

Česká 19  
602 00 Brno  
tel.: 516 202 111  
redbrn@mfdnes.cz

Předplatné  
a distribuce: 225 555 522  
Inzerce: 516 202 311

**Brno a jižní Morava**

# Narovnáváme trh s letenkami

**Brněnská firma Skypicker prodává každý den letenky za deset milionů korun. Díky unikátnímu algoritmu pomáhá ušetřit peníze lidem z celého světa. V Brně teď hledá stovku nových zaměstnanců, přemýšlí o stavbě vlastního sídla a studenty chce uvádět do praxe díky projektu Unifer.**

Lukáš Valášek  
redaktor MF DNES

**BRNO** Z brněnského letiště létají jen tři pravidelné linky. Přesto tady žije Oliver Dlouhý, který ve 27 letech každý den prodá letenky i za deset milionů korun. Všechno začalo, když hledal spojení do Portugalska. Letenky za osm tisíc korun si ale nemohl dovolit. Nakonec našel kombinaci s několika přestupy za čtvrtinu. Hledání však trvalo několik dnů. A tak ho napadlo, že to zautomatizuje. Před dvěma lety se tak zrodil Skypicker.

„Popravdě nic moc neumím. Ani jsem to neprogramoval. Snažím se vyhnout jakékoli expertnosti, abych si rozuměl jak s naším programátorem, tak s pracovníkem uživatelské podpory i obchodníkem. Ještě celkem nedávno jsme byli tři nebo čtyři, takže si stejně pamatují, jak jsem tyhle všechny profese dělal já sám.“ usmívá se Dlouhý, který postupně studoval informatiku, ekonomii a filozofii. A žádnou školu nedodělal.

Bleskový růst zatím Skypicker řeší tím, že si pronajímá kanceláře v budovách okolo. Ale uvažuje o stavbě vlastního sídla. Dlouhý zakládá pobočku v malajsijském Kuala Lumpur a v budoucnu by chtěl zaměstnávat až šest stovek lidí.

**Jak je možné, že se po světě dá lézat i za několik málo korun?**

Letěl jsem třeba do Stockholmu za korunu tam a korunu zpět. Dopracovci to dělají třeba proto, aby nahnali zákazníky na svůj web. Pár jich uloví letenku za několik korun a u ostatních doufá, že když už tam jsou, tak si ji koupí draž. Některé lety jsou navíc dotované, ať už státem, či letištěm, které za tím vidí nové obchody či nájemníky. Ale naše data říkají, že takových nabídek ubývá a firmy se začínají chovat tržně.

**V prodeji letenek on-line je mi-**

**mořná konkurence. Čím se vy lišíte?**

Přišli jsme s algoritmem, který umí nakombinovat lety tak, jak to dříve nikdo jiný nedělal. Existují globální rezervační systémy, které mají data od aerolinek. Lety dopravců, kteří spolu spolupracují, kombinují tak, aby z nich sestavily požadovanou trasu. Ty samé nabídky, liší se jen o pár eur podle marže, tak mají všechny vyhledávače letenek, které data z rezervačních systémů jen slepě berou. My jsme jako první začali kombinovat letenky dopravců, kteří spolu nespolečně pracují. Trasu Praha-Porto tak lze zvládnout z Prahy do Milána s Ryanaiem a pak z Milána do Porta s Wizz Airem. Takové kombinace dávají v součtu na řadě tras až o řád nižší cenu.

**Proč to nikdo jiný nedělá?**

Myšlenka vypadá jednoduše, ale potřebuje obrovskou výpočetní kapacitu, která je potřeba na to, abychom našim zákazníkům ze všech možností byli schopni určit tu nejvýhodnější. Jednou jsme spočítali, že celý systém pracuje se zhruba  $1 \times 10^{23}$  letů, které musí kombinovat. Aktuálně naše výpočty jedou asi na 300 serverech v několika datových centrech.

**Zvedá se celosvětově zájem o to, zaletět si někam na výlet?**

Když jsem začínal, trh měl jeden bilion eur ročně a rostl. Dnes to může být třeba 1,2 bilionu.

