečních, za jehož výsledky nesl zodpovědnost. Minul pečlivě naaranžované výlohy s ložním prádlem a pokrývkami s modrým a zeleným potiskem a zastavil se na chvíli u makety koupelny, kterou tu nechal postavit, plné dlouhých osušek volně visících vedle županů. Naproti bylo oddělení kuchyňského textilu s množstvím zástěr a malých ručníčků vystavených vedle stolů s ubrusy, látkovými ubrousky a prostíráním v tlumených podzimních barvách. Oddělení koberců a předložek nabízelo soubory barev a vzorů z celého světa a po něm následovaly volně visící záclony a závěsy v bílé, zlaté a stříbrné.

Obchod byl odjakživa vyhlášený širokou nabídkou zboží a Paul se vždy maximálně snažil, aby bylo co nejlépe vystaveno. Ve snaze rychle reagovat na požadavky zákazníků vypracoval plán, v jehož rámci se zboží vystavené uvnitř jednotlivých oddělení obměňovalo dvakrát častěji než nabídka ve výkladní skříni. Obchod nabízel atraktivní ceny i různé akce, přesto se prodej nezvyšoval. Paul už nevěděl, co dalšího by měl vymyslet, aby se situace zlepšila.

Pozdravila ho nová mladá prodavačka, která se teprve zaučovala. Paul jí s úsměvem odpověděl, v duchu si ale říkal, že když s prodejem rychle něco zásadního neudělá, možná bude muset začít propouštět. A to by nechtěl za nic na světě! Nemohl však ignorovat skutečnost, že na jednom pracovníkovi může firma ušetřit dobrých dvacet tisíc dolarů ročně. Rozhlédl se kolem sebe. Přestože předsváteční nákupní horečka ještě nenastala, všichni jeho lidé byli v plné práci. Sotva mohl někoho propustit, aniž by ohrozil fungování obchodu. Prodej prostě vyžaduje velké náklady na pracovní sílu, s tím se nedá nic dělat.

Co si ale počít?

„Promiňte, slečno,“ zaslechl Paul starší ženu v brýlích s bronzovými obroučkami, jak oslovuje Janine, jednu z vedoucích oddělení. S prstem namířeným na kaštanově hnědý ubrus pokračovala: „Máte tuto barvu i v délce 150 centimetrů?“

„Je mi moc líto, ale nemáme,“ odpověděla Janine. „V této barvě bychom měli ještě dva ubrusy v délce 230 centimetrů. Ve stopadesátce je máme jen v modré a béžové. Nechtěla byste ho v jiné barvě? Nebo tu máme ještě jeden s podobným vzorem.“

„Ne, děkuji. Chtěla bych ho pro svou sestru a kaštanově hnědá je její oblíbená barva.“

Žena se otočila a vypadala očividně zklamaně. Paul přistoupil o krok blíž. „Odpusťte, madam,“ pronesl mírným hlasem a snažil se, aby se nezalekla jeho 190 centimetrů. „Možná bych vám mohl pomoci. Pokud byste chtěla, mohl bych se zeptat, jestli tento ubrus nemají v jedné z našich poboček, která je nedaleko odtud.“

Když souhlasila, Paul zatelefonoval do Boynton Beach. „Gary, nemáš ubrus v kaštanově hnědé, série KTL 1860? To je ten o délce 150 centimetrů.“

„Podívám se,“ řekl Gary svým nosovým hlasem a Paul slyšel, jak se na druhé straně aparátu baví s někým z personálu. „Ano, máme, ale jen jeden.“

„Mám tu zákaznici, která by ho ráda koupila. Myslíš, že bys mi ho mohl poslat?“

„Je mi líto, Paule, ale nemohl.“

„Tomu říkám týmová spolupráce,“ povzdechl si Paul nešťastně a obrátil oči v sloup.

„Když chceš mluvit o týmové spolupráci, co takhle místo posílání ubrusu poslat zákazníka k nám? To by všem ušetřilo spoustu námahy.“

Paul, pěkně otrávený, se rozhodl zkusit ještě jednu možnost a zavolal Rogerovi, vedoucímu regionálního skladu. Jejich dcery spolu chodily do školy a rodiny se přátelily. „Ahoj, Rogu. Nezlob se, že tě otravuju, ale měl bych jednu prosbičku. Nemohl bys mi poslat jeden ubrus série KTL 1860?“

„Určitě, Paule. Můžu ho ve středu přidat do další zásilky.“

„Díky, Rogere. Zeptám se ještě zákaznice a hned zavolám zpátky.“

Paul zavěsil a obrátil se k zákaznici. „Madam, tak ten ubrus by tu mohl být ve středu,“ sladce zahlaholil s tím nejservilnějším úsměvem na tváři, jaký se mu podařilo vyloudit.

„No, nevím,“ odpověděla odměřeně. „Ve středu mám spoustu práce a nemůžu si dovolit někam odběhnout. Ale kdyby mi vybyla chvílička, možná bych se zastavila.“ Paul sledoval, jak starší žena opouští obchod a v duchu si vyčítal, že se do toho vůbec pouštěl. Bylo téměř jisté, že si pro ubrus nepřijde, a ten jenom zvýší nadbytečné zásoby obchodu, které se snaží výprodejem snížit. Nijak se mu nechtělo doplňovat zboží, které rychle neprodá. Kdyby ale ubrus neobjednal a žena se do obchodu vrátila, určitě by ji to rozladilo natolik, že by přišel nejen o prodej, ale ztratil by i zákazníka.

Co je horší – riskovat snížení prodeje nebo zvýšení nadbytečných zásob? Toto dilema ho ničilo. Není divu, že se ziskovost obchodu nezvyšovala. Kdyby jen tušil, co budou zákazníci nakupovat...

Zavolal znovu Rogerovi. „Pošli mi, prosím, ten ubrus. Napíšu ti zvláštní objednávku, až se vrátím do kanceláře. Doufám, že ho někdo koupí.“ A pak ještě dodal: „Rogere, nemáš na skladě křišťálovou kouli?“

„Žádal jsem centrálu o dvě, ale řekli mi, že to bude chvíli trvat.“ Rogerův úsměv byl téměř slyšet.

Když Paul položil sluchátko, znovu se sám sebe ptal, jestli neexistuje něco jiného, čím by mohl zvýšit ziskovost své pobočky. Odpověď zněla jednoduše: neexistuje. Prodej versus zásoby bylo dilema, které mohla rozřešit pouze křišťálová koule.