**Jak se vám po dvou letech fungování daří?**

V úterý jsme pokořili rekord v denních prodejkách - letenek bylo za 420 tisíc eur, tedy více než jedenáct milionů korun, což je několik tisíc kusů. Daří se nám dostávat na nové trhy - na Filipíny, do Japonska, Jižní Koreje. Naším restem je Severní Amerika. Tam budeme spouštět velkou kampaň za deset milionů korun na konci roku. Od toho si hodně slibujeme. Přibíráme i osm zaměstnanců týdně. Teď je nás zhruba dvě stě. Let je komodita. Lidé se chtějí dostat z bodu A do bodu B a zajímá je jen cena. Zákazníci přitom nejsou vůbec loajální, u koho si letenku koupí. Nejvíce lidí k nám přichází ze srovnávačů cen letenek. Tam totiž vyskakujeme jako ti nejlevnější.

**Vyrostli jste už tak, že se o vás začínají zajímat velcí letečtí dopravci?**

Už ano. Nově se nám ozvala například Alitalia, což je velký italský dopravce ze staré školy, který pro nás byl dříve nedostupný. Pokud si nás dříve všimli, bylo to spíše s negativními emocemi. Teď už nás vnímají jako silného hráče. Mi-



**Dobrý nápad** Oliver Dlouhý nedokončil žádnou z vysokých škol, které studoval. Na nápad, s čím podnikat, přišel, když neměl peníze na letenku. Teď je jeho byznys jedním z nejúspěšnějších v Česku. Foto: Marie Stránská, MAFFRA

## Ze školy do velkého byznysu

**BRNO** Majitel investiční skupiny DRFG David Rusňák založil projekt Unifer proto, aby studenti při škole získávali praxi práci na skutečných zakázkách a učili se přitom od profesionálů. Brněnská firma ovšem získala zakázku, která je snem i řady slavných pražských marketingových agentur, jež jsou takových expertů plné.

O celosvětový marketing se talentovaní studenti starají firmě Skypicker, která každý den prodává letenky za miliony korun a co několik měsíců násobí svou velikost. Zakladatel vyhledávače letenek Oliver Dlouhý byl se studenty natolik spokojený, že se nyní rozhodl půlku společnosti Unifer koupit.

„Snažíme se najímat do Skypickeru ty nejlepší lidi. S tím, co jsem viděl v Uniferu, jsem se ještě neseptal. Je to taková nezkaženost. Ti mladí lidé mají velký přehled o tom, jaké jsou trendy ve světě. Vymýšlejí kampaně způsobem, jak by to žádný ostřílený marketek nedokázal,“ vykládá Dlouhý.

Vyhledávač letenek ale není jediným zákazníkem Uniferu. Ve výběrovém řízení například společnost porazila i dvě české pobočky světových agentur a dělá marketing soukromé vysoké škole University of New York in Prague.

Unifer teď dává na všemožných projektech práci stovkám studentů. A zároveň pátrá po dalších talentech, které se chtějí v praxi učit.

„Dnes v DRFG pracuje několik lidí, které jsme našli v Uniferu. Chceme dát příležitost i dalším,“ popsal Rusňák, šéf investiční skupiny, po níž byla nedávno pojmenována hokejová hala Rondo, protože se firma stala partnerem Komety.

Na mladé lidi, kteří pracují v kancelářích někdejšího továrního areálu Vaňkovka, teď směřuje to, co zatím Skypicker tolik neřešil - například reklamní kampaně na internetu či komunikace na sociálních sítích. Cílem je posílit značku natolik, aby zákazníci chodili nejenom ze srovnávačů cen letenek, ale přímo na web firmy.

Pro studenty bude mít Dlouhý i další nový úkol. „Ve spolupráci s Uniferem teď připravujeme balíčky letenky a hotelu. Víme, že je sice super, že člověk někde uloví letenku za pět eur do Norska, ale pak zjistí, že noc tam stojí dalších 200 eur v nejlépejším hotelu. My chceme přehledně na mapě zobrazit nejenom cenu letenky, ale celkové náklady na ten výlet, aby se mohl každý co nejlépe rozhodnout, kdy a kam letět na výlet,“ popsal zakladatel vyhledávače letenek.

Plán Dlouhého s Uniferem není malý. Firmu založenou pro studenty chce dostat na pražskou burzu. I tak ale nemá jít jen o byznys. „Unifer vznikl v Brně, čerpá z brněnských vysokých škol. Město i kraj mají celou řadu problémů, ke kterým mají studenti co říci a třeba najít jejich řešení,“ řekl Rusňák. DRFG a Skypicker podle obou mužů plánují společné projekty i mimo Unifer.

– Lukáš Valášek

nimálně jako alternativní distribuční kanál pro své letenky.

**Asi nejsou všichni rádi, že lidi učíte lézat levně...**

My si myslíme, že vlastně narovnáváme pokrivený trh. Aerolinky mají strašně nízké marže. Slyšel jsem citát, že když se sečte celá historie leteckého průmyslu, tak je zisk na nule. To aerolinky nutí vymýšlet triky, aby přežily - poplatky za pozdní odbavení či takzvaný overbooking, což je nepochopitelná věc. Koupíte si letenku a jdete na letiště. Ale protože aerolinka ví, že v tom místě třeba patnáct procent lidí nakonec neletí, prodá jejich místa podruhé. A když náhodou dorazí všichni, vy neletíte. Bez ohledu, zda máte domluvenou obchodní schůzku či hotel. My lidem nabízíme jednu cenu, za kterou letí. Žádné další výmysly.

**V Brně teď hledáte stovku lidí. Chcete po nich, aby kromě angličtiny ovládali další světový jazyk. Co budou dělat?**

Ríkáme tomu Skypicker Guarantee. Jak kombinujeme lety nespolečně dopravců, hrozí, že si člověk koupí let Ryanairu a na to navazující let Wizz Airu a první letadlo se zpozdí. Protože ale mezi sebou oba dopravci nemají smlouvu o spolupráci, nikdo cestujícím nic nedá. My to ale kryjeme. Garantujeme, že když našemu zákazníkovi navazující letadlo uletí, posadíme ho do prvního dalšího spoje, který míří co cílové destinace. Na naše náklady. Vyřizují to právě pracovníci našeho zákaznického centra.

**Jak velké to je pro vás riziko?**

Máme to započítané do marže. Nestává se to často, ale v objemu tisíců letů denně každý den někdo potřebuje pomoci. Pak jsou ovšem případy jako teď v létě. Ryanair zrušil celou jednu linku Varšava-Kodaň. My jsme na to samozřejmě měli navázanou strašně moc dalších letů, protože Kodaň je poměrně velké letiště daleko do světa. Ryanair povracel peníze za letenky, které stály třeba pět eur. My jsme museli kompenzovat celou trasu za třeba 600 eur. Stálo nás to v součtu několik milionů korun, ale ustáli jsme to.

**A co budoucnost?**

Nabídku, že do nás někdo investuje, dostáváme tak třikrát týdně. Prodávát ale nechci. Teď máme ambice jít na burzu. Cílíme na americký NASDAQ (největší ryze elektronický burzovní trh v USA - pozn. red.). Víme, že pro českou firmu je to velká ambice, ale už na tom pracujeme. Mohli bychom to zvládnout na začátku roku 2017.

INZERCE



**VOLVO XC60  
NA ÚVĚR S 0%  
NAVÝŠENÍM**

**VÝPRODEJ  
SKLADOVÝCH  
ZÁSOB**

**Vaše nové Volvo výhodně  
bez navýšení, a navíc se  
slevou 100 000 Kč**



PRÁVĚ TEĎ PŘED VÁMI STOJÍ  
MOŽNOST POŘÍDIT SI VYSNĚNÝ  
VŮZ ZA VÝJIMEČNÝCH  
PODMÍNEK. VYUŽIJTE  
FINANCOVÁNÍ ÚVĚREM NA  
DOBU 12 AŽ 48 MĚSÍCŮ,  
S NAVÝŠENÍM 0 %  
A BEZ POPLATKU ZA  
ZPRACOVÁNÍ ÚVĚRU. AKCE  
PLATÍ DO 31. 10. 2015.

Autopalace Brno

Řípská 22  
Brno-Slatina

Tel.: 515 808 555  
www.autopalace-brno.cz

Kombinovaná potřeba paliva a emise CO<sub>2</sub> (5,3–10,7 l/100 km, 139–249 g/km) jsou zjištěny v rámci normovaného testovacího cyklu a nezohledňují individuální režim provozu vozidla. Fotografie vozu je ilustrační a zobrazuje i prvky příslušné výbavy. Model Volvo XC60 „Nulové navýšení od 50 %“ získáte za těchto podmínek: Přizpůsobení ceny vč. DPH: 833 000 Kč, výše úvěru: 416 500 Kč, část kupní ceny hrazená klientem: 416 500 Kč, úroková sazba: 0 %, RPSN: 10,5 %, 1.–36. měsíční splátka úvěru: 11 569 Kč, splátka pojištění HAV: 1 881 Kč, POV: 0 Kč, poplatek za poskytnutí úvěru: 0 Kč, celková částka k uhrazení (jistina, úroky, havarijní pojištění, poplatek): 484 200 Kč, délka úvěru: 3 roky, povinnost uzavřít smlouvu s pojišťovnou Allianz.